MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Triển vọng phát triển kinh tế Việt Nam năm 2019

Trịnh Nguyệt Minh - CQ54/11.15

7. Hồi phục ngành cá tra Việt Nam

Lê Thị Tuyết Nhung - CQ54/11.15

10. Cách mạng công nghiệp 4.0 - Cơ hội và thách thức đối với ngành Tài chính

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05; Hồ Trần Minh Quốc - CQ56/02.02

14. Kiểm soát lạm phát: Cơ hội và thách thức

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05

18. Tăng trưởng kinh tế năm 2019 - Cơ hội, thách thức và giải pháp đề ra

Võ Trọng Đạt - CQ54/02.04

21. Ngành gỗ Việt Nam cần chuẩn bị gì cho CPTPP?

Đỗ Thị Thúy Nga - CQ55/21.10

25. Cách mạng công nghiệp 4.0 và yêu cầu đối với giáo dục đại học ở Việt Nam

Nguyễn Minh Ngọc - CQ55/05.05

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

30. Giải pháp phát triển thị trường bán lẻ của doanh nghiệp Việt Nam

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

34. Chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

Bùi Thị Vân Anh - CQ53/21.05

38. Tiêu dùng và xuất khẩu nông sản Việt Nam - Thực trạng và giải pháp

Lê Thị Huệ - CQ53/02.01

43. Thực trạng nhập khẩu phế thải và những khó khăn trong công tác quản lý

Ninh Ngọc Diệp - CQ54/02.01

47. Thực trạng cơ chế giám sát hoạt động góp vốn và sử dụng vốn của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

51. Xóa nợ thuế và những hạn chế còn gặp phải

Trần Thị Hồng Hạnh - CQ54/02.02

55. Vận dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại Việt Nam - Thực trạng và giải pháp

Lê Thị Thu Huyền - CQ53/22.05

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

60. Kinh nghiệm của Trung Quốc về cơ chế giám sát của Nhà nước đối với hoạt động góp vốn và sử dụng vốn của nhà đầu tư nước ngoài

Vũ Minh Quỳnh - CQ55/11.07; Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

65. Tác động của hoạt động chuyển giá đối với các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Nguyễn Thị Huyền Linh - CQ54/05.03

VẤN ĐỀ SỰ KIỆN

69. Làm thế nào để ngưng ảo tưởng về chính mình

Bùi Thị Hiền Lương - CQ54/15.03

73. Coca Cola và Pepsi - Bài học về Marketing

Nguyễn Thị Khánh Linh - CQ56/11.01CLC

77. Già hóa tích cực - Hướng đi mới ứng phó với già hóa dân số

Đậu Thị Nguyệt - CQ54/11.09; Hồ Thị Minh Thư - CQ54/02.03

THỂ LỆ GỬI BÀI

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

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

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

Bài viết và ý kiến trao đổi xin gửi về:

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

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

Triển vọng phát triển kinh tế Việt Nam năm 2019

Trịnh Nguyệt Minh - CQ54/11.15

Với đà tăng trưởng mạnh mẽ của năm 2018, cùng tinh thần quyết liệt mạnh mẽ ngay từ ngày đầu, tháng đầu của năm 2019, các chuyên gia kinh tế cho rằng năm nay kinh tế Việt Nam sẽ có những bứt phá mới.

1. Kinh tế Việt Nam năm 2018

Tuy phải đối diện với nhiều khó khăn, thách thức nhưng "bức tranh" kinh tế Việt Nam năm 2018 đã khép lại với "gam màu sáng" nhờ những nỗ lực to lớn của cả hệ thống chính trị và các thành phần kinh tế. Kết quả nổi bật là tăng trưởng GDP năm 2018 đạt khoảng 7, 08% so với năm 2017, là mức tăng cao nhất 11 năm qua, vượt mục tiêu 6,7% của Chính phủ. Kinh tế vĩ mô được ổn định, lạm phát được kiểm soát thành công ở mức 3,54% .

Kim ngạch hàng hóa xuất khẩu năm 2018 ước tính đạt 244,7 tỷ USD, tăng 13,8% so với năm 2017 (vượt mục tiêu Quốc hội đề ra là tăng 7%-8% và Nghị quyết 01 của Chính phủ là tăng 8%-10%). Năm 2018, cán cân thương mại hàng hóa xuất siêu 7,2 tỷ USD, là năm có giá trị xuất siêu lớn nhất từ trước đến nay.

Thu ngân sách nhà nước (NSNN) ước cả năm 2018 vượt 3% dự toán; cơ cấu thu bền vững hơn. Chi NSNN được kiểm soát chặt chẽ, tiết kiệm, hiệu quả hơn. Bội chi NSNN ước khoảng 3,67% GDP, thấp hơn mục tiêu đề ra (3,7%), dự kiến đến năm 2020 còn 3,4% (mục tiêu đề ra là dưới 4%). Nợ công khoảng 61,4% GDP, giảm mạnh so với mức 63,7% năm 2016.

Tổng vốn đầu tư phát triển toàn xã hội cả năm ước đạt 34% GDP. Vốn FDI thực hiện cả năm ước đạt 18 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay. Xuất khẩu ước tăng 11,2% và xuất siêu hơn 3 tỷ USD. Mức tăng trưởng tín dụng của nền kinh tế đạt 9,52%, thấp hơn mức tăng 11,02% của năm 2017 trong khi GDP tăng cao hơn, điều này cho thấy hiệu quả đầu tư xã hội đang được cải thiện, giảm bớt phụ thuộc vào vốn đầu tư.

Môi trường đầu tư kinh doanh tiếp tục được cải thiện. Chính phủ đã thực hiện chủ trương cắt giảm tối thiểu 50% thủ tục hành chính, trong đó đã cắt giảm, đơn giản hóa 61% điều kiện kinh doanh và 60% thủ tục kiểm tra chuyên ngành hàng hóa xuất

nhập khẩu; Rà soát, giảm chi phí kinh doanh, nhất là chi phí vốn, phí BOT, chi phí tuân thủ thủ tục hành chính gắn với triển khai hiệu quả các chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp (DN). Việt Nam được đánh giá thuộc nhóm 10 quốc gia cam kết mạnh mẽ nhất về cải cách chính sách thuế...

2. Triển vọng phát triển kinh tế Việt Nam năm 2019

Năm 2018 khép lại với những con số thống kê kỷ lục. Những thành tựu tăng trưởng kinh tế ấn tượng năm 2018 sẽ tiếp tục là động lực cho tăng trưởng kinh tế 2019. Năm 2019 là năm được đẩy nhanh tiến độ thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội để chuẩn bị các điều kiện cần tốt nhất cho việc hoàn thành kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020, do đó sẽ có nhiều yếu tố tích cực tác động đến tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là từ phía chính sách. Các yếu tố thuận lợi cụ thể như sau:

Thứ nhất, tăng trưởng kinh tế thế giới mặc dù được dự báo suy giảm nhưng vẫn ở mức tăng khá cao so với giai đoạn trước. Kinh tế thế giới năm 2019 được dự báo sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng của những năm trước nhờ sự hồi phục của các nền kinh tế lớn. Trung tâm Thông tin và Dự báo Kinh tế xã hội Quốc gia (NCIF) đưa ra dự báo mức tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2019 đạt 3,77%, thấp hơn so với mức 3,83% của năm 2018.

Thứ hai, tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế được đẩy nhanh, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển quan hệ kinh tế - thương mại giữa Việt Nam và các đối tác.

Việc tham gia vào các hiệp định CPTPP và EVFTA sẽ mang lại tác động tích cực tới kinh tế Việt Nam trong năm 2019. Tác động này có thể sẽ lớn hơn nếu Việt Nam thực hiện đồng thời cắt giảm thuế quan và tự do hóa dịch vụ theo kịch bản mở cửa dịch vụ (2,01%).

Thứ ba, tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là năm 2018 ở mức cao và tình hình kinh tế - xã hội ổn định là cơ sở để duy trì tốc độ tăng trưởng cho năm 2019. Chính thành tựu tăng trưởng kinh tế ấn tượng năm 2018 sẽ tiếp tục là động lực cho tăng trưởng kinh tế 2019.

Thứ tư, kinh tế vĩ mô về cơ bản vẫn được đảm bảo, lạm phát được dự báo trong tầm kiểm soát, thanh khoản hệ thống ngân hàng được duy trì tốt, dự trữ ngoại hối được duy trì ở mức cao là căn cứ để đảm bảo tỷ giá và lãi suất không có biến động quá lớn là điều kiện thuận lợi ổn định kinh tế vĩ mô giúp cho tăng trưởng kinh tế 2019.

Thứ năm, môi trường kinh doanh được cải thiện mạnh mẽ hơn khi Việt Nam buộc phải thực hiện các cam kết trong Hiệp định CPTPP về cải thiện môi trường kinh doanh, đồng thời Chính phủ cũng đang nỗ lực "kiến tạo" để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp phát triển.

Ngoài những nhân tố thuận lợi trên, động lực tăng trưởng năm 2019 tiếp tục được duy trì bởi khu vực FDI (thông qua đóng góp trong xuất khẩu và công nghiệp chế biến, chế tạo) và khu vực tư nhân khi các yếu tố hỗ trợ khu vực này đã và đang được triển khai đồng bộ, mạnh mẽ hơn (với nỗ lực Chính phủ nhằm cải thiện môi trường kinh doanh lên mức trung bình khu vực và đưa khu vực tư nhân làm động lực mới cho tăng trưởng).

3. Thách thức tăng trưởng

Năm 2019, kinh tế Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để thúc đẩy tăng trưởng xuất phát cả từ trong và ngoài nước, tuy nhiên cũng không phải không còn những thách thức.

Thứ nhất, kinh tế có thể bị tác động tiêu cực từ các biến động của kinh tế thế giới, trong đó nổi bật là cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung.

Thứ hai, mô hình tăng trưởng mặc dù có sự cải thiện song chưa rõ rệt, tăng trưởng vẫn chủ yếu dựa vào các nguồn lực như vốn đầu tư và tín dụng, trong khi chất lượng, hiệu quả sử dụng các nguồn lực này chưa cao.

Thứ ba, chất lượng lao động chưa được cải thiện cùng năng lực khoa học - công nghệ ở mức thấp có thể ảnh hưởng tới lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trên thị trường quốc tế và khả năng thu hút các dòng vốn tới Việt Nam.

Thứ tư, công nghiệp chế biến, chế tạo là ngành đã có tăng trưởng ấn tượng trong thời gian qua nhưng đang có xu hướng tăng chậm lại.

Thứ năm, xuất khẩu đối mặt với nhiều khó khăn khi mà các chính sách bảo hộ thương mại của nhiều đối tác lớn chính thức áp dụng với nhiều hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ sáu, giá của các nhóm hàng y tế, giáo dục, điện, nước đã được chính phủ sẽ tiếp tục được điều chỉnh tăng làm tăng chi phí sản xuất và tiêu dùng, từ đó làm giảm sức mua trong nước, đồng thời gây áp lực gia tăng lạm phát.

4. Một số giải pháp

Để hoàn thành các chỉ tiêu kinh tế năm 2019, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, phát huy những thế mạnh của năm 2018, tiếp tục đẩy mạnh cải cách thể chế, nâng cao hiệu quả quản trị nhà nước, cải thiện môi trường kinh doanh, cơ sở hạ tầng, cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho DN phát triển; chống tham nhũng, chống lợi ích nhóm và phải tiếp tục đổi mới mạnh mẽ cán bộ.

Thứ hai, Chính phủ, các bộ, ngành cần xác định việc tạo lập và thực thi chính sách nhằm nâng cao năng suất lao động là giải pháp quan trọng hàng đầu trong nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng trưởng bền vững.

Thứ ba, nghiên cứu thấu đáo nội hàm, phương thức vận hành của cuộc CMCN 4.0, đề xuất giải pháp cụ thể đối với một số lĩnh vực để Việt Nam sớm hòa chung vào dòng chảy của cách mạng công nghiệp trên thế giới.

Thứ tư, tiếp tục đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo; đẩy mạnh công tác kiểm định chất lượng giáo dục và giao quyền tự chủ cho các cơ sở giáo dục đại học, nghề nghiệp; nâng cao hiệu quả dạy nghề, khuyến khích hợp tác giữa cơ sở đào tạo với cơ sở nghiên cứu và DN; khuyến khích đổi mới sáng tạo, ứng dụng khoa học, công nghệ. Phát triển hiệu quả thị trường khoa học, thị trường lao động.

Thứ năm, chủ động đánh giá, phân tích dự báo tình hình thế giới và khu vực để có chủ trương, đối sách phù hợp, nhất là các vấn đề biên giới, biển đảo, an ninh phi truyền thống, an ninh mạng, an ninh nông thôn; thực hiện hiệu quả tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, giữ vững ổn định chính trị - xã hội.

Thứ sáu, thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội, phúc lợi xã hội, chính sách đối với người có công với cách mạng, đảm bảo kịp thời, đúng đối tượng. Tiếp tục thực hiện có hiệu quả Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững; công tác trợ giúp đột xuất, bảo đảm người dân khi gặp rủi ro, thiên tai được hỗ trợ kịp thời, sớm ổn định đời sống, khôi phục sản xuất.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/trien-vong-phat-trien-kinh-te-viet-nam-nam-2019-302758.html

https://bnews.vn/kinh-te-2018-va-trien-vong-2019-bai-2-trien-vong-nao-cho-kinh-te-2019-/109528.html

Hồi phục ngành cá tra Việt Nam

Lê Thị Tuyết Nhung - CQ54/11.15

Năm 2018, năm thành công của ngành cá tra Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu đạt 26,4 tỷ USD, tăng 26,4% mức tăng trưởng cao nhất trong vòng 20 năm qua. Giá nhập khẩu được giữ ở mức cao, các thị trường nhập khẩu lớn như Mỹ, Trung Quốc, EU đã có nhiều chuyển biến tích cực. Sau vài năm lận đận, ngành cá tra Việt Nam đã hồi phục. Mục tiêu năm 2019, nâng cao chất lượng, tạo triển vọng xuất khẩu cho ngành cá tra.

"Thành công" là từ để nói về ngành cá tra Việt Nam năm 2018 vừa qua và có thể nói lâu rồi người nông dân và doanh nghiệp mới có niềm vui như vậy. Hiện nay, giá cá tra đang ở mức 28000 đồng/kg, với mức giá này có thể đảm bảo cho người nông dân lãi khoảng 4000 đồng/kg, còn với các doanh nghiệp cá tra thì năm vừa qua cũng có thể nói là năm thắng lớn.

Sự thành công có được xuất phát từ nhiều yếu tố:

Thứ nhất, nguồn cung ổn định, tạo sự cân bằng cung - cầu nên giữ được mức giá cao.

Thứ hai, do thị trường xuất khẩu (XK) được cải thiện khi những thị trường lớn đã được hồi phục sau nhiều năm giảm sút, đây cũng là cơ sở tạo nên triển vọng xuất khẩu của năm 2019 với mục tiêu đạt 2,3 tỷ USD.

Tại thị trường Mỹ

Năm 2018, tổng giá trị XK cá tra sang thị trường Mỹ đạt 549,4 triệu USD, tăng 59,5% so với năm 2017, chiếm 24,3% tổng XK cá tra. Riêng tháng 12/2018, XK cá tra sang thị trường này tăng rất mạnh 124% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 55 triệu USD. Với mức tăng đều đặn và lớn dần, kết thúc tháng 10/2018, thị trường Mỹ đã trở lại ngôi vị số 1 của XK cá tra Việt Nam. Có 3 yếu tố lớn thúc đẩy XK cá tra sang thị trường Mỹ trong năm qua.

Đầu tiên, phải kể tới việc Bộ Thương mại Mỹ (DOC) ban hành kết luận sơ bộ của đợt rà soát thuế chống bán phá giá lần thứ 14 (POR14) cho giai đoạn từ ngày 1/8/2016 đến 31/7/2017 đối với sản phẩm cá tra và basa của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Theo đó, mức thuế sơ bộ cho hai bị đơn bắt buộc là 0 USD/kg và 1,37 USD/kg. Thuế suất cho các bị đơn tự nguyện là 0,41 USD/kg và thuế suất toàn quốc là 2,39 USD/kg. Mức thuế này thấp hơn rất nhiều so với kết quả cuối cùng của đợt rà soát

POR13 là 3,87 USD/kg. Cho dù đây chỉ là mức thuế suất sơ bộ nhưng nó đã tạo hiệu ứng tâm lý rất tốt cho các DN XK cá tra sang thị trường Mỹ.

Hai là, là việc FSIS công nhận hệ thống kiểm soát cá da trơn của Việt Nam tương đương với Mỹ và thứ ba là cuộc chiến tranh thương mại Trung - Mỹ cũng tạo thêm cơ hội cho cá tra Việt Nam giành thị phần từ cá rô phi tại thị trường NK lớn Mỹ.

Tại thị trường Trung Quốc - Hồng Kông

Tính đến hết năm 2018, giá trị XK cá tra sang thị trường Trung Quốc đạt 528,6 triệu USD, tăng 28,7% so với năm trước, chiếm 23,4% tổng XK cá tra. Mặc dù năm qua, mức tăng trưởng XK cá tra sang thị trường Trung Quốc - Hồng Kông đã "giảm nhiệt" so với 2 năm trước. Tuy nhiên, đây vẫn được coi là thị trường XK tiềm năng và rộng lớn của các DN XK cá tra Việt Nam.

Tại thị trường EU

Năm 2018, XK cá tra sang thị trường EU đã khởi sắc trở lại sau nhiều năm ảm đạm, giá trị XK sang thị trường này đạt 243,9 triệu USD, tăng 20,2% so với năm trước và chiếm 10,8% tổng XK cá tra. Như vậy, EU là thị trường XK lớn thứ 3 của các DN XK cá tra Việt Nam (sau Mỹ và Trung Quốc - Hồng Kông). 4 thị trường đơn lẻ lớn nhất trong khối là Hà Lan, Anh, Đức và Bỉ cũng có mức tăng trưởng rất tốt, tăng lần lượt 33,4%; 5,9%; 10,5% và 11,8% so với năm trước.

Hiện nay, sản phẩm cá tra cũng đang cạnh tranh ngược lại với sản phẩm cá rô phi, cá minh thái Alaska pollock tại một số thị trường trọng điểm tại châu Âu. Sự thay thế sản phẩm cá tra trong một số phân khúc thị trường đang diễn ra trên khắp châu Âu với mức độ khác nhau. Theo CBI, Đức và Ba Lan là những nhà cung cấp cho các quốc gia Trung và Đông Âu, nơi không có cảng nhập lớn. Theo thống kê, năm 2017, 45 triệu EUR cá tra phile đông lạnh được tái xuất trong nội khối EU. Các nước tái xuất chính cá tra năm 2017 là Hà Lan (31 triệu EUR), Bỉ (14 triệu EUR) và Đức (8 triệu EUR). Đây cũng là tín hiệu tốt cho cá tra Việt Nam tại khu vực này.

Thị trường ASEAN - UAE

Tính đến hết tháng 12/2018, XK cá tra sang thị trường ASEAN đạt 202,6 triệu USD, tăng 41,5% so với năm 2017. Trong đó, XK sang 3 thị trường lớn nhất là Thái Lan, Singapore và Philippines tăng khả quan lần lượt 48,8%; 20,7% và 32,1% so với năm ngoái. Năm vừa qua, XK cá tra sang ASEAN có nhiều thuận lợi và nhu cầu tăng cao đặc biệt ở thị trường "mới nổi" Philippines.

Là thị trường lớn tại Trung Đông, năm qua, XK cá tra sang thị trường UAE tăng đột biến 108,5% và đạt 48,1 triệu USD. Trong nhiều tháng liên tiếp kể từ đầu năm, giá trị XK sang thị trường này tăng trưởng trên ba con số. Dự báo trong năm 2019, XK cá

tra sang thị trường này còn tiếp tục tăng trưởng dương mạnh mẽ do nhu cầu NK ổn định ở mức cao.

Thị trường lớn được hồi phục, đó là tín hiệu đáng mừng cho ngành cá tra, thế nhưng quan trọng nhất là phải giữ được thị trường. Đây là điều cá tra Việt Nam đã phải trả giá nhiều năm trước, khi nuôi ồ ạt, dẫn đến vỡ quy hoạch và mất kiểm soát. Chìa khóa ở đây là chất lượng, chất lượng sẽ là yếu tố quyết định sự thành công của cá tra Việt Nam trên thị trường thế giới. Như thị trường EU, cá tra Việt Nam đang phải cạnh tranh rất gay gắt với các sản phẩm cá thịt trắng khác như Alaska pollock, do đó không còn tính đến sản lượng cao nữa mà phải đi sâu hơn vào chất lượng, dịch vụ hậu mãi. Trong buổi hội nghị triển khai kế hoạch phát triển ngành cá tra năm 2019, bộ trưởng bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Nguyễn Xuân Cường cũng đã đưa ra chỉ đạo: "Năm 2019, nâng cao chất lượng sẽ là mục tiêu của ngành cá tra cần phải hướng đến".

Với đà phát triển của ngành hàng cá tra trong năm 2018, năm 2019, Tổng cục Thủy sản dự báo, kế hoạch tăng trưởng năm 2019 sản lượng nuôi đạt 1,51 triệu tấn (tăng 6,6% so với năm 2018); kim ngạch xuất khẩu cá tra đạt trên 2,4 tỷ USD, tăng 12% so với năm 2018.

Để duy trì sự phát triển bền vững và đạt được mục tiêu đề ra, ngành cá tra Việt Nam cần:

Thứ nhất, theo Tổng cục Thủy sản, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, để đạt mục tiêu, ngành cá tra cần chú ý phát huy tiềm năng, lợi thế, điều kiện tự nhiên, chủ động phòng ngừa dịch bệnh và thích ứng biến đổi khí hậu. Tăng cường hợp tác, liên kết theo chuỗi để kiểm soát tốt cung cầu và tiếp tục nâng cao chất lượng con giống, nâng cao chất lượng, giá trị và đa dạng sản phẩm cá tra xuất khẩu theo từng phân khúc thị trường gắn với xây dựng thương hiệu. Tập trung phát triển theo chiều sâu để nâng cao hiệu quả kinh tế và phát triển bền vững; tiếp tục xúc tiến thương mại, phát triển thị trường...

Thứ hai, cần có sự vào cuộc quyết liệt từ Nhà nước, doanh nghiệp và người dân để tăng cường liên kết chặt chẽ giữa các khâu trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, kiểm soát chặt nuôi cá theo quy hoạch, không để xảy ra nuôi tự phát. Tập trung ứng dụng tốt những công nghệ mới nhất vào các công đoạn sản xuất kinh doanh, trong đó giống là khâu then chốt của chuỗi cá tra.

Tài liệu tham khảo:

Sau vài năm lận đận, ngành cá tra Việt Nam đã hồi phục| VTV24
http://m.vasep.com.vn/Tin-Tuc/1206_54612/De-nganh-ca-tra-gat-hai-thang-loi-vung-chac.htm
http://www.vietlinh.vn/tin-tuc/2019/che-bien-xuat-nhap-khau-thuy-san-2019-s.asp?ID=26

Cách mạng công nghiệp 4.0 - Cơ hội và thách thức đối với ngành Tài chính

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05
Hồ Trần Minh Quốc - CQ56/02.02

Một trong những khối đơn vị, cơ quan Chính phủ dẫn đầu về việc ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) hiện nay là Bộ Tài chính, điều này được thể hiện trên nhiều chỉ số và rõ nhất là ở việc 04 năm liên tiếp đứng đầu về chỉ số ICT- Index.

Đến nay, Bộ Tài chính đã và đang nghiên cứu, ứng dụng nhiều công nghệ mới là công nghệ "lõi" của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0). Không dừng lại ở đó, Bộ Tài chính đang dần tiệm cận gần đến với CMCN 4.0 trong lĩnh vực kỹ thuật số bao gồm: công nghệ mạng xã hội (Social), công nghệ di động (Mobility), công nghệ phân tích dữ liệu lớn (Analytics), công nghệ điện toán đám mây (Cloud) và công nghệ an toàn thông tin (Security).

Một là, đối với công nghệ mạng xã hội - Social

Trước đây, các giao tiếp giữa cá nhân và cá nhân, các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp chỉ đơn thuần là giao tiếp một chiều, hầu như không có sự tương tác. Khi công nghệ Social ra đời với các ứng dụng được phổ biến rộng rãi trên toàn thế giới thì sự tương tác 2 chiều trở thành xu thế tất yếu.

Hiện nay, ngành Tài chính tiếp cận với công nghệ mạng xã hội ở 02 nội dung: Thứ nhất là cổng thông tin Bộ Tài chính đang triển khai phần mềm nghe thông tin trên các báo mạng và mạng xã hội viết về ngành Tài chính; thứ hai là Đoàn thanh niên thuộc Học viện Tài chính đã sử dụng fanpage trên Facebook để tương tác với sinh viên và các đối tượng liên quan.

Hai là, đối với công nghệ di động - Mobility

Công nghệ Mobility cho phép người dân, doanh nghiệp và các cán bộ của ngành Tài chính có thể truy cập được các dịch vụ công và các ứng dụng nghiệp vụ mọi lúc,

mọi nơi bằng máy tính, các thiết bị di động (máy tính bảng, điện thoại thông minh) thông qua mạng Internet.

Công nghệ Mobility đã được nghiên cứu, ứng dụng trong ngành Tài chính tương đối sớm, thể hiện trong một số nội dung sau: Cung cấp các dịch vụ công trực tuyến trên hệ thống Cổng Thông tin điện tử toàn ngành; Cung cấp các ứng dụng nghiệp vụ/chỉ đạo điều hành tại đơn vị như quản lý văn phòng điện tử (TaxOffice), hệ thống thông quan tự động (VNACCS/VCIS)… Tuy nhiên, các ứng dụng trên mới chỉ dừng lại ở mức hỗ trợ cho ứng dụng web trên nền tảng thiết bị di động mà chưa phát triển thành các ứng dụng di động (Mobile Apps) để tăng thêm các tiện ích cho người sử dụng.

Một phần nguyên nhân của sự hạn chế này là vấn đề bảo mật thông tin trên các thiết bị di động và bảo mật kết nối từ Mobile Apps vào hệ thống xử lý tập trung chưa có các giải pháp triển khai hiệu quả.

Ba là, đối với công nghệ phân tích dữ liệu lớn - Analytics

Về cơ bản, ngành Tài chính chưa hình thành dữ liệu lớn (Big Data). Hiện tại, Bộ Tài chính và các Tổng cục thuộc Bộ đã triển khai xây dựng một số kho cơ sở dữ liệu - CSDL (Dataware house) để lưu trữ dữ liệu cần thiết phục vụ công tác quản lý, điều hành của ngành/Tổng cục.

Một số kho cơ sở dữ liệu của các đơn vị Tổng cục đã được thiết kế có tích hợp công nghệ Analytics. Bộ Tài chính đã có những kho cơ sở dữ liệu về tài chính sử dụng chung cho toàn ngành như: cơ sở dữ liệu thu, chi ngân sách Nhà nước; cơ sở dữ liệu người nộp thuế; cơ sở dữ liệu mã số đơn vị có quan hệ ngân sách; cơ sở dữ liệu văn bản pháp quy...

Bốn là, đối với công nghệ điện toán đám mây - Cloud

Từ góc độ nhà cung cấp dịch vụ thì Cloud là một môi trường với các nguồn tài nguyên được ảo hóa ở mức độ rất cao. Ngành Tài chính đã nghiên cứu, áp dụng công nghệ ảo hóa máy chủ trong hệ thống CNTT từ năm 2007 nhằm tối ưu hóa hiệu quả đầu tư phần cứng cũng như giải quyết nhanh các yêu cầu tăng trưởng hạ tầng phần cứng trong thời gian tối thiểu.

Đến nay các đơn vị đã triển khai hệ thống ảo hóa mạnh mẽ trong ngành Tài chính bao gồm: Cơ quan Bộ Tài chính (50% số máy chủ chạy trên nền tảng ảo hóa); Tổng cục Thuế (90%); Kho bạc Nhà nước (91%); Tổng cục Hải quan (83%). Các đơn vị còn lại như Học viện Tài chính, Tổng cục Dự trữ Nhà nước, Ủy ban Chứng khoán

Nhà nước cũng đã xây dựng hệ thống ảo hóa nhưng số lượng máy tính được ảo hóa còn chưa nhiều.

Năm là, đối với công nghệ an toàn thông tin - Security

Trong thời gian qua, Bộ Tài chính và các đơn vị Tổng cục đã thành lập phòng/bộ phận chuyên trách về an toàn thông tin, ban hành các quy định về an toàn thông tin áp dụng nội bộ và toàn ngành Tài chính, tổ chức đào tạo nâng cao nhận thức và đào tạo chuyên sâu về an toàn bảo mật cho cán bộ ngành Tài chính.

Một số giải pháp và chính sách bảo mật tiên tiến đã triển khai tại Bộ Tài chính như: Bảo mật cho nền tảng ảo hóa; Bảo mật cho thiết bị di động… Đồng thời, Bộ Tài chính đã triển khai ứng dụng chữ ký số trong các giao dịch điện tử của ngành. Còn về các quy định, chính sách bảo mật, Bộ Tài chính vẫn kế thừa các chính sách hiện tại và phát triển thêm trong giai đoạn tới.

Cơ hội của CMCN 4.0 đối với ngành Tài chính

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 là xu hướng hiện thời trong việc tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất thông qua các công nghệ như: Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR)… để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số. Cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra trên 3 lĩnh vực chính, bao gồm: Kỹ thuật số, Vật lý và Công nghệ sinh học. Cuộc cách mạng này đang là xu thế tác động mạnh mẽ tới mọi mặt đời sống kinh tế - xã hội của tất cả các quốc gia trên thế giới và sẽ làm thay đổi căn bản nền sản xuất thế giới.

Theo một số chuyên gia kinh tế nhận định, cuộc CMCN 4.0 là cơ hội để cải tiến phương thức sản xuất và cung cấp dịch vụ. Còn đối với các doanh nghiệp nhà nước sẽ là thay đổi cách thức cung cấp và quản lý dịch vụ công, giúp các ngành, lĩnh vực truyền thống trở nên thông minh hơn…

Tuy nhiên, cuộc CMCN 4.0 cũng mang lại không ít những khó khăn, thách thức như: Tụt hậu khoảng cách năng lực cạnh tranh giữa các quốc gia, vùng; thay đổi thị trường lao động; an ninh an toàn công nghệ thông tin ngày càng trở nên trọng yếu…

Đối với ngành Tài chính, CMCN 4.0 mang lại rất nhiều cơ hội mới nhưng cũng mở ra không ít những khó khăn, thách thức khi ngành Tài chính tiếp cận cuộc cách mạng này. Trong đó, cơ hội lớn nhất mà cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại cho nền kinh tế nói chung và ngành Tài chính nói riêng, đó là thúc đẩy sản xuất phát triển, mở rộng thị trường toàn cầu và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bởi:

- Thông qua việc kết nối các cá nhân và cộng đồng trên toàn thế giới, CMCN 4.0 sẽ mang lại cơ hội để hợp nhất các nhu cầu của đại đa số dân cư trên thế giới dẫn đến nhu cầu tăng thêm cho các sản phẩm, dịch vụ sẵn có;

- Chi phí giao thông vận tải và thông tin liên lạc sẽ giảm xuống, hậu cần và các chuỗi cung ứng toàn cầu sẽ trở nên hiệu quả hơn; các chi phí thương mại sẽ giảm;

- Tạo ra nhiều sản phẩm và dịch vụ mới với chi phí không đáng kể phục vụ người tiêu dùng (gọi taxi, đặt vé máy bay, mua một sản phẩm… đều có thể được thực hiện từ xa).

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra không ít thách thức

Thứ nhất, đối với thị trường lao động

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 có thể mang lại tình trạng bất bình đẳng lớn hơn, đặc biệt là nguy cơ phá vỡ thị trường lao động. Trong cuộc CMCN 4.0, tài năng, tri thức sẽ đại diện cho yếu tố quan trọng của sản xuất hơn là yếu tố vốn. Điều này sẽ làm phát sinh một thị trường việc làm ngày càng tách biệt, phân đoạn thành "kỹ năng thấp/lương thấp" và "kỹ năng cao/lương cao". Điều đó sẽ dẫn đến gia tăng căng thẳng về việc làm và thu nhập trong xã hội, nhất là ở các xã hội không chuẩn bị tốt.

Thứ hai, tăng khả năng tuyên truyền những ý tưởng không tốt, cực đoan.

Hơn 30% dân số thế giới hiện nay sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội như: Facebook, Twitter... để kết nối, học hỏi và chia sẻ thông tin. Sự tương tác này sẽ là cơ hội cho sự hiểu biết liên văn hóa và liên kết toàn cầu, tuy nhiên, nó cũng có thể tạo ra và tuyên truyền cho những kỳ vọng không thực tế, cũng như tạo cơ hội cho những ý tưởng cực đoan.

Tài liệu tham khảo:

https://baotintuc.vn/thi-truong-tai-chinh/cach-mang-cong-nghiep-40-se-tac-dong-den-nganh-tai-chinh-20180511184022133.htm

https://stc.quangbinh.gov.vn/3cms/nganh-tai-chinh-chu-dong-tiep-can-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4.0.htm

Kiểm soát lạm phát: Cơ hội và thách thức

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05

Quốc hội đặt ra chỉ tiêu lạm phát cho năm 2019 là dưới 4%, để đạt được mục tiêu này có rất nhiều thách thức. Thách thức từ nội tại bên trong nền kinh tế của Việt Nam, khi mà kinh tế vĩ mô đã ổn định rồi nhưng chưa có cơ sở vững chắc. Những thách thức phía trước vẫn còn rất nhiều, chủ yếu là năng suất, chất lượng, hiệu quả còn chưa cao, so với các nước hiện nay thì trình độ phát triển của ta còn rất thấp, đó là yếu tố cốt lõi cực kỳ quan trọng làm cho lạm phát có khả năng tăng nhanh.

1. Một số đặc điểm chính về lạm phát tại Việt Nam

Thứ nhất, tăng trưởng kinh tế cao đi liền với lạm phát cao và các bất ổn vĩ mô khác.

Đây là đặc điểm chung của nhiều nền kinh tế đang phát triển, song được thể hiện rất rõ ở Việt Nam. Nguyên nhân chính là do mô hình tăng trưởng theo chiều rộng của Việt Nam dựa trên lao động giá rẻ, song năng suất lao động thấp; xuất khẩu tài nguyên, nông, lâm, thủy sản là chủ yếu và còn dưới dạng thô; sản phẩm công nghiệp chủ yếu là gia công lắp ráp, sử dụng công nghệ lạc hậu vừa lãng phí nguyên nhiên liệu, vừa gây ô nhiễm môi trường.

Để thúc đẩy tăng trưởng, mô hình này dựa vào các chính sách tài khóa nới lỏng để mở rộng đầu tư (đặc biệt đầu tư công) và chính sách tiền tệ nới lỏng (tăng cung tiền và tăng tín dụng). Bên cạnh đó, các bất ổn vĩ mô bộc lộ rõ như: nhập siêu cao, tỷ giá biến động mạnh, dự trữ ngoại hối giảm, lãi suất tiết kiệm tăng vọt.

Thứ hai, lạm phát Việt Nam phụ thuộc ngày càng lớn vào lạm phát thế giới.

Độ mở của nền kinh tế nước ta hiện thuộc nhóm cao nhất thế giới, với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hiện đạt khoảng 180% GDP. Với độ mở nền kinh tế lớn, mọi biến động giá cả hàng hóa trên thị trường thế giới phần lớn được chuyển vào Việt Nam thông qua nhập khẩu.

Thứ ba, những năm gần đây lạm phát bị tác động không nhỏ của việc tăng giá một số nhóm hàng theo lộ trình.

Trước đây, giá dịch vụ y tế và giáo dục được duy trì ở mức rất thấp trong nhiều năm, do vậy ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và nguồn vốn tái đầu tư cho các lĩnh vực này.

Năm 2012, Chính phủ ban hành Nghị định 85/2012/NĐ-CP cho phép các cơ sở khám, chữa bệnh tăng giá dịch vụ y tế. Cũng trong năm này, Chính phủ ban hành Nghị định 86/2012/NĐ-CP cho phép các cơ sở đào tạo tăng giá dịch vụ giáo dục... Mục tiêu là vừa để nâng cao chất lượng dịch vụ, vừa để các cơ sở tự trang trải chi phí nhằm giảm phụ thuộc vào ngân sách nhà nước.

2. Yếu tố thuận lợi trong kiểm soát lạm phát

Chỉ tiêu lạm phát Quốc hội đặt ra cho năm là dưới 4%. Trong quá trình thực hiện mục tiêu trên, nền kinh tế Việt Nam có nhiều thuận lợi sau:

Thứ nhất, lạm phát trong những năm gần đây ở mức tương đối thấp.

Trước sự quyết liệt của Chính phủ trong việc thực hiện các giải pháp kiềm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô, từ năm 2012 lạm phát bắt đầu giảm mạnh và từ năm 2014 đến nay, chỉ số CPI luôn ở dưới 5%. Đặc biệt, lạm phát lõi, tức lạm phát đã loại trừ biến động giá của các nhóm hàng lương thực - thực phẩm và nhóm năng lượng ở mức khá thấp, dưới 2%. Lạm phát thấp trong những năm gần đây là tiền đề thuận lợi đối với công tác quản lý, điều hành kiểm soát lạm phát.

Thứ hai, kinh tế vĩ mô tương đối ổn định.

Sau hàng chục năm liên tục nhập siêu, cán cân thương mại Việt Nam đã đảo chiều sang xuất siêu trong 3 năm liên tiếp từ năm 2012 đến năm 2014. Xuất siêu đã tạo thuận lợi giúp tỷ giá ổn định, qua đó giảm áp lực lên lạm phát.

Dự trữ ngoại hối liên tục tăng và đạt mức kỷ lục 41 tỷ USD cuối năm 2016. Mức dự trữ ngoại hối cao đã góp phần giúp Ngân hàng Nhà nước ổn định tỷ giá, phần nào làm giảm áp lực lạm phát. Kinh tế vĩ mô ổn định cũng đã tạo điều kiện và dư địa để Chính phủ tiếp tục ban hành các chính sách kiềm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế ở mức hợp lý.

Thứ ba, nguồn cung hàng hóa trong nước, đặc biệt là về lương thực - thực phẩm, khá dồi dào, đảm bảo không xảy ra biến động lớn về giá.

Giá lương thực - thực phẩm ổn định giúp kiềm chế lạm phát, nhất là khi nhóm hàng này hiện chiếm tỷ trọng lớn (gần 40%) trong chỉ số CPI.

3. Những khó khăn và thách thức

Tuy có điều kiện thuận lợi, song để đạt được chỉ tiêu lạm phát thì không đơn giản, bởi nền kinh tế nước ta vẫn đang phải đối diện với không ít khó khăn:

Thứ nhất, mặc dù lạm phát từ năm 2014 đến nay luôn dưới 5%, song vẫn có xu hướng tăng mạnh (từ 1,84% năm 2014 lên 4,74% năm 2016). Nếu không có các biện pháp kiểm soát chặt chẽ, lạm phát có thể sẽ quay trở lại.

Thứ hai, cùng với chỉ tiêu lạm phát dưới 4%, Quốc hội cũng đưa ra chỉ tiêu tăng trưởng GDP khá cao, là 6,7%. Trong điều kiện Việt Nam chưa chuyển đổi hoàn toàn mô hình tăng trưởng kinh tế từ chiều rộng sang chiều sâu, để đạt mức tăng trưởng đó, chính sách tiền tệ phải có sự điều chỉnh và nới lỏng nhất định để hỗ trợ tăng trưởng GDP.

Thứ ba, giá điện, dịch vụ y tế và dịch vụ giáo dục năm 2018 tiếp tục tăng theo lộ trình sẽ đẩy chỉ số CPI tăng.

Thứ tư, bội chi ngân sách khá cao (trên 5%) và liên tục trong nhiều năm tạo sức ép rất lớn lên lạm phát.

Thứ năm, giá hàng hóa thế giới (đặc biệt là các hàng hóa đầu vào cho nền kinh tế Việt Nam), sau một thời gian khá dài tăng thấp, thậm chí giảm, được dự báo sẽ tăng trở lại. Việt Nam hiện là nền kinh tế gia công xuất khẩu dựa trên nhập khẩu phần lớn nguyên phụ liệu, linh phụ kiện và máy móc, thiết bị; giá hàng hóa thế giới tăng cũng đã đẩy giá trong nước tăng theo...

4. Giải pháp kiểm soát lạm phát

Từ những đặc điểm của lạm phát ở Việt Nam cũng như các yếu tố thuận lợi và thách thức trong việc thực hiện mục tiêu kiềm chế CPI dưới 4%. Một số giải pháp đề ra như sau:

Thứ nhất, tiếp tục chính sách kiềm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô.

Để đảm bảo kiểm soát lạm phát dưới 4%, đồng thời phục hồi tăng trưởng kinh tế ở mức 6,7%, cần tiếp tục thực hiện chính sách kiềm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô. Đồng thời, kết hợp thực hiện các chính sách phục hồi tăng trưởng như: hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn, nới lỏng chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa (đầu tư công) ở mức độ nhất định.

Trong dài hạn, để đảm bảo kiểm soát lạm phát và duy trì kinh tế vĩ mô ổn định, đồng thời phục hồi tăng trưởng kinh tế cần mạnh mẽ tái cơ cấu kinh tế và chuyển đổi

mô hình tăng trưởng theo chiều rộng (dựa trên mở rộng đầu tư và tín dụng, sử dụng lao động giản đơn giá rẻ, khai thác tài nguyên, xuất khẩu nguyên liệu thô, gia công xuất khẩu) sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu (dựa trên trình độ công nghệ cao, năng suất lao động cao, nhân lực trình độ cao, kỹ năng quản trị hiện đại, xuất khẩu sản phẩm giá trị gia tăng cao).

Thứ hai, phối hợp tốt các bộ, ngành, địa phương trong điều hành giá.

Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành liên quan (Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Y tế, Bộ Giáo dục và Đào tạo) và các địa phương (nơi được trao thẩm quyền tăng giá dịch vụ y tế, giáo dục trên địa bàn) để kiểm soát chặt chẽ việc tăng giá điện, giá dịch vụ y tế và dịch vụ giáo dục theo lộ trình, tránh hiện tượng cộng hưởng đẩy giá cả tăng vọt.

Thứ ba, kiểm soát tốt cơ cấu và chất lượng tín dụng.

Với mục tiêu tăng trưởng tín dụng tương đối cao, để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, Ngân hàng Nhà nước cần thực hiện các biện pháp giám sát chặt chẽ, nhằm đảm bảo tín dụng được đưa vào sản xuất - kinh doanh, tránh không đổ quá mức vào các lĩnh vực mang tính đầu cơ, tiềm ẩn nhiều rủi ro và dễ trở thành bong bóng, gây sức ép đẩy giá cả lên cao như bất động sản và chứng khoán...

Để đạt được mục tiêu trên có rất nhiều thách thức. Những thách thức chủ yếu là năng suất, chất lượng, hiệu quả còn chưa cao, trình độ phát triển của ta còn rất thấp, đây là yếu tố cốt lõi cực kỳ quan trọng. Tiếp theo là do yếu tố bên ngoài, tình hình thế giới luôn bất ổn, chúng ta đang trong hội nhập, độ mở nền kinh tế rất cao mà nội tại nền kinh tế chưa có sự phát triển ổn định thì chắc chắn tác động là rất lớn. Đó là những yếu tố mà chúng ta phải hết sức cảnh giác đề phòng đối với vấn đề lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/van-con-nhieu-thach-thuc-kho-khan-cho-kiem-soat-lam-phat-20190415090330186.chn

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2019-01-17/nam-2019-phan-dau-kiem-soat-lam-phat-o-muc-33-39-66842.aspx

Tăng trưởng kinh tế năm 2019 - Cơ hội, thách thức và giải pháp đề ra

Võ Trọng Đạt - CQ54/02.04

Nhiều chuyên gia và tổ chức quốc tế dự báo, kinh tế Việt Nam năm 2019 sẽ tiếp tục đạt được mức tăng trưởng khá nhưng khó có thể vượt mức tăng trưởng của năm 2018. Nếu duy trì được tốc độ tăng trưởng trên nền tảng giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát được lạm phát, đảm bảo được các cân đối lớn, bảo vệ môi trường... thì là một thành công lớn trong bối cảnh nền kinh tế đang trong quá trình chuyển đổi, tái cấu trúc để phát triển bền vững.

1. Thực trạng nền kinh tế

Cuối tuần qua, Tổng cục Thống kê công bố GDP trong 3 tháng đầu năm nay ước tính tăng 6,79% so với cùng kỳ năm trước, thấp hơn so với cùng kỳ năm 2018.

Theo ông Nguyễn Bích Lâm - Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê, việc GDP sụt giảm so với năm trước do một số yếu tố tạo nên sự đột biến trong quý I/2018 đã không còn. Sau giai đoạn phục hồi năm 2016 và 2017, quý I năm 2018 kinh tế Việt Nam bất ngờ gặp thuận lợi trên mọi lĩnh vực nên tăng trưởng kinh tế đạt mức cao kỷ lục. Tuy nhiên, sang năm 2019, bối cảnh nền kinh tế đã không còn thuận lợi như trước, tăng trưởng chậm lại trong quý I/2019 là điều hợp lý, bởi nền kinh tế không có những cú huých mạnh như trong giai đoạn 2017 - 2018, khi các tập đoàn lớn như Samsung và Formosa "bung" công suất. Với mức tăng trưởng tiềm năng khoảng 6,4 - 6,5% hiện nay thì tăng trưởng kinh tế năm nay quanh ở mức này là vừa sức và hợp lý. Việc GDP quý I sụt giảm so với năm trước do một số yếu tố tạo nên sự đột biến như quý I/2018 đã không còn.

2. Cơ hội đặt ra

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, kinh tế Việt Nam bước sang năm 2019 tiếp tục có những yếu tố thuận lợi nhất định, nhưng cũng còn không ít khó khăn, thử thách. Trước hết, năm 2019 Việt Nam có những cơ hội sau:

Thứ nhất, Việt Nam có thể tận dụng được một số tác động tích cực từ diễn biến kinh tế thế giới, như chiến tranh thương mại Mỹ - Trung có thể tạo điều kiện cho các

doanh nghiệp (DN) Việt Nam có cơ hội thâm nhập sâu hơn vào thị trường Mỹ, khi các sản phẩm từ Trung Quốc trở nên đắt đỏ hơn. Hiệp định Thương mại Việt Nam - EU, Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP),… cũng sẽ tạo điều kiện mở rộng thị trường và tác động tích cực đến kim ngạch thương mại song phương và đa phương.

***Thứ hai*,** bên cạnh đó dòng đầu tư quốc tế cũng có thể có sự dịch chuyển từ điểm đến là Trung Quốc sang các quốc gia khác, tăng cơ hội cho Việt Nam thu hút đầu tư nước ngoài, nhất là trong các lĩnh vực sản xuất hàng hóa Trung Quốc đang chịu sự trừng phạt của Mỹ.

***Thứ ba*,** tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là năm 2018 ở mức cao và tình hình kinh tế - xã hội ổn định là cơ sở để duy trì tốc độ tăng trưởng cho năm 2019. Xét từ khu vực kinh tế, sẽ vẫn đến chủ yếu từ khu vực FDI, đi kèm là cán cân thương mại được cải thiện. Điểm thuận lợi cho Việt Nam với tình hình chính trị ổn định, chính sách thu hút FDI có tính cạnh tranh cao, cộng thêm những tác động tích cực từ thế giới kể trên, Việt Nam sẽ tăng trưởng tiếp tục chủ yếu dựa vào đầu tư và thương mại quốc tế.

3. Thách thức với nền kinh tế

Bên cạnh những cơ hội đã được đặt ra ở trên, dưới đây là những khó khăn, thách thức với nền kinh tế Việt Nam trong thời gian tới:

***Một là*,** tác động bất lợi từ kinh tế thế giới. Do tính bất định và khó lường trong môi trường kinh tế thế giới, Việt Nam sẽ chịu tác động lớn bởi những cú sốc từ bên ngoài, trong khi khả năng kháng chịu và thích ứng còn chưa cao. Khi gặp khó khăn trong việc xuất khẩu hàng hóa sang Mỹ, hàng hóa Trung Quốc sẽ tìm đến các thị trường khác, gia tăng sức ép cạnh tranh với hàng hóa Việt Nam. Đặc biệt là quá trình điều chỉnh lại chính sách tiền tệ của Mỹ và EU trong thời gian tới, kéo theo sự mất giá của các đồng tiền và giá cả gia tăng ở hầu hết các nước đang phát triển, cùng với sự bất ổn của giá dầu thế giới, cũng sẽ tạo áp lực lên Ngân hàng Nhà nước trong việc kiểm soát lạm phát, ổn định lãi suất và giá trị VND, trong bối cảnh dư địa chính sách tiền tệ đã bị thu hẹp.

***Hai là*,** rào cản thể chế kinh tế và môi trường kinh doanh. Kết quả cải thiện môi trường kinh doanh đang chững lại, thực tế kết quả sản xuất cũng như các cơ hội sản xuất của các doanh nghiệp, đặc biệt ở khu vực tư nhân còn rất yếu, các rào cản phát triển còn nhiều.

Ba là, dư địa tác động của các chính sách tiếp tục bị thu hẹp. Việc gia tăng cung tiền và tín dụng phục vụ tăng trưởng có thể gây áp lực đến rủi ro lạm phát. Trước bối cảnh không gian tác động chính sách không còn nhiều, thực trạng tăng trưởng tín dụng và phương tiện thanh toán bị thu hẹp như năm 2018; những quy định an toàn hệ thống mới được áp dụng; đầu tư công suy giảm từ năm 2018 cộng thêm những rào cản đối với sự phát triển của khu vực tư nhân còn chưa được giải quyết triệt để sẽ là những lực cản đến tăng trưởng năm 2019.

4. Giải pháp đề ra để thúc đẩy tăng trưởng

Tại Nghị quyết phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 3/2019, Chính phủ đã yêu cầu các bộ, cơ quan, địa phương quyết liệt vào cuộc triển khai đồng bộ, hiệu quả 6 giải pháp nhằm tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế năm 2019 như sau:

Thứ nhất, tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy sản xuất, xuất khẩu nông, lâm, thủy sản;

Thứ hai, tăng cường tận dụng cơ hội từ Hiệp định thương mại tự do, nhất là CPTPP, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, giảm nhập siêu;

Thứ ba, thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, theo dõi sát tình hình hoạt động của doanh nghiệp, các dự án lớn để tháo gỡ kịp thời các vướng mắc;

Thứ tư, đẩy mạnh phát triển dịch vụ, nhất là những ngành dịch vụ bán buôn, bán lẻ, logistics, du lịch, công nghệ thông tin, tài chính, ngân hàng;

Thứ năm, đẩy nhanh tiến độ, phấn đấu giải ngân 100% vốn đầu tư công;

Thứ sáu, tiếp tục cải thiện mạnh mẽ, thực chất môi trường đầu tư, kinh doanh, nhất là một số văn bản quy định pháp luật đang gây vướng mắc, ảnh hưởng đến sự phát triển.

Bên cạnh các giải pháp trên, Chính phủ cũng chỉ đạo, Ngân hàng Nhà điều hành chính sách tiền tệ chủ động, linh hoạt, góp phần kiểm soát lạm phát, ổn định vĩ mô và hỗ trợ, thúc đẩy tăng trưởng; Đẩy mạnh cơ cấu lại tổ chức tín dụng gắn với xử lý nợ xấu…

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/trien-vong-phat-trien-kinh-te-viet-nam-nam-2019-302758.html

http://vneconomy.vn/dong-luc-tang-truong-kinh-te-2019-dua-tren-nhung-nen-tang-nao-20190311230130 83.htm

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/xuan-ky-hoi-2019/2019-01-28/lac-quan-voi-trien-vong-kinh-te-dat-nuoc-nam-2019-67220.aspx

Ngành gỗ Việt Nam cần chuẩn bị gì cho CPTPP?

Đỗ Thị Thúy Nga - CQ55/21.10

Trong gần 10 năm trở lại đây, với chiến lược phát triển được định hướng rõ ràng, ngành chế biến gỗ Việt Nam đã có sự phát triển vượt bậc, kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm gỗ và đồ gỗ luôn nằm trong top các nhóm hàng hóa xuất khẩu chủ lực của đất nước. Tuy nhiên, đứng trước những lợi thế của việc hội nhập CPTP, Việt Nam cần chuẩn bị những gì để ngành gỗ sẽ trở thành ngành xuất khẩu chủ lực và phát triển bền vững trong tương lai?

1. Thành tựu

Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, giá trị xuất khẩu lâm sản năm 2018 ước đạt 9,308 tỷ USD, tăng 15,9% so với năm 2017. Như vậy, chế biến gỗ chính thức vượt qua thủy sản (xuất khẩu đạt 9 tỷ USD), trở thành mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất trong ngành nông nghiệp. Giá trị xuất siêu lâm sản cả năm đạt tới 7 tỷ USD, đứng đầu các ngành kinh tế xuất khẩu của Việt Nam.

Doanh số top 100 doanh nghiệp có doanh thu ấn tượng của ngành năm nay tăng 16,3% so với top 100 năm 2017, đạt khoảng hơn 4 tỷ USD. 11 tháng năm 2018, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (G&SPG) của doanh nghiệp FDI đạt 3,5 tỷ USD, tăng 9,54% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 44% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG của cả nước, phần còn lại hơn 55% thuộc về doanh nghiệp trong nước.

Kim ngạch xuất khẩu sang hầu hết các thị trường chủ lực đều đạt mức tăng trưởng khá, đóng góp mạnh mẽ vào tốc độ tăng trưởng chung của toàn ngành. Mỹ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, chiếm tới 44% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG, thị trường lớn thứ 2 là Nhật Bản - chiếm 13%, tiếp theo là thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc, Anh, Australia, Canada, Pháp… Ở chiều ngược lại, giá trị kim ngạch nhập khẩu năm 2018 cũng tăng 6,27% so với năm 2017, đạt khoảng 2,3 tỷ USD. 11 tháng năm 2018, kim ngạch nhập khẩu của các doanh nghiệp FDI đạt 596 triệu USD, tăng 5,4% so với cùng kỳ năm ngoái.

Theo Tổng cục Lâm nghiệp, sản lượng khai thác gỗ rừng năm 2018 đạt khoảng 27,5 triệu m^3. Trong đó, khai thác từ rừng trồng tập trung 18,5 triệu m^3, tăng 3% so với

năm 2017, khai thác từ cây trồng phân tán và cây cao su tái canh khoảng 9 triệu m3 gỗ. Nguồn nguyên liệu bản địa này đã đáp ứng phần lớn nhu cầu sản xuất, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp và góp phần nâng cao đời sống cho người dân. Ngoài ra, khoanh nuôi tái sinh thêm 386.485 ha và trồng rừng ven biển 2.400 ha. Thực hiện trồng rừng thay thế, lũy kế đến nay, cả nước đã trồng được 58.879 ha, đạt 87% tổng diện tích phải trồng. Trong đó, nhóm các dự án thủy điện đã trồng 25.496 ha; nhóm các dự án sản xuất - kinh doanh đã trồng 17.884 ha; nhóm các dự án công trình công cộng và an ninh, quốc phòng đã trồng 15.500 ha.

Năm 2018, cả nước đã phát hiện 12.945 vụ vi phạm Luật Lâm nghiệp, giảm 3.577 vụ (tương ứng giảm 22%) so với năm 2017. Các hành vi, vụ việc vi phạm đã giảm cả về số lượng và quy mô.

2. Cơ hội cho ngành gỗ Việt Nam khi tham gia CPTPP

Ngày 30/12/2018 vừa qua, Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã chính thức có hiệu lực mở ra những cơ hội lớn cho ngành gỗ Việt Nam. Tuy nhiên, nắm bắt cơ hội này như thế nào lại phụ thuộc vào sự chuẩn bị của chính mỗi doanh nghiệp.

Theo cam kết, Hiệp định CPTPP có hiệu lực sẽ giúp cắt giảm 86% tổng số dòng thuế nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản, tập trung vào những mặt hàng Việt Nam có thế mạnh như đồ gỗ.

Trước đó, theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, thị phần sản phẩm ngành gỗ Việt Nam tại thị trường Nhật Bản đã tăng từ 24,5% năm 2017 lên 25,8% trong năm 2018. Theo đó, Việt Nam là nguồn cung sản phẩm gỗ lớn thứ hai tại thị trường Nhật Bản sau Trung Quốc, với các mặt hàng chủ yếu là nội thất phòng khách và phòng ăn. Như vậy, CPTPP sẽ là cơ hội để các sản phẩm đồ gỗ của Việt Nam tiếp tục thâm nhập sâu hơn vào thị trường Nhật Bản.

Bên cạnh thị trường Nhật Bản, cũng phải kể đến các thị trường khác trong khuôn khổ CPTPP như Canada, Mexico... Cụ thể, với thị trường Canada, theo đánh giá của các nhà chuyên gia, khi CPTPP có hiệu lực sẽ là cơ hội cho các sản phẩm ngành gỗ như: ván sàn, gỗ thanh... bởi mức thuế 3,5% sẽ được xóa bỏ. Bên cạnh đó, các sản phẩm như: ván dán, ván ghép, khung tranh, khung cửa, đặc biệt là đồ nội thất sẽ có cơ hội "vươn" sang thị trường Canada khi mức thuế nhập khẩu từ 6-9,5% tại thị trường này được xóa bỏ. Đồng thời, theo cam kết của Hiệp định CPTPP, thị trường Mexico đã đồng ý xóa bỏ thuế nhập khẩu cho toàn bộ các sản phẩm gỗ, bao gồm cả ván dán, ván dăm, gỗ thanh, ván sàn và đồ nội thất, ngoại thất với lộ trình tối đa là 10 năm. Theo đó cơ hội cho sản phẩm gỗ Việt Nam lớn dần theo thời gian khi thuế giảm dần về 0%.

Bên cạnh cơ hội, triển vọng từ các thị trường rộng lớn, việc CPTPP có hiệu lực, còn giúp việc mua máy móc, thiết bị và công nghệ từ các quốc gia phát triển như Nhật Bản, Canada... được thuận lợi hơn khi thuế hạ xuống. "Trước đây, chúng ta thường nhập khẩu máy móc giá rẻ nhưng kém chất lượng tại Trung Quốc và Đài Loan. Nhưng khi CPTPP có hiệu lực, chúng ta có thể nhập khẩu máy móc công nghệ chất lượng cao từ các quốc gia phát triển khác", ông Nguyễn Tôn Quyền, Tổng thư ký Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (Vifores) cho biết.

3. Thách thức cho ngành gỗ Việt Nam khi tham gia CPTPP

Tuy là một nước "tam sơn tứ hải" nhưng Việt Nam mới chiếm 6% thị phần của thế giới về sản phẩm, sự đa dạng hấp dẫn sản phẩm đồ gỗ còn khiêm tốn. Trong khi đó, thế giới có nhu cầu tới 430 tỉ USD đối với mặt hàng gỗ, lâm sản. Bộ Trưởng Nguyễn Xuân Cường cho hay, ngành công nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ, lâm sản thời gian tới sẽ đối mặt với nhiều thách thức lớn.

- *Chất lượng gỗ rừng trồng:* Việc hợp tác giữa các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu với người trồng rừng để nâng cao chất lượng gỗ rừng trồng vẫn còn hạn chế. Gỗ rừng trồng chủ yếu nhỏ, khai thác sớm, chất lượng thấp, cùng với sự phát triển nhanh của các cơ sở chế biến gỗ, nên áp lực về thiếu chủ động được nguồn nguyên liệu chất lượng gay gắt hơn, trong khi nguyên liệu nhập khẩu ngày càng khan hiếm và đắt đỏ hơn.

- *Giá thành vật liệu phụ trợ cao, rào cản kỹ thuật:* Vật liệu phụ trợ vẫn chủ yếu nhập khẩu, nên giá thành cao; cơ sở đào tạo nguồn nhân lực trong chế biến gỗ chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn sản xuất, nên hiệu quả và năng suất lao động còn thấp. Chủ nghĩa bảo hộ quốc tế đang có xu hướng gia tăng, nhiều chính sách tạo lập, rào cản kỹ thuật của nhiều quốc gia là thách thức đối với sự phát triển, xuất khẩu của ngành công nghiệp chế biến gỗ và lâm sản.

- *Xung đột thương mại các nền kinh tế lớn:* Mặt khác, xung đột thương mại giữa các nền kinh tế lớn chắc chắn sẽ tác động đến nhiều mặt, cả mặt thuận và không thuận đến tăng tưởng bền vững đối với ngành chế biến xuất khẩu gỗ và lâm sản. Ngoài ra, yêu cầu quản lý nguồn gốc, xuất xứ của sản phẩm "sạch" là thách thức đối với công tác quản lý nhà nước.

Tuy nhiên, khi CPTPP chính thức có hiệu lực, một vấn đề lớn đặt ra đối với các doanh nghiệp ngành gỗ đó là sự cạnh tranh ngay chính trên sân nhà. Theo ông Trần Việt Tiến, Ủy viên thường trực Hội Mỹ nghệ và chế biến gỗ TP. Hồ Chí Minh: "CPTPP sẽ mang lại nhiều cơ hội thương mại cho ngành gỗ Việt Nam. Và nhiều doanh

nghiệp nước ngoài cũng có xu hướng chuyển dịch sản xuất vào Việt Nam để hưởng ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do, trong đó có CPTPP". Theo phân tích của ông Tiến, điều này sẽ tạo ra sự cạnh tranh lớn đối với doanh nghiệp nội. Theo đó, những doanh nghiệp ngoại nhìn chung đều là những thương hiệu có kinh nghiệm hoạt động tại nhiều quốc gia trên thế giới, họ biết cách tuân thủ các quy tắc về nguồn gốc xuất xứ trong chuỗi giá trị, điều mà phần lớn doanh nghiệp nội chưa thể làm tốt hiện nay.

3. Một số giải pháp đề xuất

Trong thời gian tới, Việt Nam cần tập trung các một số vấn đề cốt lõi sau trong quá trình xây dựng các giải pháp chuẩn bị nguồn nguyên liệu cho chế biến đồ gỗ xuất khẩu:

Thứ nhất, công tác dự báo nhu cầu gỗ nguyên liệu cần được thực hiện một cách bài bản, khoa học và chi tiết. Dự báo nhu cầu nguyên liệu cần cụ thể đến mức độ sản xuất đồ gỗ trong những năm tiếp theo sẽ cần cụ thể những loại gỗ nào và sản lượng bao nhiêu để có thể đáp ứng nhu cầu. Các chỉ tiêu về chất lượng, yêu cầu về sản xuất gỗ nguyên liệu cũng cần được thể hiện rõ.

Thứ hai, đối với nguồn nguyên liệu trong nước, chúng ta cần rà soát cụ thể khả năng cung ứng của từng loại trong điều kiện thực tế nguồn nguyên liệu của cả nước, từ đó có những chính sách cụ thể trong quá trình trồng rừng, khai thác, xuất khẩu gỗ thô và sử dụng triệt để phần nguyên liệu nội địa. Tuy nhiên, việc hạn chế xuất khẩu những loại nào, chú trọng vào phát triển loại nguyên liệu nội địa nào hay cần trồng loại gỗ nguyên liệu nào cũng chỉ có thể thực hiện được nếu công tác dự báo nhu cầu nguyên liệu được hiện bài bản, khoa học và chính xác.

Thứ ba, nguồn nguyên liệu nhập khẩu vẫn là cấu thành quan trọng trong các sản phẩm đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam. Do đó, Chính phủ cần tạo những điều kiện thuận lợi nhất để nhập khẩu và cung ứng nguyên liệu gỗ cho ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu sản phẩm gỗ sao cho đáp ứng số lượng, chất lượng và thời gian với giá cả cạnh tranh. Trong đó, xây dựng cổng thông tin về nguyên liệu gỗ là điều kiện quan trọng để các doanh nghiệp có thể tham khảo các thông tin về nguồn nguyên liệu gỗ, chủ động hơn trong việc nhập khẩu và tránh dự trữ tồn kho nguyên liệu trong thời gian quá dài.

Cuối cùng, đối với nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu, với yêu cầu về xuất xứ nguyên liệu trong CPTPP thì bắt buộc các doanh nghiệp chế biến gỗ phải sử dụng các nguồn nguyên liệu hợp pháp.

Tài liệu tham khảo:

https://viracresearch.com/industry/bao-cao-chuyen-sau-nganh-go-viet-nam-q22018

http://goviet.org.vn/bai-viet/dau-an-nganh-go-nam-2018-nam-cua-nhung-suc-bat-noi-tai-8942

Cách mạng công nghiệp 4.0 và yêu cầu đối với giáo dục đại học ở Việt Nam

Nguyễn Minh Ngọc - CQ55/05.05

Thế giới ngày nay đang trải qua những thay đổi lớn chưa từng có. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư - còn được gọi là công nghiệp thế hệ 4.0 (CMCN 4.0) - đã, đang và sẽ tiếp tục tạo ra những biến động mạnh mẽ, gây ảnh hưởng đến mọi mặt của cuộc sống con người trong thế kỷ 21. Cuộc cách mạng này sẽ ảnh hưởng sâu sắc đến nền kinh tế, xã hội toàn cầu, trong đó có nền giáo dục. Đặt ra những vấn đề cấp bách cho nền giáo dục, nếu coi giáo dục (đặc biệt là giáo dục đại học) là bước chuẩn bị hành trang cần thiết cho người học tự tin bước vào cuộc sống, thì nhà trường cần trang bị một cách đầy đủ những kỹ năng cần thiết cho họ, không chỉ cho hiện tại mà còn cả tương lai.

1. Giới thiệu về Cách mạng công nghiệp 4.0

Có thể nói đây là khái niệm được nhắc đến nhiều nhất trên truyền thông cũng như mạng xã hội. Vậy "cách mạng công nghiệp 4.0 hay còn gọi là cuộc cách mạng lần thứ 4" được hiểu như thế nào?

Lịch sử đã ghi nhận 3 cuộc cách mạng công nghiệp chính thức, làm thay đổi toàn bộ nền sản xuất và các điều kiện kinh tế - xã hội của thế giới. Cách mạng công nghiệp lần thứ nhất được đánh dấu bằng sự ra đời của máy hơi nước. Cuộc cách mạng thứ 2 là sự xuất hiện của điện năng, lần thứ 3 là sự bùng nổ của tin học và tự động hóa. Vậy câu hỏi đặt ra là cuộc cách mạng lần thứ 4 là gì và còn bao lâu nữa thì thực sự xảy đến?

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 là xu hướng tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất. Bản chất của CMCN lần thứ 4 là dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất; nhấn mạnh những công nghệ đang và sẽ có tác động lớn nhất là công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, công nghệ tự động hóa, người máy,... Nó bao gồm các hệ thống không gian mạng, Internet vạn vật và điện toán đám mây. Qua đó, người ta tạo ra những nhà máy thông minh với hệ thống máy móc tự kết

nối với nhau, tự tổ chức và quản lí. Đây còn được gọi là cuộc cách mạng số, vì chúng ta sẽ được chứng kiến công cuộc "số hóa" thế giới thực thành thế giới ảo.

Có thể thấy cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 không còn là dự đoán, hiện nay với sự ra đời liên tiếp của một loạt các thành phẩm như: robot tự động mang trí tuệ nhân tạo, máy bay tự lái, in ấn 3 chiều công nghệ sinh học và công nghệ nano,... chúng ta đang dần tiếp xúc và thay đổi theo kỷ nguyên 4.0 một cách rõ nét.

2. Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đối với giáo dục đại học tại Việt Nam

Theo các chuyên gia trong ngành giáo dục, thời đại mới người ta sẽ không còn quá quan trọng tấm bằng một cách hình thức, nguồn gốc xuất thân hay các mối quan hệ mà yêu cầu là kiến thức, trình độ chuyên môn, kỹ năng,... Có thể nói đối với kỷ nguyên CMCN 4.0 là thời đại làm theo năng lực hưởng theo nhu cầu, tất cả mọi cơ hội đều san đều cho tất cả. Ai có năng lực thực sự, trình độ chuyên môn tốt, có kỹ năng, tạo ra nhiều giá trị cho xã hội thì đó sẽ là người thành công.

Thực tế cho thấy, nghiên cứu năm 2013 của Lumina Foundation/Gallup phát hiện rằng chỉ 11% lãnh đạo kinh doanh cho rằng sinh viên tốt nghiệp Đại học theo ngành nghề họ đang tìm kiếm là làm việc được. Con số này khác xa với 96% cán bộ phụ trách đào tạo ở các Đại học, Cao đẳng lại rất tự tin cho rằng trường của họ đang đào tạo sinh viên cho các nghề nghiệp tương lai.

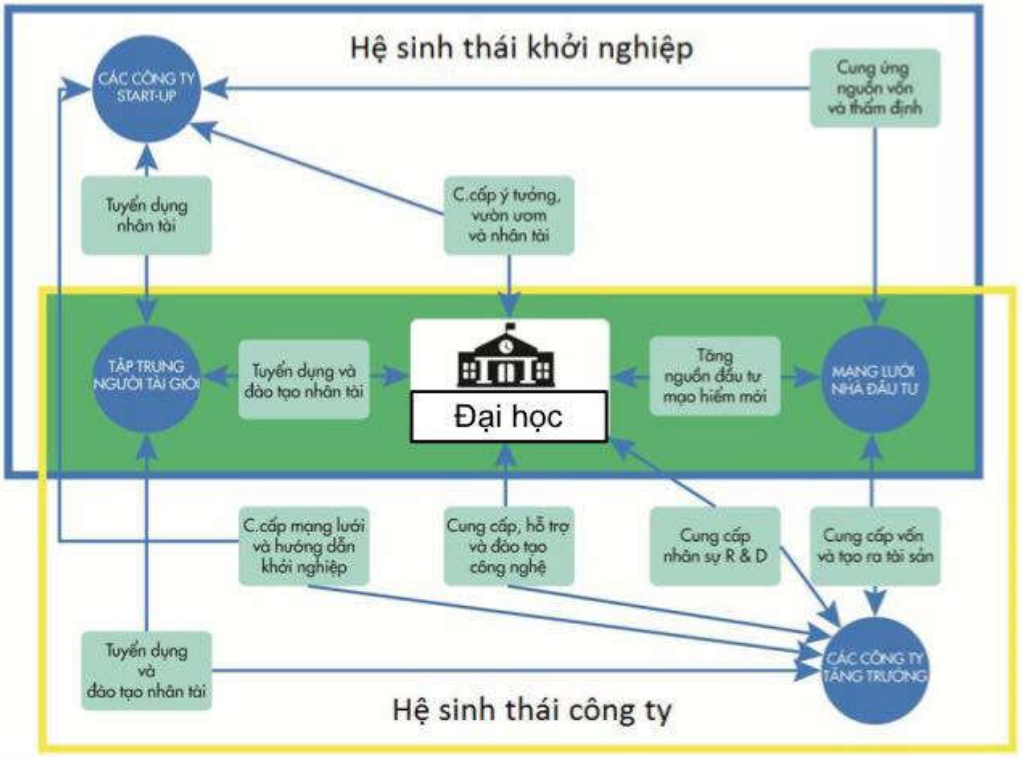
Khảo sát điều tra của Học viện chế tạo và Hãng Deloitte với 450 giám đốc điều hành sản xuất cho thấy những lĩnh vực mà nhân công thiếu kỹ năng nhất là: Công nghệ và máy tính (70%), Giải quyết vấn đề (69%), đào tạo kỹ thuật cơ bản (67%) và kỹ năng tính toán (60%).

Cuộc CMCN 4.0 có ảnh hưởng trực tiếp, lớn nhất đến giáo dục - nơi trực tiếp đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho công nghiệp 4.0. Để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho nền công nghiệp mới và đồng thời tận dụng thế mạnh của công nghệ thông tin (CNTT), nhiều trường đại học trên thế giới đã và đang đổi mới toàn diện.

3. Giáo dục đại học phải làm gì trước cuộc CMCN 4.0?

Giáo dục 4.0 là một mô hình giáo dục thông minh, liên kết chủ yếu giữa các yếu tố nhà trường - nhà quản lý - nhà doanh nghiệp, tạo điều kiện cho việc đổi mới, sáng tạo và năng suất lao động trong xã hội tri thức.

Giáo dục 4.0 sẽ giúp thay đổi tư duy và cách tiếp cận về mô hình đại học. Trường đại học không chỉ là nơi đào tạo, nghiên cứu mà còn là trung tâm đổi mới sáng tạo, giải quyết các vấn đề thực tiễn, mang lại giá trị cho xã hội. Trường không chỉ đóng khung trong các bức tường của giảng đường, lớp học hay phòng thí nghiệm, mà phải mở rộng kết hợp với các doanh nghiệp, với thị trường lao động để trở thành một hệ sinh thái giáo dục.



Thứ nhất, nền tảng của CMCN 4.0 là sự kết nối giữa thế giới thật và ảo thông qua phần mềm công nghệ thông tin, kỹ thuật số và kết nối mạng, do vậy kiến thức và kỹ năng về công nghệ thông tin và kỹ thuật số có vai trò rất quan trọng đối với nhà trường cũng như người học. Nhiệm vụ của các trường đại học trong giai đoạn tới phải đào tạo đủ chuyên gia công nghệ thông tin; tích cực trang bị cho sinh viên các kiến thức kỹ thuật số và kỹ năng có liên quan để đáp ứng nhu cầu xã hội trong nền công nghiệp 4.0, trang bị trình độ ngoại ngữ đủ để có thể làm việc ở mọi nơi trong tư cách của công dân toàn cầu.

Thứ hai, vấn đề việc làm và thất nghiệp là hiện tượng phổ biến của quá trình công nghiệp 4.0, nhất là thời kỳ đầu khi lực lượng lao động chưa thích ứng với điều kiện mới của công nghiệp và sự chuyển dịch mạnh cơ cấu lao động giữa các lĩnh vực. Thực tế, đã có những thay đổi việc làm trên thị trường lao động, người máy bắt đầu thực hiện các công việc phổ thông thay cho con người. Người máy với nguồn học liệu vô tận có thể thực hiện tốt các bài giảng ở một số môn học như địa lý, lịch sử... và có thể hoàn toàn thay thế đội ngũ giáo viên hiện nay. Việc làm ở các lĩnh vực như tư vấn pháp luật, kế toán và tư vấn thuế cũng có thể bị thay thế hoàn toàn bởi các rô-bốt thông minh. Do vậy, vấn đề đặt ra đối với các trường đại học là định hướng đào tạo đáp ứng yêu cầu ngành nghề của cuộc CMCN 4.0 và đào tạo lại để thích ứng với ngành nghề mới.

Thứ ba, chương trình đào tạo hiện nay vẫn chưa được linh hoạt, nội dung chưa phù hợp với nhu cầu và xu thế thị trường lao động CMCN 4.0. Giáo dục và huấn luyện là một trong 9 lĩnh vực có nhiều thay đổi, hệ thống giáo dục nghề nghiệp sẽ bị tác động rất mạnh và toàn diện, danh mục nghề đào tạo và chương trình đào tạo sẽ phải điều chỉnh, cập nhật liên tục vì ranh giới giữa các lĩnh vực rất mỏng manh. Các trường đại học thực hiện hoạt động đào tạo theo hai hướng: một mặt phải đáp ứng tính định hướng xã hội, mặt khác đào tạo cung cấp nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Tuy nhiên, áp lực đối với các trường đại học càng lớn khi chương trình đào tạo vừa đáp ứng tính chuyên môn cao trong lĩnh vực nhất định, vừa đáp ứng tính liên ngành (công nghệ thông tin, kỹ thuật số, mạng, kiến thức chuyên ngành) và các kỹ năng khác không thể thiếu, như: khả năng suy nghĩ có hệ thống, khả năng tổng hợp, khả năng liên kết giữa thế giới thực và ảo, khả năng sáng tạo, kỹ năng làm việc nhóm, khả năng hợp tác liên ngành… Trong bối cảnh kiến thức về công nghệ thay đổi rất nhanh, việc trang bị cách thức tự học và ý thức học tập suốt đời càng quan trọng hơn kiến thức của chương trình đào tạo. Như vậy, CMCN 4.0 đã tạo áp lực lớn trong hoạt động đào tạo đối với các trường đại học, từ xây dựng chương trình đào tạo, cập nhật nội dung chương trình cho đến đào tạo kỹ năng cho người học để đáp ứng yêu cầu công nghiệp.

Thứ tư, một vấn đề khác đặt ra cho các cơ sở đào tạo bậc cao là cách thức tổ chức để chuyển tải nội dung chương trình đào tạo đến người học. Cách mạng 4.0 đòi hỏi phương thức và phương pháp đào tạo thay đổi với sự ứng dụng mạnh mẽ của công nghệ thông tin, công nghệ kỹ thuật số và hệ thống mạng. Các hình thức đào tạo online, đào tạo ảo, mô phỏng, số hóa bài giảng… sẽ là xu hướng đào tạo nghề nghiệp trong

tương lai. Điều này đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải có sự chuẩn bị tốt nguồn lực tổ chức giảng dạy, đặc biệt là đội ngũ giảng viên, xây dựng không gian học tập, trang thiết bị phục vụ cho việc dạy và học…

Như vậy, với khâu đầu tiên mang tính đột phá là công nghệ thông tin, Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động to lớn, mạnh mẽ, tạo nên những bước ngoặt lớn lao với nền giáo dục thế giới nói chung, Việt Nam nói riêng, để làm được điều đó thì giáo dục đóng vai trò nòng cốt... Phó thủ tướng Vũ Đức Đam cho rằng: Vấn đề đặt ra hiện nay là cần phải thay đổi căn bản, không chỉ đổi mới trên phương diện đào tạo ngành nghề hay giáo dục ở bậc đại học, mà cần thay đổi từ giáo dục bậc phổ thông, mẫu giáo; yêu cầu đặc biệt hiện nay là giáo dục ý thức và kỹ năng của một công dân toàn cầu.

Tài liệu tham khảo:

http://www.vncold.vn/Modules/CMS/Upload/10/DoDay/171205/DaiHoc40_1711.pdf

http://giaoduc.net.vn/Giao-duc-24h/Viet-Nam-co-dao-tao-duoc-cong-dan-toan-cau-trong-thoi-dai-40-khong-post174361.gd

Thư giãn:

BẮT QUẢ TANG

Trên đường đi học về, thấy Hoàng yên lặng khác thường, Dũng ngạc nhiên:

- Sao bồ có vẻ thất thần vậy?

- Hôm nay tớ có kiểm tra, nhưng tớ phải nộp giấy trắng!

- Chắc là không học bài nên phải nộp giấy trắng chớ gì.

- Không đâu, hôm kia tớ mơ là nghe thầy nói ai cóp-pi sẽ bị zerô, còn ai bắt quả tang bạn mình quay cóp sẽ được thưởng điểm 10. Cho nên hôm qua tớ không thèm học bài, để hôm nay ngồi canh xem có ai quay không cho khỏe, nào ngờ...

Giải pháp phát triển thị trường bán lẻ của doanh nghiệp Việt Nam

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

Bán lẻ (retailing) là việc mua sản phẩm từ các nhà sản xuất, nhà bán buôn hoặc công ty bán lẻ lớn và bán lại cho người tiêu dùng cuối cùng. Các tổ chức bán lẻ có quy mô rất khác nhau. Chúng có thể là một cửa hàng duy nhất hoặc các cửa hàng liên hoàn bao gồm nhiều chi nhánh, kể cả cửa hàng bách hoá tổng hợp, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng giảm giá và hợp tác xã tiêu thụ.

1. Tiềm năng phát triển của hoạt động bán lẻ tại Việt Nam

Báo cáo của Omnichannel cho biết, hiện tại tốc độ tăng trưởng của ngành bán lẻ hiện đại ở Việt Nam là 5,4%. Việt Nam là quốc gia có ngành bán lẻ truyền thống nhất với tỷ lệ hiện đại hóa và điện tử hóa thương mại nhỏ hơn hai đến ba lần so với các quốc gia khác trong khu vực như Philippines và Thái Lan. Trung bình cứ 100 USD tiêu dùng thì có tới 81,8 USD được chi trả cho các hàng hóa mua tại chợ truyền thống. Bên cạnh đó, Việt Nam có nhiều tiềm năng từ những dấu hiệu tăng trưởng tích cực. Nền kinh tế Việt Nam năm 2018 có tăng trưởng kỷ lục 7,08%. Dân số tăng trưởng 1%, tương đương 1 triệu người mỗi năm. Mức độ đô thị hóa của Việt Nam cũng rất cao, ước tính đến năm 2040, một nửa dân số sẽ sống ở khu vực thành thị (33,1% vào năm 2014). Ngành bán lẻ ở khu vực thành thị trong năm vừa qua vẫn đang là động lực cho sự tăng trưởng. Mức sống tăng, cùng với sự mở rộng của tầng lớp trung lưu và lối sống thành thị được cho là nguyên nhân chính khiến bán lẻ trở thành một lĩnh vực tiềm năng. Hiện tầng lớp trung lưu Việt Nam có mức thu nhập từ 15 triệu đồng/tháng trở lên đang tăng gấp đôi trong giai đoạn 2014-2020, chiếm khoảng 1/3 dân số thành thị. Đó là chưa kể, cơ cấu dân số trẻ dưới 40 tuổi chiếm khoảng 60%, là một yếu tố quan trọng để thu hút các nhà bán lẻ quốc tế vào Việt Nam ngày càng nhiều.

Hiện nay, Việt Nam đang đứng thứ 6 trên thế giới và thứ 4 châu Á về Chỉ số Phát triển bán lẻ toàn cầu GRDI (Global Retail Development Idex). Trong những năm gần đây, nhiều hãng bán lẻ lớn trên thế giới đã trở nên quá quen thuộc với người tiêu dùng như: Aeon, Lotte, Circle K,...

2. Xu hướng tiêu dùng hiện nay

Kinh doanh đa kênh tích hợp đang và sẽ là xu thế tất yếu, các cửa hàng truyền thống sẽ mở rộng kinh doanh trực tuyến, các nhà bán lẻ sẽ sử dụng các nguồn lực truyền thống để vận hành và phát triển thương mại điện tử. Người tiêu dùng Việt Nam đang thay đổi với tốc độ chóng mặt, tập trung chủ yếu vào 5 xu hướng mới:

Thứ nhất, lối sống bận rộn, quy mô hộ gia đình nhỏ hơn nhưng giàu có hơn tạo nhu cầu lớn cho sự tiện dụng, người tiêu dùng sẽ có xu hướng mua sắm nhiều hơn và thường xuyên hơn ở các cửa hàng có định dạng nhỏ.

Thứ hai, người tiêu dùng mong muốn sự cao cấp hơn.

Thứ ba, người tiêu dùng mong muốn có một cuộc sống tốt hơn, do đó họ dành chi tiêu cho nhiều ngành hàng khác, không đơn thuần chỉ là các sản phẩm tiêu dùng nhanh nữa. Các khoản mục lớn sẽ là sự ưu tiên của người tiêu dùng trong bối cảnh hiện tại.

Thứ tư, người tiêu dùng đang thay đổi quan điểm ăn uống của mình và họ mong muốn có nhiều sản phẩm được sản xuất từ nguyên liệu tự nhiên hơn.

Thứ năm, người tiêu dùng hiện nay dành thời gian tương đương với 3 ngày làm việc mỗi tuần để tương tác trên internet, họ truy cập internet mọi lúc mọi nơi.

Người mua hàng Việt Nam ngày nay đã dần ít vào chợ truyền thống, thay vào đó đến các cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini, cửa hàng bán các sản phẩm chăm sóc cá nhân, cửa hàng thuốc tây hiện đại và cửa hàng tạp hóa thường xuyên hơn. Theo thống kê, số lượt người mua sắm tại các cửa hàng tiện lợi trong năm 2018 đã tăng gấp 4 lần so với năm 2010. Khoảng 5 - 10 năm qua, thị trường bán lẻ Việt Nam thay đổi rất nhanh theo xu hướng kết hợp giữa 2 hình thức online và offline. Số lượng người tiêu dùng trẻ tăng nhanh, xu hướng tiêu dùng thay đổi cùng với sự phát triển của công nghệ. Việt Nam là thị trường mới nổi khi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển mạnh mẽ. Xu hướng chung của thị trường bán lẻ Việt Nam là nhiều dịch vụ khách hàng sẽ được ảo hóa bằng công nghệ IT cho phép nhà kinh doanh biết khách hàng là ai, muốn gì trước khi phục vụ.

3. Những khó khăn, thách thức trong lĩnh vực bán lẻ

Thứ nhất, về vị trí xây dựng. Giá bất động sản ở trung tâm thành phố quá đắt, nên các siêu thị và trung tâm thương mại lớn thường bị đẩy ra khu vực ngoại thành,

điều đó làm giảm sức hút của các trung tâm mua sắm này cũng như lượng khách vãng lai của họ.

Thứ hai, người Việt vẫn đánh giá cao sự tiện lợi. Hình thức chợ truyền thống và chợ tạm đã quá phổ biến tại Việt Nam, trong khi vẫn chưa có cách nào để quy hoạch một cách tập trung. Hầu hết người Việt vẫn thích đi chợ truyền thống thay vì đến các trung tâm lớn, với tâm lý mua được đồ tươi hơn, gần hơn, lựa chọn thoải mái hơn và quan trọng là dễ "mặc cả".

Thứ ba, đó là chi phí thuê mặt bằng đang quá cao, nguồn nhân lực chưa chuyên nghiệp, nguồn cung ứng chưa ổn định, hàm lượng công nghệ trong quản lý còn kém.

Thứ tư, các doanh nghiệp bán lẻ Việt còn yếu về vốn, thiếu sự liên kết trong quản trị doanh nghiệp. Hơn nữa, hệ thống mua bán tại Việt Nam qua rất nhiều tầng lớp trung gian nên giá hàng hóa bị đẩy lên cao.

Thứ năm, sự đầu tư ồ ạt của các tập đoàn nước ngoài, điều này tác động lớn đến nhà phân phối bán lẻ trong nước, họ có tiềm lực tài chính, có nguồn nhân lực chất lượng, được đầu tư công nghệ bài bản, do vậy, các công ty bán lẻ có quy mô nhỏ gặp rất nhiều khó khăn trong cạnh tranh.

4. Những giải pháp phát triển thị trường bán lẻ của Việt Nam

Một là, phải nối kết tốt nhất với khách hàng, làm sao để khách hàng nhận ra rằng doanh nghiệp đang nối kết với họ. Lợi thế của các nhà bán lẻ Việt Nam là am hiểu về người tiêu dùng. Doanh nghiệp phải tập trung vào khách hàng, phải năng động hơn, phải hiểu về người tiêu dùng nhiều hơn thông qua công nghệ, mạng xã hội (zalo, facebook...) để cá nhân hóa nhu cầu của người tiêu dùng.

Các nhà bán lẻ cần quan tâm là làm sao để xây dựng hệ thống mua sắm đa kênh, tích hợp nhiều hình thức mua sắm cùng một lúc. Vì trên thực tế, người tiêu dùng thường tìm kiếm thông tin trên internet nhưng lại vào cửa hàng xem sản phẩm và mua hàng trực tuyến, sau đó đánh giá sản phẩm trên mạng xã hội. Hiện nay, khoảng cách mua sắm giữa hàng online và ofline ngày càng mờ dần, vì vậy cần cung cấp các hình thức đa kênh.

Nhà bán lẻ cần cung cấp nhiều hình thức bán hàng để khách hàng lựa chọn. Doanh nghiệp Việt Nam cần hợp tác để tạo ra sự khác biệt. Trước hết, cần phân nhóm cửa hàng và quản trị, vận hành, sự cam kết, cá nhân hóa, hợp tác và sự khác biệt.

Hai là, bản thân các doanh nghiệp cần có sự liên kết chặt chẽ, tận dụng tốt thế mạnh của nhau mới tạo thành sức mạnh tổng hòa, cần tận dụng, khai thác có hiệu quả những phân khúc thị trường có lợi thế.

Liên kết chuỗi sản xuất - cung ứng thật chắc chắn trên thị trường nội địa cũng là vấn đề hết sức cấp bách. Nếu không có nền sản xuất nội địa tốt thì khó có cơ hội phát triển trên thị trường bán lẻ và cạnh tranh với doanh nghiệp ngoại. Cần tạo ra liên kết vùng, liên kết sản xuất - phân phối, phân phối - phân phối, bán buôn - bán lẻ, sẽ giúp giảm giá thành và hàng sản xuất được đảm bảo về nguồn đầu ra, tránh tình trạng lãng phí.

Ba là, Nhà nước cần có sự hỗ trợ về mặt chính sách vĩ mô, ưu tiên cho doanh nghiệp bán lẻ trong nước về mặt bằng, thuế suất để cân bằng và cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài.

Bốn là, bản thân các doanh nghiệp Việt phải chủ động vươn lên, liên kết, gắn bó, chia sẻ lợi nhuận giữa người sản xuất và người bán hàng, xây dựng đạo đức văn hóa kinh doanh, mở rộng hình thức bán hàng, phải nỗ lực chủ động hội nhập, đầu tư chất lượng nhân sự, công nghệ quản trị, quảng bá thương hiệu của mỗi doanh nghiệp.

Năm là, đảm bảo nguồn gốc xuất xứ, chất lượng của sản phẩm, các doanh nghiệp nên đưa ra những chính sách thu hút tiêu dùng như khuyến mãi, sản phẩm tặng kèm… làm sao mang đến cho khách mức giá phù hợp với giá trị thực của sản phẩm.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/doanh-nghiep-ban-le-viet-lam-sao-de-giu-vai-tro-chu-dao-143163.html

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/xu-huong-tieu-dung-buoc-cac-nha-ban-le-viet-nam-thay-doi-phuong-thuc-kinh-doanh-300101.html

Chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

Bùi Thị Vân Anh - CQ53/21.05

Thẻ là một phương tiện thanh toán, chi trả mà người sở hữu có thể dùng để thỏa mãn nhu cầu về tiêu dùng của mình, kể cả rút tiền mặt hoặc sử dụng nó làm công cụ thực hiện các dịch vụ tự động do Ngân hàng hoặc các tổ chức khác cung cấp. Thẻ là biểu tượng về sự cam kết của Ngân hàng hoặc tổ chức phát hành ra nó, đảm bảo thanh toán những khoản tiền do chủ thẻ sử dụng bằng tiền của ngân hàng cho chủ thẻ vay hoặc tiền của chính chủ thẻ đã gửi tại ngân hàng.

Như vậy, xuất phát từ thực tiễn, qua quá trình phát triển các chức năng sử dụng của các loại thẻ hiện nay, dựa trên sự phát triển của công nghệ thì mục đích sử dụng của thẻ không còn bó hẹp trong từng lĩnh vực cụ thể như khi mới hình thành nữa. Với một tấm thẻ, người dùng không chỉ sử dụng để thanh toán tại đơn vị chấp nhận thẻ để mua hàng hóa dịch vụ, cũng không chỉ dùng để rút tiền mặt, chuyển khoản, xem sao kê tài khoản của mình tại ngân hàng, giao dịch mua bán qua mạng lưới internet, trả cước phí dịch vụ công cộng; mà chủ thẻ còn có thể vừa sử dụng bằng tiền gửi của mình tại ngân hàng, vừa sử dụng tiền vay nếu được ngân hàng chấp nhận… Do đó, từ sự kết hợp giữa nội dung, mục đích, tác dụng… của các loại thẻ qua thực tiễn phát sinh, có thể hiểu: Thẻ chính là chìa khóa đa năng để chủ thẻ kết nối với các chủ thể khác tham gia hệ thống thanh toán thẻ phục vụ quá trình lưu chuyển hàng hóa, tiền tệ được thỏa thuận trước nhằm thực hiện các dịch vụ thỏa mãn nhu cầu của mình.

Phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại là việc ngân hàng dùng những tiềm năng sẵn có như nguồn nhân lực, nguồn vốn, uy tín của mình để mở rộng quy mô và chất lượng, cải tiến các dịch vụ thẻ của ngân hàng, đưa những dịch vụ đó xâm nhập sâu và rộng hơn vào thị trường, đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng của những khách hàng riêng biệt.

Các chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại:

- *Sự đa dạng về sản phẩm thẻ và tiện ích của dịch vụ thẻ*

- Đa dạng về các sản phẩm thẻ:

Đây là chỉ tiêu phản ánh sự phát triển của dịch vụ thẻ không chỉ về tiện ích mà còn thể hiện mức độ đáp ứng các nhu cầu của khách hàng đang ngày càng trở nên đa dạng. Việc cho ra đời một loại thẻ mới cũng là một sản phẩm mới đòi hỏi ngân hàng phải thực hiện hàng loạt các công đoạn như: nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm, marketing, bước đầu tung sản phẩm ra thị trường, điều chỉnh, bán sản phẩm rộng rãi,…

Hiện nay nhu cầu của khách hàng rất đa dạng, phong phú nên các ngân hàng đang nỗ lực triển khai cho ra đời nhiều loại hình sản phẩm thẻ mới với nhiều tiện ích, tính năng đa dang, hình thức đẹp, độc đáo để đáp ứng nhu cầu của nhiều tầng lớp khách hàng. Sản phẩm thẻ càng đa dạng, đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu của khách hàng thì số lượng thẻ được phát hành ngày càng nhiều, điều đó làm gia tăng thị phần của ngân hàng. Như vậy có thể nói, việc tăng tính đa dạng cho sản phẩm thẻ sẽ tác động trực tiếp lên số lượng thẻ mà ngân hàng phát hành, từ đó giúp cho dịch vụ thẻ của ngân hàng ngày càng phát triển.

- Đa dạng về tiện ích của dịch vụ thẻ:

Một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá sự phát triển của dịch vụ thẻ không thể không kể tới đó là những tiện ích mà dịch vụ thẻ của ngân hàng mang lại. Từ những chiếc thẻ đơn thuần để rút tiền, hiện nay thẻ còn dùng để thanh toán, chuyển khoản, mua hàng qua mạng, thanh toán các hóa đơn điện, nước, … và rất nhiều tiện ích khác giúp cho thẻ thực sự là phương tiện thanh toán hiện đại, như vậy, nếu dịch vụ thẻ của ngân hàng càng cung cấp nhiều tiện ích thì càng có thế mạnh trong việc thu hút khách hàng, đóng góp vào sự phát triển nói chung của dịch vụ này.

Số lượng khách hàng sử dụng thẻ và số lượng thẻ phát hành không phải là một. Trong xu thế hiện nay, một khách hàng có thể sử dụng nhiều loại thẻ cùng lúc, trong đó có những loại thẻ được sử dụng với tần suất nhiều hơn (có thể coi là thẻ "chính"), với các loại thẻ này, ngân hàng sẽ có thu nhập lớn hơn. Như vậy, mục tiêu của ngân hàng không chỉ gia tăng số lượng khách hàng sử dụng thẻ và thanh toán bằng thẻ, mà còn làm thế nào để cho thẻ mà ngân hàng mình phát hành, được sử dụng như là những thẻ "chính" của khách hàng. Số lượng khách hàng không ngừng gia tăng cùng với số lượng thẻ phát hành cũng là mục tiêu của bất cứ một ngân hàng nào, đó là một trong các tiêu chí đánh giá sự phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng.

Khi thị trường tài chính nói chung và thị trường thẻ ngân hàng nói riêng ngày càng phát triển thì mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt. Chính vì

vậy, để có thể thu hút khách hành, các ngân hàng thường có các chính sách khuyếch trương quảng cáo sao cho số lượng thẻ của ngân hàng được nắm giữ càng nhiều càng tốt. Số lượng thẻ phát hành càng nhiều chứng tỏ dịch vụ thẻ của ngân hàng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, đồng thời, số lượng thẻ được phát hành càng nhiều làm cho thu nhập của ngân hàng càng cao và ngược lại. Chính vì vậy, việc gia tăng số lượng thẻ, gia tăng khách hàng, sự trung thành của khách hàng trong việc sử dụng thẻ của ngân hàng là một trong các tiêu chí quan trọng mà ngân hàng nào cũng hướng tới.

- *Số lượng thẻ hoạt động trên tổng số lượng thẻ phát hành*

Con số thẻ được phát hành không đồng nghĩa với việc ngần ấy thẻ đang lưu hành trong đời sống người dân. Có thể hiểu thẻ không hoạt động hay thẻ "non active" là những thẻ đã được phát hành nhưng không có giao dịch rút tiền ra và nạp tiền vào trong một thời gian dài sau khi mở tài khoản hoặc trong tài khoản chỉ có số dư đủ ở mức tối thiểu để duy trì thẻ. Thẻ không hoạt động gây lãng phí tài nguyên của ngân hàng, tốn kém chi phí marketing, phát hành, chi phí quản lý hoạt động kinh doanh thẻ đối với ngân hàng. Do đó, tỷ lệ thẻ hoạt động cũng là một trong các tiêu chí để đánh giá hiệu quả kinh doanh thẻ của các ngân hàng.

- *Số dư tiền gửi trên tài khoản thẻ của khách hàng*

Số dư tiền gửi trên tài khoản thẻ là số tiền mà chủ thẻ ký thác tại ngân hàng để đảm bảo thực hiện thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ. Ngân hàng có thể sử dụng vào các hoạt động kinh doanh và đảm bảo thanh toán đối với số tiền này. Có thể xem đây là nguồn vốn kinh doanh ngân hàng có thể tận dụng mà không phải chi trả lãi suất. Số dư tiền tài khoản thanh toán càng lớn ngân hàng càng có khả năng mở rộng thêm các hoạt động kinh doanh mang lại thu nhập cao hơn cho ngân hàng. Chủ thẻ có số dư tiền gửi lớn cùng là các chủ thẻ có năng lực tài chính, tiếp cận được các khách hàng này cũng chính là thành công của ngân hàng. Chính vì vậy, số dư tiền gửi trên tài khoản thẻ (số tuyệt đối hay trung bình/thẻ) cũng là một trong các tiêu chí thể hiện sự phát triển của dịch vụ thẻ của ngân hàng.

- *Doanh số thanh toán thẻ*

Doanh số thanh toán thẻ là tổng giá trị các giao dịch được thanh toán bằng thẻ tại các điểm chấp nhận thẻ và số lượng tiền mặt được ứng tại các điểm rút tiền mặt. Doanh số này càng cao chứng tỏ số lượng khách hàng đặt niềm tin vào dịch vụ thanh toán thẻ và tính tiện ích cùng như sự an toàn của nó. Thông qua đó các chủ thể cung

cấp dịch vụ này trong đó có các ngân hàng thương mại sẽ có thu nhập lớn hơn. Chính vì vậy đây là một tiêu chí phản ánh sự phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng.

- *Thu nhập từ hoạt động cung cấp dịch vụ thẻ*

Xét cho cùng, ngân hàng cung cấp dịch vụ thẻ với mục đích gia tăng thu nhập, gia tăng số lượng dịch vụ để giảm rủi ro và nâng cao khả năng cạnh tranh cho ngân hàng. Thu nhập từ hoạt động kinh doanh thẻ có thể liệt kê theo các nguồn như sau:

- Thẻ nội địa: Nguồn thu từ phí phát hành, phí duy trì thẻ,… Thu từ việc sử dụng số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán, thu lãi cho vay từ khoản tín dụng tiêu dùng…

- Thẻ quốc tế:

+ Thẻ ghi nợ có nguồn thu từ các khoản phí liên quan, số dư trên tài khoản thanh toán, phí từ Interchange - là một số phần trăm tính trên doanh số chủ thẻ giao dịch và phí do Visa/MasterCard trả cho ngân hàng phát hành.

+ Thẻ tín dụng: Phí phát hành, thường niên,…, thu lãi cho vay từ khoản tín dụng tiêu dùng, thu phí Interchange - là một số phần trăm tính trên doanh số chủ thẻ giao dịch, phí do Visa/MasterCard trả ngân hàng phát hành.

- Thu từ POS: Thu từ các điểm bán hàng một số phần trăm tính trên doanh số thanh toán, trả cho tổ chức thẻ quốc tế một phần, còn lại là thu của ngân hàng.

- Thu từ ATM: Đây là nguồn thu nếu áp dụng việc tính phí giao dịch trên ATM: phí rút tiền, phí chuyển khoản, phí rút từ các khách hàng có thẻ ATM của ngân hàng khác trong liên minh…

Tài liệu tham khảo:

PGS.TS Đinh Xuân Hạng, TS Nghiêm Văn Bảy (2014), Giáo trình "Quản trị ngân hàng thương mại 1", NXB Tài chính.

PGS.TS Đinh Xuân Hạng, ThS. Nguyễn Văn Lộc (2012), "Quản trị tín dụng Ngân hàng thương mại", NXB Tài chính.

Tiêu dùng và xuất khẩu nông sản Việt Nam - Thực trạng và giải pháp

Lê Thị Huệ - CQ53/02.01

Vốn được biết đến là một quốc gia sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng nông sản với số lượng lớn, thế nhưng con số 90% xuất thô đang chỉ ra nhiều bất cập của nông sản Việt. Với thị trường ngoài nước là sự bị động, phụ thuộc vào bạn hàng, còn trong nước là tình trạng của người nông dân - những người trực tiếp tham gia sản xuất đang dần bỏ ruộng bởi không tìm thấy động lực gắn bó với nghề. Để giải quyết bất cập này, Nhà nước cần đưa những hỗ trợ cần thiết giúp tăng chất lượng nông sản Việt.

Thời điểm cuối năm được nhìn nhận là giai đoạn khó khăn về thị trường khi hàng loạt các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như gạo, cà phê, ca cao bị sụt giảm về số lượng xuất khẩu một cách đáng lo ngại. Mất mùa, ảnh hưởng suy thoái kinh tế toàn cầu, thị trường bị thu hẹp, cạnh tranh ngày càng gay gắt… là những lý do được đưa ra để lý giải cho tình trạng này. Tuy nhiên, đằng sau câu chuyện giảm sút sản lượng xuất khẩu có thể thấy sự bất cập trong trong việc điều tiết thị trường, chất lượng, số lượng cũng như giá cả của các mặt hàng nông sản của các doanh nghiệp.

Thực trạng tiêu dùng và xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong và ngoài nước

Thứ nhất, ngành nông nghiệp đang đứng trước những thuận lợi và thách thức khi Việt Nam khi tham gia hàng loạt hiệp định về thương mại như: Việt Nam-EU, Liên minh Thuế quan Nga-Kazathstan-Belarus...

Về thuận lợi, thời gian vừa qua, chỉ có ngành nông nghiệp nước ta liên tục xuất nhiều hơn nhập và đạt đỉnh cao vượt 30 tỷ USD/năm kể cả những năm khó khăn, đặc biệt năm 2018 xuất khẩu nông sản Việt Nam vượt 40 tỷ USD. Con số kim ngạch xuất khẩu đạt được năm 2018 là kỷ lục của ngành nông nghiệp Việt Nam, khẳng định vị thế cường quốc về xuất khẩu nông sản trên thế giới (đứng thứ 15 và đã xuất sang thị trường hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới). Kết quả này đạt được trong bối cảnh thị trường thế giới năm 2018 có nhiều biến động, tiêu biểu là cuộc chiến tranh

thương mại Mỹ - Trung; sự gia tăng bảo hộ thông qua các tiêu chuẩn về quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm của các nước thị trường nông sản lớn của Việt Nam bao gồm Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc… đối với các sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu;

Hơn nữa, năm 2018 cũng có sự sụt giảm mạnh của giá cả các mặt hàng cây công nghiệp trên thị trường thế giới, nhất là tiêu, đường… Tuy nhiên, ngành nông nghiệp Việt Nam đã vượt lên các khó khăn; kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam tính đến hết 11 tháng năm 2018 đã đạt 36,3 tỷ USD, tăng 9,1% so với cùng kỳ năm 2017.

Giá trị xuất khẩu các mặt hàng chủ lực đều tăng, trong đó có: gạo, rau quả, cá tra, đồ gỗ và lâm sản. Trong khi đó, những khó khăn của thị trường nông sản thế giới trong năm 2018 là một cản trở lớn cho Việt Nam để duy trì đà tăng trưởng hai con số về kim ngạch xuất khẩu nông sản.

Về khó khăn, thành công hay không là do doanh nghiệp, người dân tích lũy nội lực phát triển sản xuất lớn và họ cũng phải kết nối với nhau để mở rộng thị trường. Nếu chúng ta không có những giải pháp thật căn cơ ngay từ bây giờ, nông dân sẽ là những người chịu nhiều rủi ro nhất. Bởi vì, khi thị trường mở rộng thì các mặt hàng chủ lực của chúng ta sẽ có nhiều thị trường tiêu thụ hơn, tuy nhiên các mặt hàng của nước ngoài sẽ vào cạnh tranh với thị trường trong nước.

Thị trường nông sản thế giới năm 2018 ghi nhận sự sụt giảm mạnh về giá cả các mặt hàng cây công nghiệp, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các nước xuất khẩu khiến cho nguồn cung tăng nhanh, trong khi nhu cầu thế giới giảm hoặc tăng trưởng chậm. Cụ thể, các mặt hàng như: cà phê, cao su, hạt tiêu, hạt điều. Tuy nhiên, các mặt hàng chủ lực (cà phê, điều và cao su mặc dù bị giảm giá, nhưng nhờ tăng số lượng xuất khẩu nên Việt Nam vẫn duy trì được giá trị xuất khẩu ở mức cao (xuất khẩu cà phê 11 tháng ước đạt 3,3 tỷ USD; xuất khẩu điều đạt 2,25 tỷ USD; cao su đạt 1,87 tỷ USD).

Không chỉ khó khăn về giá cả và nhu cầu, các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam ngày càng đặt ra các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe đối với nông sản nhập khẩu. Tiêu biểu là thị trường Trung Quốc không chỉ nâng cao tiêu chuẩn về chất lượng nông sản nhập khẩu, mà còn tăng cường quản lí và xiết chặt thương mại biên giới. Thị trường EU vẫn giữ cảnh báo thẻ vàng đối với thủy sản khai thác nhập khẩu từ Việt Nam, đồng thời dự thảo các quy định mới về các chất sử dụng trên sản phẩm giống cây trồng;

Để chuẩn bị tốt nhất cho thách thức cũng như cơ hội khi tham gia 6 hiệp ước thương mại sắp tới, Nhà nước cần nghiên cứu, đưa ra và thực hiện đổi mới chính sách, xây dựng hạ tầng cơ sở tốt, đặc biệt phát triển hệ thống doanh nghiệp để tận dụng cơ hội khi Việt Nam đã là thành viên của tổ chức thương mại thế giới WTO.

Thứ hai, thế mạnh của nông sản Việt tại thị trường nước ngoài chủ yếu là sản lượng chứ không phải chất lượng. Khi nhu cầu thị trường đang đòi hỏi ngày càng cao những sản phẩm có sự góp mặt của yếu tố khoa học công nghệ, bắt buộc chúng ta phải tính đến việc giảm số lượng, mà tập trung tăng về chất, để qua đó có thể giúp nông dân tăng thu nhập cũng như nâng cao giá trị sản phẩm.

Lấy một ví dụ hết sức đơn giản từ mặt hàng lúa gạo của các quốc gia khu vực châu Á như Hàn Quốc, Nhật Bản... Tại các quốc gia này, khái niệm về lúa, gạo không chỉ đơn thuần theo nghĩa đen là một loại ngũ cốc phục vụ các bữa ăn trong từng gia đình, mà còn được hiểu một cách rộng hơn với rất nhiều sản phẩm được chế biến tinh, được tính toán một cách kỹ lưỡng để qua đó tăng giá trị sử dụng, giá bán trên thị trường. Từ các sản phẩm phục vụ cho việc làm đẹp của quý bà, quý cô, như mặt nạ dưỡng da chiết xuất từ cám gạo đến sản phẩm ăn kiêng bổ dưỡng, hay những loại thức ăn nhanh, đồ uống được pha trộn, chế biến tùy theo khẩu vị của người dùng… Tương tự, các sản phẩm nông sản như ngô, khoai, sắn ngoài việc làm lương thực, có thể chế biến thành các sản phẩm ăn nhanh, sản phẩm dinh dưỡng, đồ uống… tốt cho sức khỏe, còn phế phụ phẩm có thể dùng để chế biến thức ăn chăn nuôi...

Thứ ba, thực trạng nông sản trong nước bị đội giá lên cao trước khi đến tay người tiêu dùng.

Cả nước có 957 siêu thị tại 62/63 tỉnh, thành phố, 189 trung tâm thương mại, hơn 4.000 cửa hàng tiện lợi, trên 10.500 chợ truyền thống. Giá trị hàng hóa được lưu thông qua hệ thống phân phối hiện đại chiếm 35 - 50%. Hầu hết các mặt hàng trong chuỗi phân phối hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại đều được niêm yết giá, còn các chợ truyền thống, các cửa hàng phân phối nhỏ lẻ thì không. Nông sản được mùa rớt giá, và ngay cả mất mùa cũng rớt giá. Ví dụ: Như hiện trạng thị trường ngao miền Bắc cuối năm 2018: từ 20.000 - 25.000 đồng/kg, đến nay, giá ngao thương phẩm bán tại bãi dao động từ 18.000 - 15.000 đồng/kg, giá ngao giống cũng giảm từ 4,8 triệu đồng/kg đầu vụ xuống còn 1,5 triệu đồng/kg. Thế nhưng, tại các chợ đầu mối thủy hải sản ở các thành phố lớn, giá bán 1kg ngao luôn cao gấp đôi mức giá này. Điều tương tự cũng

diễn ra với các mặt hàng nông sản khác, rõ rệt nhất là muối: Kể cả thời điểm muối ế đến mức người làm muối không muốn thu hoạch vì tốn tiền bảo quản thì ở thành phố, giá 1kg muối vẫn cao gấp 3 - 4 lần giá muối tại ruộng.

Nguyên nhân thực trạng tiêu dùng và xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong và ngoài nước

Nguyên nhân đầu tiên phải nói đến đó là hệ thống phân phối. Hệ thống phân phối ở thị trường Việt Nam qua rất nhiều khâu trung gian. Vì không được quản lý chặt chẽ, các nhà phân phối độc lập có thể nâng giá bán hoặc liên kết làm giá và nhiều khi nhà sản xuất cũng không thể can thiệp. Từ đó, dẫn đến việc giá nông sản bị mua rẻ bán đắt. Tuy nhiên, sâu xa hơn là do người nông dân chưa sản xuất cũng như chưa được quy hoạch theo tín hiệu thị trường. Là một ngành truyền thống, tuy nhiên nước ta vẫn đầu tư cho nông nghiệp quá ít, từ đó chưa thu hút được nguồn lực của các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

Hội nhập chưa thể đem lại kết quả nhanh chóng, thành công nổi bật cho một nền nông nghiệp dù là nhỏ hay lớn. Hội nhập phải đi kèm với đổi mới. Đổi mới từ công tác quản lý Nhà nước, minh bạch thị trường, có chính sách cụ thể cho từng thành phần kinh tế, thay đổi hệ thống phân phối...

Giải pháp cho việc tiêu dùng và xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong và ngoài nước

Vậy để gia tăng năng lực sản xuất, xuất khẩu của nông sản cũng như phát triển toàn diện ngành nông nghiệp, Nhà nước ta cần phải thực hiện một số giải pháp sau:

Một là, cần tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, để các thành phần kinh tế đều được đối xử công bằng, đặc biệt cần quan tâm đến những nông dân đang chiếm đa số trong nền nông nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, cần đẩy mạnh phát triển khoa học công nghệ, ứng dụng vào sản xuất để các doanh nghiệp nông nghiệp Việt Nam vươn lên.

Hai là, mở rộng, thực hiện các chính sách tốt để thu hút đầu tư vào nông thôn. Nếu không, các doanh nghiệp quốc tế có nhiều lợi thế về vốn, công nghệ, tổ chức sẽ làm chủ thị trường nông sản nước ta. Tức là, phải xác định rõ những ngành có thế mạnh, có lợi thế, đồng thời đánh giá kịp thời các mặt hàng không có tính cạnh tranh, không thể vượt qua được các đối thủ trong khu vực và thế giới để chuyển đổi kịp thời sang phát triển mặt hàng khác...

Ba là, chúng ta phải tranh thủ thời gian được bảo hộ để tăng sức cạnh tranh của các ngành hàng. Đối với các ngành mía đường, trồng cây có dầu, thuốc lá, thức ăn chăn nuôi, rau quả ôn đới..., những ngành phải nhập khẩu nguyên liệu để phục vụ nhu cầu trong nước, trong tương lai, đồng thời với việc hội nhập, chúng ta cần chấp nhận cơ chế thị trường. Cần xuất khẩu mạnh các mặt hàng có lợi thế, đồng thời cũng phải chấp nhận nhập khẩu những mặt hàng không phải là lợi thế.

Bốn là, Nhà nước phải tạo điều kiện, có kế hoạch xây dựng thủy lợi, hệ thống canh tác mới từ giống đến sau thu hoạch để người nông dân có thể chuyển sang cây trồng, vật nuôi khác có hiệu quả. Tạo mối quan hệ giữa người nông dân và các nhà khoa học, từ đó đảm bảo quá trình từ khâu tạo giống, đưa vào chuyên canh đến thu hoạch, tiêu dùng được đồng nhất và kết quả cao nhất về chất lượng cũng như số lượng.

***Năm là*,** cần cơ cấu lại hệ thống thị trường, áp dụng chuyên môn hóa, chuyển từ tập trung đầu tư vào công đoạn sản xuất sang đầu tư cho cả những khâu tạo giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị sau thu hoạch. Nếu chúng ta xác định tốt phân khúc thị trường để từ đó đầu tư vào sản xuất, chế biến, nâng cao chất lượng các mặt hàng nông sản, đáp ứng tiêu chuẩn của bạn hàng và của thị trường mục tiêu mà mình hướng đến thì giá trị nông sản mới tương xứng với hiệu quả sản xuất, khi đó, chúng ta mới có thể tăng được giá bán, tăng giá trị lợi nhuận.

Tất cả những vấn đề đều được báo chí cũng như bản thân người nông dân, người tiêu dùng chỉ ra, tuy nhiên để mục tiêu tăng giá trị cho hàng nông sản hướng tới xuất khẩu cao, tiêu dùng trong nước ổn định thì hơn ai hết chính những doanh nghiệp, những người nông dân phải nâng cao nhận thức, thay đổi thói quen canh tác, chế biến của mình để những sản phẩm của mình làm ra thực sự an toàn và được người tiêu dùng trong và ngoài nước đón nhận. Từ đó, hình ảnh và chỗ đứng của hàng nông sản Việt Nam trên thị trường nội địa cũng như trên thị trường thế giới mới thực sự bền vững.

Tài liệu tham khảo:

https://vov.vn/kinh-te/xuat-khau-nong-san-viet-nam-nam-2018-vuot-ky-luc-40-ty-usd-854782.vov

https://nongsanngon.com.vn/nong-san-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap.html

https://khotrithucso.com/luan-van-do-an-bao-cao/nong-lam-nghiep/kinh-te-nong-nghiep/thuc-trang-va-giai-phap-cho-van-de-tieu-thu-nong-san-o-viet-nam.html

Thực trạng nhập khẩu phế thải và những khó khăn trong công tác quản lý

Ninh Ngọc Diệp - CQ54/02.01

Thông tin từ Cục Giám sát quản lý về hải quan (Tổng cục Hải quan), từ 1/1/2019, Trung Quốc tiếp tục bổ sung thêm 8 chủng loại phế liệu vào danh sách cấm nhập khẩu vào nước này, nâng tổng số phế liệu cấm nhập khẩu lên 32 chủng loại. Quốc gia từng xếp thứ 2 thế giới, sau Trung Quốc về nhập khẩu phế liệu là Malaysia từ đầu năm nay cũng tiến hành cắt giảm hầu hết danh mục phế liệu được nhập khẩu. Chính vì nguyên nhân trên, xếp vị trí thứ 4 thế giới về nhập khẩu phế liệu sau Trung Quốc, Hồng Kông và Malaysia, Việt Nam đang trở thành vùng trũng mà phế liệu thế giới tìm đến. Vậy thì điều này sẽ mang đến những hiểm họa tiềm ẩn gì cho môi trường của Việt Nam? Và quan trọng hơn cả là vấn đề ngăn chặn những vi phạm trong nhập khẩu, xiết chặt việc quản lý của các cơ quan chuyên ngành đang gặp phải những khó khăn gì?

1. Thực trạng việc nhập khẩu phế liệu trong những năm trở lại đây

Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy, tổng số lượng phế liệu Việt Nam nhập khẩu năm 2018 là 9.254.300 tấn, tăng hơn 1.308.100 tấn so với năm 2017. Riêng đối với mặt hàng phế liệu nhựa, khi Trung Quốc có chủ trương cấm nhập khẩu nhiều chủng loại có nguy cơ gây ô nhiễm môi trường cao, thì lượng phế liệu nhựa nhập khẩu vào Việt Nam gia tăng đột biến trong 6 tháng đầu năm 2018. Chỉ riêng 6 tháng đầu năm 2018, Việt Nam đã nhập khẩu 274.700 tấn phế liệu nhựa, tăng hơn 200% so với cùng kỳ năm 2017, "vươn" lên vị trí thứ 2 thế giới về nhập phế liệu nhựa. Trong 6 tháng cuối năm 2018, tổng lượng phế liệu nhựa nhập khẩu về Việt Nam là 107,1 nghìn tấn, giảm hơn 250% so với 6 tháng đầu năm 2018 và bằng 42% so với cùng kỳ năm 2017 (6 tháng cuối năm 2017 nhập khẩu 253,1 nghìn tấn). Hiện nay, theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trung bình mỗi tuần có hơn 2.000 container phế liệu nhập khẩu vào Việt Nam; đồng thời cũng có hơn 2.000 container được cơ quan hải quan giải quyết thủ tục thông quan. Tại sao lại nhập khẩu "rác" về:

Thứ nhất, xuất phát từ nhu cầu sử dụng "phế thải" để làm nguyên liệu đầu vào cho các quá trình sản xuất: Việt Nam là một quốc gia nông nghiệp, nhu cầu sử dụng các nhà kính, màn phủ ni lông vẫn còn nhiều. Mà những nguyên liệu này có thể được coi là nguồn nguyên liệu đầu vào chủ yếu cho quá trình sản xuất.

Thứ hai, nguồn nguyên liệu tái chế mà trong nước có thể cung cấp vẫn còn hạn chế: theo như thống kê tính toán thì nguồn nguyên liệu tái chế cung cấp chưa tới 30%. Điều này sẽ gây hạn chế trong quá trình sản xuất tương ứng. Chính vì thế, đây có thể coi là nguyên nhân thứ hai khiến Việt Nam phải nhập khẩu phế thải.

Thứ ba, giá nguyên liệu nhựa nguyên sinh có thể đắt gấp 2 - 3 lần giá nhựa phế liệu, điều này có thể làm cho việc sản phẩm sản xuất ra được bán với một mức giá khá cao, làm hạn chế khả năng sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong nước.

Tuy nhiên, nguyên nhân trên được đưa ra có thể coi là mới chỉ đứng trên góc độ của các doanh nghiệp. Còn thực chất, trên quy định về mặt pháp luật, đã có những quy định hết sức rõ ràng về những chủng loại phế thải được và không được nhập khẩu? Vậy thì tại sao tình trạng nhập khẩu này vẫn gây ra rất nhiều khó khăn cho cơ quan chức năng trong công tác quản lý?

2. Khó khăn trong việc nhập phế thải từ nước ngoài về để sử dụng

Thứ nhất, trước tiên, nếu như nhìn vào lượng rác thải nhập khẩu về, chưa qua quá trình phân loại thì có thể khiến Việt Nam trở thành một "bãi rác thải của thế giới", Làm cho tình trạng ô nhiễm môi trường của Việt Nam ngày càng trầm trọng hơn, ảnh hưởng đến hệ sinh thái, con người, cũng như gây ra rất nhiều những hệ lụy khác nữa.

Thứ hai, việc nhập khẩu phế thải về phải trải qua các công đoạn loại bỏ các tạp chất và rác thải không thể tái chế, hoặc không thể sử dụng được, tuy nhiên, công đoạn này sẽ phải tốn rất nhiều thời gian và chi phí. Bởi công đoạn phân loại mới tốn nhiều chi phí và thường các nhà thu mua không làm việc đó mà đổ hết lên container phế liệu đưa về Việt Nam, việc này sẽ khiến cho quá trình làm thủ tục của các doanh nghiệp trở nên rất khó khăn. Đồng thời, doanh nghiệp sẽ phải mất rất nhiều chi phí cho việc phân loại và xử lý các rác thải không thể sử dụng được.

Thứ ba, xuất phát từ những khó khăn trên của doanh nghiệp, thì trong quá trình theo dõi, kiểm tra, giám sát hàng hóa, điều tra xác minh đã phát hiện doanh nghiệp thực hiện một số phương thức, thủ đoạn gian lận trong nhập khẩu phế liệu như: làm giả, tẩy xóa, sửa đổi các văn bản, giấy xác nhận đủ điều kiện về bảo vệ môi trường trong nhập khẩu phế liệu làm nguyên liệu sản xuất để hợp thức hóa hồ sơ nhập khẩu

phế liệu, khai sai tên hàng, mã số hàng hóa khác với tên hàng,... điều này sẽ gây khó khăn cho cơ quan chức năng trong quá trình kiểm soát và quản lý.

Thứ tư, thực chất thì lượng rác thải trong nước vẫn chưa được đem vào tái chế một cách tối ưu. Theo thống kê của Bộ Tài nguyên và Môi trường, riêng Hà Nội và TP. HCM, hàng năm có tới 16.000 tấn chất thải phát sinh, bao gồm cả rác thải sinh hoạt, rác thải công nghiệp và rác thải y tế. Trong đó 50 - 70% lượng rác thải chứa những hợp chất có thể tái chế và tạo ra nguồn năng lượng mới, song số được thu gom về chỉ khoảng 10% được tái chế sử dụng.

Những vấn đề này có thể được coi là gây ra cản trở cho công tác quản lý, xử lý vi phạm. Đồng thời, gây mất kiểm soát lượng rác thải nhập khẩu và bên cạnh đó là lãng phí nguồn "nguyên liệu" trong nước có thể sử dụng được.

3. Một số giải pháp đề xuất

- Khuyến khích sử dụng phế liệu trong nước để làm nguyên liệu đầu vào cho sản xuất.

- Tập trung áp dụng các biện pháp ngăn chặn từ xa đối với rác phế liệu nhập khẩu. Phế liệu được phép nhập khẩu từ nước ngoài làm nguyên liệu sản xuất chỉ được nhập khẩu qua các cửa khẩu theo quy định tại Thông tư số 01/2019/TT-BCT của Bộ Công Thương; không được NK qua đường bộ, đường sắt.

- Ngay tại khâu tiếp nhận tờ khai, cơ quan hải quan không chấp nhận đăng ký tờ khai đối với hàng là phế liệu nếu doanh nghiệp (DN) NK không khai thông tin Giấy xác nhận nhập khẩu phế liệu trên tờ khai hải quan hoặc có khai thông tin Giấy xác nhận nhập khẩu phế liệu nhưng không còn hiệu lực, không còn hạn ngạch nhập khẩu.

- Trước khi kiểm tra hồ sơ hải quan do người khai hải quan nộp, công chức hải quan được giao quản lý tài khoản sử dụng phần mềm phế liệu nhập khẩu kiểm tra, cập nhật thông tin về tờ khai nhập khẩu phế liệu vào phần mềm để kiểm tra lượng hạn ngạch còn lại.

- Cơ quan hải quan thực hiện rà soát, phân tích thông tin khai trên manifest trong thời hạn 4 giờ làm việc kể từ thời điểm tiếp nhận thông tin khai báo trên Hệ thống e-manifest và xử lý theo từng trường hợp cụ thể. Chẳng hạn, nếu có cơ sở xác định hàng hóa vận chuyển trên tàu biển là chất thải thì thông báo ngay cho hãng tàu và DN kinh doanh cảng về việc không được phép dỡ hàng hóa đó xuống cảng; đồng thời yêu cầu hãng tàu vận chuyển hàng hóa đó ra khỏi lãnh thổ Việt Nam và xử lý vi phạm theo quy định.

Trong trường hợp tàu biển chưa cập cảng Việt Nam hoặc đã cập cảng Việt Nam nhưng chưa dỡ hàng hóa xuống bãi cảng, có thông tin hàng hóa khai báo trên Hệ thống e-manifest là phế liệu, nhưng người nhận hàng trên manifest không có trong danh sách hoặc có trong danh sách nhưng Giấy xác nhận nhập khẩu phế liệu đã hết hiệu lực, hoặc DN đã nhập khẩu hết số lượng trên Giấy xác nhận nhập khẩu phế liệu, hoặc DN chưa thực hiện ký quỹ bảo đảm phế liệu nhập khẩu theo quy định thì cũng không được phép dỡ lô hàng phế liệu đó xuống cảng, đồng thời hãng tàu phải đưa hàng hóa đó ra khỏi lãnh thổ Việt Nam…

- Cần thay đổi phương thức kiểm tra giám sát, đối với từng lô hàng, từng ngành hàng nhập khẩu. Bởi lẽ, đối với một số ngành sản xuất nhất định thì chúng ta vẫn đang bị thiếu nguồn nguyên liệu đầu vào để sản xuất.

- Phối hợp giữa Tổng cục Cảnh sát và Tổng cục Hải quan trong đấu tranh phòng, chống tội phạm, vi phạm pháp luật; quy chế phối hợp lực lượng giữa hải quan và cảnh sát biển; quy chế phối hợp hoạt động giữa hải quan và bộ đội biên phòng; quy chế phối hợp hoạt động giữa Cục Quản lý thị trường và Tổng cục Hải quan trong đấu tranh phòng, chống buôn lậu, hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ và gian lận thương mại.

Tài liệu tham khảo:

https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/co-nen-dong-cua-nhap-phe-lieu-1044871.html

http://cafef.vn/go-vuong-trong-nhap-khau-phe-lieu-20190318154527242.chn

Thư giãn:

TRÒ KHÁ HƠN THẦY RỒI

Có một thầy đồ lười, tiếng đồn khắp, đến nỗi không ai dám cho con đến học, thế mà lại có anh đem trầu cau đến xin học. Thầy bảo:

- Nhà không có án thư, con xem nhà ai có, mượn tạm một cái về đây, ta lễ thánh. Trò vội thưa:

- Thưa thầy, đi mượn thì rồi phải trả lôi thôi. Chi bằng con cúi khom lưng làm cái án thư, thầy đặt trầu cau lên đấy lễ thánh cũng được. Thầy nghe nói, chắp thay vái:

- Con khá hơn thầy nhiều rồi! Con phải học thầy làm gì nữa?

Thực trạng cơ chế giám sát hoạt động góp vốn và sử dụng vốn của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, một quốc gia muốn phát triển cần phải thực hiện chính sách mở cửa, hội nhập kinh tế quốc tế nhằm tranh thủ các nguồn lực từ bên ngoài. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã trở thành nguồn bổ sung quan trọng góp phần khai thác triệt để các nguồn lực trong nước, thúc đẩy kinh tế phát triển, tăng thu NSNN và mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, thời gian qua cũng có nhiều vấn đề nổi lên về ĐTNN, như: vấn đề ô nhiễm môi trường và hiệu quả đóng góp cho nền kinh tế chưa tương xứng với quy mô vốn ĐTNN đã thu hút vào Việt Nam; số lượng DN FDI báo lỗ cao; vấn đề cạnh tranh không bình đẳng giữa DN FDI và DN trong nước; vấn đề đầu tư núp bóng và vấn đề nhạy cảm về an ninh quốc phòng liên quan đến hoạt động ĐTNN đòi hỏi cần có sự quản lý, giám sát một cách hiệu quả của các cơ quan Nhà nước để phát huy tối đa nguồn lực này.

1. Về chủ thể giám sát

Theo quy định tại Nghị định 84/2015/NĐ-CP, UBND cấp tỉnh tổ chức, thực hiện giám sát các dự án đầu tư thuộc thẩm quyền quyết định của mình và giao Sở Kế hoạch và Đầu tư làm đầu mối thực hiện các nhiệm vụ về giám sát của tỉnh, thành. Theo kết quả khảo sát, có 2/47 địa phương là Quảng Ngãi và Bình Định thì UBND tỉnh là cơ quan chủ trì thực hiện giám sát hoạt động góp vốn của nhà đầu tư nước ngoài (NĐTNN), còn lại 45/47 địa phương giao Sở KHĐT là cơ quan chủ trì. Một số tỉnh có xây dựng các khu công nghiệp, khu kinh tế, UBND tỉnh đã giao Ban Quản lý các Khu công nghiệp/Khu Kinh tế chủ trì thực hiện việc giám sát hoạt động góp vốn của NĐTNN đối với những DN được thành lập và hoạt động trong khu; đối với những DN hoạt động ngoài khu, các tỉnh vẫn giao Sở KHĐT chủ trì giám sát. Trong đó Sở KHĐT hướng dẫn NĐTNN thực hiện cập nhật thông tin trên Hệ thống thông tin quốc gia về đầu tư và thực hiện chế độ báo cáo đầu tư; tổ chức kiểm tra, giám sát việc các NĐT thực hiện chế độ báo cáo theo quy định; phối hợp cung cấp thông tin, số liệu về tình hình hoạt động của DN. Phối hợp với các cơ quan chủ trì kể trên, để giám sát hoạt động góp vốn của NĐTNN còn có Sở Tài chính, Cục Thuế, Ngân hàng Nhà nước,

công an tỉnh và các cơ quan chuyên môn thuộc tỉnh (tùy theo lĩnh vực của DN được giám sát) như Sở Xây dựng, Sở Giao thông, Sở Công Thương,…

2. Về đối tượng giám sát

2.1. Đầu tư dưới hình thức thành lập TCKT, góp vốn mua cổ phần

So với Luật Đầu tư năm 2005, Luật Đầu tư 2014 các quy định về trình tự thủ tục, điều kiện cho NĐTNN góp vốn, mua cổ phần tại các DN Việt Nam đã thông thoáng hơn, tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động góp vốn, mua cổ phần của các nhà ĐTNN tại DN Việt Nam. Cụ thể, trong số 20.587 DN/TCKT có vốn ĐTNN, có 9% là các DN có nhà ĐTNN đầu tư dưới hình thức góp vốn, mua cổ phần (17.727 DN được đầu tư theo hình thức thành lập TCKT, tương đương 86% tổng số DN). Mặt khác, qua khảo sát thực tế, một số địa phương cho biết từ sau khi Luật Đầu tư năm 2014 có hiệu lực, số lượng DN có nhà ĐTNN góp vốn, mua cổ phần đã tăng nhanh. Nếu như trước đó, các địa phương chỉ có một vài trường hợp góp vốn mua cổ phần, thì từ năm 2015, nhiều NĐT đã đến làm thủ tục đăng ký góp vốn mua cổ phần hoặc làm thủ tục thay đổi thành viên/cổ đông góp vốn. Các DN này thường hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ, nhà hàng, khách sạn.

Bảng 1: Thực trạng công tác giám sát tại các địa phương

STT	Đối tượng giám sát	Số địa phương	Tỷ trọng (%)
1	Đầu tư trực tiếp	46	98
2	Góp vốn, mua cổ phần	39	83
3	Chuyển nhượng vốn tại nước ngoài	17	36
4	Đầu tư "núp bóng"	12	26

Nguồn: Cục TCDN, Bộ Tài chính

Đối với trường hợp góp vốn, mua cổ phần của NĐTNN không dẫn đến nhà ĐTNN sở hữu từ 51% vốn điều lệ trong TCKT hoặc TCKT nhận vốn góp không hoạt động trong ngành nghề kinh doanh có điều kiện đối với nhà ĐTNN, TCKT nhận vốn góp của nhà ĐTNN chỉ phải làm thủ tục thay đổi thành viên, thay đổi cổ đông theo Luật DN năm 2014 (do cơ quan đăng ký doanh quản lý). Do vậy, hệ thống cơ quan về quản lý đầu tư sẽ không nắm được, dẫn tới hệ thống dữ liệu quốc gia về đầu tư không có thông tin về các DN này. Nhà ĐTNN không làm thủ tục đăng ký góp vốn mua cổ

phần hoặc thủ tục thay đổi thành viên/cổ đông. Chỉ khi phát sinh nhu cầu điều chỉnh GCN đăng ký kinh doanh/GCN đăng ký đầu tư, cơ quan quản lý đầu tư phát hiện được, yêu cầu làm thì các DN này thực hiện đăng ký góp vốn, mua cổ phần.

Ngoài ra liên quan đến hoạt động góp vốn của nhà ĐTNN, trong thực tế có phát sinh hoạt động gián tiếp chuyển nhượng sở hữu TCKT có vốn ĐTNN tại Việt Nam thông qua việc chuyển nhượng vốn của NĐT "ông, bà" tại công ty mẹ tại nước ngoài (ví dụ như trường hợp của Big C) và các DN có nhà ĐTNN đầu tư "núp bóng" dưới danh nghĩa NĐT Việt Nam.

2.2. Chuyển nhượng gián tiếp dự án tại nước ngoài

Đối với trường hợp chuyển nhượng công ty mẹ tại nước ngoài gián tiếp dẫn tới chuyển nhượng sở hữu TCKT có vốn ĐTNN tại Việt Nam, về hình thức thì chủ sở hữu DN tại Việt Nam không thay đổi (chỉ thay đổi người đại diện của nhà ĐTNN). Tuy nhiên, về bản chất thì dự án tại Việt Nam đã thay đổi chủ sở hữu. Việc thay đổi trên sẽ phát sinh các vấn đề liên quan như nghĩa vụ nộp thuế của NĐT đối với hoạt động chuyển nhượng, hoặc thông qua việc chuyển nhượng để NĐT thâu tóm, nắm giữ nhưng dự án nằm ở khu vực có nguy cơ ảnh hưởng đến an ninh quốc phòng... Đối với hoạt động đầu tư "núp bóng", nhà ĐTNN lấy danh nghĩa NĐT Việt Nam (để người Việt Nam đứng tên trên các thủ tục pháp lý) để thực hiện dự án đầu tư nhằm tránh thủ tục cấp phép đầu tư, tránh các điều kiện áp dụng đối với nhà ĐTNN, hoặc để lách Luật Đầu tư và Luật Đất đai để mua đất ở đô thị với thời hạn sử dụng lâu dài. Về bản chất, mọi hoạt động của các DN này đều do người nước ngoài điều hành.

Theo báo cáo của các địa phương, chỉ có 26% các địa phương thực hiện giám sát đối với hoạt động đầu tư "núp bóng". Cơ quan quản lý về đầu tư gần như không nắm được và chỉ một số địa phương phát hiện ra là nhờ hoạt động trinh sát tại địa bàn của cơ quan công an (ví dụ tỉnh Quảng Ninh, TP Đà Nẵng). Hoặc nhiều trường hợp là ban đầu cá nhân, tổ chức nước ngoài thông qua hình thức góp vốn với cá nhân Việt Nam thành lập DN trong đó vốn của nước ngoài từ 49% vốn điều lệ trở xuống, cá nhân Việt Nam góp trên 51% vốn điều lệ, khi đó các DN này sẽ mang tư cách pháp nhân DN Việt Nam và tiến hành mua đất ở khu vực ảnh hưởng đến an ninh quốc phòng.

3. Về nội dung giám sát

Liên quan đến giám sát của cơ quan quản lý nhà nước đến hoạt động góp vốn của NĐTNN, hiện nay căn cứ thực hiện là Nghị định số 84/2015/NĐ-CP và Thông tư số 09/2016/TT-BKHĐT. Theo đó, Điều 35 Nghị định 84/2015/NĐ-CP quy định nội

dung giám sát cụ thể theo 02 phương thức là theo dõi và kiểm tra của cơ quan đăng ký đầu tư là:

Thứ nhất, nội dung theo dõi bao gồm: Tình hình thực hiện chế độ báo cáo của NĐT; Tổng hợp tình hình thực hiện dự án; Tổng hợp tình hình khai thác, vận hành dự án…

Thứ hai, nội dung kiểm tra: Việc thực hiện quy định tại văn bản quyết định chủ trương đầu tư, GCN đăng ký đầu tư (nếu có); Tiến độ thực hiện dự án, gồm tiến độ thực hiện vốn đầu tư, trong đó có vốn vay và tiến độ thực hiện mục tiêu dự án… Kết quả khảo sát công tác giám sát hoạt động góp vốn của NĐTNN của các địa phương cho thấy 94% các địa phương thực hiện giám sát tiến độ góp vốn điều lệ, vốn đầu tư của TCKT có vốn ĐTNN; 64% giám sát tiến độ góp vốn pháp định, 89% thực hiện giám sát tình hình giải ngân vốn đầu tư và 36% giám sát tình hình thực hiện các khoản vay, nợ. Như vậy, còn tới 36% các địa phương không thực hiện giám sát tiến độ góp vốn pháp định mặc dù đây là quy định bắt buộc phải đáp ứng khi đầu tư, thành lập DN trong một số lĩnh vực kinh doanh có điều kiện như: kinh doanh bất động sản, kinh doanh chứng khoán, dịch vụ kiểm toán, ngân hàng, bảo hiểm... và 64% không thực hiện giám sát tình hình thực hiện các khoản vay, nợ của các TCKT có vốn ĐTNN. Mặt khác, ngay cả trong 94% các địa phương giám sát được tiến độ góp vốn điều lệ, vốn đầu tư thì nhiều địa phương cũng không giám sát được hoặc không thực hiện giám sát việc góp vốn điều lệ; chỉ theo dõi được tiến độ thực hiện vốn đầu tư gồm vốn góp và vốn vay thông qua báo cáo của các DN bằng văn bản hoặc qua cổng thông tin quốc gia về đầu tư.

Nước ta đang bước vào giai đoạn phát triển mới, bên cạnh những thách thức lớn, những cơ hội mới chưa từng có đang được mở ra, tạo điều kiện để nền kinh tế phát triển bứt phá. Để khai thác các cơ hội đó, việc khắc phục những hạn chế, bất cập cũng như thực hiện có hiệu quả các chính sách mới nhằm tăng cường thu hút và nâng cao chất lượng ĐTNN có vai trò hết sức quan trọng. ĐTNN chỉ có thể phát huy hiệu quả một khi có sự thống nhất nhận thức, sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị và cộng đồng DN, cũng như trên cơ sở hệ thống luật pháp, cơ chế chính sách được hoàn thiện dựa trên quan điểm đổi mới, đáp ứng yêu cầu của tiến trình hội nhập quốc tế và đòi hỏi của công cuộc phát triển kinh tế nhanh, bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Đề án 30 năm thu hút ĐTNN của Bộ Kế hoạch và Đầu tư (tháng 10/2018).

Tài liệu khảo sát tình hình GV&SDV của nhà ĐTNN của Cục Tài chính doanh nghiệp, 2018

Xóa nợ thuế và những hạn chế còn gặp phải

Trần Thị Hồng Hạnh - CQ54/02.02

1. Nội dung xóa nợ thuế

Theo tính toán của Bộ Tài chính, tính đến ngày 31/12/2017: Tổng số nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt do ngành Thuế quản lý là 73.145 tỷ đồng; số nợ thuế các loại do ngành Hải quan quản lý là 5.474 tỷ đồng. Tổng số nợ thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt tính đến ngày 31/12/2017 là 78.619 tỷ đồng. Đáng chú ý, tiền thuế còn nợ của người nộp thuế đã chết, mất tích, mất năng lực hành vi dân sự, liên quan đến trách nhiệm hình sự, đã tự giải thể, phá sản, ngừng, nghỉ và bỏ địa chỉ kinh doanh, không có khả năng thu hồi lên tới 31.469 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 43% tổng nợ. Với ngành hải quan, trong số 5.474 tỷ đồng tổng nợ, cũng có tới 3.878 tỷ đồng (71%) là nợ không có khả năng thu. Như vậy tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt tính đến ngày 31/12/2017 của các khoản nợ thuế không thể thu hồi được phát sinh do nguyên nhân khách quan là 35.347 tỷ đồng, bằng 44,9% tổng nợ thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt. Bộ Tài chính đã đề nghị xóa nợ thuế:

Thứ nhất, xóa nợ tiền chậm nộp đối với người nộp thuế cung ứng hàng hóa, dịch vụ được thanh toán bằng vốn ngân sách nhà nước (NSNN) hoặc có nguồn từ NSNN nhưng chưa được thanh toán, với số tiền 542,525 tỷ đồng.

Thứ hai, xóa nợ tiền chậm nộp thuế của các khoản nợ thuế phát sinh trước ngày 1/1/2018 của người nộp thuế gặp thiên tai, hoả hoạn, tai nạn bất ngờ hoặc trường hợp khó khăn bất khả kháng, với số tiền tính đến thời điểm 31/12/2017 ước khoảng 1.700 tỷ đồng.

Thứ ba, Bộ Tài chính đề xuất xóa nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt đối với những trường hợp không còn khả năng thu do người nộp thuế thực tế đã giải thể, phá sản, chấm dứt hoạt động sản xuất kinh doanh, thực tế không còn hoạt động sản xuất kinh doanh trước ngày 1/1/2017 mà không còn khả năng nộp ngân sách và đã được cơ quan đăng ký kinh doanh thu hồi giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Ngoài ra, hộ, cá nhân kinh doanh đã ngừng kinh doanh trước ngày 1/1/2017 cũng được đề nghị xóa nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt, với số tiền lên đến

24.302 tỷ đồng. Như vậy, tổng số tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt đề nghị xóa ước khoảng hơn 26.500 tỷ đồng.

Tại Khoản 1 Điều 48 Thông tư 156/2013/TT-BTC quy định về các trường hợp được xóa nợ tiền thuế bao gồm:

a. Doanh nghiệp bị tuyên bố phá sản đã thực hiện các khoản thanh toán theo quy định của pháp luật phá sản mà không còn tiền, tài sản để nộp tiền thuế.

b. Cá nhân được pháp luật coi là đã chết, mất tích, mất năng lực hành vi dân sự mà không còn tài sản để nộp tiền thuế.

c. Các khoản nợ tiền thuế không thuộc các trường hợp nêu trên, đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

Khoản nợ tiền thuế đã quá 10 năm kể từ ngày hết thời hạn nộp thuế;

Cơ quan thuế đã áp dụng tất cả các biện pháp cưỡng chế thi hành quyết định hành chính thuế theo quy định nhưng không thu đủ tiền thuế.

2. Các loại tiền thuế được xóa

Tại Điều 1 Thông tư 179/2013/TT-BTC quy định về các loại tiền thuế được xóa bao gồm:

- Tiền thuế, tiền phạt phát sinh trước ngày 01 tháng 7 năm 2007 còn nợ không có khả năng thu hồi, bao gồm cả khoản tiền thuế, tiền phạt phát sinh phải nộp trước ngày 01 tháng 7 năm 2007.

- Tiền thuế được xóa bao gồm: Thuế môn bài, thuế doanh thu, thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, thuế nhà đất, thuế lợi tức, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập đối với người có thu nhập cao, thuế tài nguyên, thuế sử dụng đất nông nghiệp.

- Tiền phạt được xóa bao gồm: Tiền phạt chậm nộp, tiền phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thuế.

- Các trường hợp được xóa nợ tiền thuế, tiền phạt phát sinh trước ngày 01 tháng 7 năm 2007 thì đồng thời được xóa nợ tiền phạt chậm nộp, tiền chậm nộp phát sinh trên khoản tiền thuế, tiền phạt được xóa.

4. Thẩm quyền xóa nợ tiền thuế

Tại Khoản 5 Điều 48 Thông tư 156/2013/TT-BTC quy định về thẩm quyền xóa nợ tiền thuế như sau:

a. Thủ tướng Chính phủ xóa nợ đối với trường hợp người nộp thuế nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt từ 10 (mười) tỷ đồng trở lên.

b. Bộ trưởng Bộ Tài chính xóa nợ đối với trường hợp người nộp thuế nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt từ 5 (năm) tỷ đồng đến dưới 10 (mười) tỷ đồng.

c. Tổng cục trưởng Tổng cục Thuế, Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan xóa nợ đối với trường hợp người nộp thuế nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt dưới 5 (năm) tỷ đồng.

Tổng cục trưởng Tổng cục Thuế xóa nợ đối với hồ sơ xóa nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt từ hoạt động sản xuất kinh doanh nội địa; hồ sơ đề nghị xóa nợ vừa có khoản tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt từ hoạt động sản xuất kinh doanh nội địa vừa có khoản tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt của hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu. Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan xóa nợ đối với hồ sơ chỉ đề nghị xóa nợ tiền thuế, tiền chậm nộp, tiền phạt của hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.

5. Những bất cập hiện tại khi thực hiện xóa nợ thuế

Thứ nhất, chúng ta có thể thấy theo như quy định: "Trường hợp với khoản nợ thuế quá 10 năm, nếu cơ quan thuế đã thực hiện tất cả các biện pháp cưỡng chế nợ thuế, thì được xóa nợ".

+ Tuy nhiên, tính đến thời điểm hiện tại, chưa có trường hợp nào được xóa nợ thuế, do không đáp ứng điều kiện "đã áp dụng tất cả các biện pháp cưỡng chế", bởi nhiều lý do bất khả kháng và khó thực thi trong thực tế. Hay trường hợp, người nộp thuế đã chết, mất tích, mất năng lực hành vi dân sự mà "không còn tài sản để nộp thuế" cũng được xóa nợ thuế.

+ Song, không có cơ quan nhà nước nào chịu trách nhiệm về việc xác nhận cá nhân chết, mất tích còn tài sản hay không. Hoặc nếu còn tài sản, tài sản này còn thuộc quyền sử dụng của gia đình vợ, con và có thể tài sản chỉ đủ để đáp ứng nhu cầu cơ bản trong sinh hoạt thông thường. Nếu cơ quan thuế thực hiện kê biên, bán đấu giá tài sản sử dụng chung của gia đình để thu hồi tiền thuế nợ sẽ ảnh hưởng đến cuộc sống của bản thân những người phụ thuộc đó... Chính vì vậy, số tiền thuế nợ, tiền chậm nộp, tiền phạt tồn đọng qua nhiều năm đến nay còn lớn.

Thứ hai, việc xóa nợ thuế và lơ là trong công tác quản lý và thanh kiểm tra sẽ dẫn đến tình trạng xuất hiện ngày càng nhiều doanh nghiệp "ảo" hình thành vì mục đích để "trốn thuế". Điều này sẽ gây khó khăn trong công tác quản lý cũng như công tác thu thuế của các doanh nghiệp trên địa bàn cả nước.

Thứ ba, xóa nợ thuế đối với những doanh nghiệp "ảo" sẽ dẫn đến những "lỗ hổng" tồn tại. Đây cũng có thể coi là kết quả của quá trình thanh tra, kiểm tra không chặt chẽ dẫn đến những hậu quả làm thất thoát nguồn thu ngân sách nhà nước, mà thực chất quá trình thanh kiểm tra sẽ giúp cho cơ quan thuế có cơ sở để phát hiện ra những doanh nghiệp làm ăn tốt và những doanh nghiệp nào có nguy cơ phá sản.

Đứng trước những "lỗ hổng" trong công tác quản lý, Bộ Tài chính nói chung và cơ quan thuế nói riêng cần có những biện pháp hợp lý để nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý mà cụ thể hơn là công tác thanh kiểm tra. Đồng thời, cần xác định được những quy định còn chưa chặt chẽ để kịp thời có những sửa đổi, bổ sung nhằm đem đến hiệu quả cao nhất trong công tác quản lý thu thuế.

Tài liệu tham khảo:

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thue-voi-cuoc-song/2018-03-02/kien-nghi-xoa-hon-26500-ty-dong-no-thue-khong-the-thu-hoi-54362.aspx

https://baotintuc.vn/chinh-tri/khac-phuc-nhung-bat-cap-trong-luat-quan-ly-thue-20181108154947953.htm

Thư giãn:

NHỮNG CÔ NÀNG TÓC VÀNG SAU TAY LÁI

Ba bà cụ đang đi dạo bằng xe hơi với tốc độ 20 km/giờ trên xa lộ. Một viên cảnh sát ra lệnh cho xe dừng lại và hỏi bà tóc vàng:

- Tại sao bà lại lái xe quá chậm?

- Đây chính là tốc độ quy định cơ mà? Tôi nhìn thấy số đó trên tấm biển kia kìa!

- Đấy không phải là biển quy định về tốc độ, mà là số của con đường. Hiện giờ bà đang ở trên đường số 20. Viên cảnh sát ghé mắt nhìn phía băng ghế đằng sau và thấy hai bà cụ khác mặt mày tái mét, còn đang run rẩy. Anh ta hỏi tại sao, cụ bà tóc vàng trả lời tỉnh bơ:

- Bởi vì chúng tôi vừa ra khỏi "đường số 340".

Vận dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại Việt Nam - Thực trạng và giải pháp

Lê Thị Thu Huyền - CQ53/22.05

Nền kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây đã có những bước tiến mạnh mẽ và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Cùng với những chuyển biến tích cực đó của nền kinh tế, bộ phận tài chính công Việt Nam cũng có những thay đổi đáng kể. Tuy nhiên kế toán khu vực công tại Việt Nam vẫn còn một khoảng cách lớn với các Chuẩn mực Kế toán công quốc tế. Do vậy, việc ban hành và áp dụng thống nhất các chuẩn mực kế toán công (CMKTC) nhằm quản lý tài chính công theo hướng hiện đại, hiệu quả phù hợp với thông lệ quốc tế và thực trạng nền kinh tế Việt Nam là một yêu cầu cấp bách hiện nay.

1. Hệ thống Chuẩn mực Kế toán công quốc tế

Hệ thống CMKTC quốc tế (IPSAS - International Public Sector Accounting Standards) được hiểu là những mực thước, những quy định chung mang tính nguyên tắc về việc ghi chép kế toán và lập các báo cáo tài chính (BCTC) thuộc khu vực công.

CMKTC quốc tế do Ủy ban CMKTC quốc tế (IPSASB - International Public Sector Accounting Standards Board) ban hành. Các CMKTC quốc tế được coi là những yêu cầu chính thức của Ủy ban khu vực công (PSC - Public Sector Committee) đối với kế toán công (KTC) trong các quốc gia nhằm cải thiện chất lượng các BCTC trong khu vực công. Việc tuân thủ hợp lý các CMKTC sẽ tạo điều kiện cho tính minh bạch, trách nhiệm cũng như tính dễ hiểu, thích hợp trong quản lý tài chính công nói chung và trong quản lý chi tiêu công nói riêng của các quốc gia trên toàn thế giới.

Hệ thống CMKTC quốc tế được xây dựng và ban hành đến nay bao gồm 32 chuẩn mực và được áp dụng ở gần 100 quốc gia, vùng lãnh thổ và các tổ chức công trên toàn thế giới. Trong đó, có 01 chuẩn mực áp dụng dựa trên cơ sở kế toán tiền mặt (IPSAS 02: Báo cáo trên cơ sở tiền mặt) và 31 chuẩn mực áp dụng trên cơ sở kế toán dồn tích. Nếu phân loại theo cơ sở đối tượng kế toán thì 32 chuẩn mực này được chia thành 3 nhóm chính: (1) Nhóm chuẩn mực liên quan đến tài sản (07 chuẩn mực),

(2) Nhóm chuẩn mực về thu nhập, chi phí và các chuẩn mực khác (15 chuẩn mực), (3) Nhóm chuẩn mực về BCTC (10 chuẩn mực).

2. Thực trạng áp dụng chuẩn mực kế toán công ở Việt Nam

Hệ thống kế toán công ở Việt Nam được thiết lập phục vụ công tác quản lý và cung cấp thông tin theo cơ chế tài chính công, cơ chế này có hạt nhân trung tâm là Luật Ngân sách Nhà nước (NSNN) số 83/2015/QH13 được Quốc hội ban hành ngày 25/06/2015, với cơ cấu tổ chức tập trung thống nhất từ dưới lên trên và từ trên xuống dưới. Bên cạnh đó, hệ thống kế toán Việt Nam đang thực hiện trên môi trường pháp lý thống nhất, đó là Luật Kế toán số 88/2015/QH13, ở lĩnh vực công Luật Kế toán được hướng dẫn bởi Nghị định số 174/2016/NĐ-CP. Hệ thống kế toán Nhà nước hiện hành bao gồm nhiều chế độ kế toán kèm các thông tư hướng dẫn áp dụng cho các chủ thể quản lý khác nhau như: Kế toán NSNN và hoạt động nghiệp vụ kho bạc nhà nước (thực hiện theo Thông tư số 77/2017/TT-BTC) được thực hiện tại hệ thống Kho bạc Nhà nước; Kế toán hành chính sự nghiệp (thực hiện theo Thông tư số 107/2017/TT-BTC) được sử dụng tại các đơn vị sử dụng kinh phí NSNN; Kế toán Ngân sách xã (thực hiện theo Quyết định số 94/2005/QĐ-BTC và được sửa đổi bổ sung tại Thông tư số 146/2011/TT-BTC) được áp dụng cho chính quyền cấp xã nhằm quản lý ngân sách và tài chính xã…

Chế độ kế toán hành chính sự nghiệp (HCSN) mới ban hành theo Thông tư số 107/2017/TT-BTC của Bộ Tài chính có hiệu lực từ ngày 01/01/2018 đã thay đổi căn bản về chứng từ, tài khoản sử dụng, phương pháp kế toán và hệ thống báo cáo tài chính, báo cáo quyết toán và dần tiếp cận với CMKTC quốc tế. Trong đó, nổi bật là:

- Đơn vị HCSN lập 2 phân hệ báo cáo theo mục tiêu sử dụng thông tin bao gồm: BCTC và Báo cáo quyết toán, khác với quy định cũ không có sự tách biệt hai phân hệ báo cáo.

- Quy định mới áp dụng cơ sở kế toán dồn tích với các tài khoản trong bảng (ghi nhận doanh thu khi đạt được và chi phí khi phát sinh, không quan tâm đến việc thu tiền hay chưa) thay vì áp dụng đồng thời cơ sở kế toán tiền mặt và cơ sở kế toán dồn tích có điều chỉnh như trước.

- Chênh lệch tỷ giá được ghi nhận là khoản thu hoặc chi phí trong kỳ phát sinh, thay cho quy định cũ ghi tăng chi hoặc giảm chi trong kỳ.

- Tính thặng dư, thâm hụt của các hoạt động hành chính, sự nghiệp; hoạt động sản xuất kinh doanh dịch vụ; hoạt động tài chính và hoạt động khác gần sát với IPSAS khi tính thặng dư, thâm hụt trong hoạt động thông thường, hoạt động bất thường.

- Số chênh lệch sau khi bù trừ giữa thu và chi mới được ghi tăng nguồn vốn thay vì quy định số thu được ghi thẳng tăng nguồn vốn như trước.

- Giá trị hàng tồn kho chỉ được ghi nhận vào chi phí trong kỳ cho phù hợp với doanh thu được ghi nhận. Khác với chế độ kế toán cũ, giá trị nguyên vật liệu, công cụ, dụng cụ đã mua chưa sử dụng hết cũng được tính hết vào chi phí trong kỳ và được quyết toán tại thời điểm cuối năm tài chính.

- Hạch toán khấu hao tài sản cố định (TSCĐ) hàng năm tính vào chi phí trong kỳ giống với quy định IPSAS 17. Khác với quy định cũ, khi mua sắm TSCĐ ghi nhận toàn bộ giá trị tài sản vào chi phí trong kỳ, hạch toán hao mòn TSCĐ hàng năm ghi giảm nguồn hình thành TSCĐ.

Những điểm chưa tương đồng với IPSAS

Về pháp lý: Hệ thống KTC ở Việt Nam được quy định trải dài qua các tầng pháp lý bao gồm: Luật, nghị định, quyết định, thông tư và các văn bản hướng dẫn dưới luật khác, trong khi đó lại chưa ban hành hệ thống CMKTC tại Việt Nam. Điều này gây khó khăn cho các nhà nghiên cứu và nhà quản lý vì có quá nhiều tầng pháp lý quy định, không tránh khỏi sự trùng lặp, thừa, thiếu hoặc không nhất quán; đồng thời gây ra khó khăn rất lớn cho việc ban hành, thực thi các chế độ KTC hiện hành, ảnh hưởng rất lớn tới chất lượng thông tin KTC cung cấp.

Về đối tượng áp dụng: Cũng như IPSAS, kế toán Nhà nước không áp dụng đối với doanh nghiệp kinh doanh vốn Nhà nước, nhưng sự phân biệt giữa Tài chính công và Tài chính Nhà nước ở Việt Nam so với quốc tế còn có sự chênh lệch nhất định, chính vì thế đối tượng áp dụng kế toán HCSN ở Việt Nam bao gồm: Các đơn vị hành chính, đơn vị sự nghiệp có sử dụng kinh phí NSNN; Các đơn vị sự nghiệp tổ chức không sử dụng kinh phí NSNN (đây là đối tượng áp dụng chưa thực sự rõ ràng cần được làm rõ hơn).

Về hợp nhất báo cáo: Theo IPSAS, toàn bộ các đơn vị dưới sự kiểm soát của Chính phủ trong và ngoài nước hoặc những đơn vị Chính phủ phải chịu trách nhiệm về tài sản và công nợ khi giải thể, phá sản đều được hợp nhất vào BCTC Chính phủ. Trong khi kế toán Nhà nước Việt Nam mới chỉ dừng lại quy định việc lập BCTC ở cấp đơn vị và có tổng hợp BCTC theo từng cấp ngân sách nhằm phục vụ quyết toán

kinh phí ở đơn vị. Toàn Chính phủ chưa có quy định BCTC hợp nhất, do đó còn trùng lặp về thu, chi giữa cấp trên với cấp dưới, một đối tượng kế toán thu, chi Ngân sách được hạch toán ở nhiều chế độ kế toán khác nhau, ở nhiều cơ quan theo dõi, quản lý khác nhau.

Về nợ tiềm tàng, tài sản cố định: Kế toán Nhà nước Việt Nam chưa có hướng dẫn hạch toán cụ thể đối với nợ tiềm tàng; TSCĐ là thiết bị quân sự, bất động sản đầu tư, tài sản là di sản…

3. Giải pháp kiến nghị trong việc áp dụng IPSAS tại Việt Nam

Thứ nhất, cần có CMKTC Việt Nam để đưa ra các nguyên tắc cơ bản, các khái niệm áp dụng cho kế toán một cách thống nhất dựa trên nguyên tắc tuân thủ cơ bản, không tách rời khỏi CMKTC quốc tế và có sự điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện thực tế của Việt Nam. Xem xét tính pháp lý của CMKTC nếu được ban hành ở Việt Nam thì nó là dạng văn bản nào dưới luật hay dưới nghị định hay dưới thông tư,… để tránh quy định chồng chéo và mâu thuẫn về kế toán trong các văn bản pháp quy của Nhà nước.

Thứ hai, về đối tượng áp dụng CMKTC, ngoài những đối tượng đang áp dụng hiện hành cần nghiên cứu thêm những đối tượng như:

+ Phần vốn của Nhà nước tại đơn vị kinh doanh vốn nhà nước;

+ Tổ chức phi chính phủ (NGO) hoặc tổ chức tình nguyện tư nhân (PVO);

+ Tài chính tại các tổ chức tôn giáo;

+ Tài chính tổ dân cư, thôn bản.

Thứ ba, các đối tượng kế toán đã phát sinh trên thực tế nhưng chưa được ghi nhận như tài sản tiềm tàng, nợ tiềm tàng cần áp dụng nội dung các chuẩn mực như IPSAS 19: Các khoản dự phòng, nợ phải trả tiềm tàng và tài sản tiềm tàng; IPSAS 21: Tổn thất của tài sản không tạo tiền; IPSAS 26: Tổn thất tài sản tạo tiền; IPSAS 7: Kế toán các khoản đầu tư vào đơn vị liên kết. Ban hành quy định về phạm vi, khái niệm và tiêu chuẩn ghi nhận TSCĐ là thiết bị quân sự, bất động sản đầu tư, tài sản là di sản.

Thứ tư, cần phải chuyển đổi từ tổng hợp báo cáo sang hợp nhất báo cáo và sau đó là tiến tới hợp nhất báo cáo toàn Chính phủ theo tinh thần của các chuẩn mực như IPSAS 1: Trình bày báo cáo tài chính; IPSAS 2: Báo cáo lưu chuyển tiền tệ; IPSAS 6: Báo cáo tài chính hợp nhất và kế toán các khoản đầu tư vào các đơn vị bị kiểm soát.

Thứ năm, xây dựng và phát triển môi trường cho KTC ở Việt Nam: ban hành các quy định pháp luật, các chính sách tăng cường công tác quản lý tài chính công và hỗ trợ hoàn thiện hệ thống KTC; tăng cường đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao; phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông bắt kịp cuộc cách mạng công nghiệp 4.0;…

Tài liệu tham khảo:

Học viện Tài chính (2010), Giáo trình chuẩn mực kế toán công, NXB Tài chính, Hà Nội

Ngô Thanh Hoàng, "Nhận thức về CMKTC quốc tế, kiến nghị các nội dung cần vận dụng CMKTC quốc tế vào Việt Nam"

Ngô Thanh Hoàng, Ngô Thị Thùy Quyên (2015), "Khuôn khổ pháp lý cho chuẩn mực kế toán công trong tiến trình cải cách kế toán Việt Nam", Kỷ yếu hội thảo khoa học Học viện Tài chính, Hà Nội

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/nghien-cuu-dieu-tra/mot-so-phan-tich-ve-nhung-thay-doi-cua-che-do-ke-toan-hanh-chinh-su-nghiep-138543.html

Thư giãn:

THẾ THÌ CŨNG BỊ RỒI!

Tiếng người đàn ông trong điện thoại:

- Thưa bác sĩ, thằng con trai tôi bị chứng quai bị...

- Phải, tôi biết. Hôm qua tôi đã đến và khám cho cháu rồi. Nhớ giữ nó cách biệt với những người khác trong nhà và...

- Thôi chết! Nó đã hôn người giúp việc mất rồi.

- Ồ, thật không may! Có lẽ chúng ta phải cách ly cô ấy...

- Nhưng thưa bác sĩ, tôi sợ rằng chính tôi cũng đã hôn cô gái đó.

- Rắc rối quá! Như vậy có nghĩa là ông cũng đã mắc bệnh.

- Ngoài ra, tôi còn hôn vợ tôi...

- Giọng bác sĩ bỗng thất thanh: Trời ơi! Thế thì tôi cũng bị rồi!

Kinh nghiệm của Trung Quốc về cơ chế giám sát của Nhà nước đối với hoạt động góp vốn và sử dụng vốn của nhà đầu tư nước ngoài

Vũ Minh Quỳnh - CQ55/11.07
Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

Việt Nam có vị thế ngày càng cao trong khu vực, có môi trường chính trị, kinh tế ổn định, đang thực hiện cải cách bộ máy nhà nước và nâng cao trình độ quản trị của đội ngũ công chức. Năng lực nội sinh đã gia tăng với khoảng 640 nghìn doanh nghiệp (DN), trong đó có nhiều tổng công ty, tập đoàn kinh tế lớn, đang hội nhập ngày càng sâu rộng với thế giới, trong đó có cộng đồng ASEAN và nhiều FTA thế hệ mới. Đầu tư nước ngoài (ĐTNN) là một bộ phận không thể thiếu trong công cuộc phát triển kinh tế đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế. Không thể phủ nhận rằng, ĐTNN đóng góp tích cực cho nền kinh tế nước ta nhưng bên cạnh đó cũng tồn tại những nguy cơ và không ít hạn chế, vì vậy, việc nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế (Trung Quốc) để rút ra bài học cho Việt Nam về cơ chế giám sát của nhà nước đối với hoạt động góp vốn và sử dụng vốn (GV&SDV) của nhà đầu tư nước ngoài là thực sự cần thiết.

1. Kinh nghiệm của Trung Quốc

➢ *Về khuôn khổ pháp lý*

Từ tháng 9/2016, Trung Quốc ban hành Danh mục các lĩnh vực đầu tư có điều kiện. Nếu nhà đầu tư nước ngoài (NĐTNN) nộp hồ sơ xin cấp phép đầu tư vào lĩnh vực thuộc danh mục lĩnh vực ngành nghề đầu tư có điều kiện thì phải trải qua thẩm tra, còn nếu ngoài danh mục đầu tư có điều kiện thì sẽ lập hồ sơ, khai thông tin trực tuyến và được cấp phép đầu tư trong thời gian 3 ngày. Danh mục đầu tư có điều kiện này khác với danh mục được áp dụng tại 11 khu thí điểm mậu dịch tự do của Trung Quốc. Bộ Thương mại Trung Quốc cũng sửa đổi một số điều khoản trong Quyết định số 2, năm 2017 "Về biện pháp lập và sửa đổi hồ sơ đối với Doanh nghiệp đầu tư nước ngoài" của Bộ Thương mại. Văn bản này ban hành nhằm cải cách thể chế quản lý đối với NĐTNN, đơn giản hóa thủ tục hành chính, trao quyền, tăng chất lượng dịch vụ.

➢ ***Về chủ thể giám sát***

Bộ Thương mại là cơ quan chủ trì quản lý, giám sác các Doanh nghiệp FDI, có trách nhiệm: thẩm tra hồ sơ, cấp phép, sau đó chuyển hồ sơ đến các Bộ ngành chủ quản đề nghị cho ý kiến về việc có thỏa mãn các điều kiện để đầu tư sản xuất theo ngành nghề hay không (an toàn, trình độ công nghệ, năng lực sản xuất, vốn).

Các ngân hàng là chủ thể giám sát về tình hình lưu chuyển vốn của DN: Ngân hàng sẽ giám sát việc lưu chuyển, sử dụng tiền vốn của Doanh nghiệp FDI theo quy định của Cục Quản lý ngoại hối, giám sát xem số tiền này có được sử dụng vào mục đích nào khác ngoài đầu tư vào lĩnh vực, dự án mà Nhà đầu tư đăng ký hay không. Nếu phát hiện có vi phạm quy định, ngân hàng sẽ báo cáo Cục Quản lý Ngoại hối để thông báo đến Bộ Thương mại Trung Quốc và các Bộ, ngành có liên quan đến tính chất dự án đã được cấp phép để xử lý theo quy định.

➢ ***Về đối tượng bị giám sát***

Trung Quốc quy định: nếu dự án đầu tư nằm trong danh mục đầu tư có điều kiện thì tiến hành thẩm tra, còn nếu ngoài danh mục thì chỉ cần lập hồ sơ cấp phép như ở trên.

Tuy nhiên, những dự án nằm ở vị trí có ảnh hưởng tới an ninh quốc phòng được điều chỉnh riêng bằng "Thông tri về chế độ thẩm tra an ninh đối với NĐTNN mua lại DN trong nước của Văn phòng Quốc Vụ viện" số 6, năm 2011. Các dự án này phải được thẩm tra theo quy trình riêng nêu ở mục "e" dưới đây.

Quan niệm về hoạt động "mua lại Doanh nghiệp" của NĐTNN bao gồm các trường hợp sau: (i) Việc NĐTNN mua DN trong nước hoặc mua lại phần tăng vốn của DN khiến cho DN trong nước này thay đổi trở thành DN FDI; (ii) NĐTNN mua lại phần cổ phần phía Trung Quốc của DN FDI, hoặc phần tăng vốn của DN FDI; (iii) NĐTNN thành lập DN FDI và thông qua DN này để mua lại tài sản DN trong nước và vận hành kinh doanh tài sản này, hoặc thông qua DN FDI để mua lại sở hữu cổ phần của DN trong nước. Việc thẩm tra theo quy trình này chỉ được áp dụng trong trường hợp sau khi mua lại, NĐTNN nắm quyền chi phối DN.

➢ ***Về phương thức giám sát***

Trung Quốc áp dụng cả biện pháp "Giám sát trước" (còn gọi là Thẩm tra trước khi cấp phép) và "Giám sát sau" được áp dụng bắt buộc đối với trường hợp NĐTNN đầu tư vào Trung Quốc thông qua hợp nhất, sáp nhập mà có nguy cơ ảnh hưởng tới an ninh quốc gia theo quy định của Thông tri về chế độ thẩm tra an ninh đối với NĐTNN mua lại DN trong nước. Đối tượng phải qua thẩm tra bao gồm những trường hợp sau đây: (i) Hợp nhất, sáp nhập với DN quốc phòng; (ii) Hợp nhất, sáp nhập với DN gần với những khu vực quốc phòng quan trọng, nhạy cảm; (iii) Hợp nhất, sáp nhập với những DN có quan hệ với cơ quan quốc phòng hoặc an ninh; (iv) Hợp nhất, sáp nhập

với những DN trong nước đầu tư vào lĩnh vực liên quan tới an ninh quốc gia như: đầu tư vào những công nghệ chủ chốt, ngành công nghiệp sản xuất những máy móc chính, những sản phẩm công nghiệp quan trọng, hoặc liên quan tới nguồn năng lượng, tài nguyên, hạ tầng, giao thông.

NĐTNN có thể chủ động nộp hồ sơ để xem xét về vấn đề an ninh quốc gia cho Bộ Thương mại Trung Quốc nếu họ tự thấy dự án của mình thuộc một trong những trường hợp nêu trên, hoặc cơ quan thương mại cấp dưới (Sở Thương mại) có thể yêu cầu Nhà đầu tư nộp hồ sơ để xem xét vấn đề nói trên.

Đối với phương thức giám sát sau: Khi NĐTNN tiến hành lập hồ sơ đầu tư phải kê khai các thông tin theo yêu cầu của Bộ Thương mại, đồng thời phải cam kết các nội dung kê khai là đúng sự thật. Sau đó Bộ Thương mại Trung Quốc sẽ kết hợp với các Bộ, Ngành liên quan đối chiếu, kiểm tra ngẫu nhiên, nếu phát hiện sai phạm sẽ xử phạt. Ngoài ra, các dự án liên quan các chuyên ngành, cũng có những quy định đặc thù riêng của từng ngành để tiến hành giám sát đảm bảo phù hợp với yêu cầu chuyên ngành đề ra.

➢ ***Về nội dung giám sát***

Đối với giám sát trước về an ninh quốc gia, nội dung thẩm tra bao gồm:

- Ảnh hưởng của giao dịch mua lại đối với: an ninh quốc phòng, bao gồm những ảnh hưởng đối với yêu cầu quốc phòng về năng lực sản xuất sản phẩm trong nước, năng lực cung cấp dịch vụ và những thiết bị, trang bị trong nước;

- Ảnh hưởng của giao dịch đối với sự vận hành ổn định kinh tế quốc gia; đối với trật tự đời sống cơ bản của xã hội;

- Ảnh hưởng của giao dịch đối với năng lực nghiên cứu, phát triển những kỹ thuật cốt lõi liên quan đến an ninh quốc gia.

Đối với giám sát sau: Trung Quốc không phân biệt các nội dung giám sát giữa các hình thức FDI hoặc M&A. Các chế độ và nội dung giám sát được thực hiện chủ yếu thông qua việc giám sát tình hình sử dụng vốn của NĐTNN phù hợp với quy định và điều kiện của Trung Quốc đề ra đối với từng lĩnh vực, dự án giống như các nội dung ở trên về tiền vốn.

Nội dung giám sát kiểm tra của cơ quan chủ quản thương mại tiến hành đối với DN ĐTNN hoặc các NĐTNN bao gồm:

- Việc chấp hành các thủ tục lưu trữ theo quy định của luật;

- Tính trung thực, chính xác và hoàn chỉnh của các thông tin được khai báo của DN ĐTNN hoặc các NĐTNN;

- Có hoạt động triển khai đầu tư kinh doanh tại các lĩnh vực cấm đầu tư theo quy định quản lý đặc biệt về tham gia đầu tư của quốc gia hay không;

- Việc xin phê duyệt các dự án đầu tư tại các lĩnh vực hạn chế đầu tư theo quy định quản lý đặc biệt về tham gia đầu tư của quốc gia;

- Có tình trạng phải kích hoạt thẩm tra an ninh quốc gia (chuyển từ đối tượng không phải thẩm tra về an ninh quốc gia sang đối tượng phải thẩm tra) hay không;

- Có việc giả tạo; thay đổi; cho thuê; chuyển nhượng "Giấy biên nhận lưu trữ" hay không; Có chấp hành quyết định xử lý hành chính do cơ quan chủ quản thương mại ban hành hay không; Việc kiểm tra được tiến hành theo nguyên tắc lựa chọn ngẫu nhiên và công bố trên Hệ thống thông tin quản lý tổng hợp.

➢ ***Về chế độ báo cáo***

Trung Quốc có chế độ báo cáo, công khai thông tin áp dụng đối với DN FDI quy định theo Pháp lệnh số 2 năm 2017 về "Biện pháp chấp hành quản lý báo cáo thành lập và thay đổi DN ĐTNN". Theo đó, các Sở thương mại các địa phương là cơ quan lập và lưu trữ hồ sơ về DN FDI trên Hệ thống thông tin quản lý tổng hợp về ĐTNN. Các DN FDI phải điền thông tin và cung cấp trực tuyến "Bản trình báo hồ sơ thành lập DN FDI".

➢ ***Về phân cấp***

Tình hình hoạt động đầu tư kinh doanh của NĐTNN khi kê khai đều được cập nhật vào hệ thống mạng dữ liệu được kết nối giữa Bộ Thương mại Trung Quốc với các địa phương; Vì vậy, không quy định việc các địa phương phải định kỳ báo cáo Trung ương, mà Trung ương chỉ nhắc các địa phương nơi có hoạt động đầu tư đôn đốc NĐTNN làm báo cáo cập nhật các số liệu trực tuyến theo quy định.

➢ ***Về chế tài xử phạt***

Tuỳ theo mức độ vi phạm các điều khoản quy định trong các văn bản của chính phủ và các bộ, ngành ban hành thì NĐTNN sẽ bị xử phạt bằng các hình thức: phạt tiền, tước giấy phép đầu tư. Ví dụ, nếu vi phạm nghĩa vụ báo cáo/cập nhật thông tin lên Hệ thống quản lý thông tin tổng hợp, DN vi phạm sẽ bị phạt hành chính từ 10.000 NĐT - 30.000 NĐT, hoặc bị đưa vào diện kiểm tra của cơ quan quản lý nhà nước hoặc bị công bố công khai trên phương tiện thông tin đại chúng là "DN bất thành tín" (Nếu vi phạm thì phải sau 3 năm thực hiện nghiêm túc mới được xóa tên khỏi Danh sách DN bất thành tín).

2. Những bài học rút ra đối với Việt Nam

Thứ nhất, cần xác định quan điểm đúng đắn đối với việc xác lập cơ chế giám sát hoạt động GV&SDV của NĐTNN. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, hầu hết các quốc gia đều thực hiện chính sách mở cửa và áp dụng nguyên tắc đối xử bình đẳng

giữa NĐT trong nước và NĐTNN, thực hiện tự do hóa và đơn giản hóa thủ tục cho hoạt động GV&SDV của NĐTNN. Tuy nhiên, dù tự do hóa ĐTNN ở mức độ nào thì các quốc gia đều có các biện pháp riêng để giám sát dòng vốn ĐTNN rót vào những dự án, khu vực có ảnh hưởng đến an ninh, quốc phòng, thậm chí ban hành văn bản quy phạm pháp luật riêng để quy định về hoạt động thẩm tra, giám sát.

Thứ hai, cần xác lập rõ chủ thể giám sát hoạt động GV&SDV của NĐTNN. Tuy vậy, phần lớn các quốc gia lựa chọn mô hình tập trung, trong đó nhiệm vụ giám sát ĐTNN được giao cho một Ủy ban chuyên trách về giám sát ĐTNN với sự tham gia của đại diện nhiều cơ quan, bộ chuyên ngành hoặc cho một cơ quan Bộ.

Thứ ba, cần thực hiện phối hợp đa phương thức giám sát. Điều này hết sức cần thiết nhằm đảm bảo đạt được các mục tiêu của thu hút ĐTNN; phát huy vai trò và tác động tích cực của ĐTNN đối với nền kinh tế quốc dân; ngăn ngừa, hạn chế và giảm thiểu các tác động tiêu cực của ĐTNN đến các mặt của đời sống kinh tế - xã hội của đất nước.

Thứ tư, coi trọng vấn đề đảm bảo an ninh, quốc phòng, trật tự và ổn định xã hội trong việc giám sát tình hình GV&SDV của NĐTNN nhằm quản lý và kiểm soát chặt chẽ, hạn chế việc NĐTNN đầu tư vào các khu vực nhạy cảm, có khả năng ảnh hưởng tới an ninh, quốc phòng, hoặc núp bóng NĐT trong nước để lập hoặc vận hành DN một cách trái phép, gây tác động tiêu cực tới các mặt kinh tế - xã hội của quốc gia tiếp nhận đầu tư. Cần xác định rõ đối tượng, nội dung và tiêu chí giám sát để tạo môi trường đầu tư minh bạch, cần quy định rõ các đối tượng cần giám sát, đặc biệt là đối tượng cần có thẩm tra/phê duyệt trước khi được phép đầu tư vốn vào nước sở tại.

Thứ năm, cần quy định cụ thể chế tài đối với các hành vi vi phạm từ nhẹ đến nặng, từ nhắc nhở/cảnh cáo, bắt buộc chuyển nhượng vốn, thu hồi giấy phép đầu tư, phạt hành chính, truy tố trách nhiệm hình sự tuỳ theo mức độ vi phạm các cam kết trong quá trình GV&SDV của nhà ĐTN. Cần xây dựng cơ sở dữ liệu phục vụ cho việc giám sát và website phục vụ việc đăng ký DN, cập nhật các thay đổi của DN, chia sẻ thông tin với các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan. Ngoài ra, cần ban hành văn bản pháp quy quy định quy trình phối hợp/chia sẻ thông tin giữa các cơ quan quản lý nhà nước tham gia giám sát (ngoại hối - ngoại tệ, tài chính, an ninh - quốc phòng,..) với cơ quan chủ trì giám sát để đảm bảo sự giám sát toàn diện, nhưng tránh tạo gánh nặng báo cáo, thanh tra kiểm tra đối với các DN.

Tài liệu tham khảo:

Đỗ Đức Định, Đầu tư trực tiếpnước ngoài ở một số nước Đông Nam á",NXB Khoa học xã hội, Hà Nội 1993.

Hoa Hữu Lân, Trần Anh Văn,"Kinh nghiệm sử dụng vốn nước ngoài của một số nước Đông Á và ASEAN", Nghiên cứu Đông Nam Á, 1998.

Vũ Trường Sơn, Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đầu tư trực tiếp nước ngoài với tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam, NXB Thống kê, Hà Nội 1997.

Tác động của hoạt động chuyển giá đối với các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Nguyễn Thị Huyền Linh - CQ54/05.03

Sau hơn 30 năm chính thức mở cửa hội nhập quốc tế, kinh tế Việt Nam đã có nhiều chuyển biến tích cực, khoác lên mình diện mạo mới với những thành tựu nổi bật trong khu vực và trên thế giới. Trong đó phải kể đến sự đóng góp quan trọng của khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Cụ thể, tính đến nay, Việt Nam đã thu hút được 25.949 dự án với tổng vốn đăng ký đầu tư đạt 326,3 tỷ USD, trong đó 84% số dự án đầu tư theo hình thức 100% vốn nước ngoài. Nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chiếm khoảng 25% tổng vốn đầu tư cả nước, đóng góp xấp xỉ 20% GDP. Không chỉ góp phần tăng trưởng kinh tế, khu vực FDI còn giúp tạo việc làm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trình độ Khoa học - Công nghệ trong nước, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nước ta theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa… Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, hoạt động của khu vực kinh tế này cũng ẩn chứa nhiều mặt trái cần giải quyết, và hiện tượng chuyển giá nhằm trốn tránh nghĩa vụ nộp thuế, gia tăng lợi nhuận của các công ty đa quốc gia là một trong những mặt trái đó.

1. Doanh nghiệp FDI và hoạt động chuyển giá của các doanh nghiệp FDI

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là hình thức đầu tư dài hạn của cá nhân hay công ty nước này vào nước khác bằng cách thiết lập cơ sở sản xuất, kinh doanh; cá nhân hay công ty nước ngoài đó sẽ nắm giữ quyền quản lý cơ sở kinh doanh này. Theo tổ chức Thương mại Thế giới, đầu tư trực tiếp nước ngoài xảy ra khi một nhà đầu tư từ một nước (nước chủ đầu tư) có được một tài sản từ nước khác (nước thu hút đầu tư) cùng với quyền quản lý tài sản đó. Theo Luật Đầu tư năm 2014 của Việt Nam, đầu tư trực tiếp là hình thức đầu tư do nhà đầu tư nước ngoài bỏ vốn đầu tư và tham gia quản lý hoạt động đầu tư.

Chuyển giá được hiểu là việc thực hiện chính sách giá đối với hàng hóa, dịch vụ và tài sản được chuyển dịch giữa các thành viên trong tập đoàn qua biên giới không theo giá thị trường nhằm tối thiểu hóa số thuế của các công ty đa quốc gia (Multi Nations Company) trên toàn cầu.

Trên thực tế, các công ty đa quốc gia (MNCs), tập đoàn thường có rất nhiều văn phòng, nhà máy, cơ sở hoạt động kinh doanh ở nhiều quốc gia khác nhau. Trong đó, tại mỗi quốc gia thì thuế suất (thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân,…) lại áp dụng theo mức khác nhau và dẫn đến trong cùng một hệ thống các công ty mẹ và công ty con, tập đoàn với nhau thì có công ty phải nộp thuế ở mức thấp, trong khi một số khác phải nộp một mức thuế cao hơn nhiều. Do đó, để giảm thiểu mức tối đa số thuế phải nộp ở các quốc gia có mức thuế suất cao thì ban lãnh đạo công ty hay tập đoàn quyết định đẩy phần lớn lợi nhuận và doanh thu về các quốc gia có mức thuế suất thấp hơn (thường được gọi là thiên đường thuế). Kỹ thuật được sử dụng để đẩy phần lớn lợi nhuận về các công ty con có mức đóng thuế thấp được là *chuyển giá*. Từ đó lợi nhuận sẽ nằm chủ yếu ở các công ty có mức thuế suất thấp và sẽ mang lại một khoản lợi ích lớn do giảm thiểu được số thuế phải nộp ở mức tối đa của các tập đoàn hay nhóm liên kết. Vì vậy có thể hiểu, chuyển giá là hành vi của chủ thể kinh doanh tác động lên giá cả nhằm thay đổi giá trị hàng hóa, dịch vụ trong quan hệ với các bên trong tập đoàn hoặc nhóm liên kết.

Chuyển giá là một trong những hành vi phổ biến trong đầu tư - kinh doanh quốc tế trong cơ chế thị trường. Các doanh nghiệp khi có cơ hội đều tìm cách chuyển giá, trốn thuế thu lời, và như vậy họ phải tìm mọi cách để hợp thức hóa hành vi chuyển giá để đối phó với cơ quan thuế, cơ quan hải quan nhằm trốn thuế một cách "hợp pháp".

2. Tác động của hoạt động chuyển giá của doanh nghiệp FDI

**** Tác động đối với doanh nghiệp FDI***

Việc thực hiện chuyển giá mang lại nhiều kết quả thuận lợi cho hoạt động kinh doanh như:

- Dựa vào những ưu đãi trong chính sách thu hút đầu tư tại quốc gia tiếp nhận vốn đầu tư như: thuế suất, hạn ngạch, lĩnh vực đầu tư… mà các doanh nghiệp FDI có thể giảm thiểu nghĩa vụ thuế tại quốc gia này.

- Nếu quốc gia tiếp nhận đầu tư có chính sách tiền tệ thắt chặt thì việc chuyển giá sẽ giúp chuyển một phần lợi nhuận ra nước ngoài, đảm bảo mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận của toàn bộ hệ thống doanh nghiệp.

- Thực hiện hành vi chuyển giá giúp các doanh nghiệp FDI nhanh chóng chiếm quyền kiểm soát các công ty liên doanh, liên kết, đánh bật các đối thủ cạnh tranh nhỏ lẻ tại quốc gia tiếp nhận đầu tư để chiếm lĩnh thị trường.

- Việc định giá các tài sản, thiết bị lỗi thời với giá cao trong quá trình góp vốn liên doanh, liên kết, một mặt giúp các công ty tại chính quốc thay đổi được công nghệ với chi phí thấp, mặt khác thu hồi lại vốn đầu tư nhanh tại các quốc gia tiếp nhận đầu tư.

- Thông qua hành vi mua bán lại, các doanh nghiệp FDI có thể tránh được các rủi ro trong hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm, giảm được rủi ro về tỷ giá, rủi ro về nghiên cứu thị trường…

Tuy nhiên, khi hành vi chuyển giá bị phát hiện, các doanh nghiệp FDI sẽ phải gánh chịu những chế tài nghiêm khắc từ quốc gia tiếp nhận đầu tư và các quốc gia liên quan như: chịu một khoản phạt lớn, hay bị rút giấy phép kinh doanh và chấm dứt mọi hoạt động kinh doanh tại quốc gia đó. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp FDI - chi nhánh của các tập đoàn đa quốc gia (MNCs) tại quốc gia khác sẽ là đối tượng chú ý của cơ quan thuế tại quốc gia đó, uy tín của MNCs trên toàn thế giới cũng sẽ bị giảm sút.

**** Tác động tới nước tiếp nhận vốn đầu tư***

- Thông qua hoạt động chuyển giá, các doanh nghiệp FDI định giá cao các yếu tố đầu vào, từ đó rút ngắn thời gian thu hồi vốn, vì vậy mà các luồng vốn có xu hướng chảy ngược ra khỏi quốc gia tiếp nhận đầu tư. Các hành động chuyển giá nhằm thu hồi vốn nhanh hơn so với kế hoạch ban đầu sẽ làm thay đổi cơ cấu vốn của nền kinh tế quốc gia tiếp nhận đầu tư. Hậu quả là tạo ra sự phản ánh sai lệch kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của nền kinh tế, tạo ra một bức tranh kinh tế thiếu trung thực.

- Nếu như quốc gia tiếp nhận đầu tư có thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp thấp hơn, quốc gia này có thể được hưởng lợi từ hoạt động chuyển giá của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Vì vậy, một số quốc gia có thể sẵn sàng để cho các doanh nghiệp FDI thực hiện hành vi này mà buông lỏng sự quản lý. Về lâu dài, khi có sự chuyển biến của môi trường kinh doanh quốc gia, các quốc gia này sẽ đến lượt gánh chịu hậu quả do việc buông lỏng quản lý trước đây. Họ sẽ phải đương đầu với khó khăn về tài chính và phụ thuộc về kinh tế với các doanh nghiệp FDI hùng mạnh do các nguồn thu không bền vững.

- Thông qua chuyển giá các FDI có thể xâm chiếm thị phần. Khi mới tham gia vào một thị trường mới, tiến hành các chiêu thức quảng cáo và khuyến mãi quá mức, dẫn tới hậu quả họ có thể lũng đoạn thị trường. Các doanh nghiệp trong nước thường không đủ tiềm lực tài chính để cạnh tranh, vì vậy dần dần bị thua lỗ dẫn tới phá sản hoặc phải chuyển sang kinh doanh trong ngành khác. Các doanh nghiệp FDI sẽ dần trở

thành độc quyền và thao túng thị trường, kiểm soát giá cả, thủ tiêu tính tự do của thị trường, đặc biệt ở các nước chưa có hoặc chưa hoàn thiện Luật quản lý cạnh tranh, Luật chống độc quyền. Chính phủ các quốc gia này sẽ gặp khó khăn trong quá trình hoạch định các chính sách kinh tế vĩ mô và không thể thúc đẩy ngành sản xuất trong nước phát triển.

- Thông qua chuyển giá, các doanh nghiệp FDI có thể thực hiện kế hoạch thôn tính các doanh nghiệp trong nước. Khi mới tham gia vào thị trường, các nhà đầu tư nước ngoài thường lựa chọn hình thức liên doanh với các doanh nghiệp trong nước, và họ thường có được tỷ lệ góp vốn cao để nắm quyền quản lý. Khi đó, họ sẽ thực hiện hành vi chuyển giá nhằm làm cho kết quả kinh doanh thua lỗ kéo dài, buộc các bên tham gia liên doanh phải tăng vốn góp lên.

- Hoạt động chuyển giá diễn ra trên bình diện quốc gia sẽ làm phá sản kế hoạch phát triển kinh tế quốc dân của quốc gia tiếp nhận đầu tư. Nếu không ngăn chặn kịp thời, trong tương lai không xa các quốc gia tiếp nhận đầu tư sẽ mất dần tính tự chủ về kinh tế, từ đó kéo theo sự phụ thuộc về chính trị - xã hội. Hoạt động chuyển giá diễn ra với quy mô lớn cũng là một trong những nguyên nhân gây ra tình trạng mất cân đối trong cán cân thanh toán quốc tế.

Trên đây là một số tác động của việc chuyển giá đến hoạt động của các doanh nghiệp FDI. Tuy nhiên, những tác động gây ảnh hưởng đến kinh tế - xã hội ra sao, mức độ thế nào, còn phụ thuộc vào yếu tố chủ quan của nước chủ nhà. Vì vậy, chúng ta cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng, đầy đủ và có các biện pháp phù hợp, để có thể hạn chế, giảm thiểu được những tác động tiêu cực, bất lợi, phát huy mặt tích cực của FDI cho tiến trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Tài liệu tham khảo:

https://drive.google.com/file/d/1V_kgwCD9IjnpqqNBVCg3y1dXgR3D8UVV/view?fbclid=IwAR1HGYu6ZZjT1TQ403ekwxFZce_SZzM7KY5j7rv7_5hLO52ltQN5xfNImPY

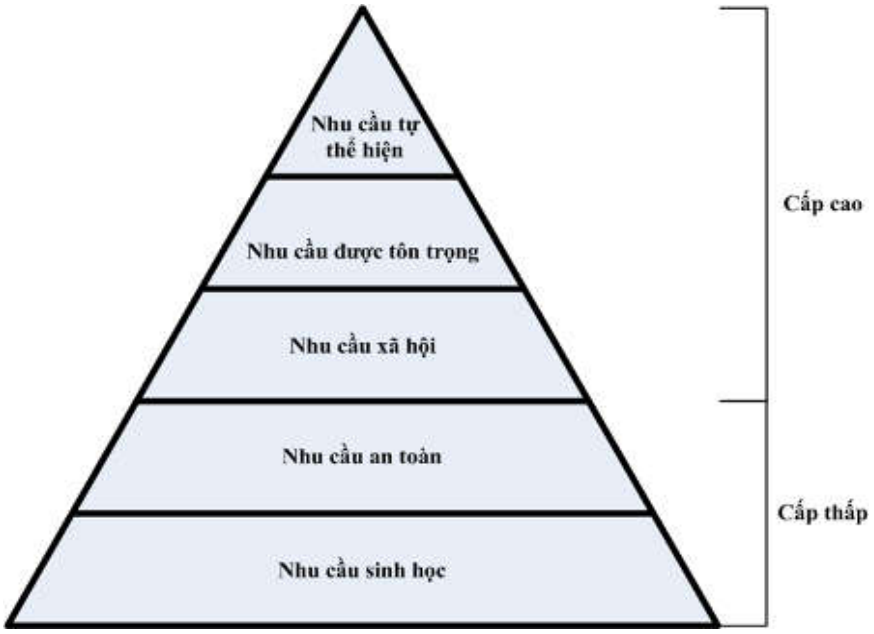
https://luanvanaz.com/tac-dong-cua-dau-tu-truc-tiep-nuoc-ngoai-fdi-doi-voi-su-phat-trien-kinh-te-xa-hoi.html

Làm thế nào để ngưng ảo tưởng về chính mình?

Bùi Thị Hiền Lương - CQ54/15.03

"Mỗi người trong chúng ta rồi đều sẽ đứng trên đỉnh của một kim tự tháp nào đó, nhưng mỗi kim tự tháp của mỗi người là khác nhau tùy vào khả năng và nhu cầu của người đó. Vậy nên không việc gì phải tranh giành nhau vị trí của người khác, vì ai rồi cũng sẽ có chỗ đứng của riêng mình".

Một trong những nghiên cứu thú vị tôi muốn nhắc đến khi viết về chủ đề này là tháp nhu cầu Maslow của nhà tâm lý học Abraham Maslow. Tại đây ông chia nhu cầu của con người thành 2 nhóm chính: nhu cầu cơ bản (basic needs) và nhu cầu bậc cao (meta needs), cụ thể hơn là theo từng cấp bậc nhu cầu của con người từ thấp nhất đến cao nhất.



Tháp nhu cầu Maslow

Có thể thấy mỗi chúng ta ai cũng muốn mình được đáp ứng đủ những nhu cầu trên. Đó là lý do vì sao ngay từ thời con người mới được hình thành, trong những bầy đàn đã xuất hiện những cá thể sẵn sàng thể hiện sức mạnh cá nhân của mình qua một cuộc chiến hoặc nỗ lực trong việc giao tiếp và xây dựng các liên minh trong bầy đàn để được đứng vào hàng ngũ cấp trên bậc cao.

Viết đến đây để các bạn có thể thấy rằng, việc các bạn đang liên tục cảm thấy mình cần phải chứng tỏ bản thân và luôn muốn đặt mình ở một vị trí trên cơ người khác là một chuyện hết sức bình thường mà từ 200.000 năm trước đã có từ lâu rồi, không việc gì phải tự trách móc bản thân mình hết. Nhu cầu được thể hiện bản thân không những là một phần trong nhóm nhu cầu bậc cao mà còn là nhu cầu cao nhất của con người trong tháp nhu cầu.

Tuy nhiên, ông bà ta có câu "cái gì nhiều quá thì cũng không tốt". Nếu trong một tập thể mà ai cũng muốn leo lên đứng trên đỉnh thì thế giới sẽ không thể vận hành tốt được nữa. Không thể trong một nhóm người cùng làm việc chung với nhau ai cũng muốn thể hiện mình, ai cũng muốn ý kiến của mình được đồng ý. Vậy thì ai là người nói, ai là người nghe, thế nên tình trạng thừa thầy mà thiếu thợ mới xảy ra. Đừng nghĩ rằng mình học ở một trường đại học tốt, ra trường cầm trên tay tấm bằng đỏ thì ai cũng săn đón. Bạn đang tự ảo tưởng về sức mạnh của bản thân mình rồi.

Vậy thì bây giờ chúng ta phải làm gì?

Bước 1: Xác định được mình đang muốn cái gì

Một trong những câu hỏi lớn nhất mọi thời đại là "To be or not to be?", dịch vui là "Tôi đang làm cái quái gì với cuộc đời mình vậy?" mặc dù luôn biết ông hàng xóm, bà bán rau ngoài chợ đang làm gì với cuộc đời của họ.

Vì không biết mình muốn gì dẫn tới đặt ra nhu cầu cho bản thân là "cái gì cũng muốn", tự ép bản thân tìm cách thỏa mãn cho tất cả nhu cầu bản thân đề ra mà không cân nhắc đến hệ lụy của nó.

Có lần một người thầy của tôi đã từng nói với tôi về quy tắc kim tự tháp:

"Mỗi người trong chúng ta rồi đều sẽ đứng trên đỉnh của một kim tự tháp nào đó, nhưng mỗi kim tự tháp của mỗi người là khác nhau tùy vào khả năng và nhu cầu của người đó. Vậy nên không việc gì phải tranh giành nhau vị trí của người khác, vì ai rồi cũng sẽ có chỗ đứng của riêng mình". Nếu bạn cảm thấy bạn đang tốt ở một lĩnh vực nào đó thì có thể tìm cách để nâng tầm mình lên ở một vị trí cao hơn trong lĩnh vực đó,

không việc gì phải đứng núi này trông núi nọ, bạn cần tập trung thời gian và năng lượng của mình để leo ngọn núi của chính mình trước đã.

Bước 2: Bao quanh bản thân bởi những người giỏi hơn mình trong lĩnh vực đó

Không ai là giỏi xuất chúng cả, núi này cao ắt sẽ có núi khác cao hơn, mà thường thì mấy ngọn núi cao hay có xu hướng đứng cùng với nhau.

Mặc dù phải công nhận là ở bên cạnh những người giỏi hơn mình, cảm giác rất bứt rứt và khó chịu vì cái tôi thích thể hiện của bản thân không được thỏa mãn, nhưng nếu bạn có ý định chạy đua đường dài thì bạn phải cho phép bản thân tiến bộ hơn từng ngày trước đã. Thà là chạy 100m mất hết hơi còn hơn chạy 50m đã nghỉ mệt.

Ví dụ như việc bạn ở cùng với một người bạn cùng phòng giỏi giang hơn bạn vậy! Sẽ thật là khó để cho bạn có thể vui vẻ được khi vào một ngày đẹp trời, bạn mình về khoe bạn ấy đạt được học bổng của trường dành cho sinh viên có học lực giỏi trong khi bản thân mình điểm chỉ đủ qua môn. Đương nhiên bạn sẽ phải suy nghĩ và đánh giá lại bản thân mình chứ, đúng không? Nếu bạn nói với tôi rằng bạn chẳng có suy nghĩ gì cả! Vậy chẳng khác nào bản thân bạn không có chí tiến thủ. Tôi nói như vậy không có nghĩa là nói bạn phải có ý nghĩ tiêu cực, phải hơn thua với người khác, nhưng bạn phải nhìn lại chính mình và đặt câu hỏi: "Tại sao bạn mình làm được như vậy, còn mình chỉ được như thế".

Bước 3: Tự đánh giá (review) bản thân mỗi ngày

Tôi dành rất nhiều khoảng thời gian trong một ngày của mình để nghĩ về bản thân, tự chân thành phê phán những thiếu sót của chính mình rồi cân nhắc xem mình phải làm gì tiếp theo.

Tôi ít khi nghĩ về người khác, vì có nghĩ gì về họ thì cũng không thay đổi được gì cho họ, ngoại trừ việc bản thân cảm thấy nhẹ nhõm vì được xao nhãng khỏi những vấn đề của chính mình.

Tuy cách này cơ bản là ổn đối với mình, nhưng đôi lúc suy nghĩ quá nhiều về một vấn đề nào đó trong thời gian dài sẽ khiến bản thân có tư duy tiêu cực về nó. Nên nếu bạn như tôi, hay tự vấn bản thân nhiều quá thì cách thay thế là tìm cho mình một người bạn mà bản thân đủ tin tưởng và có độ sâu sắc nhất định về cuộc sống (thường là một người nào đó lớn tuổi hơn) để giãi bày, như vậy bạn sẽ có cái nhìn khách quan hơn về những vấn đề của mình.

Một chút chia sẻ cá nhân của bản thân về vấn đề này, vì tôi cũng từng là nạn nhân của việc quá ảo tưởng về chính mình dẫn đến đưa ra những quyết định mù quáng. Tôi nghĩ khi còn trẻ, chúng ta ai cũng có xu hướng muốn được thế giới công nhận tài năng và công sức của mình, nhất là khi bạn đã nỗ lực rất nhiều để có được nó. Có một lần tôi đã được thử thách giữ chức vụ cao trong một tổ chức, tôi luôn cố gắng làm việc để làm mọi cách đưa tổ chức đó đi lên. Từng ôm tất cả công việc vào mình chỉ vì nghĩ những bạn cấp dưới không đủ năng lực hoặc bản thân mình làm có lẽ sẽ mang lại hiệu quả tốt nhất. Nhưng bạn à! Ai cũng có một năng lực riêng, một ưu điểm riêng của họ, bạn không thể mang một ý kiến chủ quan như thế để làm việc trong môi trường tập thể. Dù mục đích của bạn tốt hay xấu, cách làm của bạn sai thì kết quả cuối cùng sẽ không được công nhận. Nhưng lúc đó, tôi không bình tĩnh như cái cách tôi ngồi đây để chia sẻ cho các bạn như hiện tại đâu. Lúc công sức của mình không được công nhận ấy mà, bạn sẽ chẳng giữ nổi cơn giận của mình đâu, nhưng không sao, rồi từ từ theo thời gian, tự khắc bạn sẽ nhận ra, mỗi một sự việc gì đó đều có lí do của nó. Lúc tôi nhận ra điều đó, dù không quá muộn nhưng vẫn cảm thấy hối hận vì sao bản thân mình không biết sớm hơn một chút, có lẽ, mọi chuyện sẽ khác!

Trong cuốn tự truyện của mình, tổng thống Donald Trump có kể là ông từng bị phá sản 3 lần sau khi ông trở thành triệu phú. Đến cả một người tài năng và chăm chỉ mà cũng như vậy thì tôi nghĩ không có cái gì trên thế giới này là công bằng cả. Vậy nên bạn cứ tin vào chính mình trước đi, cứ thể hiện bản thân rồi thấy mình còn sai thì cứ sửa từ từ.

Mỗi ngày trong cuộc đời mỗi người là một cuộc chiến. Giả sử nếu một ngày nào đó bạn trở nên quá hoàn hảo, quá tuyệt vời và có được hết tất cả những gì mình mong muốn. Vậy thì còn gì nữa đâu mà đấu tranh, đâu còn lý do để phát triển và tiếp tục cống hiến nữa?

Tài liệu tham khảo:

http://cafebiz.vn/lam-the-nao-de-ban-than-ngung-ao-tuong-ve-chinh-minh-20190403145421507.chn

http://tamlyhoctoipham.com/9-ao-tuong-ma-chung-ta-thuong-dung-de-doi-gat-ban-than

http://cafef.vn/toi-da-thuc-su-doi-doi-nho-dieu-chinh-suy-nghi-cua-ban-than-tuoi-tre-hay-ngung-ao-tuong-va-hanh-dong-di-20180504204511151.chn

Coca Cola và Pepsi - Bài học về Marketing

Nguyễn Thị Khánh Linh - CQ56/11.01CLC

Cuộc chiến giữ hai thương hiệu nước giải khát Coca Cola và Pepsi là chủ đề bàn tán của không biết bao nhiêu nhà báo, marketer, và các nhà quản lý thương hiệu. Với thị phần ngang ngửa nhau và không ngừng cạnh tranh qua các chiến dịch marketing, bán hàng rầm rộ.

Coca Cola là thương hiệu được biết đến nhiều nhất thế giới. Tuy nhiên, họ đã có 'sai lầm marketing lớn nhất mọi thời đại' dẫn đến việc mất một phần thị trường cho chính đối thủ, Pepsi.

Câu chuyện bắt đầu từ những năm 1950, khi Pepsi chiếm kiểm soát mọi cuộc đối thoại với người tiêu dùng trong thị trường nước ngọt có gas. Thành công này đến từ chiến lược marketing của họ và sự bất động của Coca Cola. Và đỉnh điểm là khi Pepsi giới thiệu chiến dịch "Thách thức cùng Pepsi", ở đó người tiêu thụ tham gia vào một trải nghiệm, họ bị bịt mắt để thử sản phẩm và kết quả là họ thích mùi vị của Pepsi hơn Coca Cola.

Trước nguy cơ thị phần ngày càng rơi vào tay Pepsi, Coca Cola buộc phải thay đổi và ý tưởng của họ là tạo ra một công thức mới mà hơn cả Coca Cola nguyên bản và Pepsi. Để cho ra đời New Coke, nhóm nghiên cứu marketing của Coca Cola đã tiến hành hơn 200.000 cuộc thử nghiệm hương vị và kết quả là sản phẩm mới không chỉ ngon hơn Coca Cola nguyên bản mà mọi người còn ưa thích nó hơn Pepsi. Ngày 23/04/1985, New Coke được tung ra thị trường và chỉ vài ngày sau việc sản xuất Coca Cola nguyên bản ngừng hẳn vì họ rất tự tin vào kết quả nghiên cứu và tiềm năng của sản phẩm mới. Kết quả là người tiêu dùng không mặn mà, thậm chí còn tẩy chay sản phẩm mới của Coca Cola. Họ đã nhận được 400.000 cuộc gọi và email từ khách hàng bày tỏ sự không hài lòng với New Coke và phẫn nộ khi Coca Cola nguyên bản không còn nữa. Chỉ 77 ngày sau khi giới thiệu New Coke, New Coke bị thu hồi khỏi các kệ hàng và tái tung sản phẩm Coca Cola nguyên bản.

Sau sự việc trên, một câu hỏi được đặt ra là Coca Cola đã làm sai gì trong khi nghiên cứu thị trường cho thấy hương vị mới hứa hẹn sẽ "làm nên chuyện"? Câu trả lời là quyết định mua hàng của người tiêu dùng không chỉ phụ thuộc vào hương vị. Sai

lầm nghiêm trọng nhất mà các nhà nghiên cứu của Coca Cola mắc phải chính là chỉ thử nghiệm mùi vị. Có thể tới 53% số người ưa thích New Coke hơn Coca Cola nguyên bản nhưng họ mua hàng còn dựa trên thói quen, sự thân thuộc và trung thành với sản phẩm. Giám đốc sản xuất của Coca Cola thừa nhận rằng công ty đã không lường trước sự gắn bó và đam mê mà người tiêu dùng dành cho Coca Cola nguyên bản. Nhóm nghiên cứu đã không nắm bắt được một điều quan trọng là Coca Cola đang sở hữu một sản phẩm mang ý nghĩa tượng trưng đối với người mua, đặc biệt là ở thị trường Mỹ. Coca Cola đã 'mắc bẫy' Pepsi khi từ bỏ tài sản quý giá nhất của mình là Coca Cola nguyên bản.

Tuy nhiên, Coca Cola cũng có những thành công to lớn về phương diện content marketing mà ta có thể học hỏi.

Bài học đầu tiên là tạo thông điệp có tính lan truyền cao. Trong thời đại công nghệ thông tin ngày nay cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các trang mạng xã hội, người dùng thường có xu hướng chia sẻ những hình ảnh, video độc đáo, thú vị, qua đó gián tiếp lan truyền, quảng cáo cho sản phẩm doanh nghiệp ấy. Nắm bắt được tâm lý này, Coca Cola sử dụng mạng xã hội như một công cụ tuyệt vời để đưa giới thiệu sản phẩm mà không mất quá nhiều chi phí cho việc PR. Bài học rút ra ở đây là thay vì đăng tải nội dung thông báo bình thường, hãy sáng tạo những bài viết, hình ảnh, video với nội dung hài hước, hấp dẫn người xem để thúc đẩy nội dung được lan tỏa.

Bài học thứ hai là tăng tính tương tác với khách hàng. Tương tác không chỉ dừng lại ở việc khách hàng hỏi, bạn trả lời mà còn là kết nối, mang lại những dịch vụ hỗ trợ tốt nhất. Coca Cola hiểu rằng, social networks chính là phương thức liên kết tuyệt vời giữa khách hàng và doanh nghiệp. Cách duy nhất để hiểu khách hàng là lắng nghe họ. Các mạng xã hội đều có chức năng comment - để lại ý kiến, phản hồi cũng như reply - trả lời ý kiến. Chính hệ thống này đã giúp Coca Cola tương tác với người dùng một cách kịp thời cũng như lắng nghe ý kiến đóng góp từ người dùng để điều chỉnh phương hướng kinh doanh như vụ New Coke ở trên. Việc duy trì tương tác với khách hàng không chỉ giúp gắn kết giữa doanh nghiệp và người dùng mà còn cho những người truy cập, khách hàng tiềm năng cái nhìn tốt về sự chuyên nghiệp, dịch vụ hỗ trợ khách hàng tốt của thương hiệu.

Bài học thứ ba là sử dụng dynamic story telling. Ở những phương tiện thông tin truyền thống như TV, báo đài, những câu chuyện về thương hiệu, về thành công được Coca Cola đưa ra một chiều, không có sự tương tác về phía người dùng. Nhận thấy nhược điểm này, Coca Cola đã thay đổi chiến lược từ "One Way Story Telling" sang

"Dynamic Story Telling". Tận dụng website, mạng xã hội, Coca Cola khuyến khích người dùng chia sẻ câu chuyện, khoảnh khắc diệu kỳ của chính mình. Điều này tạo sự gần gũi hơn bởi đây đều là câu chuyện có thật của bản thân khách hàng, đồng thời đem lại những trải nghiệm mới lạ đến cho họ.

Bài học thứ tư là luôn có sự liên kết chặt chẽ. Với Coca Cola, bất kỳ ý tưởng nào được thực hiện luôn phải gắn kết, thống nhất với nhau và với mục tiêu chung, thương hiệu của doanh nghiệp và lợi ích từ khách hàng. Bài học rút ra là khi bắt tay một chiến dịch marketing nào đó, marketer phải luôn đảm bảo nội dung, thông điệp được truyền đi luôn nằm trong mục đích, sứ mệnh của doanh nghiệp, tránh việc đi quá xa so với chiến lược chung cả công ty. Điều này tạo sự nhất quán cho cả công ty và khách hàng. Khi khách hàng nhớ tới hình ảnh của công ty sẽ nhớ ngay tới thông điệp, sứ mệnh mà công ty mang lại.

Bài học thứ năm là sáng tạo không ngừng. Có thể nói sáng tạo là chìa khóa tạo nên sự khác biệt của Coca Cola và đem lại thành công. Chiến dịch 'cá nhân hóa' in tên người dùng lên vỏ lon gần đây nhất và cũng mang lại tiếng vang nhất cho Coca Cola là một trong rất nhiều sáng tạo mà Coca Cola đưa ra. Chiến dịch đã nhận được 18 triệu lượt xem trên các kênh mạng xã hội. Lượng truy cập vào các trang Fanpage của Coca Cola tăng 870%. Số lượng 378.000 chai Coca Cola với tên riêng trên vỏ chai được tung ra thị trường nhanh chóng bán hết. Thậm chí nhiều người phải xếp hàng chờ được in tên lên chai Coca hay tìm kiếm các gian hàng trên siêu thị chỉ để tìm thấy chai Coca mang tên mình. Những ý tưởng sáng tạo ấy được thực hiện trên nguyên tắc 70/20/10. 70% là nội dung an toàn, mức độ rủi ro thấp, nội dung này được triển khai dựa vào những ý tưởng đã được kiểm chứng hay đã được áp dụng thành công trước đó; 20% là nội dung mang tính đổi mới, thường đi sâu và chi tiết hơn, nhắm tới một nhóm đối tượng cụ thể; 10% còn lại là nội dung hoàn toàn mới mẻ và tất nhiên đi kèm với nó là độ rủi ro cao. Những ý tưởng này rất sáng tạo, táo bạo hay đôi khi là cả sự hoang tưởng. Nó một là mang lại thành công tuyệt vời, hai là thất bại thảm hại. Qua đây, doanh nghiệp có thể áp dụng nguyên tắc 70/20/10 này để mang lại những chiến lược đạt kết quả cao nhất.

Là đối thủ của Coca Cola bao năm qua, tất nhiên Pepsi cũng phải có vũ khí bí mật để chống lại và nắm thế chủ động trong trận chiến này.

Nước đi táo bạo đầu tiên là dũng cảm thu nhỏ thị trường. Đa phần các thương hiệu cố đánh vào phân khúc rộng, mà tiêu biểu là Coca Cola với đối tượng hộ gia đình vì họ có lịch sử lâu đời hơn nên là thức uống quen với những bậc phụ huynh khi con

cái họ quấy khóc, là hình ảnh đầu tiên họ nghĩ đến khi nói về nước có gas. Họ đã có phân khúc thị trường sẵn. Việc chiếm thị phần này từ tay họ là không khả quan, Pepsi đã "lùi một bước để tiến hai bước" khi chọn cho mình một "sân chơi" nhỏ hơn rất nhiều, đó là hướng tới các bạn trẻ độ tuổi tầm 18 đến 22. Tuy hạn chế về độ lớn thị trường, song bù lại, Pepsi có thể tập trung phục vụ khách hàng của mình tốt hơn. Khi mọi hoạt động của thương hiệu đều nhắm tới một nhóm đối tượng nhất định, tính nhất quán và ảnh hưởng đến khách hàng sẽ cao hơn, họ có xu hướng nghĩ rằng "Đây là thương hiệu dành cho mình".

***Nước đi táo bạo thứ hai*,** đó là không chỉ là bán sản phẩm, Pepsi còn bán phong cách sống. Đối tượng họ nhắm tới là những thanh niên trong độ tuổi từ 18 đến 22, là những người trẻ thích trải nghiệm mới lạ. Hiểu được điều này, Pepsi luôn xây dựng cho mình hình ảnh tươi trẻ, với một thông điệp 'chạm' đúng tâm 'Live for now' hay 'Sống trọn từng giây'. Thông điệp này nhanh chóng thành một tuyên ngôn, một phương châm sống của giới trẻ. Logo và packaging của Pepsi được thiết kế theo phong cách tối giản, hiện đại, cập nhật xu hướng mới nhất. Ngôi sao, khách mời đóng quảng cáo cũng là những người trẻ có tầm ảnh hưởng rộng rãi nhằm thu hút các bạn tầm 18 đến 22. Những sự kiện mà Pepsi đồng hành cũng là những sự kiện văn hóa, thể thao sôi động. Chính sự đồng nhất này giúp Pepsi tiến gần hơn, thành một phần cuộc sống của giới trẻ.

Cả hai thương hiệu đều để lại nhiều bài học marketing cho các doanh nghiệp, cả thất bại và thành công. Chỉ cần không lặp lại thất bại trên và học hỏi những kinh nghiệm, trải nghiệm marketing của hai "ông lớn" này thì việc thành công không còn cách quá xa đâu.

Tài liệu tham khảo:

https://advertisingvietnam.com/2018/11/sai-lam-marketing-lon-nhat-moi-thoi-dai-cua-coca-cola/

http://www.marketingchienluoc.com/chi%E1%BA%BFnl%C6%B0%E1%BB%A3c/25394-5-b%C3%A0i-h%E1%BB%8Dc-t%E1%BB%AB-chi%E1%BA%BFn-d%E1%BB%8Bch-content-marketing-c%E1%BB%A7a-coca-cola

https://www.facebook.com/TomorrowMarketers/posts/pepsi-v%C3%A0-2-b%C3%A0i-h%E1%BB%8Dc-v%E1%BB%81-chi%E1%BA%BFn-l%C6%B0%E1%BB%A3c-marketingra-%C4%91%E1%BB%9Di-sau-coca-cola-coke-h%C6%A1n-c%E1%BA%A3-m%E1%BB%99t-t/708866362638233/

Già hóa tích cực - Hướng đi mới ứng phó với già hóa dân số

Đậu Thị Nguyệt - CQ54/11.09
Hồ Thị Minh Thư - CQ54/02.03

Trong một thập kỉ trở lại đây, già hóa dân số là vấn đề được nhắc đến rất nhiều trên các phương tiện truyền thông đại chúng, là điều quan tâm của nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các quốc gia châu Á, trong đó có Việt Nam.

Nước ta hiện là một trong những quốc gia có tốc độ già hóa dân số nhanh nhất thế giới năm 2017, số người cao tuổi chiếm 11,9% trong tổng dân số, có nghĩa là cứ 9 người thì có 1 người từ 60 tuổi trở lên. Theo dự báo của Tổng cục Thống kê, đến năm 2038, nhóm có dân số từ 60 tuổi trở lên khoảng hơn 21 triệu người, chiếm 20% tổng dân số. Dự báo đến năm 2050 Việt Nam sẽ có gần 28 triệu người cao tuổi.

1. Những hệ lụy của già hóa dân số đến sự phát triển kinh tế - xã hội

Có nhiều thách thức đối với vấn đề già hoá dân số cần được giải quyết.

Thứ nhất, vấn đề thu nhập không được bảo đảm, an sinh xã hội chưa đầy đủ.

Trong lĩnh vực kinh tế, già hóa dân số tạo gánh nặng lên hệ thống lương hưu và an sinh xã hội. Khi số lượng người cao tuổi tăng lên nhanh chóng thì nhà nước sẽ phải chi trả số tiền lương nhiều hơn; phải đầu tư hệ thống trang thiết bị mới nhiều hơn nhằm phục vụ vấn đề an sinh xã hội. Dân số già hóa hơn sẽ tạo thách thức cho chính mỗi gia đình khi nhiều người già không có thu nhập hay lương hưu, phải sống dựa vào con cháu.

Thứ hai, già hóa dân số ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế, tiết kiệm, đầu tư, thị trường lao động.

Khi nhà nước phải sử dụng nguồn ngân sách để chi cho các quỹ phúc lợi xã hội, tiền lương hưu thì sẽ giảm bớt nguồn vốn để đầu tư các trang thiết bị, công nghệ mới đáp ứng các điều kiện của sự phát triển mới trong thời đại 4.0.

Khi già hóa dân số diễn biến với tốc độ nhanh thì sẽ ảnh hưởng đến thị trường lao động: số người trong độ tuổi lao động sẽ giảm nhanh, không đáp ứng đủ lao động cho sự phát triển của nền kinh tế.

Thứ ba, dân số già hóa quá nhanh, ngành y tế của nhiều nước đứng trước yêu cầu cấp bách. Về cải thiện hệ thống hạ tầng cơ sở, hệ thống kiểm tra sức khỏe nhằm đảm bảo năng lực hạn chế của hệ thống y tế trong việc giải quyết một loạt các vấn đề vẫn đang tồn tại mà người cao tuổi phải đối mặt. Với tốc độ già hóa dân số nhanh chóng và các hệ lụy của vấn đề này đối với sự phát triển kinh tế xã hội như đã nêu trên, nếu chúng ta không có những chính sách phù hợp, chỉ khoảng 20 năm nữa, sẽ có những bất lợi tới phát triển kinh tế xã hội. Và già hóa tích cực - chính là giải pháp cho vấn đề này.

2. Lợi ích của già hóa tích cực

Già hóa tích cực là việc tạo điều kiện cho người cao tuổi tiếp tục cống hiến, có cơ hội học tập chứ không phải hưởng các dịch vụ xã hội một cách thụ động. Theo định nghĩa của Liên Hợp Quốc, già hóa tích cực tức là người cao tuổi:

- Có sức khỏe.

- Tham gia vào các công việc của xã hội, các công tác xã hội.

- Có đời sống an sinh vững vàng.

- Tiếp tục học tập.

Già hoá dân số theo hướng tích cực có ý nghĩa rất to lớn trong vấn đề phát triển kinh tế - xã hội, nó mang lại nhiều cơ hội.

Một là, người cao tuổi đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ gia đình và cộng đồng. Khi những người cao tuổi được sống trong môi trường già hóa tích cực có nghĩa là họ vẫn tiếp tục được cống hiến trí tuệ, sức lao động của mình. Điều đó có thể giúp họ có thêm thu nhập trang trải cho cuộc sống của mình, thực hiện các công việc thiện nguyện, vui chơi mà không phải phụ thuộc vào con cái, từ đó giảm bớt gánh nặng cho gia đình, xã hội.

Hai là, người cao tuổi hỗ trợ hay tham gia trực tiếp vào các hoạt động kinh tế, họ vẫn có những đóng góp to lớn tới sự phát triển kinh tế - xã hội. Bởi vì những người cao tuổi là những người có kinh nghiệm họ có thể hỗ trợ cho các thế hệ đi sau nhằm tránh gặp phải những sai lầm không đáng có, những người cao tuổi là những người gương mẫu nhất trong xã hội.

Ba là, các ngành công nghiệp dịch vụ cho người cao tuổi có cơ hội phát triển nhanh, mạnh theo hướng hiện đại, đáp ứng được các yêu cầu của thời đại. Những vấn đề nhân sự trong việc chăm sóc lâu dài và việc mang lại một môi trường thân thiện với người cao tuổi để khuyến khích sự tham gia tích cực của người cao tuổi vì một xã hội tốt đẹp hơn.

Bốn là, già hóa tích cực có thể giúp nâng cao tuổi thọ trung bình. Theo một số thống kê cho thấy nếu người cao tuổi bị phân biệt tuổi tác họ có thể cảm thấy tự ti, và điều này khiến tuổi thọ trung bình có thể giảm 7,5 tuổi.

Tuy nhiên hiện nay còn có một số rào cản trong việc thực hiện già hóa tích cực;

Đó chính là định kiến về tuổi tác, những người cao tuổi bị cho là những người già yếu, không có sức khỏe và không có khả năng làm việc.

Bên cạnh đó là tâm lý của con cái, xã hội họ cho rằng người già thì nên nghỉ ngơi, đọc báo hàng ngày, vui chơi với con cháu thay vì phải đi làm.

3. Một số biện pháp giúp thực hiện già hóa tích cực - biến thách thức thành cơ hội

- Cần có những chính sách và chiến lược thực tế, được xây dựng và thực hiện nhằm đáp ứng các nhu cầu dịch vụ xã hội cụ thể của người cao tuổi, bao gồm cả chăm sóc y tế.

- Cần xóa bỏ các rào cản về tuổi tác trong các chính sách, lưu ý tăng cường xây dựng cơ sở hạ tầng và môi trường xã hội để đảm bảo người cao tuổi có thể tham gia vào hoạt động kinh tế và xã hội

- Phát triển dịch vụ cho người cao tuổi tại cộng đồng, các mô hình câu lạc bộ người cao tuổi, đặc biệt câu lạc bộ Liên thế hệ tự giúp nhau. Khi được tham gia vào các câu lạc bộ, những người cao tuổi sẽ có cơ hội trao đổi, tiếp xúc trò chuyện với nhau, từ đó có cảm hứng, niềm tin yêu cuộc sống hơn. Tại các câu lạc bộ mọi người có thể cùng nhau tập các bài dưỡng sinh nhằm nâng cao sức khỏe; hoặc có thể cùng nhau đi du lịch, tổ chức các buổi thiện nguyện.

- Cần tăng cường truyền thông, thay đổi nhận thức, tạo môi trường phù hợp với xã hội có nhiều người cao tuổi, thường xuyên tuyên truyền giáo dục giới trẻ, để xóa bỏ kỳ thị, phân biệt đối xử và bạo lực với người cao tuổi. Cần có các nghiên cứu đánh giá, tăng cường thu thập số liệu, thông tin về người cao tuổi và tác động của già hóa dân số để phục vụ xây dựng, hoạch định chính sách, chương trình.

Như vậy, xã hội già hóa là điều không thể tránh khỏi nhưng nó không phải là thách thức mà là cơ hội cho nền kinh tế, vì thế chúng ta cần có các chính sách, hướng đi phù hợp để biến thách thức thành cơ hội.

Tài liệu tham khảo:

http://suckhoedoisong.vn/viet-nam-co-toc-do-gia-hoa-dan-so-nhanh-nhat-the-gioi-n149047.html

https://baomoi.com/phan-biet-tuoi-tac-dang-can-tro-qua-trinh-gia-hoa-dan-so-tich-cuc/c/27969112.epi

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 05/2019

Chịu trách nhiệm xuất bản
NGUYỄN ĐÌNH CẨN

Chịu trách nhiệm nội dung
NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Tham gia biên tập số này:

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

Trình bày và thực hiện
BAN QUẢN LÝ KHOA HỌC

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng