

DOANH NHÂN

BÀ ĐĂNG THANH HẰNG

CHỦ TỊCH HĐQT THANH HẰNG CORPORATION:

"CHỈ KHI LÀM THẬT, NÓI THẬT, CHÚNG TA MỚI ĐƯỢC NHẬN NHỮNG THÀNH QUẢ THẬT" (ẢNH BIA)

VIETNAM'S PREMIUM BIWEEKLY
BUSINESS MAGAZINE

SỐ 192
1/11/2015

**NỖI LO ĐẰNG SAU
NHỮNG CON SỐ
THỐNG KÊ**

**NGÔI SAO MỚI
TRONG LĨNH VỰC
HẠ TẦNG**

**THỜI NAM CHÂM
HÚT VỐN
BẤT ĐỘNG SẢN**

**ĐÁNH ĐÔNG DẸP BẮC,
CHI BẢNG LO
SÂN NHÀ TRƯỚC**

**DOANH NGHIỆP
THỨC ĂN CHĂN NUÔI NỘI
PHẢN CÔNG**



Đặt mua phiên bản điện tử,
scan bằng smartphone
www.zinio.com/vn/doanhnhân
Giá: 15.000 VNĐ

“Biệt thự trao tay Nhận ngay tổ ấm”

BÀN GIAO BIỆT THỰ HOÀN THIỆN ĐẦY ĐỦ NỘI THẤT TỪ THÁNG 10/2015 (*)



CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI DÀNH CHO NHỮNG KHÁCH HÀNG ĐẦU TIÊN:

- Tài chính linh hoạt dành cho khách hàng có nhu cầu về ở ngay: Hỗ trợ vay vốn lên tới **70% giá trị biệt thự** với **lãi suất 0%** trong vòng **12 đến 24 tháng**.
- Cơ hội đầu tư dành cho khách hàng chưa về ở ngay: Tham gia **chương trình đảm bảo tiền thuê** với **tổng giá trị sinh lời lên tới 4 tỷ đồng** trong 2 năm.

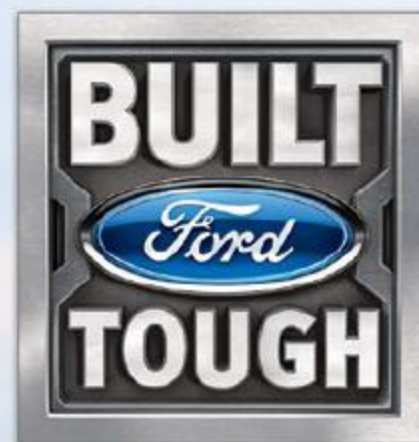
Sở hữu biệt thự Vinhomes Riverside, bạn sẽ sở hữu cả một không gian sống xanh, ấn tượng và những tiện ích đỉnh cao cho một cuộc sống hoàn hảo và tương lai thịnh vượng.

(*) Hotline: **1800 1221**

KĐT sinh thái Vinhomes Riverside, Long Biên, Hà Nội
www.vinhomes.vn



KHÓ KHĂN? CÓ LÙI BƯỚC? KHÔNG FORD RANGER MỚI CHINH PHỤC CẢ THẾ GIỚI



**KHÓA VISAI
CỬA SAU ĐIỆN**



**LỢI NƯỚC VÔ ĐỊCH
800mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ 2**



**HỆ THỐNG CẢNH BÁO VÀ CHẠM
BẰNG ÂM THANH, HÌNH ẢNH**



Go Further

ford.com.vn

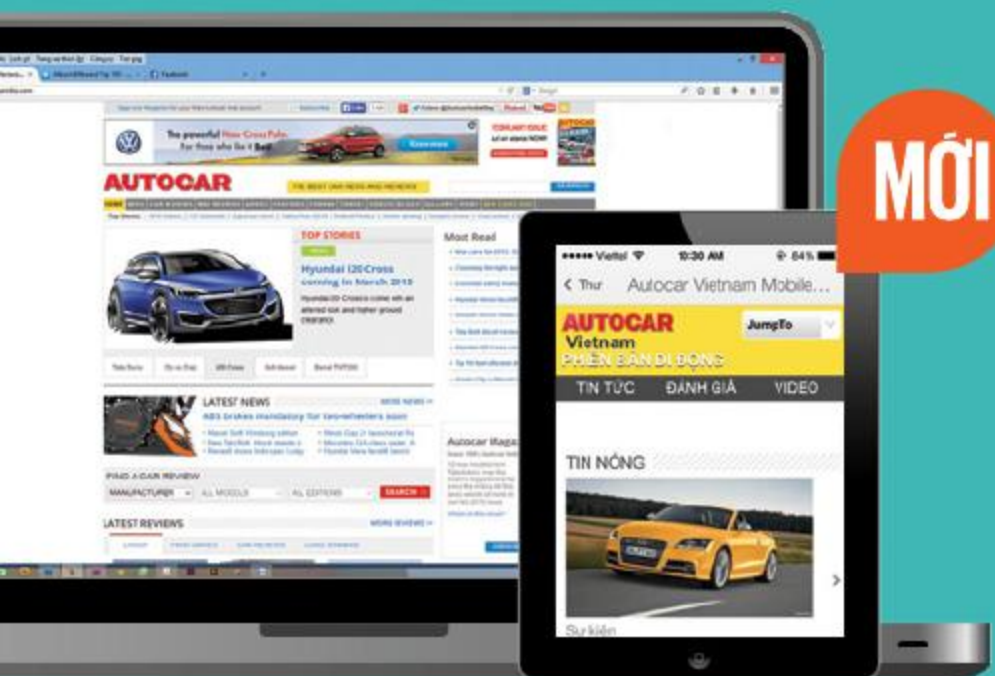
• **ANDO FORD:** 41 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MY DINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957515 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANHQUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 039.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999 • **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626 • **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454 • **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.3818458 • **SAIGON FORD PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM. Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.36776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô TTC – Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13 Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381 **☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

AUTOCAR
VIETNAM

Hệ thống Online HOÀN TOÀN MỚI

- **Phiên bản nhượng quyền từ
AUTOCAR ANH QUỐC**
- **Chính thức hòa mạng tại
AUTOCARVIETNAM.COM**

- ✓ Thử và đánh giá tất cả các mẫu xe trong Roadtest
- ✓ "Hỏi Autocar bất cứ điều gì" trong Tư vấn
- ✓ Tiên phong với độ tin cậy cao nhất trong thông tin
- ✓ Xem video thử xe, và các bộ sưu tập ảnh
- ✓ Quyền lợi đặc biệt dành cho thành viên đăng ký
- ✓ Giao diện và ứng dụng trên di động, máy tính bảng



autocarvietnam.com

DOANH NHÂN

SỐ CUỐI TUẦN CỦA BÁO DIỄN ĐÀN DOANH NGHIỆP - VCCI

Tổng biên tập: Phạm Ngọc Tuấn

Phó Tổng biên tập: Lại Hợp Nhân

Phụ trách nội dung: Nguyễn Quý Lâm

Thư ký tòa soạn: Nguyễn Thành Trung, Phạm Nguyễn Thiên Thuý

Hợp tác với:

Câu lạc bộ Giám đốc Điều hành Việt Nam [Vietnam CEO Club]

Thiết kế: Le Media JSC

Mỹ thuật: Hà Phạm

Trình bày: Nguyễn Tuấn

Tòa soạn: Số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội

Điện thoại: [+4] 3577 1239 - Fax: [+4] 3574 2052

Văn phòng đại diện: Lầu 6, 171 Võ Thị Sáu, Quận 3, TP.HCM

Điện thoại: [+8] 3932 1702 - Fax: [+8] 3932 1704

Đại diện thương mại & đại lý quảng cáo độc quyền

LeMedia®

www.lemediavn.com

TP.HCM: Khu biệt thự Hà Đô, 766 Sư Vạn Hạnh, F12, Q10

Điện thoại: [+8] 3862 2127 - Fax: [+8] 3862 2449

Hà Nội: 162 Phương Liệt, Quận Thanh Xuân

Điện thoại: [+4] 3868 9568 - Fax: [+4] 3868 9569

Tổng giám đốc: Đinh Hồng Thắm

0908678580 - thamdh@lemediavn.com

Phụ trách quảng cáo [Sài Gòn]: Đỗ Thị Hoài Nhon

0903546014 - nhondth.sales@lemediavn.com

Phụ trách quảng cáo [Hà Nội]: Nguyễn Văn Khánh

0903546004 - khanhvn@lemediavn.com

Đặt báo dài hạn [Hà Nội]: Nguyễn Thu Hồng - 0904 645596 subs.hanoi@lemediavn.com

Đặt báo dài hạn [TP.HCM]: Trần Anh Thư - 0904 945596 subs.hcmc@lemediavn.com

Tổng Đại lý Phát hành

FIPP

LE MEDIA JSC là thành viên của FIPP

© Giữ bản quyền Doanh Nhân 2008. Nghiêm cấm in sao dưới mọi hình thức nếu không được phép bằng văn bản của cơ quan giữ bản quyền. Mọi trích dẫn phải nêu rõ nguồn: Báo Doanh Nhân - Số cuối tuần của báo Diễn Đàn Doanh Nghiệp.

Giấy phép xuất bản lần đầu số 1546/GP-BVHTT do Bộ Văn hóa - Thông tin cấp ngày 20/3/2001; Giấy phép sửa đổi bổ sung số 16/GP-SĐBS do Cục Báo chí, Bộ Văn hóa - Thông tin cấp ngày 1/4/2005; Giấy phép số 395/BC do Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 21/4/2008.

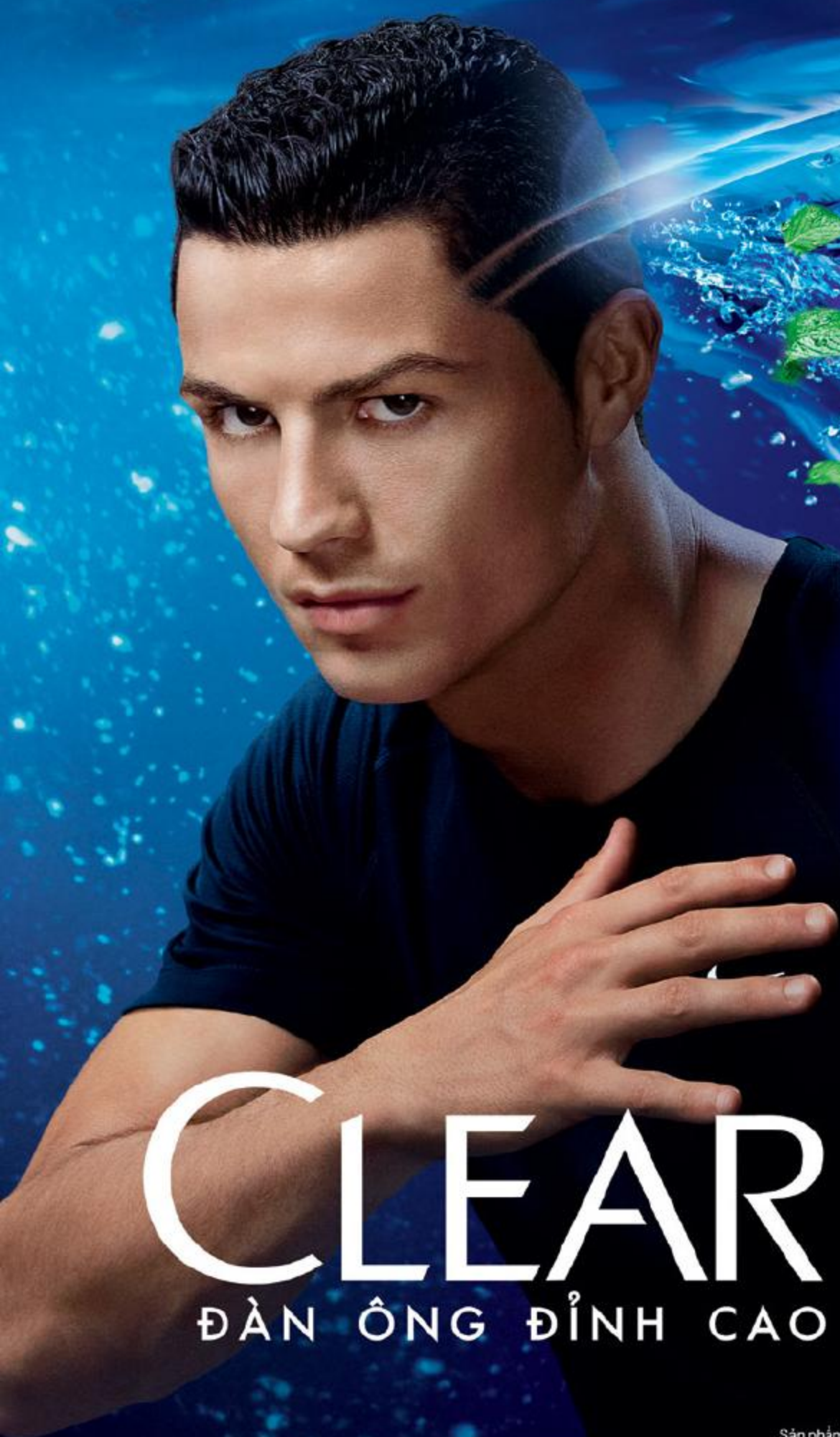
In tại Công ty TNHH MTV In - Thương mại Thông tấn xã Việt Nam.



20 NĂM
NÂNG TẦM
CUỘC SỐNG

KHÔNG CÒN GÀU*

LĂN XẢ HƠN, PHONG ĐỘ HƠN*



CLEAR MEN

ĐÀN ÔNG ĐỈNH CAO PHONG ĐỘ



Sản phẩm của công ty TNHH Quốc tế Unilever Việt Nam, Lô A2-3 KCN Tây Bắc Củ Chi, xã Tân An Hội, huyện Củ Chi, TP.HCM
Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: xxx/15/QCMP-HCM. Ngày nhận hồ sơ hợp lệ ghi trên phiếu tiếp nhận 25/3/15/QCMP-HCM

*Vẩy gàu nhìn thấy được, khi dùng thường xuyên

13

6,5%
61,3%

ĐẰNG SAU NHỮNG CON SỐ

Nếu chỉ thuần túy nhìn vào các con số thống kê, kinh tế Việt Nam đang có được những thành tựu đáng ghi nhận sau một thời gian dài tăng trưởng chậm. Nhưng đằng sau những con số thống kê đẹp đẽ đó lại chứa đựng không ít nỗi lo. Đó là nỗi lo về con số nợ xấu của hệ thống ngân hàng; nỗi lo về gánh nặng nợ công ngày càng gia tăng; nỗi lo về chất lượng tăng trưởng.

24



PHÂN CÔNG

Chỉ có 61 doanh nghiệp FDI, nhưng lại chiếm tới 59,15% thị phần thức ăn chăn nuôi, so với 40,85% thị phần còn lại do 138 doanh nghiệp trong nước nắm giữ. Trước tình trạng bị thua ngay trên sân nhà, các nhà sản xuất thức ăn chăn nuôi trong nước đang tiến hành chiến dịch "phân công" nhằm phá vỡ thế thượng phong của các doanh nghiệp nước ngoài. Liệu họ có làm nên chuyện?

30



LÀM THẬT ĐỂ HƯỞNG THÀNH QUẢ THẬT

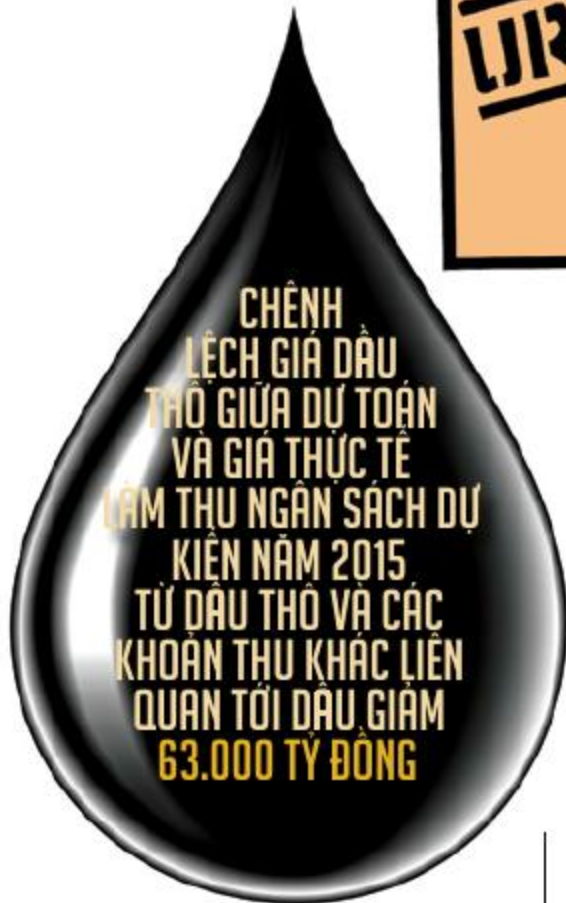
Khởi nghiệp từ một cửa hàng mỹ phẩm nhỏ ở Hà Nội, từ khi làm đẹp còn xa lạ với phụ nữ nước ta, sau 26 năm, Thanh Hằng Beauty Medi là điểm đến của hàng nghìn khách hàng mỗi tháng, trong đó có rất nhiều người thuộc giới "của công chúng". Bà chủ Đặng Thanh Hằng luôn tự tin mình "không có đối thủ"! Nhờ đâu bà có được thành công này sau nhiều năm lăn lộn trên thương trường?

35



CHƯA VỘI MỪNG?

Sự kỳ vọng, quan tâm của thị trường và giới đầu tư về quyết định mang tầm vi mô của Chính phủ, khi cho phép SCIC thoái vốn tại 10 doanh nghiệp nhà nước lớn đang gia tăng. Do đây là những doanh nghiệp quan trọng, được dư luận đặc biệt quan tâm nên chắc chắn SCIC sẽ phải thực hiện bán một cách minh bạch, đúng quy định, hướng đến việc đạt lợi ích cao nhất cho Nhà nước. Rõ ràng đây là áp lực không nhỏ với chính SCIC.



16 KINH TẾ VĨ MÔ

Giá dầu và nỗi lo ngân sách

Nguồn thu từ giá dầu giảm mạnh, nhưng tổng thu ngân sách năm 2015 vẫn tăng 7,4%. Tuy nhiên, Báo cáo thẩm tra của Ủy ban Kinh tế Quốc hội đã có những đánh giá thận trọng hơn với những nỗi lo "mang hình giọt dầu".



44 BẤT ĐỘNG SẢN

Thời nam châm hút vốn bất động sản

Với tham vọng biến khu Đông TP.HCM trở thành một "thời nam châm hút vốn bất động sản", chính quyền TP.HCM đã đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng nơi đây khá hoàn chỉnh. Theo tính toán sơ bộ, tính đến nay TP.HCM đã đổ vào đây lên tới 10 tỷ USD.

50 DỊCH VỤ GIAO HÀNG NHANH

Nhanh và nhanh hơn nữa

Cùng với tốc độ phát triển chóng mặt của thương mại điện tử, ngành dịch vụ giao hàng nhanh đang ngày càng phát triển mạnh mẽ. Chỉ tính riêng tại TP.HCM đã có gần 50 doanh nghiệp lớn, nhỏ tham gia thị trường này và con số này còn chưa dừng lại. Giao hàng đã nhanh, nay còn nhanh hơn!

58 CHUYỆN THƯƠNG HIỆU

Quảng cáo "khó thở" thời kỹ thuật số

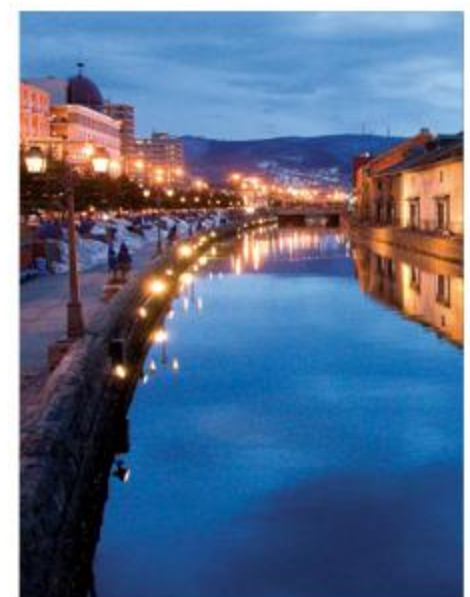
Người sử dụng các thiết bị kỹ thuật số hiện đang bị "bội thực", bởi mỗi ngày có khoảng 3.000 quảng cáo "nhảy" vào màn hình người xem. Chặn quảng cáo đã trở thành đề tài thời sự. Doanh nghiệp marketing sẽ phải có quyết sách nào?



48 LOGISTICS

Logistics Việt mãi không chịu lớn

Chiếm 25% GDP, tương đương 40 tỷ USD, ngành logistics được xem là "miếng bánh ngon". Tuy nhiên, đã nhiều năm nay lĩnh vực này chủ yếu do khối doanh nghiệp nước ngoài nắm giữ. Bao giờ doanh nghiệp logistics trong nước mới lớn lên?



61 DU LỊCH

Otaru thăm trầm và lãng mạn

Otaru - "bãi bồi phù sa của sông" - là một trong những trung tâm kinh tế, du lịch nổi tiếng ở bờ biển phía Tây của Nhật Bản. Một thành phố đẹp lung linh dưới ánh sáng của những ngọn đèn khi gas tại nơi được ví là Venice của Nhật Bản.

**ÔNG TRẦN KINH DOANH**

TỔNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI DI ĐỘNG (MWG)

BIẾT ĐÂU CHÚNG TÔI LẠI TẠO ĐƯỢC BẤT NGỜ VỚI MỘT SẢN PHẨM ĐẶC BIỆT?

T

hị phân bán lẻ hiện đại của ngành hàng thực phẩm và tạp hóa có rất nhiều tiềm năng. Những mặt hàng này tại Việt Nam chủ yếu tập trung ở các cửa hàng nhỏ lẻ, có tính tiện lợi cao. Do vậy, hướng đi của chuỗi cửa hàng Bách Hóa Xanh thuộc MWG có thể tóm tắt là “không sợ đụng hàng”, đặc biệt là tại các khu vực ngoại thành. Cụ thể, theo chiến lược của MWG, “tránh đụng hàng” có nghĩa là khi mở ra chuỗi cửa hàng, Bách Hóa Xanh không đối đầu với các chuỗi bán lẻ hiện đại như: Co.op Mart, Fivi Mart, Citi Mart hay Vinmart và các cửa hàng tiện lợi như Circle K, B's Mart, Shop & Go. Thay vào đó, chúng tôi nhắm đến khoảng trống rộng hơn là khách đang mua hàng tại các cửa hiệu tạp hóa và chợ truyền thống. Nhóm này đang chiếm đến 85% thị phần ngành hàng tiêu dùng thiết yếu tại nước ta.

Tôi cho rằng, trong lĩnh vực bán lẻ thực phẩm, nhu cầu thị trường vẫn rộng lớn và doanh nghiệp dù đến sau vẫn còn nhiều “đất” để triển khai chiến lược kinh doanh của mình. Điều quan trọng là doanh nghiệp chuẩn bị kỹ lưỡng tới đâu. Các cửa hàng của Bách Hóa Xanh sẽ không mở trên đường trục đường thương mại mà chủ yếu ở những con đường nhỏ, gần khu dân cư nhằm thay thế một phần vai trò chợ truyền thống và cửa hàng tạp hóa. Điểm mua hàng của Bách Hóa Xanh là nơi để khách hàng có thể mua nhanh, thanh toán nhanh

và có chủ đích sẵn từ trước. Đó cũng là lý do các cửa hàng này không trang bị máy lạnh, vì chúng tôi nghĩ khi tới đây, khách chỉ mất từ 10 - 15 phút cho một lần mua hàng chứ không kéo dài từ 1- 2 giờ như trong các siêu thị.

Thật ra, chúng tôi ý thức rất rõ việc mở chuỗi bán lẻ thực phẩm của MWG không phải là nghề tay trái, mà nó thuộc lĩnh vực kinh doanh bán lẻ của công ty. Có 3 yếu tố lớn nhất để đảm bảo cho MWG có thể đạt được thành công trong lĩnh vực này. Thứ nhất, phải có nguồn vốn dồi dào để mua sắm trang thiết bị, tìm kiếm, tổ chức nguồn hàng đảm bảo đạt chất lượng cao. Thứ hai, cần có công nghệ quản lý để quản trị nhân sự tốt, tăng năng suất lao động để hạ giá thành. Cuối cùng là yếu tố con người, phải có đội ngũ nhân viên giỏi, có văn hóa kinh doanh, ứng xử với khách hàng tốt...

Đến thời điểm này, MWG đang tự xây dựng khái niệm mới gắn liền với chuỗi cửa hàng Bách Hóa Xanh mới ra đời. Công ty chưa có bất cứ sự hợp tác hay thuê tư vấn từ đối tác nước ngoài nào. Là một công ty cổ phần đã niêm yết trên sàn chứng khoán, chúng tôi luôn ý thức đặt quyền lợi của đối tác, khách hàng, cổ đông là yếu tố quan trọng. Sau thời gian thử nghiệm mô hình kinh doanh này, nếu thấy không đạt hiệu quả như kỳ vọng công ty sẽ đóng cửa hẳn Bách Hóa Xanh.

Mọi ý tưởng kinh doanh mới mẻ của MWG có lẽ mở cũng chỉ xoay quanh trục bán lẻ. Mà bán lẻ thì còn nhiều sản phẩm nữa, biết đâu chúng tôi lại tạo được bất ngờ với một sản phẩm đặc biệt nào đó? Về cơ bản, MWG muốn thử sức mình: phải làm, phải thử mới biết được sức mình đến đâu và phải liên tục học hỏi từ thực tế thị trường, dựa trên kinh nghiệm đã tích lũy lần yếu tố kinh doanh sáng tạo. **DN**



VỚI BÁCH HÓA XANH, KHÁCH CHỈ MẤT TỪ 10 - 15 PHÚT CHO MỘT LẦN MUA HÀNG CHƯA KHÔNG KÉO DÀI NHƯ TRONG CÁC SIÊU THỊ

Ảnh: V.D

DOANH NHÂN

Hội thảo nhận sự 2016

VỮ KHÍ TỐI ƯU TRONG CUỘC CHIẾN THU HÚT GIỮ CHÂN NHÂN TÀI

Địa điểm tổ chức: Khách sạn Novotel Saigon Centre

Thời gian: 8 - 12g, ngày 15/12/2015

Liên hệ tài trợ:

Hoài Nhơn: phone: 0918488873; email: nhondth.sales@lemediavn.com - Xuân Mai: phone: 0903546024; email: maidthx@lemediavn.com

Liên hệ đăng ký tham dự:

Tuyết Linh: phone: 0165 647 0089; email: linhltt@lemediavn.com

Bảo trợ thông tin

Đẹp
DẠNG

AUTOCAR
VITAL

Đẹp TV
Đẹp ONLINE
Dep.com.vn

Vietnam
MOBILE

Nhà tổ chức

DOANH NHÂN LeMedia LeBros.



TIN KINH DOANH

NHÀ KHANG ĐIỀN PHÁT HÀNH 900 TỶ ĐỒNG TRÁI PHIẾU ĐỂ HỢP TÁC VỚI SONG LẬP

Công ty cổ phần Đầu tư & Kinh doanh Nhà Khang Điền sẽ phát hành 900 tỷ đồng trái phiếu không chuyển đổi và có đảm bảo bằng tài sản, với mã là KDH_BOND2015. Thời gian phát hành dự kiến vào quý IV/2015. Việc phát hành này nhằm huy động vốn thực hiện hợp đồng hợp tác đầu tư với Công ty bất động sản Song Lập. Giá phát hành bằng mệnh giá 1 tỷ đồng/trái phiếu, kỳ hạn 4 năm. Trái phiếu có lãi suất cố định 12 kỳ tính lãi đầu tiên (12 tháng đầu) là 9%/năm. Các kỳ tính lãi sau được áp dụng lãi suất thả nổi, 3 tháng sẽ điều chỉnh 1 lần và được xác định theo nguyên tắc bằng tổng của lãi suất cơ sở cộng biên độ 4%/năm.

VD

VIETNAM AIRLINES ĐẠT MỨC LỢI NHUẬN 1.300 TỶ ĐỒNG

Tổng doanh thu hợp nhất của Vietnam Airlines 9 tháng đầu năm 2015 đạt gần 52.500 tỷ đồng, lợi nhuận hợp nhất trước thuế đạt trên 1.300 tỷ đồng, sau một năm tiến hành cổ phần hóa. Theo kế hoạch, hãng đặt mục tiêu vận chuyển 16,7 triệu lượt hành khách trong năm nay và tái cơ cấu nhân sự, với mục tiêu đến năm 2016 giảm nhân sự còn 6.500 người.

ĐL



NHNN CÔNG BỐ TĂNG TRƯỞNG TÍN DỤNG 8 THÁNG ĐẦU NĂM

Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã công bố tăng trưởng tín dụng 8 tháng đầu năm nay ở mức 10,2%, cao hơn so với mức ước tính ban đầu 8,03%. Các khoản vay ở khu vực nông nghiệp, xây dựng, vận tải, viễn thông và hoạt động dịch vụ khác tăng trưởng cao nhất với các tốc độ lần lượt là 11,15%; 11,71%; 13,5% và 15,9%. Trong bối cảnh lãi suất huy động thấp, tốc độ tăng trưởng tiền gửi của khách hàng chỉ tăng ở mức 7,7%, thấp hơn nhiều so với tăng trưởng tín dụng, tỷ lệ dư nợ trên vốn huy động thuần tăng từ mức 89% của cuối năm 2014 lên mức 91% chỉ sau 8 tháng đầu năm nay. Tuy nhiên, NHNN nhận định, thanh khoản trên toàn hệ thống hiện tại vẫn chưa đáng ngại.

Thành Trung

MWG: TĂNG TRƯỞNG DÀI HẠN PHỤ THUỘC VÀO CHUỖI BÁCH HÓA XANH

Công ty cổ phần tập đoàn Thế Giới Di Động (MWG) vừa tổ chức buổi gặp mặt nhà đầu tư để thông báo hướng phát triển của công ty trong 2 năm tới. Đáng lưu ý, bắt đầu từ năm 2017, tốc độ tăng trưởng của MWG sẽ phụ thuộc vào chuỗi cửa hàng mới, trong đó sẽ đến từ chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch (Bách hóa Xanh). MWG cho biết, họ sẽ giải ngân khoảng 50 tỷ đồng cho giai đoạn thử nghiệm với 50-80 cửa hàng trong vòng 12-18 tháng tới. Công ty sẽ tập trung vào các cửa hàng với diện tích từ 150-400 m², cung cấp khoảng 2.000 sản phẩm khác nhau với giá tương tự các siêu thị, mở cửa từ 6h sáng đến 9 hoặc 10h tối. Nếu thành công, MWG sẽ nhắm đến mục tiêu 10% thị phần toàn thị trường.

Song Thanh

QUỸ VINALAND ĐÓNG CỬA THU VỀ 275 TRIỆU USD

Quỹ VinaLand (VNL), một quỹ đầu tư bất động sản thuộc VinaCapital sẽ đóng cửa vào tháng 11/2015, đặt mục tiêu đến tháng 5/2016 sẽ thoái hết vốn thu về 275 triệu USD, trong đó trả lại cho nhà đầu tư khoảng 115 triệu USD. Đến nay, VNL đã thực hiện thoái vốn được 70,8 triệu USD. Tới thời điểm tháng 11/2015, VNL kỳ vọng sẽ thoái vốn xong 110 triệu USD và trả cho nhà đầu tư 45 triệu USD. VNL tin rằng thị trường bất động sản đang phục hồi tốt nên việc thoái hết vốn sẽ hoàn tất sớm. Mặt khác, các danh mục đầu tư mà VNL đang nắm giữ đều có giá trị tốt và tình thanh khoản cao trên thị trường. VNL hiện đầu tư khoảng 25 dự án từ Bắc đến Nam. Thành lập vào tháng 3/2006, tính đến 31/08/2015, giá trị tài sản ròng của VNL ở mức 386 triệu USD, tương đương 0,9 USD/chứng chỉ quỹ. Giá chứng chỉ quỹ VNL chiết khấu khoảng 41%, ở mức 0,53 USD/chứng chỉ quỹ.

Minh Phương





CARGILL SẼ MỞ NHÀ MÁY THỨC ĂN CHĂN NUÔI THỨ 11 TẠI VIỆT NAM

Công ty Cargill Việt Nam cho biết, đơn vị này sẽ tiếp tục mở nhà máy thức ăn chăn nuôi gia súc thứ 11 tại Việt Nam trong năm 2016. Trong 10 nhà máy của Cargill tại Việt Nam thì có đến 8 nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi, sản xuất hơn 1 triệu tấn thức ăn chăn nuôi trong năm 2015. Hiện nay, Cargill Việt Nam hoạt động trong bốn ngành hàng: dinh dưỡng vật nuôi, chuỗi cung cấp ngũ cốc và hạt có dầu, kinh doanh sắt thép và kinh doanh nguyên liệu thực phẩm. Dự kiến, trong năm 2016, Cargill sẽ khánh thành nhà máy sản xuất thức ăn gia súc thứ 9 tại Nghệ An. Công ty cũng đầu tư thêm 7 triệu USD để mở rộng nhà máy tại Đồng Tháp nhằm tăng cường mảng thức ăn thủy sản, nâng tổng vốn đầu tư tại nhà máy này lên khoảng 14 triệu USD. Dự kiến, nhà máy mới này của Cargill Việt Nam sẽ khánh thành vào tháng 12/2015, cung cấp khoảng 9.000 – 10.000 tấn thức ăn thủy sản/tháng.

LD

TỒN KHO BẤT ĐỘNG SẢN GIẢM HƠN MỘT NỬA SAU 2 NĂM

