MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Hiệu ứng đám đông trên thị trường chứng khoán

Hoàng Thị Thảo - CQ56/21.06

8. Tối ưu chuỗi giá trị hoạt động xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp Việt Nam

Phạm Tiến Hậu - CQ54/05.01

12. Giải pháp phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam hiện nay

Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

16. Khắc phục tình trạng chuyển giá, đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng" của các doanh nghiệp FDI ở Việt Nam

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

19. Giải pháp nào để hạ nhiệt thị trường liên ngân hàng?

Khuất Duy Lộc - CQ54/02.02; Tào Quỳnh Anh - CQ54/02.02

23. Lợi thế cho sản phẩm gỗ Việt Nam từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc

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

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

26. Hàng fake và auth giữa thị trường đang phát triển?

Bùi Thị Huyền - CQ56/21.20

30. Tác động của khu vực FDI đến kinh tế Việt Nam

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

33. Vấn nạn hàng nhái hàng giả trên thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam - Một số giải pháp đề ra

Vũ Thị Thu Hoài - CQ56/09.01

38. "Made in Việt Nam" đang bị nhiều doanh nghiệp lợi dụng triệt để

Vương Thảo Phương - CQ56/05.01

42. Giải pháp hỗ trợ lao động ngành kế toán Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05

46. How 'digital' will change commercial banking

Lê Tuyết Mai - CQ57/11.01

49. Cách mạng công nghiệp 4.0 và giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay

Nguyễn Quỳnh Anh - CQ56/11.08

53. Hạn chế trong ngành dịch vụ logistics tại Việt Nam và giải pháp khắc phục

Phan Thị Hiền - CQ56/21.06; Nguyễn Thị Linh Chi - CQ56/21.10

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

57. Thương chiến tiền tệ Mỹ - Trung - Ảnh hưởng tới Việt Nam

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

61. Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung leo thang, tỷ giá đồng Nhân dân tệ xuống dốc?

Vũ Thị Thu Trà - CQ54/02.02

64. Cơ hội và thách thức của ngành dệt may Việt Nam khi EVFTA có hiệu lực

Đỗ Thu Thảo - CQ5/08.03; Phan Thị Thu Trang - CQ55/08.03

69. Cơ hội và thách thức từ CPTPP đối với ngành chăn nuôi của Việt Nam

Đoàn Thanh Huyền - CQ55/21.06.CLC; Bùi Thị Tuyết Trang - CQ55/21.06.CLC

73. Những cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp Việt Nam sau Hiệp định thương mại EVFTA

Tạ Thị Lan Phương - CQ56/32.04

VẤN ĐỀ SỰ KIỆN

77. Nhựa - Mối nguy hại đến từ các cửa hàng đồ ăn nhanh

Đặng Minh Ngọc - CQ56/01.03

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

Hiệu ứng đám đông trên thị trường chứng khoán

Hoàng Thị Thảo - CQ56/21.06

1. Định nghĩa hành vi đám đông

Hành vi đám đông là hiện tượng tâm lý học chi phối quyết định của con người trong mọi mặt của đời sống. Ví dụ như: việc lựa chọn quán ăn, trang phục, phụ kiện, mua điện thoại, lựa chọn ngành nghề, hay kể cả việc lựa chọn đầu tư vào cổ phiếu nào,… Có nhiều lúc chúng ta buộc phải từ bỏ cá tính của mình để chạy theo phong trào, bởi mỗi chúng ta không thể hiểu được tường tận mọi sự việc, đối với sự việc không hiểu, không chắc chắn, chúng ta thường hành động theo số đông.

Chính vì sự tồn tại lâu đời, phổ biến và hiệu quả ảnh hưởng lớn nên hành vi đám đông rất được các nhà nghiên cứu chú ý. Hành vi đám đông được nghiên cứu từ rất lâu và có rất nhiều định nghĩa về hành vi đám đông như sau:

- Theo Banerjee (1992): "Hành vi đám đông - mọi người hành động theo những gì mà những người khác đang làm, thậm chí ngay cả khi thông tin riêng của họ cho thấy nên hành động một cách khác đi".

- Theo Hirshleifer và Teoh (2003): "Hành vi đám đông là thuật ngữ dùng để chỉ sự điều chỉnh tương thích với một phương thức thực hiện và được thực hiện như là một sự tương đồng trong hành vi theo sau các quan sát tương tác về hành động và kết quả phát sinh từ những hành động này giữa các cá nhân".

- Theo Bikhchandani và Sharma (2001): "Hành vi đám đông xuất hiện khi một người nhận thức và bị ảnh hưởng bởi hành động của người khác. Bằng trực giác, một cá nhân sẽ đầu tư khi không biết quyết định của các nhà đầu tư khác, nhưng không đầu tư khi phát hiện ra rằng những người khác đã quyết định không làm như vậy".

Có thể hiểu một cách khái quát như sau: *hành vi đám đông là một hiện tượng tâm lý học chi phối quyết định của con người và mang tính dây chuyền. Người ta thường chạy theo những cái mà số đông cho là hay, đúng và sáng suốt nhưng bản thân lại không suy nghĩ về ý nghĩa của sự việc*. Thông thường hệ quả của hành vi đám đông là người chịu tác động của hiệu ứng này sẽ hành xử giống như những gì đang xảy ra

hoặc chí ít cũng có khuynh hướng hành động như vậy. Cứ như vậy, số lượng người tham gia vào hiệu ứng càng nhiều và kết quả của hiệu ứng càng lớn hơn.

2. Hiệu ứng đám đông (bầy cừu) trên thị trường chứng khoán

Hiệu ứng đám đông trên thị trường chứng khoán đã được thời báo Wall Street Journal nêu ra từ năm 1984. Phần lớn các thị trường chứng khoán trên thế giới đều phải chấp nhận một thực tế là các lệnh mua, bán có xu thế bị cuốn vào đám đông theo kiểu "bầy cừu". Hiện tượng tâm lý bầy cừu đang được nói đến nhiều ở Việt Nam hiện nay, khi mà dân chúng rủ nhau chơi chứng khoán, có không ít người còn gán cả nhà vì chứng khoán. Trong khi đa số những người này không biết gì về chứng khoán. Những người chơi chứng khoán thấy nhiều người khác mua, họ cũng mua; thấy người khác bán, họ cũng bán.

Biểu đồ 1: *Biểu đồ tâm lí nhà đầu tư cá nhân khi đầu tư trên thị trường chứng khoán.*

Nguồn: http://dautuchungkhoanaz.com/bieu-tam-li-nha-dau-tu-ca-nhan-khi-dau-tu-tren-thi-truong-chung-khoan/

Hành vi đám đông trên thị trường chứng khoán xảy ra khi một nhà đầu tư hành động theo quyết định của nhà đầu tư khác và bỏ qua những quan điểm riêng của mình. Do không nắm bắt được đầy đủ thông tin, nhà đầu tư rất khó đưa ra lời dự đoán hợp lý về tính bất xác định của thị trường trong tương lai. Chính vì thế, họ thường thông qua

việc quan sát hành vi của mọi người xung quanh để chắt lọc thông tin và hành động theo. Khi người ta mua vào mình cũng mua vào, khi người ta bán ra mình cũng bán ra. Hành vi đám đông được thể hiện ở các nhà đầu tư nhỏ lẻ và các nhà đầu tư tổ chức. Hành vi đám đông này rất rủi ro vì nhà đầu tư không có thông tin đầy đủ, chính xác, cũng như không có những đánh giá về thu nhập và rủi ro trước khi ra quyết định.

Thị trường chứng khoán luôn luôn bị chi phối bởi lòng tham và sự sợ hãi. Bất cứ khi nào bạn bán cổ phiếu thì người mua nó cũng sẽ nghĩ khác về những triển vọng tương lai của cổ phiếu đó. Bạn nghĩ nó sẽ giảm, người mua nghĩ nó sẽ tăng. Thông qua sự tương tác của những thái độ khác nhau như vậy thì thị trường mới nhộn nhịp. Có những khi nhà đầu tư được cảnh báo rằng giá chứng khoán đã vượt quá 30% so với giá trị thật, họ vẫn tiếp tục mua mặc dù rủi ro rất cao. Trong những trường hợp như vậy, lý thuyết thị trường hiệu quả không thể giải thích, nhưng nghiên cứu của tài chính học hành vi dựa trên những lý thuyết cơ bản về tâm lý học có thể giúp chúng ta hiểu được, hay cụ thể hơn là được giải thích bởi sự chi phối bởi lòng tham và sự sợ hãi.

3. Nguyên nhân, hậu quả và cách khắc phục

3.1. Nguyên nhân đằng sau của tâm lý đám đông

Theo các nhà nghiên cứu, có 3 nguyên nhân chính dẫn tới vấn đề này:

Thứ nhất, là do nhà đầu tư mang tư duy của đám đông. Hãy thành thật nhé, bạn đã bao giờ cố gắng tránh né rủi ro và lẩn tránh sự bất an trên thị trường chứng khoán bằng cách đầu tư theo những gì người khác đang làm? Hay bạn đã từng có suy nghĩ cổ phiếu này bị "chúng nó" làm giá, hoặc cố gắng đoán xem "nhà cái" đang định làm gì với thị trường chưa?

Đây chính là những suy nghĩ kiểu đám đông. Những nhà đầu tư này thường mua bán bằng cách theo người khác, thấy đám đông hô hào mua cổ phiếu nào là mua theo, thấy mọi người bán tháo là cũng bán sạch, căn cứ theo tin tức để đầu tư, khi thị trường giảm thì đổ lỗi cho nhà cái thao túng, đổ lỗi cho giá cổ phiếu bị "chúng nó" lái, cho rằng các chỉ số đẹp được tạo ra để "Tay to" bán ra lượng lớn cổ phiếu.

Thực tế các nhà đầu tư thành công trên thị trường không chú ý quá nhiều tới việc người khác đang nghĩ gì và hành động ra sao, hoặc nếu có thì họ đều tránh không lặp lại các hành động như vậy. Họ đầu tư theo các nguyên lý thị trường và họ tránh lướt sóng vì họ biết rằng trong ngắn hạn, hầu hết các biến động giá nhỏ khoảng 5-10% đơn giản chỉ là các nhiễu loạn tâm lý và chính nhiễu loạn tâm lý này của đám đông là động cơ lèo lái thị trường, không phải do các thông tin cơ bản.

Thứ hai, là do các nhà đầu tư thiếu kiến thức và kỹ năng đầu tư. Họ coi sàn chứng khoán như sòng bạc. Họ mang trong mình sự ảo tưởng về khả năng của mình. Khi thị trường đi lên thì những nhà đầu tư trẻ, non tơ là những người thắng lớn nhất, họ chưa hề biết hồ nghi và chưa hề suy nghĩ phức tạp. Các nhà đầu tư này nhìn nhận mọi vấn đề khá đơn giản, coi thường những nhà đầu tư kỳ cựu và thậm chí còn nghĩ hình như mình sinh ra để đầu tư… cho tới khi thấm đòn trong nhịp điều chỉnh trung hạn lần 1 hay lần 2.

Họ thường phán xét theo cách mơ hồ thiếu cơ sở, không phân tích trước khi hành động và không phân biệt được điều mình muốn với thị trường (như tin và hi vọng thị trường sẽ đi lên, cố gắng biện hộ cho mong muốn của mình trong khi thị trường thì đang trong xu hướng đi xuống chẳng hạn).

Cuối cùng, khi đã cố gắng phán đoán thị trường thì lại áp dụng những công thức do mình nghĩ ra xuất phát từ những quan sát hay những gì mình đọc được mà thường là nó quá thô sơ và xác suất tin cậy thấp.

3.2. Hậu quả của tâm lý đám đông trên thị trường chứng khoán

Tại thị trường chứng khoán Việt Nam trong năm 2006, có mức tăng trưởng cao nhất khu vực Châu Á - Thái Bình Dương với 145%, thậm chí đứng trên thị trường chứng khoán Thượng Hải với mức tăng 130%. Đầu năm 2007 vẫn đang tăng 46% - cao nhất trên thế giới. Thị trường tăng mãnh liệt đã gây sốc cho không ít nhà đầu tư trong nước và các chuyên gia chứng khoán kể cả những nhà quản lý thị trường. Mọi người đổ xô vào chứng khoán đến mức hệ thống máy chủ của thị trường chứng khoán bị treo, kéo theo sàn chứng khoán của trung tâm giao dịch chứng khoán TP.HCM phải ngừng phiên giao dịch sáng 2/2/2007.

Khi có nhiều người bắt chước tạo thành đám đông, một khi bất cứ ai nhận ra thông tin có được là sai, hành vi đám đông sẽ khiến tất cả cùng quay ngược trở lại, càng khiến thị trường bất ổn hơn, đẩy thị trường vào tình thế khủng hoảng.

Hành vi đám đông thường đem lại hệ quả không sáng sủa. Các quyết định đầu tư bị bóp méo, không có tính phản hồi đối với các thông tin thị trường mà cá nhân nhận được. Thị trường biến động đột ngột, lúc lên phi mã trong thời gian ngắn, lúc lại xuống dốc trong thời gian dài không rõ nguyên nhân, tiềm ẩn các nhân tố bất ổn định, dễ đổ vỡ. Việc bỏ qua những nhận định, hiểu biết của bản thân mà bám theo các quyết định đầu tư của người khác dần làm cho cá nhân đó mất đi lý trí, tính thích ứng và linh hoạt, luôn bị động và phụ thuộc vào người khác, làm trầm trọng thêm các cuộc khủng hoảng

tài chính. Một hệ quả khác là hành vi đám đông khiến vốn dồn về một hướng, làm giảm độ phân tán của lợi suất đầu tư.

3.3. Cách khắc phục hiệu ứng tâm lý đám đông trên thị trường chứng khoán

Đầu tiên, hãy tuân theo xu hướng và không chống lại thị trường. Xác định thị trường đang trong xu hướng tăng, giảm hay đi ngang để từ đó ra những quyết định chính xác. Khi bạn đã xác định được xu hướng chính của thị trường thì những biến động ngắn hạn sẽ không khiến tâm lý của bạn bị ảnh hưởng. Dành năng lượng và thời gian của mình vào việc nhận diện xu hướng thị trường thay vì ngồi nghĩ xem "nhà cái" làm gì, "chúng nó" thao túng như thế nào,…

Thứ hai, tham khảo thông tin một cách sáng suốt. Không phải tin tức nào cũng chính xác và phản ánh đúng tình hình. Ví dụ trước mỗi đợt giảm sâu của thị trường, bạn sẽ để ý thấy báo chí nói rất nhiều về việc thị trường chứng khoán tăng trưởng và triển vọng ra sao. Hãy chọn lọc tin tức, hãy tỏ ra nghi ngờ tin tốt khi giá cả đã lên cao và tin xấu khi giá cả đã xuống thấp.

Cuối cùng, quản trị rủi ro một cách có hiệu quả. Bên cạnh việc phân tích và nhận diện thị trường, quản trị rủi ro và tuân thủ theo các chiến lược đề ra một cách kỷ luật là điều cần thiết.

Tài liệu tham khảo:

http://dautuchungkhoanaz.com/bieu-tam-li-nha-dau-tu-ca-nhan-khi-dau-tu-tren-thi-truong-chung-khoan.

http://cafef.vn/vi-sao-dam-dong-thuong-thua-tren-thi-truong-chung-khoan-20170315103652784.chn.

Thư giãn:

KHÔNG ĐƯỢC NHƯ VẬY NỮA

Một nghệ sĩ đi diễn lưu động trở về, nói với bạn:

- Thật là một chương trình thành công. Khi tôi diễn tại quảng trường, tiếng vỗ tay của quần chúng vang dội, ngay cả khi màn trình diễn chưa kết thúc.

- Anh may mắn đấy, nhưng tuần sau thì chắc không được như thế đâu.

- Vì sao?

- Đài khí tượng báo trời sẽ trở lạnh và khô hơn. Lúc đó sẽ không nhiều muỗi như giờ đâu.

Tối ưu chuỗi giá trị hoạt động xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp Việt Nam

Phạm Tiến Hậu - CQ54/05.01

Việt Nam với hệ thống sông ngòi dày đặc và có đường biển dài, rất thuận lợi phát triển hoạt động khai thác và nuôi trồng thủy sản. Trong bối cảnh tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, các vấn đề về tổ chức sản xuất, nâng cao giá trị gia tăng thông qua chuỗi giá trị, tháo gỡ thẻ vàng của Ủy ban châu Âu… là những nhiệm vụ cần đặc biệt quan tâm của ngành Thủy sản.

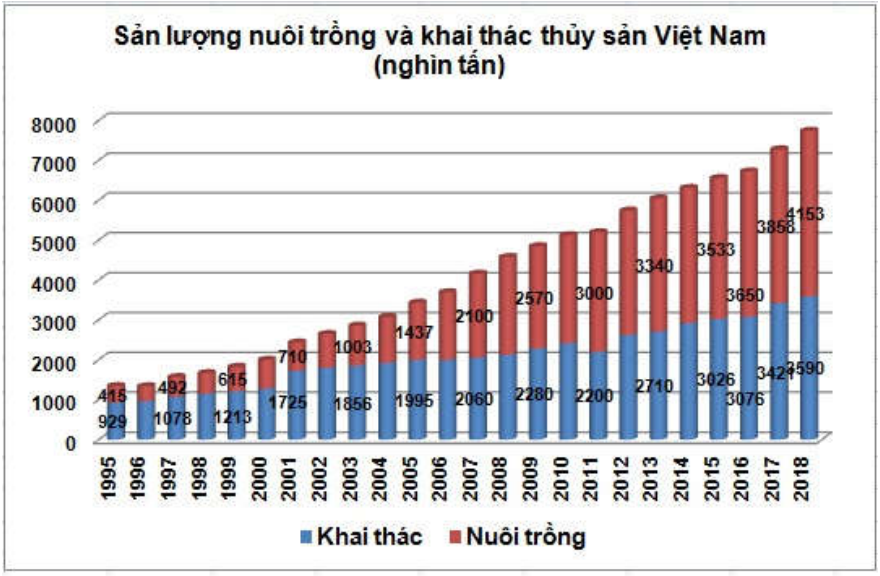
Chuỗi giá trị của hoạt động xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam

Mô hình chuỗi liên kết giá trị trong hoạt động xuất khẩu thủy sản được thực hiện chủ yếu theo liên kết dọc. Các chủ thể chính liên kết với nhau chặt chẽ nhất là người sản xuất (các hộ khai thác và nuôi trồng) và doanh nghiệp (DN) chế biến, xuất khẩu. Bên cạnh đó, có các đại lý trung gian trong việc đưa thủy sản từ các hộ sản xuất đến với DN và thị trường, trong một số trường hợp, trung gian này còn có thể cung cấp các yếu tố đầu vào cho người nuôi (tín dụng, giống, thức ăn, hóa chất). Cụ thể:

Về khâu sản xuất

Nguồn nguyên liệu cung cấp cho hoạt động chế biến xuất khẩu của DN thủy sản từ hai nguồn chính là nuôi trồng thủy sản, khai thác thủy sản và một phần nhập khẩu từ nước ngoài. Những năm gần đây, sản lượng nuôi trồng thủy sản luôn chiếm trên 50% tổng sản lượng thủy sản của cả nước, với các đối tượng chủ lực là tôm thẻ và cá tra, nhuyễn thể. Sản lượng khai thác thủy sản chiếm 46%, với sản lượng cá khai thác chủ yếu chiếm 67% tổng sản lượng khai thác thủy sản. Theo Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam, tổng sản lượng khai thác thủy sản năm 2018 đạt 3.590,7 nghìn tấn (tăng 5,9% so với năm 2017), trong đó khai thác biển đạt 3.372,7 nghìn tấn, khai thác nội địa đạt 218 nghìn tấn. Diện tích nuôi trồng thủy sản năm 2018 đạt 1,3 triệu ha, bằng 106% so với cùng kỳ 2017, sản lượng nuôi đạt 4,3 triệu tấn, tăng 8,3%.

Nghiên cứu sức cạnh tranh về giá của hàng thủy sản Việt Nam cho thấy, nguyên nhân chủ yếu là do mối liên hệ giữa các DN chế biến thủy sản xuất khẩu và giữa cơ sở sản xuất ban đầu (khai thác, nuôi trồng) chưa hiệu quả; nguồn nguyên liệu không ổn định, phân tán và sản lượng quy mô nhỏ; giá nguyên liệu tăng, giá bán và lợi nhuận thấp; chất lượng nguyên liệu đưa vào chế biến không cao; sản phẩm xuất khẩu chế biến còn đơn điệu, chủ yếu là xuất khẩu nguyên liệu thô; máy móc, thiết bị chế biến cũ kỹ, lạc hậu…



Nguồn: Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Bên cạnh đó, công nghệ vận chuyển, bảo quản nguyên liệu sau thu hoạch còn hạn chế, vùng nguyên liệu lại phân tán làm ảnh hưởng nhiều đến chất lượng nguyên liệu cho chế biến. Thường xuyên xảy ra tình trạng mất cân đối giữa công suất thiết bị và khả năng cung cấp nguyên liệu… Cùng với đó, tình trạng thiếu nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu khiến các DN thủy sản của Việt Nam phải nhập khẩu nguyên liệu thủy sản từ 70 nước với giá trị liên tục tăng. Ước tính, giá trị xuất khẩu từ nguồn nguyên liệu nhập khẩu chiếm trung bình 11-14% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản hàng năm. Tuy nhiên, các mặt hàng nhập khẩu không chỉ dừng lại ở các loại hải sản như cá ngừ, mực, bạch tuộc, các loại cá biển… mà các DN thủy sản Việt Nam còn đẩy mạnh nhập khẩu tôm từ các nước khác như: Ấn Độ, Thái Lan… Năm 2018, nhập khẩu thủy sản vào Việt Nam đạt trên 1,7 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2017; giá trị nhập khẩu hàng tháng trung bình khoảng gần 150 triệu USD.

Về khâu thu mua

Hiện nay, phần lớn các DN thủy sản Việt Nam đều chưa thiết lập được hệ thống tổ chức thu mua nguyên liệu trực tiếp từ ngư dân, chủ yếu thu mua từ các nậu, vựa. Ưu điểm của việc thu mua thuỷ sản từ các nậu, vựa là đáp ứng được nguyên liệu phù hợp với biến động về nhu cầu thị trường; đồng thời góp phần giải quyết đầu ra cho ngư dân. Tuy nhiên, cách làm này dẫn đến hệ quả là DN phải lệ thuộc vào các chủ nậu, vựa vì nếu nậu, vựa quay lưng thì lập tức DN bị thiếu nguyên liệu. Còn đối với ngư dân, do không được giao dịch trực tiếp với DN, nên khó tiếp cận được sự hỗ trợ về mặt kỹ

thuật từ các DN, không nắm bắt được thông tin về thị trường, giá cả và không có quyền mặc cả về giá cho sản phẩm của mình…

Về khâu chế biến của các doanh nghiệp thủy sản

Chế biến xuất khẩu thủy sản hiện nay đã trở thành ngành sản xuất công nghiệp hiện đại, có đủ năng lực chủ động hội nhập và cạnh tranh quốc tế. Cụ thể là đã hình thành một đội ngũ các nhà DN giỏi, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ ngày càng cao, tiên phong trong việc đổi mới công nghệ, mở rộng thị trường ra khu vực và thế giới.

Hiện nay, cả nước có 636 DN chế biến, xuất khẩu thủy sản quy mô công nghiệp đạt chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm và đủ điều kiện xuất khẩu và các thị trường. Các nhà máy chế biến thủy sản được đầu tư nâng cao năng lực, công nghệ chế biến hiện đại, trình độ quản lý chất lượng tiên tiến, đáp ứng được yêu cầu thị trường các nước trên thế giới. Đa số các cơ sở chế biến thủy sản đạt trình độ công nghệ chế biến và trình độ quản lý chất lượng tiên tiến của thế giới nên các cơ sở chế biến thủy sản quy mô công nghiệp đều đạt tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm, đáp ứng yêu cầu của các thị trường trên thế giới.

Tuy nhiên, nhiều DN chế biến thủy sản Việt Nam chưa tạo lập được chuỗi cung ứng nguyên liệu, tình trạng thiếu hụt nguyên liệu, nguyên liệu không đảm bảo chất lượng, số lượng DN tạo vùng nguyên liệu với chuỗi cung ứng kép kín từ khâu sản xuất con giống, nuôi trồng đến sản xuất thành phẩm có tăng trưởng nhưng chưa nhiều.

Về khâu thương mại, xuất khẩu

Hoạt động xuất khẩu các DN thủy sản Việt Nam đã có những bước tiến vượt bậc trong những năm qua. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ qua các năm, với mức tăng trưởng bình quân 15,6%/năm. Quá trình tăng trưởng này đã đưa Việt Nam trở thành một trong 5 nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, giữ vai trò chủ đạo cung cấp nguồn thủy sản toàn cầu. Theo Tổng cục Thống kê trong năm 2018, Việt Nam xuất khẩu thủy sản sang 161 thị trường, trong đó, Mỹ, EU, Nhật Bản là những thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, có sự cách biệt đáng kể hơn so với năm trước. Trong đó, Mỹ đã vượt EU lên vị trí thị trường lớn nhất với 1,6 tỷ USD, tăng 14,5%; tiếp đến là EU với 1,47 tỷ USD và đứng thứ 3 là Nhật Bản với 1,38 tỷ USD…

Để có được kết quả trên, các DN xuất khẩu thủy sản đã tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu thủy sản trong nước để chế biến xuất khẩu, tạo công ăn việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, sự bất ổn định nguồn nguyên liệu thời gian gần đây, nhất là

nguồn lợi khai thác đang dần cạn kiệt, buộc các DN phải nghiên cứu giải pháp nhập khẩu thêm nguyên liệu từ các nước khác để chế biến xuất khẩu, giữ vững thị trường và duy trì sản xuất và lợi nhuận, tăng doanh số xuất khẩu.

Đề xuất định hướng hoàn thiện chuỗi giá trị của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam

***Thứ nhất*,** Nhà nước phải giữ vai trò chủ đạo xây dựng cơ chế chính sách, tạo môi trường pháp lý cạnh tranh lành mạnh cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị thủy sản. DN chế biến thủy sản phải là hạt nhân của chuỗi giá trị thủy sản, các tác nhân tham gia chuỗi là các vệ tinh, vệ tinh liên kết với hạt nhân thông qua chính sách hỗ trợ của Nhà nước, được Nhà nước bảo hộ thông qua hợp đồng kinh tế.

***Thứ hai*,** phát triển chuỗi giá trị theo chiều sâu (gia tăng giá trị sản phẩm) thay vì theo chiều rộng (gia tăng sản lượng để gia tăng giá trị), thông qua các hình thức liên doanh, liên kết nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh trong tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. DN chế biến xuất khẩu cần minh bạch trong cung cấp các thông tin thị trường và yêu cầu chất lượng sản phẩm của khách hàng cho các tác nhân tham gia chuỗi.

***Thứ ba*,** phát triển chuỗi giá trị phải hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia chuỗi giá trị.

***Thứ tư*,** cần xây dựng hệ sinh thái đồng bộ cho chuỗi liên kết này như: Quy hoạch vùng về nguyên liệu, phương thức sản xuất, nhà máy chế biến, trung tâm nghiên cứu, trung tâm hỗ trợ nông dân và chính sách tín dụng và xúc tiến thương mại. Tổ chức lại sản xuất theo hướng liên kết các khâu trong chuỗi giá trị, tổ chức lại mô hình các hộ gia đình sản xuất nhỏ lẻ theo hình thức hợp tác, liên kết thành các tổ chức cộng đồng, hợp tác xã, nhằm tăng cường giúp đỡ nhau trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

***Thứ năm*,** Nhà nước cần có chính sách ưu đãi hơn cho chuỗi hoạt động xuất khẩu của các DN thủy sản. DN hiện nay rất đắn đo khi tham gia đầu tư vào nông nghiệp, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ và ưu đãi về hạn điền và thời gian thuê đất, hỗ trợ tích tụ đất đai, thuế, vốn vay, bảo hiểm rủi ro, đào tạo nguồn lực...

Tài liệu tham khảo:

http://vasep.com.vn/1192/OneContent/tong-quan-nganh.htm

http://www.dangcongsan.vn/kinh-te/nang-cao-gia-tri-gia-tang-san-pham-thuy-san-thong-qua-lien-ket-chuoi-509187.html

Giải pháp phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam hiện nay

Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

Phát triển nông nghiệp công nghệ cao (NNCNC) là xu hướng tất yếu, đã và đang tạo ra động lực mới cho nền nông nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế, biến đổi khí hậu và cách mạng công nghiệp 4.0. Tuy nhiên, phát triển NNCNC ở nước ta vẫn còn gặp những rào cản cần sớm được tháo gỡ để ngành nông nghiệp phát triển bền vững.

1. Tình hình phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam

NNCNC là một nền nông nghiệp được ứng dụng hợp lý những công nghệ mới, tiên tiến vào sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả, tạo bước đột phá về năng suất, chất lượng nông sản, thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của xã hội và bảo đảm sự phát triển nông nghiệp bền vững. Các công nghệ được ứng dụng trong sản xuất nông nghiệp bao gồm: cơ giới hóa, tự động hóa, công nghệ sinh học, tin học hóa... nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, an toàn và hiệu quả.

Nhận thức được tầm quan trọng của NNCNC, ngày 29/01/2010, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 176/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020. Để hiện thức hóa Đề án, ngày 17/02/2012, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 1895/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao thuộc Chương trình quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020 nhằm góp phần thúc đẩy phát triển NNCNC, xây dựng nền nông nghiệp theo hướng hiện đại, sản xuất hàng hóa lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cao.

Mặc dù, mới thực hiện trong thời gian ngắn, chưa có số liệu thống kê, song việc đẩy mạnh phát triển NNCNC thời gian qua đã mang lại những kết quả đáng khích lệ. Chỉ riêng giai đoạn 2011-2015, hơn 100 giống cây trồng mới đã được nghiên cứu, tạo ra, do đó tỷ lệ diện tích cây trồng cả nước sử dụng giống mới khá cao: lúa trên 90%, ngô 80%, mía 60% và điều 100%. Đến năm 2016, cả nước đã có 327 xã sử dụng nhà lưới, nhà kính, nhà màng nuôi trồng cây con, chiếm 3,6% tổng số xã trong cả nước với diện tích 5.897,5 ha, chiếm 0,07% diện tích đất trồng cây hằng năm và đất nuôi trồng thủy sản. Một số tỉnh ứng dụng CNC vào sản xuất nông nghiệp đã đem lại kết quả vượt trội so với sản xuất truyền thống. Đạt được kết quả đó là do tính ưu việt của các công nghệ như công nghệ sinh học, công nghệ tưới nhỏ giọt, công nghệ cảm biến, tự động hóa... giúp sản xuất nông nghiệp tiết kiệm chi phí, tăng năng suất, hạ giá thành và

nâng cao chất lượng nông sản, bảo vệ môi trường. Mặt khác, NNCNC giúp nông dân chủ động trong sản xuất, giảm sự lệ thuộc vào thời tiết, khí hậu. Việc ứng dụng công nghệ nhà kính, tưới nhỏ giọt, công nghệ đèn LED, công nghệ cảm ứng, internet vạn vật... vào sản xuất giúp người sản xuất chủ động trong kế hoạch sản xuất, khắc phục được tính mùa vụ, tránh được rủi ro thời tiết, sâu bệnh, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường trong nước và thế giới.

Tuy nhiên, với các kết quả đã đạt được, vẫn rất khó hoàn thành được mục tiêu theo Quyết định 176/QĐ-TTg đề ra đến năm 2020 mỗi tỉnh, vùng kinh tế trọng điểm phải có từ 7-10 doanh nghiệp và 5-7 vùng sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC; mỗi vùng sinh thái có từ 1-3 khu nông nghiệp ứng dụng CNC; tỷ trọng giá trị sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC đạt từ 30-35% tổng giá trị sản xuất nông nghiệp.

2. Những rào cản trong phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam

Một là, rào cản về vốn: Phát triển NNCNC cần nguồn vốn rất lớn để xây dựng kết cấu hạ tầng, đầu tư sản xuất giống cây trồng, vật nuôi, đào tạo nhân lực, tiêu thụ sản phẩm và nhất là nhập thiết bị. Thiếu hụt vốn đầu tư đang là rào cản lớn nhất trong phát triển NNCNC.

***Hai là*,** rào cản về nhân lực: Nguồn nhân lực nông nghiệp là chủ thể của quá trình phát triển NNCNC, song hiện đang thiếu về số lượng và yếu về chất lượng. Trình độ thấp khiến cho phần lớn lao động trong nông nghiệp không đủ năng lực làm chủ công nghệ tiên tiến, làm hạn chế việc tiếp cận và ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại vào sản xuất. Mặt khác, việc đào tạo đội ngũ chuyên gia trong lĩnh vực nông nghiệp ở nước ta còn nhiều bất cập: nặng về lý thuyết, nội dung chưa bao trùm hết những kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ về NNCNC, thiếu kiến thức hội nhập quốc tế, biến đổi khí hậu, liên kết sản xuất, phát triển chuỗi giá trị, kinh doanh, thị trường, ứng dụng công nghệ thông tin...

Ba là, rào cản về đất đai: Để sản xuất NNCNC cần phải có đất đai quy mô lớn, ở vị trí thuận lợi cho sản xuất và lưu thông. Quá trình tích tụ và tập trung đất đai còn chậm do quy định hạn điền và thời gian sử dụng đất còn bất cập, chưa tạo động lực thu hút các nhà đầu tư; thủ tục thuê, chuyển nhượng đất sản xuất nông nghiệp còn nhiều thủ tục gây phiền hà; việc cấp quyền sử dụng đất ở một số địa phương chưa xong gây khó khăn cho thuê, chuyển nhượng hoặc góp đất. Tâm lý giữ đất, dự phòng đất đai để tái sản xuất khi gặp bất ổn. Vì vậy, có tới 63% doanh nghiệp cho rằng khó khăn trong tiếp cận đất.

***Bốn là*,** rào cản về thị trường tiêu thụ: Thị trường tiêu thụ là yếu tố quyết định đến thành bại trong phát triển NNCNC. Bởi vì, sản xuất NNCNC sẽ tạo ra khối lượng nông sản lớn, thị trường tiêu thụ thuận lợi sẽ giúp cho sản xuất hiệu quả và ngược lại.

***Năm là*,** rào cản về nghiên cứu và chuyển giao công nghệ: Mục tiêu lớn nhất của NNCNC là năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng cao nên vấn đề CNC phải đặt lên

hàng đầu. Thực tế cho thấy, năng lực nội sinh lĩnh vực khoa học công nghệ trong nông nghiệp của nước ta còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu của sản xuất.

***Sáu là*,** rào cản về chính sách: Chính sách liên quan đến phát triển NNCNC ở nước ta thời gian qua còn nhiều bất cập. Chẳng hạn, chính sách tín dụng hỗ trợ phát triển NNCNC với các quy định thủ tục rườm rà, phức tạp cùng với việc đánh giá, xếp loại các dự án NNCNC dựa trên các tiêu chí theo định tính, thiếu định lượng... khiến doanh nghiệp khó tiếp cận được nguồn vốn này.

3. Giải pháp phát triển nông nghiệp công nghệ cao của Việt Nam trong thời gian tới

***Thứ nhất*,** giải pháp về vốn: Để có nguồn vốn đầu tư cho phát triển NNCNC đòi hỏi nhà nước phải đa dạng hóa nguồn vốn thông qua khuyến khích thu hút các tổ chức, cá nhân, các loại hình doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, các tổ chức khoa học công nghệ đầu tư vào NNCNC.

***Thứ hai*,** giải pháp về nhân lực: Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nông nghiệp, nhất là nhân lực NNCNC, các Bộ, ngành có liên quan, nhất là Bộ Giáo dục và Đào tạo cần phải lồng ghép kiến thức về NNCNC, nông nghiệp sạch vào hệ thống giáo dục từ cấp phổ thông nhằm từng bước nâng cao nhận thức, cải thiện hành vi và hình thành tư duy ứng dụng CNC trong sản xuất nông nghiệp. Đồng thời, đẩy mạnh đào tạo nghề nông cho nông dân. Thông qua các khóa đào tạo này cung cấp cho nông dân kiến thức, kỹ năng để thực hành sản xuất nông nghiệp hiện đại, giúp họ thay đổi kỹ năng sản xuất, hình thành tư duy thị trường, năng lực tiếp nhận và ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất. Trước mắt, cần đào tạo nghề ngay đội ngũ lao động tham gia các khâu trong dây chuyền sản xuất áp dụng NNCNC. Bên cạnh đó, chú trọng đổi mới nội dung và chương trình đào tạo đội ngũ chuyên gia, đội ngũ cán bộ khoa học và công nghệ chuyên sâu về NNCNC; gắn lý thuyết với thực hành. Liên kết đào tạo với các trường đại học, viện nghiên cứu ở các quốc gia và vùng lãnh thổ có nền NNCNC như Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Israel...

***Thứ ba*,** giải pháp về đất đai: Để các cơ sở sản xuất NNCNC tiếp cận đất thuận lợi, cần phải đẩy nhanh quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất. Vì vậy, tiếp tục đẩy mạnh việc dồn điền đổi thửa ở các địa phương, hình thành nên các cánh đồng lớn; mở rộng hạn điền và thời gian thuê. Đồng thời, Nhà nước cần đơn giản thủ tục thuê, chuyển nhượng đất đai; các địa phương cần đẩy nhanh tiến độ cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất sau khi dồn điền đổi thửa; hài hòa lợi ích giữa doanh nghiệp và nông dân; khuyến khích nông dân góp vốn bằng ruộng đất vào doanh nghiệp; phát triển ngành nghề ở nông thôn, chuyển đổi nông dân sang lĩnh vực khác có thu nhập cao hơn.

***Thứ tư*,** giải pháp về thị trường tiêu thụ: Để ổn định và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm NNCNC, đề nghị Bộ Công thương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Tài chính nghiên cứu đánh giá đưa ra dự báo nhu cầu thị trường đối với sản phẩm NNCNC; các cơ sở sản xuất NNCNC phối hợp với các nhà khoa

học, nông dân xây dựng thương hiệu nông sản, liên kết thực hiện đồng bộ các khâu từ sản xuất đến chế biến, tiêu thụ, nhất là kiểm soát chất lượng sản phẩm. Đồng thời, các cơ sở sản xuất kinh doanh NNCNC cần phải đầu tư chuyển dần sang chế biến, giảm xuất khẩu thô, tăng tỷ lệ xuất khẩu tinh để nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm, qua đó, tạo thương hiệu bền vững. Bên cạnh đó, cần coi trọng thị trường trong nước bằng cách giảm giá bán sao cho đại đa số người tiêu dùng đều có thể mua được. Thực tế cho thấy, giá bán sản phẩm NNCNC khá cao, gấp hai thậm chí gấp ba đến bốn lần giá nông sản thông thường, trong khi dù có bỏ vốn đầu tư lớn song lợi nhuận thu được khá cao.

Thứ năm**,** giải pháp về khoa học công nghệ**:** Để sản phẩm của các tổ chức khoa học công nghệ nông nghiệp trong nước đáp ứng nhu cầu của các cơ sở sản xuất NNCNC, tạo động lực để nông dân ứng dụng CNC vào sản xuất nông nghiệp, trước hết các tổ chức này phải nâng cao năng lực, liên kết với doanh nghiệp nghiên cứu và chuyển giao tiến bộ kỹ thuật nông nghiệp vào sản xuất. Bộ Khoa học và Công nghệ tiếp tục hoàn thiện các chính sách về thúc đẩy nghiên cứu, sáng tạo, ươm tạo, chuyển giao, phát triển công nghệ, ứng dụng CNC vào sản xuất nông nghiệp. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn trực tiếp đặt hàng cho các đơn vị nghiên cứu, trong đó, ưu tiên những nhiệm vụ nghiên cứu, chuyển giao và ứng dụng CNC, công nghệ sạch, công nghệ sinh học; nhân tạo giống cây trồng, vật nuôi có năng suất, chất lượng cao, thích ứng với biến đổi khí hậu và phù hợp với nhu cầu thị trường; công nghệ chế biến, bảo quản sau thu hoạch; tăng cường đầu tư vật chất kỹ thuật phục vụ nghiên cứu và chuyển giao... Các Bộ, ngành có liên quan, các tổ chức khoa học công nghệ cần đơn giản thủ tục hành chính tạo điều kiện để doanh nghiệp rút ngắn thời gian tiếp cận các sản phẩm công nghệ nông nghiệp. Các địa phương cần ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp, nông dân sản xuất hàng hóa quy mô lớn tạo điều kiện cho việc đưa CNC vào sản xuất.

Thứ sáu**,** giải pháp về chính sách: Để chính sách thực sự trở thành "bà đỡ" cho NNCNC phát triển, các bộ ngành liên quan tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến khích các cơ sở sản xuất kinh doanh nông nghiệp đầu tư vào NNCNC như: đơn giản hóa thủ tục cho vay; hoàn thiện tiêu chí doanh nghiệp NNCNC theo hướng định lượng rõ ràng, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này tiếp cận nguồn vốn tín dụng ưu đãi dành cho phát triển NNCNC; hoàn thiện chính sách đất đai thuận lợi cho tích tụ, tập trung ruộng đất; sửa đổi quy định về cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, quyền sở hữu nhà và tài sản gắn liền với đất của các dự án NNCNC nhằm giúp cho các chủ thể sản xuất kinh doanh NNCNC thực hiện vay vốn ngân hàng; sửa đổi, bổ sung chính sách đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển NNCNC theo hướng chuyên sâu, gắn với nhu cầu sử dụng nhân lực của các cơ sở sản xuất kinh doanh NNCNC;…

Tài liệu tham khảo:

http://agro.gov.vn/vn/tID25341_Phat-trien-nong-nghiep-cong-nghe-cao-Can-giai-quyet-5-van-de

http://tuyengiao.vn/kinh-te/phat-trien-nong-nghiep-cong-nghe-cao-ben-vung

https://laodong.vn/kinh-te/phat-trien-nong-nghiep-cong-nghe-cao-la-van-de-then-chot-trong-thoi-ky-cach-mang-cong-nghe-40

Khắc phục tình trạng chuyển giá, đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng" của các doanh nghiệp FDI ở Việt Nam

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

Ngày nay, các doanh nghiệp FDI đầu tư vào Việt Nam không còn là một vấn đề xa lạ. Gần 30 năm, nước ta thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp FDI đã đem lại những thành quả rõ rệt đối với nền kinh tế nước nhà. Theo đánh giá của Bộ KH&ĐT, vốn đầu tư FDI là nguồn vốn quan trọng trong tổng vốn đầu tư phát triển toàn xã hội và là động lực tăng trưởng kinh tế quan trọng của Việt Nam trong thời gian qua. Đặc biệt khu vực DN FDI đang giữ vai trò chủ đạo trong xuất khẩu của Việt Nam trong suốt thời gian qua với đà tăng trưởng và kim ngạch cao gấp 2 - 3 lần khu vực DN trong nước, hiện nắm giữ tỷ trọng đến 72% trong kim ngạch xuất khẩu. Bên cạnh đó, một trong những điểm tích cực không thể phủ nhận là các doanh nghiệp FDI đã làm thay đổi cơ cấu kinh tế và thúc đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa ở các địa phương. Ví dụ, tỉnh Bình Dương, sau hơn 20 năm tái lập, tăng trưởng kinh tế của tỉnh là 14,5%, trong đó nguồn vốn FDI đóng góp vị trí quan trọng. Tuy nhiên, bất kỳ một vấn đề nào cũng đều có tính hai mặt của nó. Một mặt, các DN FDI góp phần thúc đẩy nền kinh tế nước ta nhưng mặt khác lại gây ra những tình trạng xấu cho nền kinh tế. Đó chính là tình trạng chuyển giá, đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng" đã gây ra rất nhiều hệ lụy cho nền kinh tế Việt Nam và dần dần trở thành một vấn đề mà các cơ quan, các cấp, các cá nhân có thẩm quyền phải đi tìm cách giải quyết và khắc phục.

Thực trạng đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng" và chuyển giá của DN FDI trong thời kỳ hiện nay:

Hiện tượng các DN FDI kê khai, báo lỗ khá phổ biến, số doanh nghiệp này chiếm khoảng 50% tổng số DN FDI đang hoạt động trên cả nước, trong đó có nhiều nguyên nhân, nhưng phải kể đến hành vi chuyển giá đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng".

Thứ nhất, thực trạng vấn đề chuyển giá hiện nay

Chuyển giá 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 hay nhóm liên kết không theo giá

thị trường nhằm tối thiểu hóa số thuế của các tập đoàn hay của nhóm liên kết. Tuy nhiên, một số DN FDI lợi dụng chính sách này để thu về lợi nhuận tối đa cho DN nhưng lại gây ra những thiệt hại lớn cho nền kinh tế nước ta.

Tổng cục Thuế thành lập Tổ quản lý giá chuyển nhượng (năm 2012) đã phát hiện nhiều vụ việc chuyển giá, với giá trị điều chỉnh rất lớn. Năm 2013 tại 2.110 DN đã truy thu, truy hoàn và xử phạt hơn 988 tỷ đồng, trong đó chủ yếu là các DN FDI (chiếm 40% tổng số thu). Tính đến năm 2015, qua báo cáo của 63 cục thuế, hơn 100 chi cục thuế trên cả nước với kết quả thanh tra tại 870 DN FDI có tới 720 DN vi phạm.

Thứ hai, thực trạng vấn đề đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng"

Trong báo cáo về công tác nửa đầu năm, Bộ trưởng Bộ Kế hoạch & Đầu tư Nguyễn Chí Dũng cho rằng "đầu tư nước ngoài tại Việt Nam còn tồn tại nhiều hạn chế, bất cập", trong đó còn tình trạng đầu tư "chui", "núp bóng".

Trong thời gian qua, hiện tượng các DN nước ngoài mượn tên của người nước ta để thành lập công ty là rất phổ biến. Với cách làm như vậy, các DN nước ngoài sẽ trốn được một số thuế lớn và không phải làm các thủ tục rắc rối, phức tạp. Cụ thể, năm 2015, công an quận Ngũ Hành Sơn ở Đà Nẵng đã phát hiện có 07 doanh nghiệp do người Việt Nam làm đại diện pháp luật song thực chất là người Trung Quốc đầu tư nguồn vốn. Những người Trung Quốc này thông qua các cá nhân người Việt Nam đứng tên để đứng đằng sau điều hành, quản lý doanh nghiệp tiến hành các hoạt động kinh doanh nhằm trốn thuế và bỏ qua các thủ tục phê duyệt, cấp phép kinh doanh.

Với hành động như vậy của các DN FDI đã để lại hậu quả to lớn đối với nền kinh tế nước ta, gây thiệt hại cho NSNN và tình trạng kinh doanh thiếu minh bạch, cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Tình trạng đầu cơ đất, "bán" dự án khá phổ biến khiến công tác quản lý tài nguyên và đất đai thêm khó khăn, thậm chí có dự án vốn tới 4,1 tỷ USD, nhưng vốn tự có (vốn pháp định hay vốn điều lệ) của chủ dự án chỉ 100 triệu USD. Nhiều dự án "ảo", chậm triển khai đã bị các địa phương rút giấy phép đầu tư cũng là hiện tượng rất đáng lo ngại.

Thực tế cho thấy, chuyển giá, đầu tư chui, đầu tư núp bóng là hiện tượng phổ biến trong nền kinh tế thị trường, do nhiều nguyên nhân, trong đó chủ yếu là:

Thứ nhất**,** các DN FDI thực hiện hành vi chuyển giá, đầu tư "chui", "núp bóng" chủ yếu với mục đích là giảm hoặc tránh mức thuế phải nộp với lợi nhuận cao nhất có thể, tối đa hóa lợi ích của mình.

Thứ hai, xuất phát từ mối quan hệ gắn bó chung về lợi ích giữa các nhóm liên kết, thông qua hành vi chuyển giá, đầu tư "chui", "núp bóng" mà nghĩa vụ nộp thuế của các bên được giảm thiểu đáng kể.

Thứ ba, vai trò quản lý của Nhà nước về hoạt động chuyển giá còn chưa thực sự mạnh. Cơ chế kiểm tra, giám sát, thanh tra, kiểm toán còn nhiều bất cập, chưa đủ sức phát hiện để xử lý tất cả các hành vi chuyển giá, đầu tư "chui", "núp bóng".

Thứ tư, thể chế, chính sách về đầu tư nước ngoài chưa theo kịp yêu cầu phát triển. Chính sách ưu đãi còn dàn trải, thiếu nhất quán, không ổn định. Môi trường đầu tư kinh doanh, năng lực cạnh tranh tuy đã được cải thiện, nhưng vẫn còn hạn chế.

Trước những bất cập của tình trạng chuyển giá, đầu tư "chui", đầu tư "núp bóng" như hiện nay, chúng ta cần phải có những giải pháp để khắc phục vấn đề này. Dựa theo Nghị quyết 50-NQ/TW mà Tổng bí thư, Chủ tịch nước Nguyễn Phú Trọng đã ban hành vào ngày 20 tháng 8 vừa qua có một số giải pháp như sau:

Một là, Nhà nước cần tăng cường công tác quản lý thuế, đặc biệt cần có những quy định rõ ràng về các chế tài thưởng phạt nghiêm khắc hơn đối với trường hợp khai báo thuế không chính xác, kịp thời, tạo tính răn đe cho doanh nghiệp.

Hai là, Nhà nước cần phối hợp với các cơ quan chức năng điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung khung pháp lý, hướng dẫn xác định giá thị trường trong giao dịch kinh doanh, thắt chặt các quy định liên quan đến đầu tư, hoạt động đầu tư và đối tượng được ưu đãi đầu tư trong các luật về đầu tư nước ngoài và các luật có liên quan để thống nhất trong thực hiện và bảo đảm phù hợp với các cam kết quốc tế của Việt Nam.

Ba là, hoàn thiện đồng bộ các quy định của pháp luật về đầu tư, chứng khoán và quản lý ngoại hối; thống nhất giữa pháp luật doanh nghiệp và quản lý ngoại hối về tài khoản mua bán, chuyển nhượng cổ phần.

Bốn là, cần hoàn thiện thể chế, chính sách thu hút, quản lý, giám sát và nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến đầu tư; hoàn thiện thể chế, chính sách nhằm bảo hộ và đề cao trách nhiệm của nhà đầu tư; nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về đầu tư nước ngoài.

Tài liệu tham khảo:

https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Dau-tu/Nghi-quyet-50-NQ-TW-2019-dinh-huong-chinh-sach-nang-cao-hieu-qua-hop-tac-dau-tu-nuoc-ngoai-422030.aspx

https://vnexpress.net/kinh-doanh/pho-thu-tuong-khong-khoan-nhuong-voi-dau-tu-chui-nup-bong-3954582.html

Giải pháp nào để hạ nhiệt thị trường liên ngân hàng?

Khuất Duy Lộc - CQ54/02.02
Tào Quỳnh Anh - CQ54/02.02

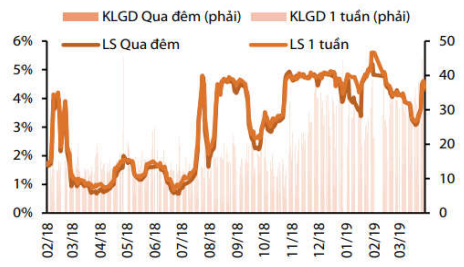
Kể từ trung tuần tháng 7/2019, thị trường liên ngân hàng đột ngột "nóng" trở lại sau khi liên tục dịu nhiệt từ đầu năm. Nhu cầu vay mượn khá cao, duy trì trên 55 nghìn tỷ/phiên, mức cao nhất trong các năm gần đây.

Thực trạng "Cơn sốt nóng" của lãi suất trên thị trường liên ngân hàng

Trong một báo cáo mới đây, Chứng khoán Rồng Việt VDSC nhận định, kể từ trung tuần tháng 3, lãi suất qua đêm trên thị trường liên ngân hàng đột ngột bật tăng mạnh trở lại sau khi liên tục dịu nhiệt từ đầu năm. Nhu cầu vay mượn trên thị trường liên ngân hàng cũng khá cao, duy trì trên 55 nghìn tỷ/phiên, mức cao nhất trong các năm gần đây. Nhìn rộng ra, trong hơn 6 tháng qua, mức lãi suất này liên tục dao động trên ngưỡng 3% và chưa có dấu hiệu sẽ suy giảm. Bên cạnh đó, lãi suất vay mượn tiền đồng kỳ hạn qua đêm liên ngân hàng giữ trên ngưỡng 3% cũng sẽ tạo khoảng cách an toàn đối với mức lãi suất tương tự áp dụng cho khoản vay ngoại tệ, hiện khoảng 2,45%. Một mức chênh lệch dương góp phần giúp Ngân hàng Nhà nước điều tiết tỷ giá phù hợp.

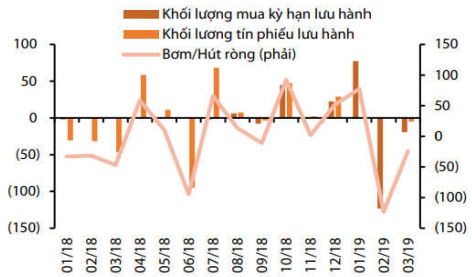
Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, chênh lệch tăng trưởng cung tiền và tín dụng chỉ ở mức 0,64%. Trong khi đó, kế hoạch phát hành trái phiếu chính phủ (TPCP) cũng tăng lên rất cao, 73,5 và 260 nghìn tỷ trong quý 1 và cả năm 2019. Lãi suất qua đêm liên ngân hàng vẫn sẽ chuyển động trong khoảng 3-4% trong quý 2/2019.

Hình 5: Thị trường liên ngân hàng (Nghìn tỷ VND)



Nguồn: NHNN, CTCK Rồng Việt

Hình 6: Diễn biến thị trường OMO (Nghìn tỷ VND)



Nguồn: NHNN, CTCK Rồng Việt

Theo khảo sát của NHNN với các ngân hàng thương mại cổ phần trong nước và ngân hàng liên doanh, nước ngoài tại Việt Nam cho thấy, lãi suất huy động của các ngân hàng vẫn tiếp tục duy trì ở mức cao, hiện cao nhất đã tới gần 9%/năm.

Cụ thể kỳ hạn 3 tháng, lãi suất phổ biến là 5,2-5,5%/năm ở các ngân hàng tư nhân, còn nhóm cổ phần thương mại Nhà nước là 5%/năm. Với các khoản tiền gửi 1 tháng và 2 tháng thì các ngân hàng lớn của Nhà nước đều huy động dưới 5% trong khi các ngân hàng tư nhân hầu như không có sự khác biệt so với kỳ hạn 3 tháng.

Ở kỳ hạn 6 tháng, lãi suất cao nhất đang thuộc về VIB với 7,5%/năm cho các khoản tiền trên 100 triệu, tiếp theo sau là Bản Việt và Ngân hàng Quốc dân huy động 7,4%/năm, VPBank lãi suất là 7%/năm trong khi các ngân hàng khác như ACB, Techcombank, HDBank, SHB, Sacombank, MSB, ABBank lãi suất phổ biến từ 6,2 - 6,9%/năm. Nhóm BIDV, Vietcombank, VietinBank, Agribank trả lãi 5,5 - 5,6%/năm.

Ở kỳ hạn 9 tháng đến dưới 1 năm, lãi suất từ 5,5 đến 7,8%/năm, trong đó mức cao nhất đang thuộc về Ngân hàng TMCP Bắc Á và Ngân hàng TMCP Bản Việt, còn thấp nhất thuộc về Vietcombank và VietinBank. Nhóm các ngân hàng có lãi suất cao đáng chú ý có VietBank (7,65%/năm); NCB (7,5%/năm); VIB (7,5%/năm - món tiền 100 triệu trở lên)…

Ở kỳ hạn dài 12 tháng trở lên lãi suất đang rất cạnh tranh nhau và có sự khác biệt lớn hơn cả. Mức lãi suất cho các khoản tiền gửi thông thường ở các ngân hàng phổ biến là 6,9 - 7,9%/năm, chẳng hạn Indovina Bank là 7,7 - 7,9%/năm; ở VPBank là 7 - 7,8%/năm; ở VIB là 7,6 - 7,9%.

Nhưng cũng với kỳ hạn dài, nếu người gửi tiền có các khoản lớn hoặc gửi theo những chương trình huy động riêng của ngân hàng (chủ yếu yêu cầu khách hàng không được rút trước hạn), hoặc chứng chỉ tiền gửi thì lãi suất còn cao hơn nữa và thống kê của chúng tôi cho thấy đã có hơn chục ngân hàng đẩy lãi suất cao nhất của của họ lên trên 8%/năm.

Bên cạnh niêm yết lãi suất cao, các ngân hàng còn thu hút người gửi tiền bằng các chương trình khuyến mãi hoặc tặng quà như cốc uống nước, bộ tách trà, bình đựng hoa, vali... và hầu hết đều cộng thêm lãi suất từ 0,1 - 0,2% khi gửi trực tuyến. Thậm chí với các khoản tiền gửi lớn gửi dài hạn, khách hàng còn được thỏa thuận thêm lãi suất cao hơn so với niêm yết nếu đồng cam kết không rút trước hạn. Việc các ngân hàng đẩy lãi suất huy động lên mức cao cho thấy nhu cầu huy động vốn mạnh một mặt để cân đối cung cầu nội bộ ngân hàng, mặt khác còn đáp ứng theo yêu cầu về tỷ lệ vốn ngắn hạn cho vay trung dài hạn.

Vậy nguyên nhân dẫn đến tình trạng sự nóng lên của thị trường liên ngân hàng là gì?

Nguyên nhân của tình hình này là do các ngân hàng đang phải thực hiện mức dự trữ bắt buộc đầu tháng nên tăng nhu cầu vay thanh khoản. Bên cạnh đó, thông thường vào những ngày đầu tháng thường là thời gian đáo hạn tiền gửi tiết kiệm các kỳ hạn ngắn, cộng thêm việc ngày 2/4 thành viên VNBA thực hiện đồng thuận điều chỉnh giảm lãi suất huy động, nên hầu hết các ngân hàng tạm thời chưa cho vay trên thị trường tiền tệ liên ngân hàng để nghe ngóng diễn biến thị trường.

Trước đó, nhận định về nguyên nhân khiến thị trường liên ngân hàng bất ngờ "nóng" trở lại, BVSC cho rằng lý do một phần là vì tuần cuối cùng của tháng 3 các NHTM phải tăng lượng tiền để đảm bảo tỉ lệ dựng trữ bắt buộc. Theo đó, điều này gây áp lực cân đối nguồn nhằm đảm bảo tỷ lệ dự trữ bắt buộc trong tuần cuối tháng tại các ngân hàng. Ngoài ra, cũng không loại trừ khả năng có thể biến động về nguồn tiền gửi tại một số ngân hàng lớn (có thể là tiền gửi của KBNN) dẫn đến thanh khoản hệ thống bị ảnh hưởng. Tuy nhiên, VDSC cho rằng việc thanh khoản thị trường có dấu hiệu eo hẹp trên vẫn nằm trong tầm kiểm soát của nhà điều hành. Cùng với chủ trương điều tiết thận trọng, việc chủ động kiểm soát chặt lượng cung tiền cũng nhằm tránh rủi ro lạm phát vượt mức kỳ vọng khi giá các mặt hàng quan trọng như điện, xăng dầu được điều chỉnh tăng mạnh trong thời gian qua.

Bên cạnh đó, lãi suất vay mượn tiền đồng kỳ hạn qua đêm liên ngân hàng giữ trên ngưỡng 3% cũng sẽ tạo khoảng cách an toàn đối với mức lãi suất tương tự áp dụng cho khoản vay ngoại tệ, hiện khoảng 2,45%. Một mức chênh lệch dương góp phần giúp Ngân hàng Nhà nước điều tiết tỷ giá phù hợp. Từ đầu năm tới nay, rủi ro tỷ giá đã suy giảm rất nhiều khi tỷ giá tự do và tỷ giá giao dịch ngân hàng đều hạ nhiệt. Ngược lại, NHNN vẫn điều chỉnh tăng tỷ giá trung tâm nhằm tạo biên độ rộng hơn, tránh trường hợp tỷ giá giao dịch liên tục chạm trần như giai đoạn trước đây.

Giải pháp để hạn chế sự "nóng lên" của thị trường liên ngân hàng

Một là, hoàn thiện khung pháp lý về thị trường liên ngân hàng, NHNN cần phải sớm ban hành quy chế và hoạt động giao dịch trên thị trường liên ngân hàng để quy định rõ nguyên tắc hoạt động và điều kiện tham gia thị trường của các tổ chức tín dụng, các công cụ giao dịch chính thức, các sản phẩm nghiệp vụ, quyền và nghĩa vụ của các chủ thể tham gia thị trường.

Hai là, đa dạng và chuẩn hóa các công cụ mới trên thị trường bên cạnh các công cụ giao dịch đã có sẵn, được chuẩn hóa theo những khuôn khổ pháp lý thống nhất, đưa

các công cụ mới như: chứng khoán phái sinh, thương phiếu, các bảo lãnh ngân hàng, kỳ phiếu ngân hàng,.. hoạt động thường xuyên liên lục, là một trong những mắt xích quan trọng để điều tiết thị trường liên ngân hàng.

Ba là, khuyến khích các tổ chức tín dụng Việt Nam tham gia vào thị trường tiền tệ trong khu vực và trên thế giới. Từ đó thúc đẩy các tổ chức tín dụng tham gia vào thị trường tiền tệ quốc tế một cách sâu rộng và phổ biến hơn.

Bốn là, tăng cường các biện pháp thanh tra, kiểm tra của NHNN và nâng cao hiệu quả của công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát. Từ đó phát hiện ra những sai trái, lệch lạc trong việc thực hiện nghiệp vụ của các chủ thể so với quy định hiện hành để có biện pháp xử lý nghiêm minh.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/thi-truong-lien-ngan-hang-nong-tro-lai-20190406093825195.chn

http://cafef.vn/dien-bien-la-ve-lai-suat-tien-gui-dau-nam-moi-20190223073907318rf20190402143536304.chn

Theo báo Vneconomy, báo Tri thức trẻ

Thư giãn:

CHƯA GÌ ĐÃ VỘI CHẾT

Một ông thầy lang xưa nay vẫn khoe chữa bệnh giỏi, ngày nọ có một ông lão đột ngột lại hỏi:

- Lão nghe thầy chữa bệnh thần lắm, thầy đã chữa khỏi được mấy đám rồi?

Ông lang quả quyết đáp:

- Bao nhiêu đám mà nghe lời tôi là chữa khỏi hết. Ông lão cau mặt nói:

- Thầy quên rồi à? Thầy bảo thằng cháu nhà tôi uống thuốc của thầy một năm thì khỏi, sao nó mới uống được ba tháng đã chết? Ông lang xua tay nói:

- Rõ ràng tại cậu nhà không chịu nghe lời tôi. Tôi bảo uống thuốc một năm, sao mới uống ba tháng đã vội chết? Cứ uống thuốc đủ năm, xem có khỏi không nào?

Lợi thế cho sản phẩm gỗ Việt Nam từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc

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

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc ngày càng trở nên căng thẳng với diễn biến phức tạp khiến một số ngành của cả hai phía gặp nhiều khó khăn. Tuy nhiên, những quốc gia có thể bù đắp được phần nào nguồn cung hàng hóa từ Trung Quốc lại được hưởng lợi đáng kể. Đã có một số mặt hàng nông sản Việt Nam được hưởng lợi từ cuộc chiến tranh thương mại này, đặc biệt là các sản phẩm gỗ.

1. Lợi thế cho các sản phẩm gỗ của Việt Nam

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, trong 6 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu đồ gỗ sang Mỹ đạt 2.249 tỷ USD, tăng tới 32,24% so với cùng kỳ năm 2018. Đây là mức tăng trưởng rất cao, bởi trong cả năm 2018 giá trị xuất khẩu đồ gỗ sang Mỹ tuy tăng trưởng tốt (tăng 19,3% so với năm 2017) nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng của 6 tháng đầu năm 2019.

Trong tháng 7 năm 2019, xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam đạt trị giá 864 triệu USD, tăng 7,3% so với tháng trước. Tính đến hết tháng 7 trị giá xuất khẩu nhóm hàng này đạt 5,69 tỷ USD, tăng 16,7% so với cùng kỳ năm trước. Gỗ và sản phẩm gỗ trong 7 tháng năm 2019 được xuất khẩu chủ yếu đến các thị trường Hoa Kỳ với trị giá 2,7 tỷ USD, tăng 32,8% so với cùng kỳ năm trước; sang Nhật Bản với 735 triệu USD, tăng 18,3%; sang Trung Quốc với 642 triệu USD, tăng 1,7%;…

Trong khi đó, 5 tháng đầu năm 2019, nhập khẩu đồ nội thất từ Việt Nam vào Mỹ đạt 1,954 tỷ USD, tăng tới 29%. Nhờ vậy, đồ nội thất bằng gỗ nhập khẩu từ Việt Nam tăng mạnh thị phần trong tổng giá trị đồ nội thất bằng gỗ nhập khẩu của Mỹ từ 19,7% lên 25,4%.

Đồng thời, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc góp phần gia tăng đầu tư FDI vào ngành gỗ Việt Nam, tạo công ăn việc làm và tăng trưởng xuất khẩu. Hiệp định EVFTA được ký kết và thực thi, với cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới gần 100% biểu thuế và giá trị thương mại mà hai bên đã thống nhất là cơ hội gia tăng xuất khẩu đồ gỗ sang thị trường EU trong thời gian tới tăng đáng kể. Đây là cơ hội tốt để doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ của Việt Nam tiếp cận các thị trường, thu hút vốn và đầu tư công nghệ của EU nhằm nâng cao sức cạnh tranh.

Ngoài ra, cũng do tác động từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, Việt Nam đang có cơ hội tốt hơn để nhập khẩu gỗ nguyên liệu từ Mỹ với giá dễ chịu hơn.

Số liệu của Tổng Cục Hải quan cho thấy rõ sự tăng trưởng về nhập khẩu gỗ nguyên liệu từ Mỹ. Trong 5 tháng đầu năm 2019, giá trị gỗ nguyên liệu nhập khẩu từ Mỹ tăng 25% so với cùng kỳ năm ngoái. Qua đó, Mỹ tiếp tục là thị trường cung cấp gỗ nguyên liệu lớn nhất cho Việt Nam. Ông Nguyễn Quốc Khanh - Chủ tịch Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh đánh giá rằng, tuy ngành sản xuất đồ gỗ ở Mỹ gần như không còn nhưng người Mỹ rất am hiểu và thường sử dụng gỗ của chính nước họ. Chính vì vậy, đồ gỗ Việt Nam được sản xuất từ gỗ nguyên liệu nhập khẩu từ Mỹ sẽ dễ dàng được chấp nhận hơn trên thị trường này. Bởi trong thị trường mà hàng hóa và dịch vụ dư thừa, người mua sẽ là người quyết định và nắm ưu thế.

2. Nguyên nhân sản phẩm gỗ Việt Nam hưởng lợi từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc

Thứ nhất, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đã tác động tiêu cực tới các công ty sản xuất nội thất của Trung Quốc, từ đó tạo lợi thế cho sản phẩm gỗ Việt Nam.

Theo Bộ Công thương, các công ty sản xuất nội thất Trung Quốc là bộ phận chịu tác động lớn nhất của chính sách thuế do Mỹ áp dụng đối với gói hàng hóa trị giá 200 tỷ USD của Trung Quốc.

Đánh giá của Ngân hàng China International Capital Corp (CICC) cho thấy, mức thuế đó sẽ tương đương khoảng 34,2% lợi nhuận năm 2018 của ngành này. Năm 2018, ngành nội thất Trung Quốc có giá trị sản xuất đạt 701 tỷ Nhân dân tệ, tăng 4,3% so với năm 2017. Xuất khẩu đồ nội thất sang Mỹ chiếm khoảng 10% sản lượng nội thất của Trung Quốc, tương đương khoảng 70 tỷ Nhân dân tệ.

Mặt khác, trong 5 tháng đầu năm 2019, thị phần của các nước xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ khác trong tổng giá trị nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Mỹ không thay đổi hoặc thay đổi không đáng kể: Canada giữ nguyên 7,6%; Mexico tăng từ 5,2 lên 5,4%; Malaysia tăng từ 4 lên 4,5%; Indonesia tăng từ 3,6 lên 3,7%; Ý và Ấn Độ giữ nguyên 3,6% và 1,6%,…

Trong khi xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam sang Mỹ tăng rất mạnh, thì xuất khẩu đồ gỗ Trung Quốc sang thị trường này lại giảm khá nhiều. Cụ thể, trong 5 tháng đầu năm 2019, nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ từ Trung Quốc sang Mỹ chỉ đạt 2,983 tỷ USD, giảm tới 14,1% so với cùng kỳ 2018. Do xuất khẩu đồ nội thất sang Mỹ giảm mạnh, nên đồ nội thất Trung Quốc từ chỗ chiếm tới 45,2% trong tổng giá trị nhập khẩu nội thất của Mỹ, đã giảm xuống còn 38,8% trong khoảng thời gian này.

Những số liệu như trên đã cho thấy khi giảm mạnh nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ từ Trung Quốc, Mỹ hầu như đã không tăng nhập khẩu từ các nguồn cung cấp khác, ngoại trừ Việt Nam. Hay có thể nói rằng, thị phần đã mất đi của đồ gỗ Trung Quốc tại thị trường Mỹ, đã thuộc về đồ gỗ đến từ Việt Nam.

Như vậy, việc tăng trưởng mạnh của xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam sang Mỹ và tăng mạnh về tỷ trọng trong giá trị đồ nội thất bằng gỗ nhập khẩu vào Mỹ, rõ ràng có vai trò rất lớn của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung.

Thứ hai, chính sách áp thuế ở mức cao của Mỹ và Trung Quốc dẫn tới giảm nhập khẩu.

Trong cuộc chiến tranh thương mại, Trung Quốc áp thuế ở mức cao với nhiều mặt hàng nhập khẩu từ Mỹ, trong đó có gỗ nguyên liệu. Điều này đã khiến cho một lượng không nhỏ gỗ nguyên liệu của Mỹ bị ứ đọng vì bị giảm mạnh nhập khẩu vào Trung Quốc. Ví dụ, gỗ sồi đỏ của Mỹ trước đây phụ thuộc gần như hoàn toàn vào thị trường Trung Quốc, vốn từng chiếm hơn 80% lượng gỗ sồi đỏ khai thác của Mỹ. Tuy nhiên hiện tại, gỗ sồi đỏ của Mỹ không còn được ưa chuộng tại thị trường Trung Quốc.

Theo nghiên cứu từ S&P Global Market Intelligence cho thấy, trong quí I năm 2019, lượng hàng hóa là đồ gỗ - nội thất các hãng bán lẻ tại Mỹ nhập khẩu từ Trung Quốc đã giảm 13,5% do việc tăng thuế nhập khẩu lên 10% của chính quyền Tổng thống Trump.

Mức thuế nhập khẩu tăng khiến giá bán lẻ đồ gỗ nội thất tại Mỹ tăng giá ở mức phổ biến là 3%. Chính vì thế, các hãng bán lẻ buộc phải tìm kiếm nguồn cung từ các quốc gia không bị áp mức tăng thuế nhập khẩu như Việt Nam, Indonesia, Ấn Độ,... từ đó tạo cơ hội cho sản phẩm gỗ từ Việt Nam.

Thứ ba, chất lượng sản phẩm gỗ Việt đáp ứng được yêu cầu nhập khẩu khắt khe của nhiều nước trên thế giới.

Các doanh nghiệp Việt Nam đã xuất khẩu đồ gỗ trực tiếp đến hơn 120 quốc gia và vùng lãnh thổ. Điều này cho thấy rằng, ngành gỗ Việt Nam đang dần khẳng định vị thế và uy tín trên thị trường quốc tế, xây dựng nền tảng vững mạnh về năng lực sản xuất, đổi mới công nghệ.

Khoa học, công nghệ đã được ứng dụng mạnh mẽ, trở thành nguồn lực quan trọng trong ngành công nghiệp chế biến gỗ, từ đó tạo ra nhiều sản phẩm với kết cấu, mẫu mã mới, đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Cùng với đó, nhiều doanh nghiệp đã quan tâm nghiên cứu, đầu tư và đưa vào ứng dụng và cung ứng thiết bị máy móc, sản xuất phụ trợ thay thế hàng nhập khẩu, giảm phụ thuộc vào nước ngoài. Đáp ứng nhu cầu, đòi hỏi ngày càng khó tính của thị trường, nhất là đối với mặt hàng cao cấp về chất lượng và mỹ thuật là những điều mà doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ Việt Nam đã và đang cố gắng thực hiện tốt.

Lợi thế cho sản phẩm gỗ Việt Nam từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc là rất lớn. Tuy nhiên, để đạt hiệu quả xuất khẩu các sản phẩm gỗ Việt Nam cao, doanh nghiệp sản xuất trong ngành phải chuẩn bị thật tốt nguồn nguyên liệu, tiếp tục đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và mẫu mã sản phẩm. Đồng thời, cơ quan Nhà nước cần làm tốt việc quản lý nguồn gốc gỗ đảm bảo 100% hợp pháp, gỗ có chứng chỉ quản lí rừng bền vững. Như vậy, các sản phẩm gỗ Việt mới đáp ứng tốt yêu cầu về truy xuất nguồn gốc gỗ, đồng thời chủ động được nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu và mở rộng thị trường trên toàn thế giới.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/nong-san-viet-trong-vong-xoay-chien-tranh-thuong-mai-nhung-mat-hang-huong-loi-20190815211503688.chn

https://www.customs.gov.vn/Lists/TinHoatDong/ViewDetails.aspx?ID=28690&Category=Th%E1%BB%91ng%20k%C3%AA%20H%E1%BA%A3i%20quan

https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/

Hàng fake và auth giữa thị trường đang phát triển?

Bùi Thị Huyền - CQ56/21.20

Trên thị trường hiện nay, thật không quá khó khi chúng ta muốn mua một món hàng nào đó. Ngoài chợ, cửa hàng, siêu thị hay "sang trọng" hơn là đến các trung tâm thương mại. Tuy nhiên, không phải mọi thứ mà chúng ta mua đều là hàng chuẩn, hàng tốt bởi vì ở mọi nơi thực hiện hành vi giao dịch đó đều có thể trộn lẫn hàng giả, hàng kém chất lượng.

Hàng auth, hàng fake?

Một công việc được thực hiện thường xuyên phục vụ đời sống của chúng ta chính là việc mua bán. Sống ở trong một tập thể, một xã hội thì việc thực hiện "chủ trương khép kín" thực sự không phù hợp đặc biệt là môi trường thành thị. Thực tế là chúng ta thường đổi một thứ hàng hoá này (tiền) để được một hàng hoá khác có giá trị tương đương. Từ đây, hàng hoá dần được lưu thông vào trong thị trường. Nghe có vẻ đơn giản nhưng đây lại là mánh khoé để cho các "nhà thương nghiệp" len lỏi thực hiện hành vi gian xảo của mình. "Hàng fake" và "hàng auth" cũng dần xuất hiện theo từ đây.

- Hàng auth (hàng chính hãng): Auth là viết tắt của authentic, người ta cũng có thể dùng từ ngữ tương đương như hàng real, original, genuine,… để miêu tả các sản phẩm có nguồn gốc chính hãng, được chính các công ty đó sản xuất và được phát hành đạt đúng tiêu chuẩn mà họ đặt ra. Có thể hiểu đơn giản hàng auth là hàng xịn.

- Hàng fake (hàng giả): Fake là thuật ngữ dùng để miêu tả các sản phẩm bị làm nhái từ các thương hiệu khác, chúng có thể có thiết kế y hệt hoặc gần giống với các sản phẩm chính hãng nhưng với chất liệu tệ hơn và hạn sử dụng thường không cao. Hàng fake còn được chia thành nhiều loại, nhiều cấp độ từ super fake đến fake cấp 1, cấp 2 v.v...

Được phân định như vậy nhưng hàng giả, hàng nhái vẫn, đã và đang có một "chỗ đứng" không hề nhỏ trên thị trường, vậy thì điều gì đã khiến chúng có thể tồn tại lâu đến như vậy trên thị trường hiện nay.

Những khía cạnh của một mặt hàng

Suy đến cùng, mọi thứ hàng hoá đều có thể tồn tại, thậm chí là phát triển mạnh mẽ được không gì khác chính là dựa vào khách hàng, dựa vào những người tiêu dùng

tiêu dùng những sản phẩm mà họ làm ra. Họ đổi hàng lấy tiền, đổi tiền lấy nguyên vật liệu, từ nguyên vật liệu mới tạo nên sản phẩm. Nhưng quan trọng nhất khi kinh doanh bất kỳ một mặt hàng nào đó thì đều phải có lãi. Điều này chúng ta không thể bàn cãi, càng không thể phủ nhận. Bên tạo ra sản phẩm thu lợi nhuận dưới hình thức tiền tệ, còn những người tiêu dùng lợi nhuận chính là giá trị vô hình được thể hiện trong chính sản phẩm. Mọi mức giá đưa ra trao đổi đều tương xứng.

• Về giá, chúng ta không hề vội vàng khi kết luận rằng: "Tại sao cùng một mặt hàng lại có các mức giá khác nhau, cái thì cao ngất ngưởng cỡ tiền triệu, cái thì rẻ vô song chỉ tầm vài chục". Không hề sai, đó chính là sự khác biệt đầu tiên giữa hàng thật và hàng giả, sự khác biệt được tạo ra từ khâu sản xuất. Một công ty chính hãng, trước khi chuẩn bị ra mắt một sản phẩm nào đó thì họ phải lên ý tưởng, nghiên cứu thị trường, khả năng tiêu dùng của thị trường rồi mức tài chính. Mọi thứ đều được xem xét chu đáo và cực kì cẩn thận. Vì thế, sản phẩm họ làm ra cũng có phần tương xứng với công sức và tâm huyết mà họ đặt vào sản phẩm đó. Nhưng thật không may rằng, hàng của họ có thể bị nhái đến 90%. Công việc đơn giản của những thương nhân này chỉ là pha trộn, tìm kiếm những nguồn hàng chất liệu hoàn toàn khác nhưng giá thành cực kì rẻ. Lúc này, họ đã có sản phẩm chính hãng để làm theo và quả thực, công sức bỏ ra cũng chẳng có gì đáng kể. Như vậy, sự khác biệt về giá cũng tương đối dễ hiểu.

• Về chất lượng, nhắc đến chất lượng thì hàng chính hãng luôn luôn có chất lượng cao và an toàn hơn cho người sử dụng so với hàng nhái. Những người sản xuất những mặt hàng chính hãng thì họ luôn luôn đặt ra và phải tuân theo theo quy chuẩn an toàn về mặt chất lượng, nhờ đó mà chất lượng sản phẩm luôn được các nhà cung cấp cam kết đảm bảo. Còn về hàng nhái thứ họ quan tâm duy nhất chỉ là lợi nhuận, còn chất lượng của nó cũng "rẻ" như chính giá của nó vậy. Tuy nhiên, đối với một số mặt hàng mà chúng ta trực tiếp tiêu dùng thì nó có ảnh hưởng cực kì lớn đến sức khoẻ của chúng ta.

Ví dụ điển hình như các mặt hàng mỹ phẩm, đồ ăn, hay nguy hiểm hơn nữa chính là thuốc. Gần như chúng ta ngày nào cũng đang tiêu dùng các mặt hàng đó. Nếu may mắn, cẩn thận và tinh ý chúng ta sẽ chọn mua được những sản phẩm tốt, giảm tác hại đến sức khoẻ, còn không chúng ta đang nuôi sống mầm bệnh trong cơ thể chúng ta.

• Về nhu cầu: Trong nền kinh tế đang dần phát triển, việc làm, lao động, tiền lương, các chế độ đãi ngộ cũng dần được kéo theo. Thật không khó để hiểu khi nền kinh tế cũng góp phần phân hoá mức độ giàu nghèo trong xã hội. Như vậy, với những mức thu nhập khác nhau thì người tiêu dùng cũng định ra những khoảng tiêu dùng khác nhau. Đối với những người có mức thu nhập khá giả thì có thể việc họ mua một đôi giày chính hãng tầm vài triệu thậm chí là vài chục triệu đến vài trăm triệu là điều không mấy ngạc nhiên - điều đó hoàn toàn nằm trong khả năng chi trả. Còn với những người có mức thu nhập thấp thì đối với họ, chỉ cần mua một đôi đi dưới chân giữ ấm

và bảo vệ chân là họ đã cảm thấy ổn rồi. Trong trường hợp này họ sẵn sàng trả tiền để mua một mặt hàng được gọi là hàng fake.

• Nâng tầm thương hiệu: Kinh doanh thành công không chỉ nằm ở việc thu về lợi nhuận với doanh số cao mà còn thể hiện ở việc thương hiệu mà họ để lại thông qua sản phẩm. Những người tiêu dùng thông minh đã và đang góp phần bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của mặt hàng đó. Vì vậy, những người sản xuất chân chính luôn cố gắng bảo vệ và phát triển tên tuổi của họ. Và một khi khi tên tuổi, thương hiệu của họ đã được khẳng định thì giá cả và chất lượng cũng sẽ được bảo đảm.

Tiêu dùng thông minh

Trong bất kỳ hoàn cảnh nào, điều kiện kinh tế nào thì lời khuyên nên dùng các mặt hàng chính hãng hay hàng tốt luôn được đưa lên hàng đầu mặc cho sự tinh vi, đạo nhái, hành vi gian lận ngày càng tinh xảo hơn. Vì vậy, chúng ta cần phải trang bị cho mình những kiến thức cần thiết cũng như những kinh nghiệm hay đơn giản là sự cẩn trọng khi xem xét mua một mặt hàng nào đó. Sau đây là một số đề cử giúp chúng ta có thể phân biệt giữa hàng hàng giả và hàng thật:

▪ Dựa vào cách nhận biết mã vạch thật hay giả: Mã vạch nhỏ bé nhưng giá trị và ý nghĩa rất lớn, nó được xem như là giấy phép luân chuyển của sản phẩm trên thị trường. Các công cụ hỗ trợ thông minh như máy kiểm tra độ chính xác hay một chiếc smatphone có tải ứng dụng kiểm tra mã vạch thì chỉ trong vỏn vẹn có vài giây chúng ta đã có câu trả lời.

▪ Dựa vào phân biệt bằng mắt thường: Mặc dù về hiệu quả kiểm định không được cao, tuy nhiên đây là bước sơ khai để có thể đưa ra quyết định về sự lựa chọn của mình. Giữa hàng thật và hàng giả, hàng nhái về cấu trúc và bao bì luôn luôn có sự khác biệt. Nó được thể hiện ngay rõ trên tên sản phẩm hoặc tinh vi hơn là sự " luyến láy", tráo đổi của mã vạch hay chính là thành phần sản phẩm, nơi sản xuất. Chỉ cần tinh ý, chúng ta sẽ phân biệt được một cách nhanh chóng.

▪ Tìm nguồn cung cấp tin tưởng: Đây chắc hẳn là một lựa chọn thông minh và an toàn cho người tiêu dùng. Ở đây thứ được đem trao đổi chính là niềm tin, họ đem sự tin tưởng, uy tín để đổi lấy những khách hàng thân thiết, đảm bảo cả về nguồn cung và nguồn cầu. Tuy nhiên, chúng ta càng phải cẩn trọng khi đặt niềm tin của mình vào một người nào đó, một cơ sở sản xuất hay một cửa hàng nào đó bởi vì sự tuyệt đối là điều khó có thể xảy ra.

Sự can thiệp của các bên và cơ quan có thẩm quyền thúc đẩy tiêu dùng hàng chính hãng

❖ Theo kinh nghiệm từ các nước cho thấy vai trò tham gia của doanh nghiệp - chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ trong thực thi là rất quan trọng. Luật Sở hữu trí tuệ của

Việt Nam cũng đã quy định đây không chỉ là quyền mà còn là trách nhiệm của các doanh nghiệp trong công tác phối hợp và hợp tác với các cơ quan thực thi pháp luật. Sự liên minh giữa các nhà sản xuất trong đấu tranh chống hàng giả cần tích cực hơn nữa. Doanh nghiệp không được buông lỏng trong quản lý, giám sát tiêu thụ hàng hoá của mình, không nên coi việc chống hàng giả là của các cơ quan thực thi pháp luật. Khi bị xâm phạm nhãn hiệu, chủ sở hữu cần chủ động gửi đơn khiếu nại hoặc thông qua văn phòng luật sư để khiếu nại lên Cục Sở hữu Trí tuệ.

❖ Sớm hoàn thiện các quy định về thực thi quyền Sở hữu Trí tuệ. Các điều quy định trong Luật phải được hướng dẫn cụ thể để các cơ quan thực thi pháp luật có thể áp dụng một cách thống nhất. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, cơ quan có liên quan với bộ phận quản lý thị trường, đồng thời tăng cường số lượng và chất lượng cán bộ đủ năng lực, trình độ cho bộ phận này cũng như tăng cường các phương tiện cần thiết cho việc giám định, kiểm tra để xử lý kịp thời, chính xác các hành vi vi phạm. Mức độ xử phạt cũng cần được xem xét lại sao cho có đủ sức răn đe đối với các hành vi vi phạm.

❖ Đối với người tiêu dùng, cần nâng cao tinh thần cảnh giác khi mua hàng và phải nhận thức rõ nhiệm vụ của mình trong việc chống hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng. Việc này không chỉ là bảo vệ quyền lợi của mình mà còn chống lại hành vi phá hoại sản xuất, kìm hãm sự phát triển nền kinh tế đất nước. Việt Nam hiện nay cần phải thiết lập một cầu nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Theo đó, nhà sản xuất cần bỏ kinh phí để thông báo đến người tiêu dùng nhằm phân biệt hàng thật của mình với hàng giả và có chính sách khen thưởng kịp thời cho những người tiêu dùng phát hiện ra hàng nhái, hàng giả. Hơn nữa, cũng nên có một hành lang pháp lý do Hội bảo vệ người tiêu dùng lập ra để bảo vệ người tiêu dùng sau khi mua hàng.

Như vậy, cùng với việc phát triển của thị trường thì hàng thật, hàng giả, hàng nhái là những thứ được xem như tồn tại song song. Là những người tiêu dùng thông minh, chúng ta cần phải sáng suốt lựa chọn cho mình những món hàng phù hợp với khả năng cũng như trong tầm chi trả của mỗi người. Dù vậy, nhưng trong bất kỳ hoàn cảnh nào cũng nên đặt chất lượng của sản phẩm mà mình sẽ mua tác động như thế nào đến sức khoẻ của chúng ta. Hàng fake hay hàng auth? Tất cả phụ thuộc vào suy nghĩ và hành động của chúng ta, cùng nhau chung tay góp phần xây dựng một xã hội văn minh, một thị trường cân bằng và phát triển.

Tài liệu tham khảo:

http://luongquoi.vn/vi/tin-tuc/hang-gia--hang-nhai--hang-kem-chat-luong-thuc-trang-va-mot-so-giai-phap-p60.html

https://canifa.com/blog/glossary/hang-auth-replica-fake-la-gi/

Tác động của khu vực FDI đến kinh tế Việt Nam

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

Sau 3 thập kỷ phát triển, khu vực FDI đã trở thành khu vực phát triển năng động nhất và có nhiều đóng góp quan trọng cho sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Những tác động tích cực

Thứ nhất, khu vực FDI giữ vai trò quan trọng trong việc bổ sung nguồn vốn đầu tư phát triển. FDI chiếm khoảng 25% tổng vốn đầu tư toàn xã hội. Tỷ trọng đóng góp của khu vực ĐTNN trong GDP chiếm khoảng 20%. Với hàng trăm tỷ USD đã đầu tư, FDI đã giúp bổ sung một nguồn vốn rất lớn cho Việt Nam, hỗ trợ Việt Nam vượt khỏi "vòng luẩn quẩn của sự đói nghèo" do thu nhập, tiết kiệm thấp nên đầu tư thấp. Trong một chừng mực nào đó, có thể coi FDI đã làm tốt vai trò là nguồn lực mở đường cho Việt Nam khai thác các cơ hội, tiềm năng từ hội nhập kinh tế quốc tế.

Thứ hai, góp phần quan trọng vào kim ngạch xuất khẩu. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khu vực FDI chiếm trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (năm 2017 khu vực FDI chiếm 72,6%) - đã nói lên vai trò của khu vực FDI đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ ba, đóng góp đáng kể vào thu NSNN. Năm 2012, khu vực ĐTNN đóng góp vào NSNN (chưa kể thu từ dầu thô) hơn 83 nghìn tỷ đồng; năm 2013 hơn 111 nghìn tỷ đồng; năm 2014 hơn 123 nghìn tỷ đồng; năm 2015 hơn 140 nghìn tỷ đồng; đến năm 2016 là 161 nghìn tỷ đồng, chiếm 19% tổng thu của NSNN và đến năm 2017 chiếm 14,5% tổng thu của NSNN.

Thứ tư, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Hiện nay, hơn 58% vốn FDI tập trung vào lĩnh vực công nghiệp chế biến - chế tạo, tạo ra trên 50% giá trị sản xuất công nghiệp. FDI cũng đã góp phần nhất định vào dịch dịch chuyển cơ cấu nông nghiệp, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao giá trị nông sản xuất khẩu.

Thứ năm, FDI góp phần quan trọng trong việc tạo việc làm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và nâng cao năng suất lao động. Đến nay, khu vực có vốn FDI đã tạo ra việc làm cho trên 1,5 triệu lao động trực tiếp và hàng triệu lao động gián tiếp khác. Theo kết quả điều tra của WB cứ 1 lao động trực tiếp sẽ tạo việc làm cho từ 2-3 lao

động gián tiếp phục vụ trong khu vực dịch vụ và xây dựng, góp phần nâng cao phúc lợi xã hội, cải thiện đời sống một bộ phận dân cư, góp phần tăng GDP/đầu người/năm. Với việc các lao động Việt Nam trong DN FDI được tiếp cận với công nghệ hiện đại, có kỷ luật và thái độ chuyên nghiệp, đã góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của Việt Nam.

Bên cạnh đó, hoạt động của các DN có vốn FDI tại Việt Nam cũng đã thúc đẩy các DN trong nước không ngừng đổi mới công nghệ, phương thức quản lý để nâng cao hơn chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm và dịch vụ trên thị trường trong nước và quốc tế; góp phần nâng cao trình độ công nghệ của một số ngành như dầu khí, điện thử, viễn thông, tin học, cơ khí chế tạo ô tô; cũng như góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo sức ép cạnh tranh đối với các khu vực kinh tế trong nước.

Tuy nhiên, trong thời gian qua, nhiều lợi ích của dòng vốn FDI chưa được Việt Nam tận dụng và hiện thực hóa. Cụ thể:

- Tính kết nối, lan tỏa của khu vực FDI đến nền kinh tế còn yếu. Mặc dù đã hội nhập thành công vào nhiều chuỗi giá trị toàn cầu, tuy nhiên Việt Nam chỉ chuyên sâu vào các công đoạn cuối cùng (khâu lắp ráp và hoàn thiện sản phẩm), có giá trị gia tăng thấp và kết nối trong nước yếu. Hầu hết các công đoạn tạo ra giá trị gia tăng lớn như đổi mới sáng tạo, thiết kế, sản xuất phụ tùng/cấu kiện cốt lõi đều nằm ngoài Việt Nam;

- Chưa đạt mục tiêu thu hút được nhiều công nghệ cao, công nghệ nguồn và chuyển giao công nghệ. FDI đã thu hút được nhiều công nghệ cao hơn trình độ công nghệ đang sử dụng trong các DN Việt Nam; tuy nhiên hầu hết các công nghệ này đã ở vào giai đoạn cuối, sắp trở nên lạc hậu. Cá biệt có những thiết bị, công nghệ đã lạc hậu, hết hạn khấu hao song vẫn được các nhà ĐTNN đưa vào Việt Nam.

- Cơ cấu ngành/vùng trong đầu tư của FDI còn chưa phù hợp. FDI chủ yếu tập trung vào những ngành có tỷ lệ nội địa hóa thấp, thâm dụng lao động nhưng giá trị gia tăng không cao. FDI đầu tư nhiều vào bất động sản, trong khi đầu tư vào nông - lâm - ngư nghiệp còn thấp. ĐTNN vẫn tập trung chủ yếu ở các khu vực có điều kiện kinh tế - xã hội thuận lợi như các khu vực: Đông Nam Bộ; đồng bằng sông Hồng có tỷ trọng DN FDI cao nhất, với tỷ trọng lần lượt là 49% và 31%; Trong khi đó, các khu vực khó khăn như Bắc Trung Bộ và Tây Nguyên thì tỷ trọng DN có vốn ĐTNN lần lượt là 1,6% và 0,8%.

Bên cạnh những đóng góp tích cực, khu vực FDI cũng bộc lộ một số hạn chế:

Thứ nhất, hiện tượng chuyển giá còn khá phổ biến. Tỷ lệ DN FDI lỗ hoặc lỗ lũy kế luôn ở mức cao so với mặt bằng của các khu vực kinh tế khác; trong đó, nhiều DN FDI mặc dù thua lỗ nhưng liên tục mở rộng sản xuất kinh doanh. Số liệu phân tích báo

cáo tài chính của các DN FDI giai đoạn 2012 - 2016 cho thấy tỷ lệ các DN FDI báo lỗ hàng năm là từ 44% đến 51%; Đồng thời, tốc độ tăng của quy mô đầu tư và hoạt động của các DN báo lỗ và DN lỗ lũy kế cao hơn tốc độ tăng về số lượng DN báo lỗ và DN lỗ lũy kế cho thấy tình trạng chuyển giá của khu vực FDI ngày càng gia tăng, phức tạp.

Thứ hai, nhiều dự án sử dụng công nghệ lạc hậu, gây ô nhiễm, thậm chí tàn phá môi trường. Vedan (Đồng Nai) và Formosa (Hà Tĩnh) là hai trong số các ví dụ tiêu biểu cho vấn đề này. Vừa sử dụng công nghệ lạc hậu, vừa xả thẳng chất thải chưa qua xử lý ra môi trường; do vậy đã gây nên hậu quả khủng khiếp về môi trường sống của dân cư trên một phạm vi rộng, gây bức xúc trong dư luận xã hội.

Thứ ba, các DN FDI góp phần gia tăng những bất ổn trong xã hội. Việc FDI tập trung vào các ngành sử dụng nhiều lao động đã dẫn tới tình trạng tập trung một số lượng lớn người lao động trong các khu công nghiệp, nhưng chưa đảm bảo cơ sở hạ tầng về an sinh xã hội như nhà trẻ, nhà mẫu giáo, trường học, nhà ở; điều này gây nên những xáo trộn về an sinh xã hội ở địa bàn các khu công nghiệp. Một số ít do DN thua lỗ, chủ đầu tư bỏ trốn khi còn đang nợ lương, nợ bảo hiểm xã hội, vấn đề tranh chấp giữa chủ đầu tư và người lao động về vấn đề lao động - tiền lương đã dẫn tới không ít cuộc đình công của người lao động. Đây là những vấn đề tiềm ẩn nguy cơ bất ổn xã hội tại các địa phương.

Thứ tư, xuất hiện tình trạng các nhà ĐTNN núp bóng NĐT Việt Nam, tiềm ẩn nguy cơ ảnh hưởng đến an ninh - quốc phòng. Bên cạnh đó, cũng có hiện tượng một số nhà ĐTNN thông qua việc cho DN dự án vay để chi phối hoạt động của dự án, cũng tiềm ẩn nguy cơ ảnh hưởng đến an ninh - quốc phòng tại các khu vực nhạy cảm khi cơ quan quản lý Việt Nam chưa nắm được hoạt động này. Điều này khiến nhiều người ví FDI như một cuộc "*xâm lược mềm*", không chỉ giúp một số nước xuất khẩu tư bản thu về lợi nhuận từ nguồn tài lực, vật lực của Việt Nam và còn khống chế các vị trí nhạy cảm có khả năng ảnh hưởng tới an ninh, quốc phòng.

Việt Nam đang trở thành điểm đến hấp dẫn của các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đang trong giai đoạn căng thẳng cùng với đó là hàng loạt những ưu đãi nhận được từ việc ký kết các hiệp định thương mại tự do. Việt Nam cần hoàn chỉnh chính sách giám sát quản lý chặt chẽ hơn nữa để thu hút nguồn vốn đầu tư chất lượng, góp phần phát triển kinh tế bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Dự báo triển vọng kinh tế thế giới của WB và IMF.

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

Tổng cục Thuế (http://www.gdt.gov.vn/wps/portal).

Vấn nạn hàng nhái hàng giả trên thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam - Một số giải pháp đề ra

Vũ Thị Thu Hoài - CQ56/09.01

Thương mại điện tử (TMĐT) là hình thức kinh doanh mới, là mảnh đất màu mỡ dành cho các doanh nghiệp. Thị trường TMĐT bao gồm: bán lẻ trực tuyến, du lịch trực tuyến, tiếp thị trực tuyến, giải trí trực tuyến, mua bán trực tuyến các dịch vụ và sản phẩm số hóa khác. Nó không giới hạn về không gian, thời gian và đang dần chi phối thế giới nhờ chiếm lĩnh thị trường bởi lợi thế của internet. Tại Việt Nam, TMĐT đang là miền đất hứa của các doanh nghiệp khi ngày càng nhiều cái tên gia nhập vào các kênh bán hàng online như: Shopee, Lazada, Tiki, Sendo,…

Tuy nhiên, trước sự phát triển nhanh chóng và mức độ cạnh tranh gay gắt giữa các kênh bán hàng này thì các quy định về quản lý vẫn còn rất nhiều kẽ hở, chưa phù hợp với thực tế phát triển của loại hình kinh doanh này.

Tiềm năng phát triển của thị trường TMĐT tại Việt Nam

Theo báo cáo của Nielsen, một công ty nghiên cứu thị trường và quảng bá toàn cầu đã chỉ ra có tới 98% người truy cập internet tại Việt Nam đã mua hàng trực tuyến trong năm 2018. Việt Nam hiện có khoảng hơn 23 triệu người thường xuyên mua sắm online và con số này đang tăng nhanh nhờ vào sự tăng trưởng của thị trường điện thoại di động.

Mới đây Iprice Insights (đơn vị nghiên cứu thị trường của iPrice - cổng thương mại điện tử 7 thị trường Đông Nam Á) đã đưa ra số liệu cũng như bảng xếp hạng top 50 doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam. Bảng xếp hạng này dựa trên lượt truy cập trung bình theo quý, xếp hạng ứng dụng di động và số người theo dõi trên mạng xã hội.

Điều đáng nói ở đây là nếu như trong ba tháng đầu năm 2019 top 5 của thương mại điện tử bao gồm Shopee, Tiki, Lazada, Thế giới di động và Sendo thì quý II-2019 thứ tự có sự thay đổi ở hai vị trí thứ 4 và thứ 5 khi Sendo vượt lên trước Thế giới di động. Không chỉ ghi dấu ấn trong nước, TMĐT Việt Nam còn được đánh giá là thị trường lớn thứ 2 Đông Nam Á. Đây có thể coi là một trong những bước tiến lớn của

nền kinh tế nước ta trong năm 2019. Báo cáo xếp hạng 10 trang TMĐT có lượng truy cập cao nhất khu vực Đông Nam Á 2018 của iPrice cho thấy, có đến 5 trong số đó là các công ty hiện đang có mặt tại Việt Nam là Shopee, Lazada, Tiki, Thế giới di động, Sendo được bình chọn. Như thế trừ hai tập đoàn đa quốc gia là Lazada và Shopee, Việt Nam đã có ba đơn vị nội góp tên trong bảng xếp hạng này, vượt cả tập đoàn JD của Trung Quốc hiện có mặt ở Indonesia và Thái Lan.

Nếu như trước đây mọi người thường có thói quen mua sắm theo cách truyền thống nhưng khi số lượng người dùng mạng xã hội ngày càng tăng thì thói quen ấy đã thay đổi dần dần chuyển sang mua sắm trên các kênh TMĐT. Thị trường mua sắm trực tuyến ở Việt Nam đang ngày càng sôi động hơn và dần trở thành xu hướng tiêu dùng mới nhất là trong giới trẻ. Theo hệ thống nghiên cứu thị trường Statisa, Việt Nam hiện có 51,1 triệu người mua sắm online, kinh doanh trực tuyến kỳ vọng thu về 2,7 tỉ USD, tương đương tăng trưởng 19,9% trong 2019. Theo Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2018, tăng trưởng TMĐT Việt Nam năm vừa qua đạt trên 30%, quy mô thi trường này đạt 7,8 tỷ USD.

Theo báo cáo của Google & Temasek, nền kinh tế Internet tại Đông Nam Á năm 2018 đạt giá trị 72 tỷ USD. Trong đó, TMĐT chiếm tỷ trọng lớn, với 23 tỷ USD và dự đoán sẽ đạt quy mô 100 tỷ USD vào năm 2025. Những con số nêu trên cho thấy nhu cầu mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng hiện đang rất cao và sẽ còn tăng thêm cấp số nhân trong các năm tới nhất là Việt Nam đang trong quá trình phát triển nền kinh tế số. Đây chính là môi trường lí tưởng cho các doanh nghiệp sở hữu sàn TMĐT và môi trường này ngày càng có tính cạnh tranh gay gắt hơn.

Vấn nạn hàng nhái, hàng giả trên các kênh TMĐT ở Việt Nam hiện nay

Bên cạnh những lợi thế đem lại thì tình trạng lợi dụng các kênh TMĐT để kinh doanh hàng giả, hàng nhái cũng đang diễn ra hết sức tinh vi, gây nhiều tổn thất đối với người tiêu dùng và chính uy tín của các sàn TMĐT ở Việt Nam. Vấn nạn hàng nhái, hàng kém chất lượng, giả mạo xuất xứ không chỉ hoành hành từ rất lâu trên thị trường truyền thống mà còn xâm lấn mạnh mẽ sang thị trường online. Điều đó khiến người tiêu dùng mất dần niềm tin vào các sàn thương mại điện tử và gây khó khăn cho cơ quan Nhà nước.

Theo số liệu thống kê của Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương) cho hay, chỉ riêng trong năm 2018, có đến 35.943 sản phẩm vi phạm về nhãn mác, xuất xứ, chất lượng, hàng giả, hàng nhái bị gỡ bỏ tại các sàn TMĐT; trên 3.000 tài khoản bán hàng bị khóa, trong đó có 2.800 trường hợp được phản ánh từ người tiêu dùng. Nếu như

năm 2015 tổng mức xử phạt vi phạm hành chính trong thương mại điện tử chỉ 3,5 tỷ đồng thì đến năm 2018 trước sự bùng nổ của công nghệ số, số tiền xử phạt tăng lên gấp đôi là 7 tỷ. Lĩnh vực vi phạm chiếm số nhiều là vận chuyển hàng hóa qua biên giới trái phép, gian lận tên hàng, xuất xứ hàng hóa qua cửa khẩu hải quan và trong lĩnh vực TMĐT.

Để tìm một món đồ của những hãng có thương hiệu nổi tiếng như Gucci, Chanel, Zara, H&M,… không khó, chỉ cần gõ tên món hàng cần tìm trên mạng là hàng loạt các trang web hiện ra với đủ thứ thập cẩm "hàng hiệu". Giá cả cũng được rao với hàng chục triệu đến vài trăm ngàn đều có. Điển hình như trang "Vatgia online", đồng hồ thương hiệu nổi tiếng Rolex được giao với giá chỉ hơn 500.000 đồng. Tương tự những hãng đồng hồ khác như Movado, Tissot… cũng chỉ có vài trăm nghìn đến hơn 1 triệu đồng/sản phẩm… Trong khi đó những sản phẩm chính hãng lên tới cả nghìn vài chục nghìn USD. Điều này không chỉ gây ra tổn thất rất lớn cho các nhãn hàng nổi tiếng mà còn đánh mất lòng tin của người tiêu dùng.

Không chỉ những nhãn hiệu nổi tiếng đã có thương hiệu mạnh trên thế giới bị nhái trên các trang TMĐT, nhãn hiệu "Made in Vietnam" cũng bị giả tràn lan. Nhiều nhất phải kể đến các sản phẩm may mặc trên các trang mạng với xuất xứ "Made in Vietnam" với vô vàn các mức giá khác nhau. Tuy nhiên sản phẩm khi đến tay của người tiêu dùng thường khác xa với hình ảnh quảng cáo trên các shop online. Điều này cho thấy sàn TMĐT đang bị lợi dụng, đánh lừa người tiêu dùng để trục lợi.

Không phủ nhận TMĐT Việ Nam phát triển mạnh một phần nhờ vào sự phát triển của các sàn TMĐT cũng như vai trò của các sàn trong việc kết nối người bán - người mua. Tuy nhiên, với những "con sâu làm rầu nồi canh", cũng là một yếu tố không nhỏ kìm hãm sự phát triển của TMĐT.

Nguyên nhân xuất hiện hàng nhái, hàng giả tràn lan trên thị trường TMĐT ở Việt Nam

Về phía Nhà nước, do chế tài hiện nay đang quá nhẹ tay chưa phù hợp với thực tế nên các cơ quan chức năng vẫn chưa có những hướng giải quyết thỏa đáng. Vốn dĩ hàng giả, hàng nhái vi phạm sở hữu trí tuệ vẫn dễ dàng xâm lấn cả thị trường truyền thống lẫn TMĐT là bởi phần lớn các vụ việc vẫn chỉ dừng lại ở xử phạt hành chính. Chỉ có một tỉ lệ rất nhỏ không đáng kể là xử lí qua tòa án. Điều này cho thấy khuôn khổ pháp luật trong xử lí vi phạm hàng giả còn quá nhẹ, chế tài chưa đủ sức răn đe.

Về phía các doanh nghiệp, công nghệ làm hàng giả cũng ngày càng tinh vi nên rất khó để phân biệt với hàng thật, nhất là khi người mua không xem hàng trực tiếp. Thủ đoạn khá phổ biến là nhiều đối tượng chỉ tiếp nhận đặt online, không có cửa hàng hoặc phân tán hàng hóa nhiều nơi, giao hàng với số lượng dè dặt, nhỏ lẻ; bán hàng qua cộng tác viên trung gian, khó xác minh đối tượng bán. Đôi khi chính những chủ các sàn TMĐT không biết rõ nguồn gốc hàng hóa đang kinh doanh và quản lí. Hiện nay thực trạng các website và mạng xã hội dễ dàng được tạo ra và đóng lại trong thời gian nhanh chóng và khó kiểm soát cũng khiến cho nhiều đối tượng tìm cách lợi dụng và làm cho việc cơ quan quản lí theo dõi, điều tra rất khó khăn…

Về phía người tiêu dùng, với tâm lí ham của rẻ và không tìm hiểu kĩ nguồn gốc xuất xứ mặt hàng mình cần mua nên người tiêu dùng thường dễ bị mua phải hàng nhái, hàng giả trên thị trường TMĐT

Một số giải pháp ngăn chặn việc nạn hàng giả, hàng nhái trên các sàn TMĐT

Về phía Nhà nước

Thứ nhất, nhằm hạn chế tình trạng hàng giả, hàng nhái qua các kênh TMĐT Bộ Công Thương cần tăng cường hợp tác với Bộ Công an, cơ quan công an các địa phương và các cơ quan liên quan đẩy mạnh hơn nữa cuộc chiến chống hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên môi trường internet.

Thứ hai, Các cơ quan chức năng cũng cần thường xuyên rà soát, kiểm soát các website TMĐT để có biện pháp xử lí, xử phạt hoặc khởi tố đối với các doanh nghiệp vi phạm các quy định về TMĐT. Tiếp tục nghiên cứu đề xuất việc sửa đổi bổ sung để gia tăng các mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm này.

Thứ ba, cơ quan Thuế cần bổ sung hoàn thiện các quy định pháp luật về thuế đối với giao dịch điện tử nhằm giúp cho việc kê khai nộp thuế được thuận tiện. Đồng thời, tăng cường khả năng kiểm soát và ngăn ngừa các hành vi trốn thuế của các tổ chức, cá nhân có thu nhập từ hoạt động TMĐT.

Về phía các doanh nghiệp

Thứ nhất, cần nhận thức được việc cung cấp các sản phẩm có nguồn gốc, chính hãng cho người mua và tránh vi phạm các quy định của pháp luật.

Thứ hai, bản thân mỗi doanh nghiệp phải xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với việc đăng kí nhãn hiệu hay kiểu dáng công nghiệp, sáng chế và một điều rất quan trọng là DN phải có quy chế bảo mật những tài sản trí tuệ, những bí mật, bí quyết kinh doanh nhằm hạn chế tối đa các hành vi xâm phạm sở hữu trí tuệ.

Thứ ba, các doanh nghiệp cũng cần thể hiện rõ hơn các cam kết bán hàng hóa đảm bảo chất lượng, nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng. Không tiếp tay cho đối tượng lợi dụng TMĐT để kinh doanh hàng giả, chủ động bảo vệ quyền lợi, uy tín của mình.

Về phía người tiêu dùng

Thứ nhất, phải lựa chọn mua hàng ở những trang TMĐT uy tín, được nhiều người tin cậy.

Thứ hai, cần kiểm tra kỹ thông tin, tình trạng, chất lượng, nguồn gốc xuất xứ hàng hóa so với các quảng cáo.

Thứ ba, đồng thời cũng cần nâng cao ý thức trách nhiệm cộng đồng, không tiếp tay tiêu thụ hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ khi tham gia mua sắm trực tuyến.

Như vậy, việc kinh doanh trên các kênh TMĐT đang trên đà phát triển mạnh mẽ và có tính cạnh tranh cao trên thị trường TMĐT. Cùng với đó việc hàng giả hàng nhái đang ngày càng lan rộng. Vì thế trách nhiệm lớn thuộc về phía Nhà nước, doanh nghiệp và chính sự nhận thức của người tiêu dùng.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-gia-dinh/san-thuong-mai-dien-tu-hay-vi-nguoi-tieu-dung-307851.html

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-gia-dinh/thuong-mai-dien-tu-dang-bi-loi-dung-de-ban-hang-gia-304217.html

Thư giãn:

THẾ CÓ GHÊ KHÔNG

Hai anh nói khoác gặp nhau. Một anh nói:

- Đời tớ gặp rất nhiều chuyện nguy hiểm. Một lần tớ vào rừng gặp một con hổ dữ, tay không đánh nhau với nó hàng nửa ngày. Nhưng rồi cuối cùng tớ bị con hổ xé ra từng mảnh nhỏ. Thế có ghê không?

Anh kia nói:

- Chưa ghê bằng tớ. Một lần tớ gặp con trăn. Nó đớp được hai chân tớ nuốt gần hết, tớ giang thẳng hai cánh tay ra ngáng lại. Nhưng đến phút cuối cùng, vừa đau vừa mỏi, tớ đành buông xuôi hai tay cho nó nuốt tụt vào bụng, rồi gọi người làng ra cứu.

"Made in Việt Nam" đang bị nhiều doanh nghiệp lợi dụng triệt để

Vương Thảo Phương - CQ56/05.01

Trong bối cảnh Việt Nam thực hiện các Hiệp định thương mại tự do như CPTPP, EVFTA cùng diễn biến phức tạp của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, nguy cơ gian lận thương mại, giả mạo xuất xứ hàng hoá để lẩn tránh thuế là câu chuyện ngày càng nóng, không chỉ với hàng hoá xuất khẩu mà ngay cả hàng hoá tiêu thụ tại nội địa. Đây là vấn đề nhạy cảm và phức tạp nên khi xây dựng thông tư và cấp chứng nhận hàng hóa tại Việt Nam cần phải thực hiện hết sức cẩn trọng.

Xuất xứ hàng hóa được xác định như nào?

Xuất xứ hàng hóa được xác định theo nguyên tắc phân chia thành xuất xứ thuần túy và xuất xứ không thuần túy. Vậy cần phải hiểu xuất xứ thuần túy và xuất xứ không thuần túy là như thế nào?

Thứ nhất, đối với một sản phẩm có xuất xứ thuần túy thì việc xác định chỉ dẫn về xuất xứ rất đơn giản. Ví dụ, nếu như sản phẩm vải thiều Lục Ngạn, vải Thanh Hà được xuất khẩu ra nước ngoài thì có thể tự hào khẳng định luôn là "Made in Vietnam". Tất nhiên, để có thể khẳng định điều này một cách hợp pháp thì phải có Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp.

Thứ hai, đối với sản phẩm có xuất xứ không thuần túy, theo quy định của pháp luật Việt Nam là sản phẩm có *tỉ lệ phần trăm giá trị nguyên liệu không có xuất xứ từ Việt Nam ≥ 30% tổng giá trị của hàng hóa được sản xuất ra.* Như vậy, nếu hiểu đúng thì một hàng hóa được gắn dòng chữ "Made in Vietnam" thì chưa chắc nguyên liệu làm nên hàng hóa đó có xuất xứ 100% từ Việt Nam. Thực tế, các doanh nghiệp ví dụ như may mặc chẳng hạn, mặc dù hiện nay có khoảng 50% nguyên liệu vải sợi được nhập từ Trung Quốc, nhưng sản phẩm được hoàn thiện tại Việt Nam nên vẫn đáp ứng tiêu chí "Made in Vietnam". Đối với mặt hàng công nghệ như điện thoại smartphone, việc xác định xuất xứ cũng tương tự như đối với mặt hàng may mặc. *Đây là sản phẩm được xác định theo xuất xứ không thuần túy.*

Chung quy lại, cái nhãn xuất xứ "Made in Vietnam" là để chỉ ra rằng sản phẩm được sản xuất ở Việt Nam. Một chiếc smartphone Samsung được ghi nhãn "Made in Vietnam", nhưng rõ ràng nó là sản phẩm của Hàn Quốc. Tức là, một chiếc smartphone được ghi dòng chữ "Made in Vietnam" nhưng nó chỉ mang ý nghĩa là sản phẩm này

được sản xuất và lắp ráp tại Việt Nam mà thôi. Cũng giống như một chiếc iPhone ghi "Made in China", sản xuất và lắp ráp tại Trung Quốc nhưng đó là sản phẩm của Mỹ.

Trái lại, một sản phẩm "Made in Vietnam" do người Việt nghiên cứu phát triển ra, hay nói cách khác là mang *xuất xứ thuần túy* tại Việt Nam (như vải thiều Lục Ngạn, Thanh Hà) thì chắc chắn sản phẩm đó là đại diện của Việt Nam.

Thực trạng tình trạng gian lận xuất xứ tại Việt Nam

Tình trạng gian lận xuất xứ Việt Nam để xuất đi nước ngoài hưởng ưu đãi thuế quan hoặc lẩn tránh thuế cao ngày càng diễn biến phức tạp. Trong đó, Hoa Kỳ và EU là những thị trường dễ phát sinh các trường hợp gian lận thương mại. Mặc dù vấn đề này đã được Bộ Công Thương cảnh báo, song tình trạng gian lận thương mại vẫn gia tăng.

Cho đến thời điểm này, chưa có cơ quan chức năng nào chỉ ra cụ thể những mặt hàng có gian lận xuất xứ nhằm lẩn tránh thuế xuất khẩu vào các thị trường mà Việt Nam đã tham gia, ký kết FTA. Tuy nhiên, Bộ Công Thương đã nhiều lần đưa ra cảnh báo là có nguy cơ hàng hóa nước ngoài gian lận xuất xứ, lẩn tránh thuế.

Cụ thể, Bộ Công Thương đã chỉ ra 8 mặt hàng gồm sản phẩm gỗ, dệt may, da giày, nhôm, máy tính, sắt thép, nhựa và xe đạp có nguy cơ gian lận xuất xứ. Không chỉ cảnh báo, mà Bộ Công Thương đã đưa 8 mặt hàng này vào tầm ngắm và kiểm soát chặt chẽ để ngăn chặn gian lận xuất xứ làm ảnh hưởng đến sản xuất cũng như xuất khẩu của Việt Nam.

Nhìn vào một số mặt hàng có sự tăng trưởng xuất khẩu bất thường kể từ khi căng thẳng thương mại Mỹ - Trung xảy ra, như mặt hàng sản phẩm gỗ, năng lực sản xuất sản phẩm gỗ của Việt Nam trong mấy năm gần đây không có sự tăng trưởng đột biến, nhưng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này trong 6 tháng đầu năm đạt 4.867 triệu USD, tăng 17,7% so với cùng kỳ năm 2018. Nhìn vào năng lực sản xuất, có thể thấy, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ "có vấn đề".

Hàng nhập lậu cũng có xuất xứ Việt Nam

Tình trạng gian lận xuất xứ không chỉ xảy ra đối với hàng hóa xuất khẩu mà ngay hàng hóa tiêu thụ tại thị trường nội địa cũng bị gian lận. Thị trường trong nước thời gian qua đã chứng kiến nhiều vụ việc giả mạo, gian lận xuất xứ, hàng dán nhãn "Made in Vietnam" rởm đánh lừa người tiêu dùng. Thị trường trong nước có tình trạng hàng hóa nhập từ biên giới về nhưng lại bị xé nhãn thay bằng nhãn xuất xứ Việt Nam, in nhãn "Made in Vietnam".

Đặc biệt qua kiểm tra, lực lượng quản lý thị trường phát hiện có nhiều mặt hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ lưu thông trên thị trường, bị phát hiện chứa độc tố hoặc hàm lượng vượt mức cho phép đặc, đặc biệt là chất phụ gia ngoài danh mục, nhất là

sản phẩm liên quan đến thực phẩm. Có những hàng hóa thẩm lậu qua biên giới vào Việt Nam nhưng đã ghi rõ trên bao bì là xuất xứ tại Việt Nam.

Sở dĩ có thực trạng này, là hiện nay người Việt đã chuộng hàng Việt hơn vì hàng trôi nổi, hàng giả ngày càng nhiều. Chính vì thế, nhiều doanh nghiệp tận dụng xuất xứ Made in Vietnam để tiêu thụ nội địa dù bị cảnh báo rất nhiều. Mặt khác, chế tài xử lý với hàng không phải hàng Việt Nam nhưng gắn mác "Made in Vietnam" hiện chưa rõ ràng nên vẫn đang phải xử vòng sang các hành vi vi phạm khác.

Nói về khó khăn liên quan đến pháp lý, những vụ việc vi phạm gian lận thương mại phải bắt quả tang mới xử lý được. Đơn cử như vụ việc của Khaisilk, nếu không bắt được quả tăng doanh nghiệp cắt mác sẽ rất khó xử lý, bởi sẽ phải đưa sản phẩm đi kiểm tra, phải đi giám định chất lượng nhưng kể cả đi giám định cũng không hề đơn giản.

Ví dụ về khoai tây Trung Quốc nhưng đội lốt khoai tây Đà Lạt nếu có giám định vẫn là củ khoai tây, hàm lượng giống nhau nên rất khó xác minh được. Trong khi người bán vẫn nói là khoai tây Việt Nam.

Trong số hàng loạt kiến nghị đưa ra, căn cơ nhất phải có biện pháp về mặt lâu dài, đó là công nghệ. Để xác định rõ nguồn gốc nông sản có phải của Việt Nam hay không thì phải truy xuất nguồn gốc nếu không rất khó phân biệt. Tổng cục Quản lý thị trường sẽ đề xuất trình Bộ Công Thương đứng ra chủ trì Đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ vào công tác truy xuất nguồn gốc, chống giả mạo xuất xứ hàng hóa.

Câu chuyện hàng nước ngoài đột lốt xuất xứ Việt Nam là câu chuyện mới, có nhiều điểm bất thường nên cần phải nghiên cứu đánh giá về tính chất, mức độ, yêu cầu đặt ra trong quản lý; gây tổn hại tới thị trường nội địa, lòng tự tôn dân tộc, tình cảm và xu thế của người tiêu dùng.

Thực trạng từ việc nông sản đội lốt xuất xứ Đà Lạt đến Asanzo là câu chuyện lợi dụng thương hiệu, tâm lý người tiêu dùng để trục lợi. Rõ ràng, điều này đang đặt ra vấn đề hoàn thiện khung khổ pháp luật. Bộ Công Thương đang xây dựng một thông tư hướng dẫn việc cấp chứng nhận sản xuất xuất tại Việt Nam, dành cho mọi sản phẩm tiêu thụ tại Việt Nam.

Một số giải pháp để ngăn chặn gian lận xuất xứ tại Việt Nam

Mặc dù đây là vấn đề nhạy cảm và phức tạp, nhưng để phát triển bền vững xuất, nhập khẩu; bảo vệ quyền và lợi ích của Việt Nam trong thương mại quốc tế; bảo vệ lợi ích của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính cần thực hiện các giải pháp:

Thứ nhất, chỉ đạo quyết liệt từ Chính phủ. Trước thực trạng gian lận C/O Việt Nam đang gia tăng, Thủ tướng Chính phủ vừa phê duyệt Đề án "Tăng cường quản lý nhà nước về chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại và gian lận xuất xứ" với

mục tiêu lớn là nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là tham gia các FTA thế hệ mới, bảo đảm thực hiện nghiêm túc và hiệu quả các cam kết trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), các FTA đã ký kết. Đặc biệt, Đề án còn nhắm đến mục tiêu ngăn chặn các hành vi lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM), trong đó có hành vi gian lận xuất xứ hàng hóa, theo hướng toàn diện, đồng bộ và kịp thời, giúp khai thác hiệu quả các cam kết quốc tế, phát triển bền vững xuất, nhập khẩu; bảo vệ quyền và lợi ích của Việt Nam trong thương mại quốc tế; bảo vệ lợi ích của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính. Giải pháp chủ yếu của Đề án là tăng cường quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, đầu tư nước ngoài; nâng cao nhận thức, hiệu quả thực thi quy định pháp luật về phòng vệ thương mại, xuất xứ, hải quan, chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại; rà soát, xây dựng, sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật về chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại, gian lận xuất xứ; ngăn chặn và xử lý nghiêm các hành vi lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại, gian lận xuất xứ hàng hóa. Bên cạnh đó, sẽ tăng cường công tác kiểm tra, đấu tranh với các hành vi gian lận thương mại về xuất xứ hàng hóa trên phạm vi toàn quốc; đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tránh tình trạng phụ thuộc quá lớn vào một thị trường cụ thể để giảm thiểu tác động tiêu cực của việc bị áp dụng biện pháp chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại...

***Thứ hai*,** ngành Hải quan vào cuộc. Tổng cục Hải quan chỉ đạo và giao nhiệm vụ cho lực lượng hải quan tại các cửa khẩu tổ chức kiểm tra, đối chiếu hồ sơ chặt chẽ để kịp thời phát hiện những lô hàng có dấu hiệu vi phạm. Đồng thời, lãnh đạo Tổng cục Hải quan giao Cục Công nghệ thông tin và Thống kê hải quan phân tích, đánh giá những mặt hàng có kim ngạch xuất, nhập khẩu tăng trưởng đột biến trong thời gian qua để có kế hoạch theo dõi chặt chẽ. Đặc biệt, Cục Kiểm tra sau thông quan được yêu cầu tăng cường kiểm tra các doanh nghiệp có nguy cơ cao về gian lận C/O, nhất là doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, có hợp tác với người nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực gia công. Thu thập thông tin tình báo hải quan từ xa, phối hợp với cơ quan Hải quan các nước để xác định những doanh nghiệp, cơ sở từ bên ngoài có móc nối với doanh nghiệp trong nước thông qua hoạt động sản xuất, kinh doanh để lợi dụng C/O của Việt Nam xuất khẩu hàng hóa đi các nước cũng là biện pháp đang được ngành Hải quan tích cực triển khai bên cạnh việc tập trung điều tra, phát hiện "doanh nghiệp ma", doanh nghiệp bình phong của các đối tượng nước ngoài để thực hiện hành vi đưa hàng thành phẩm từ nước ngoài về Việt Nam sau đó cắt nhãn mác nước ngoài để gắn nhãn mác, C/O Việt Nam hoặc đặt hàng thành phẩm ở nước ngoài đưa về nước ta để tiếp tục xuất đi nước thứ ba để xử lý, kể cả xử lý hình sự.

Tài liệu tham khảo:

https://vtv.vn/van-de-hom-nay/giai-phap-nao-cho-tinh-trang-gian-lan-xuat-xu-made-in-vietnam-20190713004909 39.htm

https://congthuong.vn/tang-cuong-giai-phap-chong-lan-tranh-bien-phap-phong-ve-thuong-mai-va-gian-lan-xuat-xu-122142.html

Giải pháp hỗ trợ lao động ngành Kế toán Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0

Lê Thị Thương Trà - CQ55/15.05

Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đã, đang và sẽ tác động không nhỏ đến thị trường lao động Việt Nam, trong đó có thị trường lao động ngành Kế toán. Những tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đến ngành Kế toán nói chung và người lao động trong lĩnh vực kế toán nói riêng đang ngày càng sâu sắc. Từ đó cần có những đề xuất, kiến nghị góp phần hỗ trợ lao động trong lĩnh vực kế toán ở Việt Nam vững tin hội nhập và phát triển trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0.

Thực trạng lao động ngành Kế toán Việt Nam trước CMCN 4.0

Báo cáo mới đây của Ban Kinh tế Trung ương cho thấy, nếu xét về quy mô, cơ cấu lao động số của Việt Nam tính đến năm 2018 ước tính có khoảng 94 triệu người, trong đó, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên là 55,16 triệu người, đứng thứ 3 trong khu vực ASEAN. Dự báo, trong vòng 5 năm tới, Việt Nam sẽ thiếu hụt lượng lớn lao động về công nghệ thông tin, chuyên viên cấp cao khi nguồn nhân lực trong nước mới chỉ đáp ứng được từ 60 - 70% nhu cầu của thị trường.

Thời gian gần đây, vấn đề triển vọng, thách thức của lao động, việc làm trong lĩnh vực kế toán đang là vấn đề cần đặt ra. Tất cả các kế toán viên sẽ phải đối mặt với nhiều công nghệ mới và nó sẽ trở thành một phần trong quá trình làm việc hàng ngày của họ (và cả các khách hàng). Công nghệ thông tin (CNTT) có tác động lớn đến lĩnh vực kế toán và việc làm kế toán, song nhân tố con người vẫn đóng vai trò quan trọng nhất, quyết định đến hiệu quả công việc.

Cơ hội từ Cách mạng công nghiệp 4.0

Trong bối cảnh của CMCN 4.0, lao động trong lĩnh vực kế toán sẽ có nhiều cơ hội để cải thiện công việc, cụ thể:

Thứ nhất, mở rộng phạm vi công việc

Thành tựu của cuộc CMCN 4.0 với những ứng dụng như: Vạn vật kết nối, dữ liệu lớn, số liệu hóa... sẽ giúp công việc kế toán, kiểm toán không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. Kế toán viên tại Việt Nam có thể thực hiện công việc kế toán ở bất cứ đất nước nào trên thế giới.

Thứ hai, công việc kế toán được hỗ trợ mạnh mẽ và kế toán viên được giải phóng sức lao động

Theo nhận định của các chuyên gia, kế toán viên không cần lo ngại về sự số hóa, quy trình tự động hóa và trí tuệ nhân tạo, bởi các thành tựu công nghệ này không những không tước đi cơ hội nghề nghiệp của kế toán viên mà còn giúp kế toán viên hoàn thành những công việc nhàm chán như nhập dữ liệu thủ công. Các ứng dụng Blockchain có thể giúp kế toán viên giảm bớt gánh nặng nghiệp vụ tuân thủ.

Thứ ba, tối đa hóa hiệu quả của các nguồn lực

Việc phát triển hệ thống trí tuệ nhân tạo, vạn vật kết nối trên toàn thế giới sẽ mở ra cơ hội tốt để ngành Kế toán tiếp cận những phần mềm kế toán tiện ích, chi phí phù hợp. Từ đó, sử dụng hiệu quả nguồn lực, tiết kiệm thời gian, nhân lực, tiệm cận hệ thống kế toán, kiểm toán quốc tế.

Thách đặt ra thức

Bên cạnh những cơ hội, CMCN 4.0 cũng sẽ tạo ra không ít thách thức, khó khăn đối ngành nghề kế toán và công việc của kế toán viên tại Việt Nam:

Một là, trình độ CNTT của kế toán viên Việt Nam còn hạn chế

Tại Việt Nam, công tác kế toán, kiểm toán hiện nay chủ yếu được thực hiện trên hồ sơ, giấy tờ. Trong khi đó, CMCN 4.0 sẽ thay đổi phương thức, quy trình kế toán, trong đó biểu hiện rõ nhất là việc chuyển hóa toàn bộ các dữ liệu đó trở thành thông tin điện tử, công nghệ blockchain sẽ trở thành "sổ cái" khổng lồ... Do vậy, về lâu dài, nếu kế toán viên không am hiểu sâu công nghệ, sẽ gặp không ít khó khăn trong tiếp cận, ứng dụng công nghệ trong thực hiện các phần hành công việc được giao.

Hai là, phương thức đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn

Với chuyên ngành Kế toán hiện nay, các cơ sở đào tạo tại Việt Nam vẫn đào tạo theo hướng truyền thống, chương trình đào tạo chưa gắn liền với nhu cầu thực tiễn của các DN, vẫn nặng về lý thuyết, chưa đi sâu vào thực hành, thực tế. Nhiều cơ sở đào tạo vẫn chưa tổ chức được mô hình kế toán mô phỏng, để cho các sinh viên tiếp cận được công việc kế toán trong thực tế.

Ba là, thách thức từ việc phát sinh những nghiệp vụ, công việc mới

CMCN 4.0 nói chung và công nghệ blockchain nói riêng sẽ loại bỏ một số nghiệp vụ, nhưng đồng thời cũng tạo ra những công việc mới, hoặc nghiệp vụ mới. Như vậy, những kiến thức đào tạo trong trường đại học, thậm chí những thực tiễn hành

nghề chưa chắc đã đảm bảo được cho kế toán viên. Do vậy, kế toán viên không chỉ nắm rõ lý thuyết, thành thạo thực hành, am hiểu công nghệ mà còn phải nắm bắt được các xu thế, hình dung được các quy trình kế toán mới trong quá trình làm việc.

Bốn là, tình trạng thất nghiệp hoặc mất việc sẽ tăng cao

Các nghiên cứu về tác động của cuộc CMCN 4.0 đối với lĩnh vực kế toán nói chung và nghề nghiệp kế toán nói riêng cho thấy, trí tuệ nhân tạo có thể thay thế những công việc thủ công của kế toán như: Thu thập, xử lý, tính toán số liệu... Trí tuệ nhân tạo dù không thay thế được con người nhưng nó đang làm thay đổi môi trường, hoàn cảnh làm việc của kế toán. Từ đó tác động đến công việc kế toán. Trong khi đó, công nghệ đám mây và dữ liệu lớn lại mang đến những lợi ích to lớn cho lĩnh vực kế toán nhờ khả năng lưu trữ, đảm bảo an ninh mạng... Điều này đang đe dọa đến triển vọng nghề nghiệp kế toán viên hoặc công việc liên quan.

Năm là, sức cạnh tranh trên thị trường lao động yếu

Cuộc CMCN 4.0 giúp cho kế toán viên tại Việt Nam có thể thực hiện công việc kế toán ở bất cứ đất nước nào trên thế giới, thì ngược lại các kế toán viên nước ngoài cũng có thể hành nghề ở Việt Nam. Điều này tạo ra sự cạnh tranh gay gắt trong lao động, việc làm và nếu kế toán viên không cải thiện năng lực cũng như điều kiện của bản thân để đáp ứng điều kiện hành nghề quốc tế, nâng cao vị thế bản thân và mở rộng phạm vi hành nghề thì khả năng bị đào thải là rất cao. Điều đáng lo ngại là theo nghiên cứu mới đây của Viện Khoa học, Lao động và Xã hội, lao động Việt Nam đã qua đào tạo mặc dù được đánh giá là nhanh nhẹn, sáng tạo và có thể đáp ứng được nhu cầu… nhưng lại thiếu và yếu kỹ năng mềm, đặc biệt là tư duy phản biện, sáng tạo, tuân thủ công nghệ chưa cao... từ đó làm giảm sức cạnh tranh trên thị trường lao động, việc làm.

Một số đề xuất, kiến nghị

Thứ nhất, đối với cơ quan quản lý

- Có chiến lược và khung khổ pháp lý rõ ràng, đồng bộ trong việc ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0 vào các lĩnh vực kinh tế - xã hội nói chung và kế toán nói riêng, qua đó góp phần định hướng cũng như tăng cường áp dụng các phương pháp và CNTT hiện đại, chuẩn hóa chuyên môn... trong hoạt động nghề nghiệp.

- Tiếp tục triển khai thực hiện chiến lược đào tạo kế toán viên theo "Chiến lược Kế toán - Kiểm toán đến năm 2020, tầm nhìn 2030" của Chính phủ nhưng cần tính đến những tác động, ảnh hưởng của thành tựu CMCN 4.0 đối với lĩnh vực, ngành nghề kế toán. Qua đó, có thể hoạch định chính xác nhu cầu, định hướng phát triển nguồn nhân lực kế toán ngang tầm với các nước phát triển trong khu vực cả về số lượng và chất lượng, đủ sức cạnh tranh trong CMCN 4.0.

Thứ hai, đối với cơ sở đào tạo

- Cần nghiên cứu, phân tích đặc điểm của CMCN 4.0 để đề xuất, kiến nghị đổi mới trên tất cả các mặt, đặc biệt là đổi mới phương pháp đào tạo; nâng cao đổi mới chất lượng giáo trình với các kiến thức, gắn với xu hướng phát triển của CMCN 4.0 vào công tác kế toán.

- Cần xây dựng các mô hình kế toán mô phỏng để giúp cho sinh viên có thể tiếp cận được công việc kế toán trong thực tế. Trong đó, chương trình mô phỏng cần đưa vào phần kế toán; chứng từ, chữ ký, khai thuế, nộp thuế, hóa đơn điện tử để các sinh viên rèn luyện kỹ năng thực hiện kế toán trong thực tế...

Thứ ba, đối với cộng đồng doanh nghiệp

- CMCN 4.0 tạo ra sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong nước cũng như với các doanh nghiệp nước ngoài. Do vậy, doanh nghiệp cần có chính sách, chế độ đãi ngộ, lương thưởng hợp lý để tìm kiếm và giữ chân được những kế toán viên có năng lực.

- Các doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ với các cơ sở đào tạo đại học trong việc định hướng đào tạo theo nhu cầu thị trường và các lĩnh vực, chuyên ngành đặc thù.

Thứ tư, đối với người lao động

- Người lao động cần phải cải thiện năng lực cũng như khả năng của bản thân để đáp ứng điều kiện hành nghề quốc tế, nâng cao vị thế bản thân và mở rộng phạm vi hành nghề trong bối cảnh mới. Mỗi kế toán viên cần cập nhật kiến thức, trình độ để tiếp cận với các thành tựu của CMCN 4.0 như: Nâng cao trình độ sử dụng trí tuệ nhân tạo trong công việc của mình, từ đơn giản như ứng dụng hàm Excel cho tới các phần mềm kế toán, phần mềm quản trị, phân tích… và bảo mật thông tin cho doanh nghiệp và khách hàng.

- Các nghiên cứu cho thấy, CMCN 4.0 đã, đang tạo ra những thay đổi quan trọng đối với kế toán quản trị và người làm công tác kế toán quản trị. Trong tương lai, các DN cần các chuyên gia kế toán nhiều hơn là các kế toán viên, vì thế các kế toán phải là người có trình độ chuyên môn kế toán cao, có khả năng làm việc độc lập, có bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/ke-toan-kiem-toan/cach-mang-cong-nghiep-40-va-nhung-tac-dong-den-nghe-ke-toan-vien-305965.html

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/linh-vuc-ke-toan-chiu-nhieu-tac-dong-tu-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-40-144067.html

https://enternews.vn/ke-toan-thoi-dai-cong-nghe-4-0-co-hoi-va-thach-thuc-136336.html

How 'digital' will change commercial banking

Lê Tuyết Mai - CQ57/11.01

When today's customers evaluate financial institutions, they don't compare different banks anymore, they compare experiences. Everything in their lives as consumers is better than ever, with real-time, smart digital services being delivered daily via their smartphone. Booking a flight, planning a holiday, shopping online - it's all easy, instant and seamless. Onboarding takes a few clicks and more importantly, unhappy customers can switch providers in a heartbeat. Smart digital platforms power these superior experiences and this digital-first model has changed the game forever. There has been a fundamental shift in how business gets done, where staying relevant means becoming an active part of a customer's digital life.

The global banking sector is becoming both more strategically focused and technologically advanced to respond to consumer expectations while trying to defend market share against an increasing array of competitors. A great deal of emphasis is being placed on digitizing core business processes and reassessing organizational structures and internal talent to be better prepared for the future of banking. This transformation illustrates the increasing desire to become a 'digital bank'.

Digitalisation in financial services: the story so far

Thus far, digitalisation's impact on financial services has been on non-knowledge-intensive services that can be standardized. This includes areas such as a payments solutions, online banking and automated financial services, as well as financing products such as consumer credit or the allocation of venture capital.

Historically, banking practice has focused on "product push" (i.e increasing sales targets) rather than understanding how best to meet the needs of customers. The result: retail banking has been rocked by a series of mis-selling disasters while wholesale banking continues to uncover significant market abuses.

As a consequence, retail banks are keen to become more customer-centric. Yet - given their legacy infrastructure, culture and established business models - this is clearly a challenge, while wholesale banks are still defining what client-centricity means (given established reciprocities with counterparties and the level of sophistication of their clients).

A number of players are responding to the digitalisation challenge, however. Barclays was one of the first banks to switch to internet and digital banking, revealing that its customers now visit their branch on average twice a month, while using the bank's mobile services 18 times in the same period. Meanwhile - with sevenday flexible opening - Metro Bank is another successfully-digitalised retail bank. What's more, Metro Bank has entirely outsourced its IT component, ensuring that its digital offering is infinitely scalable and always state-of-the-art. There is at all times a single client view, and the bank is able to fulfil regulatory reporting requirements fast and cost-effectively.

Digitalisation also facilitated opportunities for new business models for example in the retail space, e.g. Atom Bank. Atom Bank is due to open in 2015. This is a mobile-based bank offering a range of financial products. Yet there are no retail branches, and it has even dispensed with telephone banking. Its customers will transact purely online or via a mobile device. While traditional bricks and mortar banks are ridiculed for their lack of innovation, some appear to seem to be taking it pretty seriously. Additionally there is a movement by several banks to acquire innovative payment companies as a way to bring innovation inhouse and leverage new evolving technology.

Transforming customer experience is a difficult process: one that must be taken seriously and treated as a business discipline. Indeed, to achieve the full potential of digitalisation, customer-focus must become an essential part of business strategy.

The opportunity to delight customers by accelerating the digitalisation of business processes

Banks have no choice: they must confront the challenges of digital structural change and redesign their operating models. By strategically connecting their businesses with the vast amount of data available to them, they can build intelligence on customers' evolving needs, which can drive value. Barclays, Deutsche Bank, Lloyds and others have announced billions of euros of investment in this area. Others will follow.

Yet - to remain competitive in the "age of the customer" - banks must accelerate digitisation across the business. Customers want accounts opened in minutes and expect banks to have access to all their data (so they are not asked the same question twice, for example). Around the-clock availability, intuitive interfaces, realtime fulfilment and personalised treatment with global consistency and zero errors are

becoming the differentiating factors, while the underlying products and services are being commoditised.

As well as automating existing processes, banks must reduce complexity and response times across all customer interactions, as well as develop automated decision-making while complying more efficiently with regulatory demands. To achieve this, data management and analytics platforms are crucial. They enable customer insights, quicker and better decisionmaking and strong performance tracking. Internally, new roles, such as data scientists and user-experience designers, may be required. Yet banks should focus on their core strengths while, where appropriate, seeking internal and external strategic partnerships to extend their capabilities.

They also need to maintain momentum: monitoring progress towards set targets through suitable KPIs and communicating success stories that help change the organisation's culture. Equally important is the need to encourage employees at every level to identify new practices and opportunities that will advance the vision - for example through process innovation competitions and regular feedback.

No process of transformation can be fully planned in advance, however. It is also hard to predict the most successful approaches. Some will create separate pillars of crossfunctional teams; others establish innovation and digitisation labs; others sponsor initiatives within their organisations. Engagement at scale, harnessing collective intelligence both internally and through partners, fostering collaborative, mobile and real-time processes: all will be essential to driving business growth.

Yet the banks that do rise to the digital challenge will gain on all fronts - strengthening relationships with existing customers, improving operational controls, lowering their cost base, reducing risk and ultimately improving the bottom line. Technology itself will become invisible to the customer, manifesting itself solely in delightful customer experiences at every level of interaction.

Reference materials:

http://www.theguardian.com/business/2014/oct/26/banks-digitalrevolution-change-regulation-job-losses

http://www.celebratebanking.com/blog/2017/08/12/digital-banking-definition-and-evolution/

https://www.fiserv.com/en/about-fiserv/the-point/2019-trends-navigating-the-changes-challenges-and-rewards-of-commercial-banking.html

https://thefinancialbrand.com/77869/innovation-trends-banking-ai-api-personalization-payments/

Cách mạng công nghiệp 4.0 và giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay

Nguyễn Quỳnh Anh - CQ56/11.08

Nhân lực là yếu tố quyết định đến thành công và tiến bộ của mỗi quốc gia, trong đó trình độ phát triển nguồn nhân lực là thước đo chủ yếu đánh giá mức độ tiến bộ xã hội, công bằng và phát triển bền vững. Trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020, Việt Nam khẳng định phát triển nguồn nhân lực là khâu đột phá của quá trình chuyển đổi mô hình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước; đồng thời là nền tảng phát triển bền vững và gia tăng lợi thế cạnh tranh quốc gia trong quá trình hội nhập.

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới và ảnh hưởng trực tiếp tới Việt Nam. Đây là cơ hội lớn trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, việc thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao là vấn đề thách thức đang đặt ra đối với Việt Nam trong đón bắt cơ hội của cuộc Cách mạng này.

Cách mạng công nghiệp 4.0 và những thách thức đối với nguồn nhân lực Việt Nam

Với việc dựa trên 3 lĩnh vực chính: Kỹ thuật số, công nghệ sinh học; Robot thế hệ mới... cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) sẽ là nền tảng để nền kinh tế chuyển đổi mạnh mẽ từ mô hình dựa vào tài nguyên, lao động chi phí thấp sang kinh tế tri thức; làm thay đổi cơ bản khái niệm đổi mới công nghệ, trang thiết bị trong các dây chuyền sản xuất.

Thứ nhất, nền công nghiệp 4.0 sẽ tạo ra những thay đổi lớn về cung - cầu lao động. Trong một số lĩnh vực, với sự xuất hiện của Robot, số lượng nhân viên cần thiết sẽ chỉ còn 1/10 so với hiện nay. Như vậy, 9/10 nhân lực còn lại sẽ phải chuyển nghề hoặc thất nghiệp.

Bởi vậy, sự phát triển của cuộc cách mạng này đang đòi hỏi cấp bách những nguồn nhân lực mới, ở tầm vĩ mô cấp quốc gia cũng như trong mỗi tổ chức, doanh nghiệp (DN). Sự thay đổi nhân lực sẽ xảy ra toàn diện trong xã hội, trên nền kinh tế vĩ mô cũng như mỗi tổ chức xã hội, mỗi DN hoạt động, đặc biệt ở những lĩnh vực có

liên quan đến công nghệ thông tin hay chịu ảnh hưởng nhiều từ nền tảng công nghệ mới này.

Thứ hai, cuộc CMCN 4.0 là cơ hội lớn trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Các nước dẫn đầu như Mỹ, Nhật Bản cũng mới bước đầu chuyển đổi sản xuất cho phù hợp với CMCN 4.0. Cơ hội vẫn rộng mở với các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, việc thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, năng suất lao động thấp đang là vấn đề thách thức của Việt Nam để sẵn sàng cho một giai đoạn mới dựa trên nền tảng khoa học công nghiệp 4.0.

Theo Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), Việt Nam là một trong những nước chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ CMCN 4.0. Theo đó, những ngành sử dụng nhiều lao động phổ thông sẽ chịu tác động lớn, nguy cơ thất nghiệp cao do sự phát triển của công nghệ tự động và trí tuệ nhân tạo.

Tuy nhiên, trong cuộc cách mạng này, nhiều ngành nghề sẽ biến mất, nhưng lại có những công việc mới ra đời. Điều đó đòi hỏi nguồn nhân lực phải được trang bị kiến thức, kỹ năng phù hợp để đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới.

Thứ ba, Việt Nam sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức về chất lượng nguồn nhân lực. CMCN 4.0 yêu cầu nguồn nhân lực có chất lượng ngày càng cao, trong khi đó, nguồn nhân lực chất lượng cao của Việt Nam hiện nay lại thiếu hụt cả về số lượng và kỹ năng tay nghề. CMCN 4.0 là cuộc cách mạng số nhưng nhân lực chất lượng cao trong các ngành công nghệ thông tin, kỹ thuật máy tính, tự động hóa… của Việt Nam đang quá ít. Theo tính toán của các chuyên gia, nhu cầu nhân lực công nghệ thông tin tăng thêm 47% mỗi năm, trong khi đó số sinh viên ngành công nghệ thông tin ra trường lại chỉ tăng 8%/năm. Trong số nhân lực ấy, không phải tất cả đều có chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu của nhà tuyển dụng. Một nghiên cứu mới đây cho thấy, có tới 72% số sinh viên ngành công nghệ thông tin không có kinh nghiệm thực hành, 42% số sinh viên thiếu kỹ năng làm việc nhóm.

Trong báo cáo về mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất trong tương lai do Diễn đàn Kinh tế Thế giới mới đây công bố, Việt Nam thuộc nhóm các quốc gia chưa sẵn sàng cho cuộc CMCN 4.0, chỉ xếp thứ 70/100 về nguồn nhân lực và 81/100 về lao động có chuyên môn cao. Cũng theo báo cáo này, so sánh với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á về nguồn nhân lực, Việt Nam xếp sau Malaysia, Thái Lan, Philippines và chỉ xếp hạng gần tương đương Campuchia.

Tại một số diễn đàn, hội thảo về CMCN 4.0 và nguồn nhân lực cho thấy, một số doanh nghiệp phàn nàn đang gặp khó khăn trong khâu tuyển dụng hoặc lao động được tuyển vào không đáp ứng được yêu cầu công việc mà phải qua đào tạo, tập huấn tại doanh nghiệp.

Giải pháp đề xuất nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam trong cuộc CMCN 4.0

Một là, tập trung xây dựng và hoàn thiện chiến lược tổng thể, hệ thống cơ chế, chính sách về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Xây dựng chiến lược tổng thể phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là một chủ trương lớn và là nhiệm vụ quan trọng, đòi hỏi cần phải nghiên cứu kỹ lưỡng, thận trọng với một tư duy đột phá và tầm nhìn lâu dài, phù hợp với thực tiễn.

Chiến lược phải xác định rõ mục tiêu, quy mô, lộ trình và những cơ chế, chính sách tổng thể. Trong đó, mục tiêu chiến lược phải ưu tiên khắc phục mâu thuẫn giữa phát triển về số lượng, chất lượng và cơ cấu; xác định quy mô, số lượng và cơ cấu của từng loại nhân lực cho phù hợp. Chiến lược cũng xây dựng lộ trình thực hiện một cách hợp lý, có tính dự báo cao, xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách đặc thù để phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao một cách toàn diện và đồng bộ. Cần xác định rõ đây là nhiệm vụ trọng tâm của cả hệ thống chính trị, trong đó cần sớm thống nhất nhận thức trong các đoàn thể chính trị - xã hội, trước hết là lực lượng nòng cốt đang trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu và hoạch định chiến lược, chính sách, tác động của thời cơ và thách thức đối với nước ta từ CMCN 4.0.

Hai là, cần chủ động đón đầu xu thế và yêu cầu của thị trường lao động. Bài toán về phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hiện nay đã có thêm những tiêu chí, điều kiện ràng buộc mới, hết sức khó khăn, đòi hỏi sự đổi mới toàn diện trong công tác đào tạo.

Các cơ sở đào tạo không thể vẫn sử dụng phương pháp cũ, thiếu tính tương tác, thiếu thực tiễn của mô hình sản xuất mới để đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng sự phát triển và ứng dụng nhanh chóng của các công nghệ hiện đại từ cuộc CMCN 4.0. Điều này sẽ dẫn đến nguy cơ tụt hậu và đào thải rất cao.

Ba là, xây dựng lại chương trình đào tạo, đổi mới phương pháp dạy và học, nâng cao các kỹ năng mềm cho sinh viên. Đánh giá một cách khách quan cho thấy, hệ thống đào tạo của nước ta còn tồn tại nhiều bất cập, cơ sở vật chất chưa đáp ứng với yêu cầu đào tạo, phương thức đào tạo vẫn theo kiểu cũ, thiếu tính tương tác, sự gắn kết với thực tiễn, học không đi đôi với hành, dẫn đến chất lượng nguồn nhân lực sau đào tạo chưa đáp ứng với yêu cầu ngày càng cao của xã hội, đặc biệt trong xu thế phát triển của CMCN 4.0.

Do đó, cần sớm đổi mới chương trình, nội dung đào tạo đại học theo hướng tinh giản, hiện đại, thiết thực và phù hợp. Cải cách hệ thống giáo dục, đào tạo, ưu tiên cho các ngành khoa học kỹ thuật, đào tạo hướng nghiệp gắn với việc làm và theo nhu cầu

của xã hội. Việc đào tạo cũng cần tiếp cận theo hướng đa ngành thay vì chuyên ngành như trước đây, đồng thời tăng cường sự phản biện của người học. Quản trị đại học cũng cần có sự thay đổi, ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động giảng dạy, nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên và cán bộ quản lý.

***Bốn là*,** cần đẩy mạnh công tác dự báo nhu cầu thị trường nhân lực trong tương lai gần và xa hơn. Đây là nội dung cần được đặc biệt quan tâm, bởi cuộc CMCN 4.0 sẽ có tác động rất lớn tới cơ cấu của nền kinh tế, khả năng suy giảm, thậm chí mất đi của nhiều ngành nghề cũng như sự xuất hiện mới của những ngành nghề trong tương lai là hoàn toàn có thể xảy ra, điều này sẽ dẫn tới những thay đổi rất lớn trong cơ cấu việc làm.

***Năm là*,** cần sự kết hợp 3 "nhà": Nhà trường - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực phục vụ CMCN 4.0. Hiện tại, chủ yếu là phía doanh nghiệp có nhu cầu gắn kết với nhà trường - nhà khoa học, còn nhà trường hầu như chỉ tập trung công tác đào tạo chứ chưa chủ động hợp tác với doanh nghiệp.

Các trường đại học ở Việt Nam cần học tập, kinh nghiệm đào tạo của các trường đại học ở nước ngoài trong việc xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo gắn rất chặt với doanh nghiệp, giúp sinh viên được học tập ở môi trường rất thật; và giúp các doanh nghiệp liên kết với các trường để tìm nguồn nhân lực tương lai.

Cần rà soát, sắp xếp, quy hoạch lại mạng lưới cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và nhu cầu của thị trường lao động trong cả nước, từng vùng và địa phương.

Như vậy, trong Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, mặc dù khoa học và công nghệ đóng vai trò thiết yếu, mang đến tiềm năng to lớn, nhưng con người vẫn là nhân tố quyết định để phát triển kinh tế - xã hội. Do vậy, để Việt Nam không bị chậm nhịp trong CMCN 4.0, cần những cơ chế, chính sách nhằm thu hút nguồn nhân lực là những người trẻ có trình độ về cống hiến cho đất nước.

Tài liệu tham khảo:

http://laodongxahoi.net/mot-so-giai-phap-nang-cao-chat-luong-nguon-nhan-luc-viet-nam-trong-boi-canh-hoi-nhap-1304507.html

http://vneconomy.vn/canh-tranh-trong-thoi-dai-40-la-canh-tranh-ve-nhan-luc-20190427134713098.html

https://nhandan.com.vn/khoahoc-congnghe/item/38954702-chuan-bi-nguon-nhan-luc-cho-cach-mang-cong-nghiep-4-0.html

Hạn chế trong ngành dịch vụ logistics tại Việt Nam và giải pháp khắc phục

Phan Thị Hiền - CQ56/21.06
Nguyễn Thị Linh Chi - CQ56/21.10

Trong những năm gần đây, dịch vụ logistics đã phát triển nhanh chóng và mang nhiều ý nghĩa quan trọng đối với nền kinh tế thế giới. Ở Việt Nam, Logistics tuy còn là ngành khá mới và chưa phát triển mạnh nhưng có tiềm năng mang lại cho đất nước một nguồn lợi ích to lớn. Vậy dịch vụ logistics nên được hiểu như thế nào?

Khái niệm logistics

Luật Thương mại Việt Nam năm 2005 quy định "Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao".

Thực trạng logistic tại Việt Nam trong mười năm trở lại đây

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp (DN) dịch vụ Logistics Việt Nam (VLA), tổng chi phí logistisc của Việt Nam năm 2016 là 40,3 tỷ USD, tương đương 25% GDP. Ngoài ra, theo báo cáo của Ngân hàng thế giới năm 2018, ngành dịch vụ logistic của Việt Nam được xếp hạng 39/160 trong số các nước được điều tra, tăng 25 bậc so với năm 2016. Như vậy, có thể thấy đây là một trong những ngành dịch vụ tăng trưởng nhanh và có nhiều tiềm năng.

Tuy nhiên, việc phát triển ngành Logistics tại Việt Nam vẫn còn gặp nhiều hạn chế. Cụ thể như sau:

Về luật pháp

Việc kinh doanh dịch vụ Logistics được Chính phủ quy định ở Nghị định số 163/2017/NĐ-CP năm 2017 tuy đã có những thay đổi để phù hợp hơn nhưng nhìn chung các chính sách mới này vẫn chưa giải quyết được một số vấn đề còn tồn đọng trong ngành có thể kể đến như sự rườm rà trong các thủ tục hải quan và khuyến khích hỗ trợ các DN trong nước.

Về thực trạng hệ thống cung ứng

Theo VLA, Việt Nam hiện có khoảng 1.300 DN logistics đang hoạt động, bao gồm cả DN có vốn nước ngoài. Trong khi các mối liên hệ với chuỗi cung ứng toàn cầu chủ yếu là của các tập đoàn nước ngoài thì hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam là vừa và nhỏ, hoạt động thiếu sự hỗ trợ lẫn nhau, tạo nên cuộc cạnh tranh khốc liệt, chủ yếu là cạnh tranh về giá.

Về nhân lực ngành

Theo khảo sát của Viện Nghiên cứu phát triển TP. HCM, hiện có khoảng 53,3% DN trong ngành thiếu nhân viên có trình độ chuyên môn và kiến thức về logistics, 30% DN phải đào tạo lại nhân viên và chỉ có 6,7% là hài lòng với chuyên môn của nhân viên. Nguyên nhân chủ yếu của vấn đề này là do nhận định đúng đắn về tầm quan trọng của ngành cũng như thiếu điều kiện giáo dục cả về mặt lý thuyết lẫn thực hành.

Về cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng của Việt Nam hiện chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế. Chúng ta thiếu nhà kho chuyên dụng, phương tiện đặc thù, thiếu các cảng nước sâu, kết cấu giao thông kém phát triển. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, Chính phủ đã bắt đầu xây dựng cảng nước sâu và đầu tư hệ thống giao thông đường bộ, kho bãi một cách quy mô và chuyên nghiệp. Cảng Quốc tế Cái Mép - Thị Vải là một ví dụ với khả năng đón tàu trọng tải lớn liên kết với các cảng châu Mỹ, châu Âu, góp phần thúc đẩy cho ngành logistics Việt Nam vào tiến sâu vào thị trường quốc tế.

Chi phí dịch vụ logisitcs

Chi phí logistics của Việt Nam khoảng 25% GDP, tương đương hơn 40 tỷ USD, cao hơn nhiều so với các nước trong khu vực như Thái Lan hay Malaysia. Điều này đã làm giảm hiệu quả trong việc đẩy mạnh các hoạt động xuất nhập khẩu. Nguyên nhân chính của tình trạng này là cơ sở hạ tầng vận tải của Việt Nam đã cũ kỹ và quá tải, hệ thống hành chính phức tạp và việc các nhà sản xuất Việt Nam không tích cực sử dụng các dịch vụ thuê ngoài 3PL (third party logistics) của nước ngoài.

Giải pháp khắc phục thực trạng ngành logistics ở Việt Nam hiện nay

Một là, phải tập trung phát triển nhu cầu logictics trong nước. Để phát triển nhu cầu logistics thì cần phát triển hướng vào các nhóm công ty chính là công ty trong nước, công ty xuất nhập khẩu và công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Do các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp logistics nước ngoài nên thị trường mà các công ty logistics Việt Nam có thể hợp tác là các DN trong

nước và các công ty xuất nhập khẩu. Đồng thời, để phát triển thị trường thì điều quan trọng là các công ty sản xuất trong nước cần phải nâng cao nhận thức của mình về lợi ích của dịch vụ logistics.

Hai là, phải chú trọng phát triển hệ thống cung ứng dịch vụ logistics. Phát triển các loại hình dịch vụ logistics là yêu cầu rất quan trọng khi phần lớn doanh nghiệp Việt Nam chỉ tập trung khai thác các mảng nhỏ trong chuỗi cung ứng dịch vụ logistics, mà hình thức phổ biến nhất là hình thức giao nhận vận tải. Đây chỉ là một phần rất nhỏ trong toàn bộ chuỗi giá trị gia tăng logistics. Các doanh nghiệp cần phát triển thêm các dịch vụ đa dạng như giao nhận hàng không, giao nhận hàng hải, gom hàng nhanh, quản lí đơn hàng… Để có thể tiếp cận việc cung ứng các dịch vụ mới, các doanh nghiệp Logistics cần đảm bảo chất lượng dịch vụ và giảm giá thành các dịch vụ đang cung ứng.

Ba là, phát triển kết cấu hạ tầng logistics. Nâng cao kết cấu hạ tầng hiện có bằng cách xây dựng cảng nước sâu và cảng khu vực trên các vùng. Hình thành các trung tâm logistics đặt ở những đầu mối giao thông thuận tiện cho việc chuyên chở. Từng bước nâng cấp các tuyến đường bộ trọng yếu, hình thành mạng lưới đường bộ đồng bộ và hiện đại ở ba vùng kinh tế trọng điểm. Mở rộng và hiện đại hóa các đầu mối giao lưu quốc tế, phát triển các trục nối với các nước láng giềng.

Bốn là, thiết lập sự liên kết với các công ty logistics khác trong nước cũng như các công ty logistics nước ngoài. Hiện nay, do quy mô nhỏ và năng lực hạn chế nên các doanh nghiệp logistics Việt Nam vẫn chủ yếu cung cấp dịch vụ một cách đơn lẻ. Do đó, trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần tăng cường liên doanh, liên kết với các đối tác nước ngoài khi cung ứng dịch vụ để quá trình cung ứng dịch vụ logistics là đầy đủ theo một quy trình chuẩn. Đồng thời, có thể học hỏi được kinh nghiệm quản lí, phương pháp quản lí hệ thống logistics, có được sự hỗ trợ về mặt tài chính, tiếp cận thị trường rộng lớn hơn… Bên cạnh đó, sự liên kết giữa chính các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần được khuyến khích để tạo nên các công ty logistics Việt Nam với quy mô lớn hơn, tiềm lực lớn hơn, đủ sức đứng vững trên thị trường để cạnh tranh với các doanh ngiệp nước ngoài.

Năm là, tăng cường hoạt động maketing nhằm thu hút khách hàng. Đối với các doanh nghiệp logistics, hoạt động marketing vô cùng quan trọng vì nó xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp trong mắt khách hàng. Họ cần phải cung cấp những lợi ích từ việc sử dụng dịch vụ logistics tới khách hàng để khách hàng nhận thấy và an tâm giao toàn bộ hoạt động logistics cho doanh nghiệp logistics. Vì vậy, để tăng cạnh tranh trên

thị trường logistics, các doanh nghiệp logistics cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động marketing.

Sáu là, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực. Các doanh nghiệp cần đầu tư cơ sở vật chất, chủ động đào tạo, nâng cao năng lực của nhân viên và thu hút nhân tài từ xã hội để phát triển nguồn nhân lực, tăng chất lượng làm việc nhằm đáp ứng nhu cầu cung cấp dịch vụ logistics.

Bảy là, chuẩn hóa các quy trình dịch vụ logistics, thống kê logistics. Lập trung tâm logistics (trung tâm phân phối) tại các vùng trọng điểm kinh tế để tập trung hàng xuất và phân phối hàng nhập khẩu hay thành phẩm.

Tám là, xây dựng hành lang khu pháp lý mở và chọn lọc, đảm bảo tính nhất quán và hợp lý trong các văn bản, quy định liên quan đến lĩnh vực logistics với mục đích tạo cơ sở cho một thị trường logistics minh bạch, nâng cao năng lực cạnh tranh của thương mại. Ngoài ra, nhằm khuyến khích các doanh nghiệp có quy mô vốn nhỏ hoạt động tốt, cũng như giúp đỡ các doanh nghiệp non trẻ trong ngành, ngoài việc giảm lãi suất ngân hàng, cần giãn, giảm và miễn thuế thu nhập doanh nghiệp và có giải pháp xử lý phù hợp. Đồng thời, xử phạt nghiêm khác những doanh nghiệp có hành vi gian lận, trái pháp luật.

Tóm lại, Việt Nam tuy được đánh giá là một thị trường tiềm năng nhưng ngành dịch vụ logistics còn kém phát triển. Biểu hiện ở chi phí logistics cao; các hoạt động dịch vụ logistics còn ở trình độ thấp; các DN cung ứng dịch vụ logistics hầu hết có quy mô nhỏ; cơ sở hạ tầng cả phần cứng và phần mềm đều hạn chế. Ngoài ra, còn có kết cấu trong quá trình vận tải chưa hoàn chỉnh, năng lực vận chuyển thấp; khung pháp lý cho hoạt động dịch vụ logistics chưa hoàn chỉnh đặc biệt là tốc độ thông quan còn nhiều hạn chế; nguồn nhân lực có trình độ cao về lĩnh vực này chưa đáp ứng đủ nhu cầu của xã hội. Vì vậy, các doanh nghiệp và Chính phủ cần có cách nhìn nhận đúng đắn và đưa ra những lựa chọn hiệu quả để thúc đẩy việc phát triển ngành logistics trong xu thế mới, thời kỳ mới hiện nay.

Tài liệu tham khảo:

https://www.logisticsclub.vn/bao-cao-logistics-viet-nam-2018/

https://moit.gov.vn/documents/36315/0/Bao+cao+Logistics+Viet+Nam+2017.pdf/5b311ed4-c00b-4f8d-9dde-b9ece86f0b75

http://vlr.vn/logistics/news-3735.vlr

https://logistics4vn.com/khung-hoang-thieu-nhan-luc-nganh-logistics

Thương chiến tiền tệ Mỹ - Trung Ảnh hưởng tới Việt Nam

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

Cùng với căng thẳng thương mại Mỹ - Trung không ngừng leo thang, tỷ giá đồng Nhân dân tệ (NDT) so với đồng Đô la Mỹ (USD) đã rơi xuống mức thấp nhất trong 11 năm qua. Động thái này được nhận định sẽ ảnh hưởng đến Việt Nam, đặc biệt là thách thức trong điều hành chính sách tiền tệ.

Nguy cơ xảy ra chiến tranh tiền tệ

Căng thẳng thương mại với Mỹ không ngừng gia tăng khiến Trung Quốc có động thái phá giá đồng nội tệ. Lần đầu tiên, tỷ giá đồng NDT so với đồng USD đã rơi xuống mức thấp nhất trong 11 năm qua khi vượt ngưỡng 7 CNY/USD ngày 5/8/2019. Cú sụt này khiến thị trường tài chính toàn cầu rúng động và Mỹ đã chính thức gọi Trung Quốc là quốc gia thao túng tỷ giá. Căng thẳng xung quanh vấn đề thương mại và công nghệ cao giữa Mỹ và Trung Quốc được nhận định rằng đã lan sang cả tiền tệ.

Khi Trung Quốc phá giá tiền tệ không chỉ tác động đến quan hệ song phương với Mỹ mà còn tác động đến quan hệ với nhiều đồng tiền, nhiều thị trường khác - là đối tác thương mại của Trung Quốc. Tất nhiên, nhiều nước trong số đó cũng không để yên và cũng sẵn sàng phá giá đồng tiền của họ. Khi đó, không chỉ thương mại, mà dòng vốn đầu tư toàn cầu cũng suy giảm. Các nhà đầu tư sẽ cảm thấy lo ngại rằng có thể có một cuộc chiến tranh tiền tệ xảy ra trong tương lai. Như vậy, họ buộc phải thận trọng trong đầu tư vào bất cứ khu vực nào, kể cả đầu tư gián tiếp và đầu tư trực tiếp. Như vậy sẽ làm cho kinh tế toàn cầu yếu đi. Chúng ta đã nhìn thấy hiện tượng rất rõ ràng đó là đầu tư dài hạn cũng có dấu hiệu suy giảm, lãi suất trái phiếu Chính phủ dài hạn của Mỹ xuống thấp, bằng, thậm chí thấp hơn lãi suất ngắn hạn.

Hậu quả khác, về lâu dài sẽ làm lạm phát tăng lên bởi phá giá tiền tệ đồng nghĩa với việc phát hành tiền. Lạm phát tăng trong bối cảnh thương mại giảm đồng nghĩa kinh tế trì trệ.

Những tác động của cuộc chiến tranh thương mại được giải quyết bằng biện pháp tiền tệ rất dễ dẫn đến một cuộc chiến tranh tiền tệ. Đến lúc đó, một số đồng tiền chủ chốt có thể mất giá nghiêm trọng và hậu quả của thương mại toàn cầu cũng như

nền kinh tế toàn cầu là không thể lường trước được. Không loại trừ có thể đẩy nền kinh tế toàn cầu vào cuộc suy thoái thực sự.

Nguyên nhân là do Trung Quốc phá giá đồng NDT để giảm thiểu tác động xấu từ việc đánh thuế của Mỹ. Thực chất, phá giá đồng NDT cũng là một biện pháp đánh thuế. Tuy nhiên, dù Trung Quốc phá giá đồng nội tệ vì lý do gì thì các chuyên gia đều cho rằng động thái này sẽ ảnh hưởng đến các quốc gia khác, trong đó có Việt Nam.

Áp lực đối với Việt Nam khi chiến tranh tiền tệ diễn ra

Thứ nhất, ngành sợi thiệt hại gần nửa tỉ USD

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đã ảnh hưởng khá nặng đến việc xuất khẩu sợi cotton của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc trong thời gian qua. Nguyên nhân là khi thương chiến nổ ra, Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ giảm, khiến họ tự chủ động giảm nguồn cung, từ sản xuất cho đến nhập khẩu. Không những thế, Trung Quốc liên tục ép giá doanh nghiệp xuất khẩu từ Việt Nam để giảm bớt thiệt hại từ chính sách đánh thuế của Mỹ.

Trong khi đó, ba quốc gia đang cung cấp chính nguồn sợi cho Trung Quốc hiện nay là Việt Nam, Ấn Độ và Pakistan thì vẫn giữ nguyên năng lực cung ứng. Nhưng khi Việt Nam phải nhập khẩu nguyên liệu để sản xuất ra sợi là bông từ Mỹ (chiếm hơn 60% giá thành sản phẩm, thanh toán bằng đồng USD), Ấn Độ không chỉ tự chủ hoàn toàn về nguồn nguyên liệu bông mà họ cũng chủ động phá giá đồng tiền của họ. Nên lợi thế cạnh tranh của Ấn Độ về mặt bằng giá hiện đang chiếm thế thượng phong do giá bán của họ đang rẻ hơn của Việt Nam.

Do đó, nếu tính thêm yếu tố tỉ giá đồng nhân dân tệ đang bị phá giá, ngành sợi xuất khẩu từ Việt Nam đang bị lép vế hoàn toàn. Ước tính xuất khẩu của ngành sợi Việt Nam trong năm nay sẽ giảm từ 10-15% so với năm ngoái, giá xuất bán từ 3,5 USD/kg hiện xuống còn 2,8 USD/kg thì doanh nghiệp sẽ bị "bay" mất không dưới 500 triệu USD.

Thứ hai, sản phẩm trong nước bị cạnh tranh gay gắt

Một số sản phẩm cao su xuất khẩu của Việt Nam hiện có trùng với một số mặt hàng mà Trung Quốc cũng đang xuất khẩu đi các nước như lốp xe, hay phụ tùng cao su. Nên khi Trung Quốc phá giá đồng nhân dân tệ (NDT) xuống 7 NDT "ăn" 1 USD, hàng xuất đi từ Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn do bị đắt hơn.

Trong khi tại thị trường nội địa, sản phẩm của Trung Quốc cũng đang khiến các doanh nghiệp sản xuất trong nước gặp trở ngại rất nhiều. Nay ngưỡng tiền phá giá của

NDT tiếp tục tạo khoảng cách thì mức chênh lệch càng tăng lên thêm, càng làm cho doanh nghiệp thêm điêu đứng, hàng tồn kho tăng cao là điều khó tránh khỏi.

Thứ ba, nguy cơ thâm hụt thương mại

Trong trường hợp đồng NDT xuống quá thấp, nếu VND vẫn giữ nguyên giá so với đồng USD hay NDT, áp lực lên hàng xuất khẩu của Việt Nam rất lớn.

Câu chuyện khác đang quan tâm ở đây là khi Trung Quốc bị hạn chế xuất khẩu hàng hóa sang Mỹ thì hàng Trung Quốc sẽ chuyển hướng đi các nước. Áp lực của Việt Nam lúc này sẽ tăng gấp đôi: nguy cơ thâm hụt thương mại cao với Trung Quốc và áp lực can thiệp thị trường tiền tệ. Những điều này đẩy rủi ro cho Việt Nam trong bối cảnh có quy định hàng "made in Việt Nam" chưa rõ ràng.

Do đó, để ứng phó thương chiến Mỹ - Trung đang có nguy cơ lan ra cuộc chiến tiền tệ, Việt Nam cần phải chủ động theo dõi, các chính sách điều hành tỉ giá cần thận trọng. Đặc biệt, cần sớm thống nhất và ban hành quy chế hàng sản xuất tại Việt Nam, chủ động trao đổi thông tin với các bên liên quan và minh bạch thông tin trong quá trình điều hành chính sách tiền tệ.

Việt Nam ứng phó ra sao trước nguy cơ của chiến tranh tiền tệ

Thứ nhất, Việt Nam cần phối hợp tốt để trao đổi thông tin, giải trình, thể hiện thiện chí, thường xuyên trao đổi đối với Mỹ. Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục phối hợp với các Bộ, ngành liên quan để trao đổi, làm việc về các vấn đề mà Bộ Tài chính Mỹ quan tâm trên tinh thần hợp tác, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng trong việc giải trình các vấn đề liên quan tới chính sách tỷ giá, thương mại của Việt Nam phục vụ đợt rà soát vào tháng 9/2019. Đặc biệt, cần phải có giải pháp để tránh bị Mỹ đưa vào danh sách thao túng tiền tệ, gây rất nhiều bất lợi cho Việt Nam.

Thứ hai, chính sách tỷ giá của Việt Nam cần tiếp tục theo hướng chủ động, linh hoạt, khéo léo, hạn chế can thiệp trực tiếp, một chiều và liên tục vào thị trường ngoại hối để không bị vi phạm ngưỡng cảnh báo thứ ba. Việt Nam cần kiên định chính sách tỷ giá chủ động, linh hoạt, tiếp tục củng cố dự trữ ngoại hối, kết hợp với truyền thông một cách hiệu quả nhằm kiểm soát yếu tố tâm lý, rủi ro lan truyền. Cần thực hiện linh hoạt (có mua, có bán) và giải trình với Mỹ việc điều hành tỷ giá trong thời gian qua là phù hợp với diễn biến thị trường trong nước và quốc tế cũng như đặc thù của nền kinh tế Việt Nam, không nhằm tạo lợi thế cạnh tranh thương mại quốc tế không lành mạnh.

Đặc biệt, nhóm chuyên gia này cũng khuyến cáo Việt Nam cần hết sức bình tĩnh, không để bị cuốn vào dòng xoáy chiến tranh tiền tệ (nếu có), không nên có động thái

phá giá đồng tiền vì có thể tăng rủi ro bị Mỹ gắn thao túng tiền tệ. Tuy nhiên, đáng mừng là lâu nay, Chính phủ Việt Nam luôn nhất quán trong điều hành với quan điểm "không phá giá tiền đồng".

Thứ ba, các cơ quan chức năng cần kiên quyết xử lý nghiêm hành vi đội lốt thương mại, đội lốt đầu tư để "lách thuế" từ Mỹ, bởi Việt Nam đã bị Tổng thống Mỹ D.Trump cho là nước "lợi dụng chiến tranh thương mại tốt nhất" trong thời gian qua. Thực tế cho thấy, Mỹ không ngại sử dụng các biện pháp trừng phạt lên các quốc gia vi phạm. Việc quốc gia này quyết định tăng thuế đối với một số sản phẩm bị cáo buộc thay đổi xuất xứ để né thuế, như áp thuế mức 456,23% đối với một số loại thép nhập khẩu từ Việt Nam có sử dụng vật liệu từ Hàn Quốc và Đài Loan là những minh chứng.

Cuối cùng, một trong những điều quan trọng hiện nay là Việt Nam cần tiếp tục điều hành chính sách tiền tệ nhằm kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế một cách hợp lý. Việc ổn định nền kinh tế vĩ mô, ổn định tỷ giá luôn là vấn đề quan trọng đối với nền kinh tế Việt Nam và được Chính phủ quan tâm đặc biệt trong nhiều năm qua. Và giờ đây, điều này càng có ý nghĩa quan trọng nhằm ngăn ngừa các rủi ro từ các biến động khó lường từ căng thăng thương mại và tiền tệ toàn cầu đối với nền kinh tế Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

https://tuoitre.vn/viet-nam-anh-huong-gi-neu-chien-tranh-tien-te-my-trung-no-ra-20190807080225659.htm

http://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/viet-nam-ung-pho-ra-sao-truoc-nguy-co-cua-chien-tranh-tien-te-311022.html

Thư giãn:

TĂNG PHÍ VÌ LÀM MẤT KHÁCH

Nha sĩ nói với bà mẹ bệnh nhân:

- Tôi rất lấy làm tiếc, nhưng tôi buộc phải yêu cầu bà trả 50 franc cho việc nhổ răng của cậu nhà.

- Những 50 franc? Lúc đầu ông nói giá của việc đó là 10 franc cơ mà!

- Đúng vậy, nhưng cậu ấy la hét quá to, làm cho 4 bệnh nhân chờ ở ngoài kia bỏ chạy cả rồi!

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung leo thang, tỷ giá đồng Nhân dân tệ xuống dốc?

Vũ Thị Thu Trà - CQ54/02.02

Trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung bước vào năm thứ hai và căng thẳng ngày càng leo thang, tác động đối với người Trung Quốc, đặc biệt là với đồng tiền của đất nước này ngày càng rõ rệt…

Cuộc đàm phán không có hồi kết

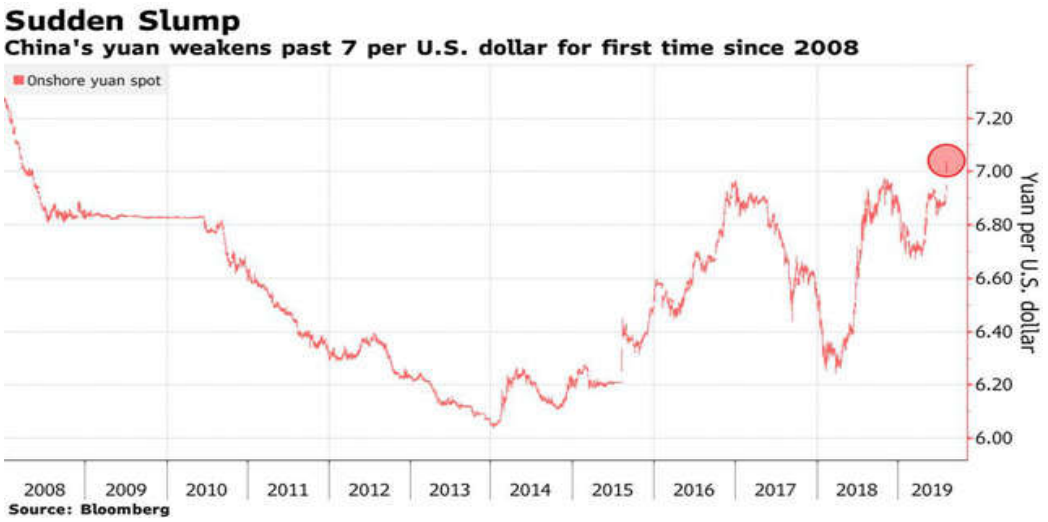
Cuộc chiến thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc đã kéo dài hơn một năm và chưa có dấu hiệu sẽ chấm dứt sớm. Vừa qua, Trung Quốc tuyên bố sẽ áp thuế trả đũa lên khoảng 75 tỷ USD hàng hóa Mỹ, trong khi đó, Tổng thống Mỹ Donald Trump nói sẽ tăng thêm 5% thuế quan lên hàng hóa Trung Quốc và áp thêm lên các hàng hóa khác từ tháng tới. Ông Trump cũng yêu cầu các công ty Mỹ rời khỏi Trung Quốc, động thái bùng nổ mới trong bối cảnh cuộc chiến tranh thương mại bước vào năm thứ hai. Tuy vậy, ông Trump không thể buộc các công ty Mỹ rời Trung Quốc ngay lập tức.

Đó chỉ là một trong các diễn biến gần đây thậm chí khiến nhiều nhà phân tích bắt đầu lo ngại nó biến thành chiến tranh tiền tệ. Đồng nhân dân tệ liên tục yếu đi so với đôla Mỹ, vượt qua mốc 7 CNY đổi 1 USD lần đầu tiên kể từ khủng hoảng tài chính 2008. Việc này khiến Bộ Tài chính Mỹ tuyên bố Trung Quốc là nước thao túng tiền tệ.

Tỷ giá đồng Nhân dân tệ thiết lập một mức đáy mới

Tỷ giá hối đoái của đồng NDT giảm 1,2% xuống còn 7,0256 đổi 1 USD vào lúc 10 giờ 19 phút (giờ địa phương) sau khi Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) thiết lập tỷ giá tham chiếu hàng ngày ở mức thấp hơn 6,9 lần đầu tiên kể từ tháng 12/2018. Đồng Nhân dân tệ giao dịch ở nước ngoài đã giảm 1,9% xuống mức thấp kỷ lục, trong khi đó, chỉ số Shanghai Composite cũng rớt 0,3%.

So với mức cao kỷ lục ghi nhận hồi cuối tháng 2/2019, đồng Nhân dân tệ đã mất giá khoảng 6,5%. Còn tính riêng trong tháng Tám, đồng nội tệ Trung Quốc giảm gần 4% so với đồng USD.



Diễn biến NDT/USD từ 2018-2/2019.

Hiện tại, ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBoC) bơm 150 tỷ Nhân dân tệ vào hệ thống tài chính thông qua công cụ cho vay trung hạn (MLF), đồng thời giữ lãi suất cho vay của công cụ này ở mức 3,3%.

Những rủi ro nào cho nền kinh tế Trung Quốc và toàn cầu?

Tổng thống Trump hồi đầu tháng này đã giận dữ cáo buộc Bắc Kinh "vũ khí hóa" đồng Nhân dân tệ sau khi tỷ giá vượt qua ngưỡng 7 NDT/USD. Điều này cũng khiến chính quyền của ông gán cho Trung Quốc định danh "nước thao túng tiền tệ" và có thể cho phép Washington kích hoạt các biện pháp trả đũa "mạnh tay" hơn.

Song, dù đồng Nhân dân tệ yếu hơn sẽ hỗ trợ hoạt động xuất khẩu của Trung Quốc đối phó với các mức thuế quan tăng vọt của Mỹ, nó cũng sẽ tổn thương nền kinh tế châu Á bằng cách khiến các nhà phát triển và đầu tư bất động sản khác phải trả khoản nợ nước ngoài lên tới hàng tỷ USD.

Nếu không được quản lý đúng cách, một đợt trượt giá tiếp theo của đồng Nhân dân tệ cũng có thể làm suy yếu niềm tin của nhà đầu tư vào nền kinh tế Trung Quốc, dẫn tới một đợt thoái vốn ồ ạt khỏi các tài sản định giá bằng đồng tiền này.

Đồng Nhân dân tệ trượt giá cũng làm tăng nguy cơ bất ổn kinh tế toàn cầu bằng cách gây áp lực lên các thị trường mới nổi khác, khiến họ phải hạ giá đồng tiền của chính mình để duy trì khả năng cạnh tranh với các nhà xuất khẩu Trung Quốc. Khi tăng trưởng toàn cầu chậm lại, các nền kinh tế càng có động lực dựa vào nội tệ yếu. Tăng trưởng toàn cầu đang đi xuống, nhu cầu hàng hóa và dịch vụ cũng có khả năng yếu đi do niềm tin đầu tư suy giảm. Nội tệ yếu sẽ giúp tăng lợi thế xuất khẩu.

Vậy, nguyên nhân nào đã dẫn đến sự trượt giá của Nhân dân tệ?

Thứ nhất, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đang leo thang sau khi Tổng thống Mỹ Donald Trump tuyên bố vào tuần trước về việc áp thuế quan lên 300 tỷ USD hàng hoá Trung Quốc.

Thứ hai, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc đã bật đèn xanh, phá giá nhẹ đồng Nhân dân tệ, bằng cách niêm yết tỷ giá đồng USD với đồng Nhân dân tệ ở mức thấp nhất từ tháng 12/2018 đến nay. Tất nhiên, phía Trung Quốc vẫn phát biểu lý do chính là do chiến tranh thương mại và họ tiếp tục cố gắng ổn định đồng Nhân dân tệ.

Thứ ba, Trung Quốc hạn chế biên độ biến động hàng ngày của đồng Nhân dân tệ so với đồng USD bằng cách thiết lập tỷ giá trung tâm mỗi ngày và cho phép đồng nội tệ giao dịch trong phạm vi tăng hoặc giảm 2% so với đồng bạc xanh. Điều này nhằm mục đích cân bằng các xu hướng thị trường ngoại hối thực tế với nhu cầu phòng vệ trước những thay đổi bất ngờ có thể xảy ra trên thị trường vốn chưa thực sự trưởng thành của Trung Quốc.

Thứ tư, tình hình ở Hồng Kông đang rất phức tạp cũng khiến cho tâm lý lo ngại của các nhà đầu tư thế giới đối với thị trường chứng khoán và thị trường Nhân dân tệ. Vì lo ngại nên họ bán đồng Nhân dân tệ nhiều hơn và bán cả chứng khoán ở thị trường mới nổi.

Khi nào sự tụt dốc của đồng Nhân dân tệ chấm dứt?

Một khi giải pháp cho cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung chưa xuất hiện, đồng Nhân dân tệ sẽ tiếp tục yếu đi khi Trung Quốc tiếp tục tận dụng điều này cùng các biện pháp kích thích trong nước để vượt qua những "cơn lốc" thương mại.

Ngân hàng UBS dự đoán đồng Nhân dân tệ có thể giảm xuống còn 7,2 NDT/USD vào cuối năm nay và xuống còn 7,3 NDT/USD vào cuối năm 2020.

Trong khi đó, Capital Economics dự đoán đồng tiền này sẽ xuống mức 7,3 NDT/USD vào cuối năm 2019 và 7,5 NDT/USD vào năm tới.

Mặc dù chiến tranh thương mại Mỹ - Trung sẽ không dễ dàng đi đến hồi kết nhưng Mỹ vẫn sẵn sàng ngồi xuống đàm phán với Trung Quốc để làm giảm tình hình căng thẳng của nền kinh tế hai nước nói riêng và toàn cầu nói chung. Đó cũng là cách giải bài toán hiệu quả nhất đối với đồng nội tệ của đất nước lớn thứ hai thế giới này.

Tài liệu tham khảo:

http://vneconomy.vn/ty-gia-nhan-dan-te-xuong-thap-nhat-11-nam-do-thuong-chien-leo-thang-20190826103227 76.htm

http://cafef.vn/chien-tranh-thuong-mai-ruc-lua-dong-ndt-thung-nguong-7-doi-1-usd-lan-dau-tien-trong-hon-10-nam-20190805102758671.chn

https://bnews.vn/tai-sao-dong-nhan-dan-te-truot-gia-/132171.html

Cơ hội và thách thức của ngành dệt may Việt Nam khi EVFTA có hiệu lực

Đỗ Thu Thảo - CQ5/08.03
Phan Thị Thu Trang - CQ55/08.03

Cánh cửa EVFTA mở ra, thị trường xuất khẩu ngành dệt may của Việt Nam rộng lớn hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, để có thể trở thành quốc gia chủ lực xuất khẩu mặt hàng dệt may vào Liên minh châu Âu (EU), rõ ràng các DN dệt may cần có những chiến lược cụ thể để đáp ứng các quy tắc về xuất xứ, kỹ thuật… của EU đặt ra nếu muốn làm chủ cuộc chơi.

EVFTA là gì?

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 28 nước thành viên EU. EVFTA là FTA có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay.

Ngày 1/12/2015, EVFTA đã chính thức kết thúc đàm phán và đến ngày 1/2/2016 văn bản hiệp định đã được công bố. Ngày 26/6/2018, một bước đi mới của EVFTA được thống nhất. Theo đó, EVFTA được tách làm hai Hiệp định, một là Hiệp định Thương mại (EVFTA), và một là Hiệp định Bảo hộ Đầu tư (EVIPA); đồng thời chính thức kết thúc quá trình rà soát pháp lý đối với Hiệp định EVFTA. Tháng 8/2018, quá trình rà soát pháp lý đối với EVIPA cũng được hoàn tất. Hai Hiệp định đã được ký kết vào ngày 30/6/2019. Sau bước ký kết, hai Hiệp định sẽ phải trải qua quá trình phê chuẩn nội bộ ở EU và Việt Nam để có thể chính thức có hiệu lực với hai bên.

EVFTA là một Hiệp định toàn diện, chất lượng cao, cân bằng về lợi ích cho cả Việt Nam và EU, đồng thời phù hợp với các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). EVFTA có ý nghĩa đặc biệt quan trọng với Việt Nam, là thời cơ lớn cho Việt Nam có đủ điều kiện hội nhập sâu hơn để tham gia vào thị trường khu vực, toàn cầu. Đặc biệt, với gần 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ thuế sau một lộ trình ngắn, đây là mức cam kết cao nhất mà một đối tác dành cho Việt Nam trong các FTA đã được ký kết.

EVFTA chính thức có hiệu lực, dệt may sẽ là ngành hàng được hưởng lợi nhiều nhất. Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp may nào cũng hiểu để có thể nắm bắt được cơ hội từ EVFTA, bởi nhiều doanh nghiệp vẫn còn khá thờ ơ với EVFTA.

Cơ hội của ngành dệt may khi EVFTA có hiệu lực

Một là: Cơ hội rõ ràng nhất mà EVFTA mang lại cho ngành dệt may phải nói đến chính là mức thuế quan. Trong vòng 5 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế quan với 77,3% kim ngạch xuất khẩu của ta, 22,7% kim ngạch còn lại sẽ được xóa bỏ sau 7 năm. Cam kết này của EU được đưa ra phù hợp với khả năng đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ "2 công đoạn" (từ vải trở đi) của ngành dệt may Việt Nam (tức là để được hưởng thuế quan ưu đãi theo Hiệp định EVFTA thì hàng dệt may của Việt Nam phải được làm từ vải có xuất xứ Việt Nam). Ngoài ra, EU cũng chấp nhận linh hoạt với quy tắc này như cộng gộp xuất xứ từ Hàn Quốc hay những nước mà cả ta và EU có FTA (như Nhật Bản và một số nước ASEAN).

Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh, ngay khi EVFTA chính thức có hiệu lực, dệt may sẽ là ngành hàng được hưởng lợi nhiều nhất, theo đó trong vòng 7 năm mức thuế hiện hành (15%) sẽ được xoá bỏ dần về 0%. Một điều đáng chú ý được Thứ trưởng Trần Quốc Khánh cho biết đó là, nếu như trong CPTPP quy tắc xuất xứ "từ sợi trở đi" được coi là thách thức với hàng dệt may thì tại EVFTA quy tắc này chỉ áp dụng từ vải. Tức là, vải áp dụng cho hàng dệt may xuất khẩu sang EU chỉ cần đáp ứng điều kiện sản xuất tại Việt Nam.

"Đặc biệt, đoàn đàm phán đã trao đổi để EU chấp nhận nguyên tắc "cộng gộp xuất xứ". Ví dụ như, EU đã có Hiệp định thương mại tự do với Hàn Quốc thì với vải nhập khẩu từ Hàn Quốc về Việt Nam may thành sản phẩm, xuất khẩu sang châu Âu vẫn được áp dụng ưu đãi từ EVFTA. Sắp tới, ưu đãi này cũng được vận dụng tương tự khi EU kí hiệp định với Nhật Bản", Thứ trưởng thông tin. Đối với một số mặt hàng dệt may đang được hưởng Chương trình Ưu đãi thuế quan phổ cập GSP với mức thuế 9%, Thứ trưởng Trần Quốc Khánh cho biết, những mặt hàng này sẽ tiếp tục hưởng mức thuế 9% cho đến hết thời hạn của GSP. Sau đó sẽ áp dụng theo EVFTA.

Hai là: EVFTA sẽ còn giúp hàng hóa của Việt Nam mở rộng thị phần tại các thị trường, gia tăng sức cạnh tranh cho ngành dệt may. Theo ông Trương Văn Cẩm, Phó chủ tịch Hiệp hội Dệt may Việt Nam, ngay từ thời điểm cuối năm 2018, đầu năm 2019, nhiều doanh nghiệp đã có đủ đơn hàng sản xuất cho hết tháng 9 và thậm chí cả năm. Đáng chú ý, dòng vốn đầu tư đổ vào ngành dệt may trong thời gian gần đây giúp dần hoàn chỉnh chuỗi cung ứng dệt may trong nước, từ đó tạo ra các sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao hơn. 6 tháng đầu năm 2019, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam ước đạt 18,1 tỷ USD, tăng 9,3% so với cùng kỳ 2018. Trong đó, xuất khẩu đi Mỹ ước

đạt 7,22 tỷ USD, tăng 11,7%; xuất khẩu đi EU đạt 2,56 tỷ USD, tăng 4,52%; Nhật Bản đạt 1,89 tỷ USD, tăng 5,20%; Hàn Quốc đạt 1,63 tỷ USD, tăng 4,6%; Trung Quốc đạt 2 tỷ USD, tăng 10,3%.

Có thể thấy, việc gia tăng xuất khẩu sang EU sẽ khó đến nhanh, nhưng khéo léo tận dụng các điều kiện về quy tắc xuất xứ để ưu đãi thuế, doanh nghiệp dệt may sẽ có thêm được động lực đầu tư, gia tăng xuất khẩu nhờ có thêm lợi nhuận. Điều quan trọng, phần lớn các nước xuất khẩu dệt may vào EU hiện nay đều chưa có FTA với EU do vậy nếu các doanh nghiệp Việt đáp ứng được yêu cầu về xuất xứ thì EVFTA mở ra cơ hội rất lớn cho xuất khẩu dệt may Việt Nam về dài hạn.

Thách thức cho ngành may mặc khi EVFTA có hiệu lực

Đứng trước một hiệp định mang ý nghĩa là mậu dịch tự do thế hệ mới của Việt Nam, chúng ta đã tổ chức rất nhiều các buổi hội thảo, tọa đàm bàn về vấn đề hiệp định này sẽ ảnh hưởng như thế nào đến ngành may mặc của nước ta. Qua đó, các chuyên gia phần lớn cho rằng dệt may là một ngành hàng xuất khẩu được kì vọng sẽ "thay da đổi thịt" nếu tận dụng được các cơ hội trên thị trường, chuỗi giá trị khi EVFTA có hiệu lực. Nhưng có một vấn đề đặt ra là làm sao để dệt may Việt Nam tận dụng được những ưu đãi thuế quan khi đi vào thị trường châu Âu. Đây được coi là một trong những câu hỏi khá khó đặt ra cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này.

Thứ nhất, thách thức lớn nhất đối với ngành dệt may hiện nay chính là các tiêu chuẩn về quy tắc xuất xứ cao của hiệp định EVFTA

Theo ông Stefan Moser, chuyên gia Dự án EU-MUTRAP, để đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ theo EVFTA, các sản phẩm XK từ EU phải đáp ứng yêu cầu vải sản xuất tại Việt Nam hoặc từ EU, hoặc từ một nước thứ 3 có đã có FTA với Việt Nam và EU. Tuy nhiên, tỉ lệ tận dụng quy tắc xuất xứ cộng gộp song phương (nhập khẩu vải từ EU về sản xuất rồi xuất khẩu thành phẩm sang EU) rất ít, vì vải của EU rất đắt và chi phí vận chuyển cao.

Sự thiếu hụt về nguồn cung nguyên liệu đang thực sự là một vấn đề đau đầu với cả doanh nghiệp và chính phủ. Dù đã có nhiều nỗ lực nhưng khoảng 90% nguồn phụ liệu của ta đang nhập khẩu từ các nguồn không phải là thành viên của EVFTA và không được hưởng ưu đãi cộng gộp từ hiệp định.

Bàn luận về vấn đề này, cổng thông tin điện tử chính phủ đã tổ chức tọa đàm trực tuyến ngày 2/8 với chủ đề "ngành dệt may Việt Nam trước thách thức và cơ hội từ thị

trường châu Âu". Tại buổi tọa đàm, ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch Hiệp hội Dệt may Việt Nam cho rằng ngành dệt may đang gặp phải một nút thắt về nguồn cung thiếu hụt, nếu giải quyết theo cách là nhập khẩu vải từ một nước thứ 3 đã có FTA là Hàn Quốc hay Nhật Bản thì chúng ta cũng không tận dụng được tối đa lợi thế từ hiệp định này. Đây được cho là một vấn đề khó khăn nhất mà các doanh nghiệp cần tập trung thay đổi nguồn cung trước khi hiệp định có hiệu lực.

Thứ hai, khó khăn trong vấn đề cạnh tranh về giá

Cũng tại buổi tọa đàm ông Vũ Đức Giang nói: sự cạnh tranh cực kì khắc nghiệt, trong đó có vấn đề liên quan đến giá. Sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam đang đứng thứ 3 sau Trung Quốc và Ấn Độ, nhưng có một số nước khác đang bám đuổi sát phía sau. Tuy tận dụng được nguồn lao động giá rẻ nhưng về trang thiết bị, máy móc thì lạc hậu nên chi phí vận hành sản xuất vẫn cao, do đó làm cho giá thành sản phẩm của Việt Nam luôn cao hơn các nước khác, vì vậy làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng may mặc VIệt Nam.

Thứ ba, việc khan hiếm lao động cũng là một thách thức không nhỏ đối với ngành dệt may. Khi các doanh nghiệp nước ngoài ồ ạt đổ vào thị trường Việt Nam để tận dụng lợi thế về thuế xuất khẩu, thì sẽ tạo ra sự khan hiếm lao động, gây khó khăn cho hoạt động sản xuất nếu không tuyển được nhân viên mới và có thu nhập cao.

Khi EVFTA có hiệu lực thì những ưu đãi mà hiệp định mang đến lợi ích vô cùng lớn cho doanh nghiệp, chính vì vậy mà dòng vốn đầu tư vào lĩnh vực này sẽ ngày càng nhiều, gây khó khăn hơn cho các nhà tuyển dụng trong việc tuyển lao động.

Thứ tư, các doanh nghiệp hoạt động trong ngành may mặc còn nhỏ và vừa, trang thiết bị còn lạc hậu, vẫn chủ yếu là thâm dụng lao động sống trong quá trình sản xuất.

Theo bà Nguyễn Thị Thu Trang - Giám đốc Trung tâm WTO tại Việt Nam, EU là thị trường cực kỳ lớn và vô cung hấp dẫn cho ngành dệt may, nhưng đồng thời cũng là một thị trường vô cùng khó tính. Do vậy, sẽ là khó cho các doanh nghiệp may mặc nhỏ và vừa của Việt Nam có thể tiếp cận, đáp ứng được sự đa dạng về sản phẩm, cũng như chất lượng sản phẩm của thị trường này.

Giải pháp giúp cho các doanh nghiệp tháo gỡ các thách thức khi EVFTA có hiệu lực

Thứ nhất, để giải quyết các vấn đề về nguồn cung của ngành may mặc khi EVFTA có hiệu lực, thì trong thời gian tới sản xuất vải sẽ phải là một ngành được ưu

tiên và phải được các doanh nghiệp đặc biệt quan tâm, chú trọng, vì nguyên tắc xuất xứ cao nên các doanh nghiệp sản xuất vải sẽ phải nỗ lực thực sự để bù đắp vào lượng vải mà các doanh nghiệp Việt Nam đã nhập khẩu từ nước ngoài. Qua đó giúp cho các sản phẩm may mặc được hưởng những ưu đãi thuế quan từ hiệp định.

Thứ hai, để khắc phục các thách thức về giá, để nâng cao năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp thúc đẩy phát triển những lợi thế của doanh nghiệp, đồng thời thay đổi chiến lược kinh doanh từ trước đến nay nhằm mục đích đưa chi phí để tạo ra sản phẩm về nhỏ nhất, qua đó nâng cao được lợi nhuận cho doanh nghiệp. Quan trọng hơn hết là giúp cho doanh nghiệp tồn tại được trên thị trường và tận dụng tốt nhất cơ hội của EVFTA mang lại, theo Vụ trưởng Vụ chính sách thương mại đa biên - Lương Hoàng Thái.

Thứ ba, do sự thu hút của hiệp định thương mại EVFTA nên số lượng các doanh nghiệp ngành may mặc đã chủ động đầu tư vào Việt Nam, vì vậy nên sự khan hiếm về người lao động là một vấn đề khó. Để giải quyết vấn đề này thì các doanh nghiệp cần có một chế độ đãi ngộ nhân viên để giữ chân các bạn nhân viên.

Thứ tư*,* để giải quyết vấn đề về lao động, các doanh nghiệp cần thành lập được chuỗi cung ứng bền vững, có sự liên kết giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chính phủ cần hoạch định chiến lược phát triển các khu công nghiệp, có sự chỉ đạo thông suốt về chính sách từ trung ương đến địa phương, nhằm thành lập một môi trường kinh doanh ổn định và phát triển bền vững.

Bất cứ vấn đề nào cũng có hai mặt của nó, điều quan trọng là các doanh nghiệp có sẵn sàng thay đổi và tìm kiếm nguồn thị trường để tận dụng cơ hội cũng như giải quyết các thách thức này không.

Tài liệu tham khảo:

https://vtv.vn/kinh-te/thach-thuc-doi-voi-doanh-nghiep-det-may-truoc-hiep-dinh-evfta-20180719052505024.html

http://vietq.vn/nganh-det-may-can-giai-quyet-yeu-cau-ve-xuat-xu-nguyen-lieu-khi-tham-gia-evfta-d162190.html

Nội dung hiệp định EVFTA

Cơ hội và thách thức từ CPTPP đối với ngành chăn nuôi của Việt Nam

Đoàn Thanh Huyền - CQ55/21.06.CLC
Bùi Thị Tuyết Trang - CQ55/21.06.CLC

CPTPP là gì và lợi ích khi tham gia CPTPP?

CPTPP là tên viết tắt của Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership**,** hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương, là một hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, không chỉ đề cập tới các lĩnh vực truyền thống như cắt giảm thuế quan đối với hàng hóa, mở cửa thị trường dịch vụ, sở hữu trí tuệ, hàng rào kỹ thuật liên quan đến thương mại... mà còn xử lý những vấn đề mới, phi truyền thống như lao động, môi trường, mua sắm của Chính phủ, doanh nghiệp nhà nước,… Ngoài ra, Hiệp định này đặt ra các yêu cầu và tiêu chuẩn cao về minh bạch hóa cũng như đưa ra cơ chế giải quyết tranh chấp có tính ràng buộc và chặt chẽ.

Riêng về mở cửa thị trường, các nước tham gia Hiệp định đồng ý xóa bỏ cho nhau gần như toàn bộ thuế nhập khẩu theo lộ trình; tự do hóa dịch vụ và đầu tư trên cơ sở tuân thủ pháp luật của nước sở tại, bảo đảm sự quản lý của Nhà nước; từ đó tạo ra cơ hội kinh doanh mới cho doanh nghiệp và lợi ích mới cho người tiêu dùng của các nước thành viên.

➢ *Lợi ích khi tham gia CPTPP*

- Tạo một môi trường kinh tế mới, nhiều ngành sẽ có điều kiện phát triển.

- Thúc đẩy quan hệ đối tác, thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các nước.

- Thông qua hiệp định sẽ giúp đảm bảo tối đa quyền lợi của doanh nghiệp các nước thành viên.

- Tham gia vào chuỗi giá trị hàng hóa của các nước thành viên.

- CPTPP giúp giảm rào cản thuế quan giữa các nền kinh tế.

CPTPP sẽ mang tới những cơ hội và thách thức nào đối với ngành chăn nuôi của Việt Nam?

CPTPP sẽ mang lại những cơ hội cho nền kinh tế, cũng như đem lại cho ngành chăn nuôi nhiều cơ hội:

- CPTPP sẽ tạo cơ hội cho ngành chăn nuôi Việt Nam dễ dàng tiếp cận các công nghệ chăn nuôi hiện đại, từ con giống, thức ăn, trang thiết bị đến kinh nghiệm quản lý và quản trị doanh nghiệp của các nước tham gia hiệp định.

- Thị trường nông nghiệp Việt Nam khá hấp dẫn, vì vậy, khi tham gia CPTPP sẽ thu hút nhiều doanh nghiệp nước ngoài đầu tư công nghệ cao về lĩnh vực con giống, thức ăn, thiết bị chuồng trại, chế biến giết mổ.

- Khi tham gia CPTPP, Việt Nam có cơ hội để mở rộng thị trường xuất khẩu sản phẩm thịt, trứng, sữa… do hoạt động mua cổ phần, mua bán sáp nhập sẽ diễn ra mạnh mẽ.

- CPTPP giúp cho ngành chăn nuôi tái cơ cấu mạnh mẽ để thích nghi với xu hướng tiêu dùng mới, các sản phẩm vốn là thế mạnh của Việt Nam như: Thịt lợn đen, lợn Móng Cái, gà ri, gà Mía lai ri… sẽ dễ dàng được xuất khẩu nếu đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật và chất lượng.

Từ đây, Việt Nam sẽ hạn chế được sự phụ thuộc vào một khu vực, có thể tham gia chuỗi giá trị trong nội khối và toàn cầu về sản xuất con giống, sữa và thiết bị chăn nuôi.

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội lớn, khi tham gia CPTPP, do sức cạnh tranh chưa đủ mạnh, nhất là đối với các sản phẩm thịt lợn, thịt bò và sữa, ngành chăn nuôi của Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức:

***Thứ nhất*,** do chi phí sản xuất của ngành chăn nuôi ở nước ta vẫn ở mức cao so với các nước phát triển. Giá cao, không có sự đồng bộ từ chăn nuôi đến giết mổ, khâu chế biến còn yếu và chưa làm chủ được thị trường

***Thứ hai*,** khi CPTPP có hiệu lực, với thuế suất 0% thì các sản phẩm của những nước có thế mạnh về chăn nuôi như: Australia, Nhật Bản, Canada… sẽ ồ ạt vào Việt Nam với giá rất cạnh tranh. Điều này sẽ là thách thức đối với ngành chăn nuôi trong nước nếu không vượt qua được hàng rào kĩ thuật, giá thành thì dù thuế suất nhập khẩu của các thị trường tham gia CPTPP bằng 0%, sản phẩm của ngành chăn nuôi Việt Nam cũng không thể tiếp cận, mở rộng thị trường khi phải cạnh tranh trong sân chơi lớn.

***Thứ ba*,** khi tham gia CPTPP, chất lượng và an toàn thực phẩm do các yêu cầu "nghiêm ngặt" từ các thành viên tham gia Hiệp định cũng là một thách thức đối với ngành chăn nuôi nước ta khi công nghệ chế biến bảo quản thịt sau giết mổ còn yếu, dịch bệnh chưa được giải quyết triệt để, các phương tiện vận chuyển thịt sau giết mổ

và các quầy bán thịt, sản phẩm chăn nuôi tại chợ đa số chưa đạt yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm.

Những yêu cầu đặt ra đối với ngành chăn nuôi trước sự hội nhập CPTPP của Việt Nam:

Đứng trước sự thay đổi không ngừng của thị trường, cũng như những đòi hỏi khi tham gia CPTPP, ngành chăn nuôi của Việt Nam nói riêng và các ngành kinh tế nói chung cần phải chủ động, nắm bắt cụ thể hiệp định trên nhiều phương diện khác nhau:

Một là, nắm bắt được các thông tin cụ thể từ Hiệp định.

Đây là điều kiện tất yếu đối với cộng đồng các doanh nghiệp, người chăn nuôi trong ngành chăn nuôi ở Việt Nam. Trong một sân chơi lớn đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc, việc nắm bắt chính xác thông tin, yêu cầu của hiệp định khi tham gia sẽ giúp cho ngành chăn nuôi có định hướng phát triển rõ ràng. Các doanh nghiệp và người chăn nuôi phải biết kết nối để tận dụng lợi thế và việc hiểu rõ pháp luật quốc tế về các thay đổi chính sách tương ứng, nắm bắt thông tin, nâng cao năng lực, quản trị kinh doanh và cả năng lực pháp lý để tự bảo vệ mình khi mà các doanh nghiệp chăn nuôi và người nông dân Việt sẽ bị cạnh tranh gay gắt hơn ngay trên chính "sân nhà" khi tham gia hiệp định.

Hai là, cần rà soát tổng thể, đồng bộ phát triển chăn nuôi gắn với giết mổ và chế biến; đẩy mạnh cải cách và đơn giản hóa thủ tục hành chính trong xuất nhập khẩu giống, vật tư chăn nuôi, bãi bỏ quy định danh mục giống vật nuôi được phép sản xuất kinh doanh; tạo sự liên thông giữa các bộ, ngành để nâng cao tính cạnh tranh; thúc đẩy kết nối và hợp tác giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước; đổi mới công tác quản lý ngành theo kiểu hành chính, tăng cường hậu kiểm thay vì tiền kiểm như hiện nay; rà soát, điều chỉnh các chính sách về đất đai, về đầu tư, về phát triển trang trại, chính sách thuế… để tận dụng những lợi thế của Hiệp định CPTPP.

Ba là, tổ chức lại sản xuất chăn nuôi theo các chuỗi liên kết từ cung cấp đầu vào cho sản xuất đến chế biến, tiêu thụ. Đây là giải pháp quan trọng để phát triển chăn nuôi bền vững. Cùng với đó, yếu tố quyết định để có sản phẩm chất lượng cao cần khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu, ứng dụng giống vật nuôi có năng suất và chất lượng tốt. Việt Nam phải xây dựng được vùng an toàn dịch bệnh để hướng tới xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi đạt tiêu chuẩn ra thị trường thế giới.

Bốn là, cần chủ động thay đổi tư duy quản lý và sản xuất, xây dựng chiến lược bài bản cho ngành chăn nuôi.

Khi hội nhập, tham gia vào CPTPP, tạo thị trường kinh tế mở tạo được nhiều cơ hội. Các sản phẩm chế biến của ngành chăn nuôi cũng ồ ạt vào Việt Nam, trong khi đó, các sản phẩm của nước ngoài rất đa dạng và phong phú, như vậy sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất trong nước. Do đó, bắt buộc các doanh nghiệp trong nước, người chăn nuôi phải thay đổi phương thức quản lý, cách chăn nuôi cũng như xây dựng một "chiến lược bài bản" để hội nhập.

Tóm lại, với thế mạnh về điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng phù hợp với nhiều loại vật nuôi cùng nguồn nhân lực dồi dào, người chăn nuôi và các doanh nghiệp cần nhìn nhận, nắm bắt được cả thách thức và cơ hội của CPTPP để có định hướng đúng cho ngành chăn nuôi và tận dụng tốt lợi thế CPTPP mang lại. Đồng thời, nỗ lực khắc phục khó khăn, ứng dụng khoa học, tận dụng cơ hội, đưa ngành chăn nuôi phát triển bền vững hơn trong bối cảnh hội nhập.

Tài liệu tham khảo:

https://www.baotintuc.vn/kinh-te/cptpp-co-hoi-va-thach-thuc-doi-voi-nganh-chan-nuoi-20180312183854224.htm

http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/10835-van-kien-hiep-dinh-cptpp

https://vtv.vn/van-de-hom-nay/cptpp-thach-thuc-cua-nganh-chan-nuoi-20181112234535541.htm

Thư giãn:

BỨC TRANH NHỎ GIẢN DỊ

Ông Robinson đến một cửa hàng bán tranh hiện đại, toàn những loại tranh thật cao siêu và đắt tiền. Xem mãi mà vẫn không cảm nhận được bức nào, cuối cùng ông tập trung thưởng thức một bức nhỏ không đề giá. Bức tranh hình vuông, màu trắng và có một chấm đen ở giữa khung kẹp bằng đồng. Nó tạo cho ông cảm giác nhẹ nhàng thanh khiết vì bố cục và màu sắc giản dị. Biết rằng tranh ở đây không rẻ, chần chừ mãi mới hội tụ nổi quyết tâm, ông hỏi người bán hàng:

- Bức tranh này bao nhiêu tiền?

- Thưa ông, đấy chỉ là cái công tắc điện thôi ạ!

Những cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp Việt Nam sau Hiệp định thương mại EVFTA

Tạ Thị Lan Phương - CQ56/32.04

Giữa bối cảnh Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng, hợp tác kinh tế với các quốc gia lớn, thị trường lớn trên thế giới như: Nga, Ấn Độ, Trung Quốc, Mỹ,... thì không thể không nhắc tới: EVFTA - Hiệp định cột mốc đánh dấu bước phát triển nhảy vọt sẽ có tác động rất lớn đến sự phát triển của nền kinh tế nước ta, tạo ra cú hích lớn thúc đẩy doanh nghiệp trong nước tiến tới thị trường trên thế giới.

EVFTA là hiệp định thương mại tự do Việt Nam và liên minh châu Âu - EU, là kết quả sau 9 năm đàm phán từ sự nỗ lực của cả 2 bên. EVFTA được coi là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo sự phát triển kinh tế, lợi ích đồng đều với cả hai bên với việc xóa bỏ hầu hết hàng rào thuế đối với các loại mặt hàng xuất khẩu của cả Việt Nam và các quốc gia trong liên minh châu Âu, cam kết sẽ mở cửa thị trường mạnh mẽ trong hiệp định EVFTA, giúp mở rộng thị trường đặc biệt là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như: dệt may, nông sản (gạo, đường, mật ong, rau củ quả..), thủy sản, giày da, thiết bị máy móc... Trước hàng loạt những điều khoản có lợi từ hiệp định EVFTA chính là những cơ hội vàng, là điểm tựa vững chắc cho các doanh nghiệp trong nước tiến tới chinh phục thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng EU và trên thế giới.

Những cơ hội lớn của các doanh nghiệp Việt Nam đối với những sản phẩm xuất khẩu

***Thứ nhất*,** tăng khả năng xuất khẩu và cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường rộng lớn EU. Với việc gần như toàn bộ 100% biểu thuế và kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ hoàn toàn như tôm từ mức thuế cơ bản là 20% giảm xuống 0% hay nhiều những sản phẩm chế biến đang ở mức thuế khá cao (20%) cũng được giảm xuống ngay 0%. Điều này tạo ra ưu thế cạnh tranh rất lớn về giá cả cũng như chất lượng các mặt hàng của Việt Nam so với các đối thủ chưa có FTA như Ấn Độ, Thái Lan. Ngoài những mặt hàng chế biến, dệt may là mặt

hàng xuất khẩu mũi nhọn thì các sản phẩm khác như hoa quả cũng đầy tiềm năng và đang ngày càng khẳng định được vị thế, hương vị riêng đặc trưng như: dừa xiêm, sầu riêng…

***Thứ hai*,** tạo bước đà tiến tới những thị trường lớn khác trên thế giới. EU đã và đang là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Mỹ. Thị trường này luôn chiếm trên 17%-18% tổng giá trị xuất khẩu trên các thị trường thế giới. Với việc chinh phục thành công thị trường đầy tiềm năng và khó tính này khẳng định được chất lượng sản phẩm, tạo được thương hiệu của sản phẩm Việt. Đó sẽ là bước đệm vững chắc để quảng bá chất lượng sản phẩm từ Việt Nam trên thế giới, mở rộng vào những thị trường tiềm năng khác như: Mỹ, Nhật Bản, Ấn Độ…

***Thứ ba*,** về nhập khẩu, các doanh nghiệp cũng được lợi lớn từ nguồn nguyên liệu, hàng hóa chất lượng với mức giá cả hợp lý và ổn định từ EU đặc biệt các doanh nghiệp sẽ được tiếp cận với các thiết bị, máy móc, khoa học công nghệ hiện đại, từ đó nâng cao năng suất lao động và cải thiện chất lượng sản phẩm.

***Thứ tư*,** môi trường đầu tư cũng được mở rộng hơn, thu hút được sự quan tâm, đầu tư FDI từ EU, gia tăng nguồn vốn doanh nghiệp, cải thiện sản xuất mua trang thiết bị, máy móc phục vụ cho quá trình sản xuất, nâng cao năng suất lao động, được tiếp cận và học hỏi môi trường làm việc chuyên nghiệp, tiếp xúc với các chuyên gia thị trường… từ đó cải thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Bên cạnh những cơ hội rộng lớn mở ra đối với các doanh nghiệp Việt Nam thì cũng có những thách thức không hề nhỏ mà các doanh nghiệp trong nước cần phải vượt qua

***Thứ nhất*,** Hiệp định thương mại tự do hai chiều EVFTA bên cạnh hàng loạt các loại thuế xuất khẩu của Việt Nam được giảm thì các mặt hàng xuất xứ từ châu Âu sang nước ta cũng sẽ được giảm sâu xuống 0%. Điều này khiến cho các mặt hàng Việt phải cạnh tranh gay gắt trực tiếp ngay trên sân nhà với các thương hiệu lớn, chất lượng cao, đảm bảo và giá thành hợp lý từ các quốc gia châu Âu như cà phê, giày dép, các mặt hàng thời trang và một số những thức uống khác. Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ hai của EU tại ASEAN sau Singapore, nên càng có sức ảnh hưởng lớn đối với các doanh nghiệp châu Âu nhằm mở rộng và tìm kiếm thị trường mở và rộng như Việt Nam sẽ càng khiến cho sức ép cạnh tranh đè nặng lên các doanh nghiệp trong nước nếu không muốn tự mất đi vị thế sân nhà.

***Thứ hai*,** thách thức đến từ luật chơi quốc tế. Bên cạnh ưu thế cạnh tranh về giá cả thì chất lượng sản phẩm cũng phải dặt lên hàng đầu và với một thị trường EU rộng và khó tính như vậy đòi hỏi càng cao, nghiêm ngặt về chất lượng sản phẩm nguồn gốc rồi quy trình sản xuất nhất là những sản phẩm đông lạnh, thủy hải sản, quy trình bảo quản phải đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, quá trình kiểm dịch được kiểm tra gắt gao, phải thỏa mãn được các tiêu chí, yêu cầu quốc tế. Đây là một tình trạng thực tế rất lớn đối với các mặt hàng xuất khẩu khi các sản phẩm xuất đi với số lượng lớn nhưng lại bị trả về khi mà không thỏa mãn được các tiêu chí về thực phẩm, không đảm bảo đúng quy trình sản xuất, sử dụng một số loại hóa chất bảo quản không tốt cho sức khỏe…

***Thứ ba*,** các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chủ yếu là những doanh nghiệp vừa và nhỏ việc tiếp cận với thị trường lớn như EU và phải cạnh tranh trực tiếp với những ông lớn, những doanh nghiệp có thương hiệu, tên tuổi có lợi thế về thị trường. Nguồn vốn, trình độ quản lý, hạn chế nguồn nhân lực cũng là một trong những khó khăn cần phải vượt qua của các doanh nghiệp trong nước.

Một số những giải pháp đặt ra trước những khó khăn và thách thức trên

Về phía nhà nước

Thứ nhất, Nhà nước cần xác định các ngành xuất khẩu mũi nhọn và quy hoạch phát triển các ngành nông nghiệp, công nghiệp phụ trợ. Nên tập trung vào các ngành xuất khẩu như: dệt may, giày da, thủy hải sản và các sản phẩm chế biến khác.

Thứ hai, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng lao động, đáp ứng nhu cầu tuyển dụng của các doanh nghiệp. Cụ thể, đào tạo từ căn bản đến chuyên sâu các kiến thức chuyên ngành, đối với những ngành học đặc thù tạo điều kiện cho sinh viên thực tập và trải nghiệm thực tế, thường xuyên có những buổi học tập giao lưu với các đơn vị là các doanh nghiệp trong nước và quốc tế, tiếp cận với khoa học công nghệ cao hiện đại, tạo khả năng phản xạ và kỹ thuật xử lý công việc.

Về phía doanh nghiệp

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần phải không ngừng học hỏi, áp dụng những thành tựu khoa học kĩ thuật, áp dụng khoa học công nghệ cao trong quá trình sản xuất, cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Thứ hai, tăng cường hợp tác, chú trọng liên kết chuỗi để nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Cùng với đó là minh bạch trong việc sản xuất, bảo đảm chất lượng an sản phẩm tạo dựng sự tin tưởng đối với khách hàng trong nước và quốc tế.

Thứ ba, các doanh nghiệp nên tận dụng tối đa những nguồn lực và tài nguyên thiên nhiên, khí hậu, con người tạo ra những sản phẩm đặc trưng mang hương vị riêng mà chỉ có ở thương hiệu Việt. Ví dụ như trong năm gần đây có hàng loạt những trái dừa xiêm Bến Tre xuất khẩu sang những thị trường khó tính như Mỹ và rất được ưa chuộng tại đây, ngoài việc xuất khẩu nguyên trái dừa thì việc hoàn thiện sản phẩm như thuận tiện cho người tiêu dùng dễ mở, dễ sử dụng cũng cần được chú trọng như: dừa xiêm bật nắp…

Thứ tư, doanh nghiệp có chiến lược kế hoạch quảng bá sản phẩm hiệu quả, xây dựng thương hiệu tốt gắn với khách hàng phù hợp với nhu cầu thị trường. Thường xuyên nâng cao chất lượng, quy trình sản xuất và quản lý chặt chẽ hơn, cải tiến về mẫu mã, hình dáng, kích thước sao cho phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng.

Tài liệu tham khảo:

https://bnews.vn/-evfta-va-evipa-co-hoi-cho-doanh-nghiep-day-manh-xuat-khau/126793.html

http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/13448-viet-nam--eu-ky-evfta-thue-ve-0-nhung-det-may-giay-dep-trong-ngan-han-co-the-gap-bat-loi

Thư giãn:

HỎI ĐƯỜNG

Ông Hai (lúa) có người con trai đi học ở trên Xì Gòn. Một hôm ông lên thăm con trai, cả một đoạn đường từ dưới quê lên Xì Gòn ông đi xe khách nên ngồi một chỗ, đến bến xe ông đi xuống và đi sang bên kia đường đón xe ôm đến nhà trọ của con ông. Loay hoay mãi bên đường mà ko biết kêu xe ôm như thế nào? Không biết trên Xì Gòn kêu xe ôm có giống dưới quê mình ko ta? Nhìn xung quanh thấy có 2 người đàn ông cũng trạc tuổi đứng lề đường ông định lại hỏi thăm nhưng đúng lúc đó một người kêu lên:

- Ê..... 35 Nguyễn Bỉnh Khiêm....

Tự nhiên ông kia chạy xe lại đưa cho ông ta cái nón nữa rồi chở đi. Thấy vậy ông định hỏi thăm ông còn lại xem sao. Nhưng vừa định hỏi người này lại kêu lên:

- Ê ...Ê .... 42 Lý Tự Trọng.

Rồi cũng như người kia được đưa 1 cái nón đội rồi được chở đi.

Ông Hai: Ah!!!! Thì ra ở Xì Gòn người ta kêu xe ôm như vậy! Nói tuổi trước rồi nói tên sau là đi... có vậy mà mình cũng không biết, ngu thật! Rồi ông nhìn bên kia đường thấy một người ngồi trên chiếc xe có dư một cái nón, ông ngoắc tay và kêu sang phía đường ông đứng:

- Ê.... 55 Nguyễn Văn Tèo.

- Xe ôm: !?!?

Nhựa - Mối nguy hại đến từ các cửa hàng đồ ăn nhanh

Đặng Minh Ngọc - CQ56/01.03

Câu chuyện phổ biến

Đồ dùng nhựa đã và sẽ tiếp tục là một phần không thể thiếu trong ngành ăn nhanh. Giá rẻ, tiện dụng và di động là những tính chất khiến đồ dùng nhựa được các cửa hàng ăn nhanh ưa chuộng. Thế nhưng, chính điều này đã khiến các cửa hàng ăn nhanh trở thành tác nhân chủ yếu trong vấn nạn ô nhiễm rác thải nhựa hiện nay.

Trong ngành kinh doanh nhà hàng nói chung và đồ ăn nhanh nói riêng, việc sử dụng đồ nhựa là điều tất yếu. Mặc dù nhựa là phát minh quan trọng của loài người, nhưng việc sử dụng đồ nhựa dùng một lần của các cửa hàng ăn nhanh gây ra những mối quan ngại thực sự. Hộp đựng thức ăn, đĩa, thìa, muỗng, cốc uống sữa sử dụng một lần là sự lựa chọn tối ưu cả trên phương diện chi phí và sự tiện lợi trong xã hội công nghiệp hối hả. Sự tiện dụng tưởng như tối đa ấy khiến người ta dễ quên đi những phiền toái hay hệ lụy mà nó có thể mang lại sau khi sử dụng.

Highlands Coffee là một trong những chuỗi thương hiệu đồ uống và cà phê đầu tiên tại thị trường Việt Nam, trước cả khi những "ông lớn" trong ngành F&B của nước ngoài đổ bộ vào. Thế nhưng khi tất cả những chuỗi cửa hàng đồ uống lớn nhỏ đều đang chung tay hưởng ứng xu hướng less plastic (cắt giảm đồ nhựa sửa dụng 1 lần) thì có vẻ như Highlands Coffee vẫn đứng ngoài cuộc với những chiến dịch truyền thông thiếu triệt để. Nếu đến bất kì cửa hàng nào của Highlands và order 1 phần đồ uống, bạn sẽ nhận được một combo bao gồm ống hút, ly, muỗng… đều bằng nhựa. Chưa kể, nếu bạn muốn mang đi thì sẽ được nhân viên "bonus" thêm một chiếc quai xách nilon nữa. Với hơn 200 cơ sở trải dài gần khắp cả nước, nhiều người thắc mắc lượng rác thải nhựa mà Highlands Coffee tiêu thụ mỗi ngày phải khổng lồ đến mức nào?

Tại Trung Quốc, các ứng dụng công nghệ gọi đồ ăn nhanh góp phần làm gia tăng mức độ và quy mô ô nhiễm rác thải nhựa. Dụng cụ ăn uống, túi nhựa và các loại bao bì đóng gói khác khiến cho lượng rác thải nhựa tăng lên không ngừng, trong khi năng lực xử lý rác thải không theo kịp. Theo một bài viết trên tờ NewYork Times, ngành công nghiệp đồ ăn mang đi ở Trung Quốc đã thải ra 1,6 triệu tấn bao bì vào năm 2017, gấp 9

lần so với năm 2015. Lượng rác thải bao gồm 1,2 triệu tấn hộp nhựa, 175.000 tấn đũa dùng 1 lần, 164.000 tấn túi nhựa và 44.000 tấn thìa nhựa. Chỉ riêng Meituan - ứng dụng gọi đồ ăn mang đi phổ biến ở Trung Quốc - giao 6,4 tỷ đơn hàng đồ ăn trong năm 2018, tăng gần 60% so với năm 2017.

Tại Anh Quốc, thói quen "vừa đi vừa ăn" thải ra gần 11 tỷ món đồ đóng gói hàng năm, phần lớn trong số đó không được tái chế. Theo một nghiên cứu gần đây của tổ chức bảo vệ môi trường Hubbub, người dân Anh mua đồ ăn mang đi và đồ ăn nhanh cho bữa trưa nhiều hơn so với 5 năm trước. Khảo sát của Hubbub với 1.200 người cho thấy, 76% số người được khảo sát sử dụng 1 hộp đựng bánh; 70% sử dụng 1 hộp đựng khoai tây chiên; 65% sử dụng 1 hộp đựng khăn giấy.

Hãng đồ ăn nhanh lớn nhất trên thế giới tính theo doanh thu, McDonald's có hơn 37.000 cửa hàng ở hơn 100 quốc gia trên thế giới. Hãng tạo ra lượng rác thải khổng lồ từ đồ ăn dư thừa và bao bì đóng gói. Theo thống kê của Hội đồng Bảo vệ tài nguyên thiên nhiên (NRDC) - một tổ chức phi chính phủ có trụ sở tại New York - chỉ khoảng 14% lượng bao bì đóng gói bằng nhựa được tái chế và các bao bì dùng cho đồ ăn, đồ uống sử dụng 1 lần chiếm phần lớn trong tổng 269.000 tấn rác thải nhựa ô nhiễm trong các đại dương.

Còn ở tại Việt Nam, nước ta lọt top 5 quốc gia "đóng góp" rác thải nhựa ra đại dương nhiều nhất. Theo nghiên cứu do tạp chí Science công bố năm 2015, Việt Nam đứng thứ 4 trong số 5 quốc gia có lượng rác thải nhựa lớn nhất, góp phần tạo ra 8 triệu tấn rác thải nhựa đổ vào các đại dương trên toàn thế giới mỗi năm.

Từng bước hạn chế

Trong khi chưa thể ngăn chặn hoàn toàn việc sử dụng đồ dùng nhựa sử dụng một lần, việc từng bước hạn chế thói quen này là bước đi hợp lý và cần thiết.

Hiện nay trên các kênh truyền thông của nước nhà đã và đang tổ chức nhiều chiến dịch về nhựa để góp phần bảo vệ môi trường phần nào. Điển hình như "Cuộc chiến trộm nhựa" - cuộc chiến kéo dài 30 ngày được Kẻ Trộm Nhựa phát động mang tên #19020challenge. 190 to 0 là hành trình những Kẻ Trộm Nhựa kêu gọi mọi người từ giảm thiểu rác nhựa tự 190gr/ngày thành con số 0. Nằm lòng con số 19020, chúng ta có chung một mục tiêu: Xóa bỏ thói quen dùng đồ nhựa bừa bãi trong cuộc sống hằng ngày.

Theo một khảo sát của Marketing Week, 92,4% cộng đồng tiêu dùng người Anh đều tỏ ra hào hứng khi các thương hiệu tung ra mặt hàng thay thế đồ nhựa. Trong số đó, phần lớn cho biết sẽ mua nếu giá cả hợp lý và tiện lợi, chỉ có 14,6% sẽ lựa chọn và không quan tâm vấn đề khác.

Cuộc chiến với rác thải nhựa đã và đang đặt ra những thách thức lớn cho các cửa hàng và doanh nghiệp F&B. Một mặt, họ nỗ lực để cắt giảm nhựa trong sản xuất và tiêu dùng, mặt khác, phải đấu tranh để thuyết phục khách hàng thay đổi lựa chọn. Tuy nhiên, nếu sản phẩm thân thiện môi trường mà gây tốn kém và khó thích nghi thì không thể tạo ra thói quen tiêu dùng lâu bền cho khách hàng.

Chính vì thế, để tìm cách tạo thói quen tiêu dùng bền vững, thương hiệu cần đảm bảo giá thành và khả năng tiếp cận phù hợp với các vị "thượng đế".

Tài liệu tham khảo:

Báo "Tuổi trẻ online": Dịch vụ đặt đồ ăn trực tuyến nở rộ khiến Trung Quốc ngập rác nhựa (2019). https://tuoitre.vn/dich-vu-dat-do-an-truc-tuyen-no-ro-khien-trung-quoc-ngap-rac-nhua-20190531102808552.htm

Hồ sơ Sự kiện "Chuyên san của Tạp chí Cộng sản": Số 402 (10/7/2019).

Các số liệu thực tế được tham khảo từ các kênh thời sự truyền thông và các chương trình truyền hình VTV.

Thư giãn:

BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Một gã trẻ tuổi gặp một ông già, huênh hoang muốn khoe trình độ mình hơn người, gã bèn rủ:

- Tôi với ông so kiến thức bằng cách đố nhau nhé!

Ông già đắn đo, gã bèn đặt thêm điều kiện:

- Nếu thắng ông được 10 đồng, nếu thua ông chỉ mất 1 đồng thôi!

- Nhất trí, anh đố trước đi.

- Thế tay nào lên vũ trụ đầu tiên?

Ông già không trả lời, lẳng lặng rút tờ 1 đồng trả cho gã trẻ tuổi. Được thể, hắn hỏi tiếp:

- Thế ai phát minh ra định luật bảo toàn khối lượng?

- Chịu. Lại 1 tờ nữa.

- Thôi, anh đố nhiều rồi. Để tôi đố anh 1 câu được không?

- Đồng ý!

- Con gì lên đồi bằng 2 chân, còn xuống đồi bằng 3 chân?

Sau một hồi lâu suy nghĩ, gã thanh niên quyết định rút tờ 10 đồng ra, đưa cho đối thủ và hỏi lại:

- Không biết! Thế con gì đấy hả ông?

Ông già lẳng lặng rút tiếp tờ 1 đồng đưa cho gã trẻ.

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 10/2019

Chịu trách nhiệm xuất bản
NGUYỄN ĐÌNH CẨN

Chịu trách nhiệm nội dung
NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Tham gia biên tập số này:

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

Trình bày và thực hiện
BAN QUẢN LÝ KHOA HỌC

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng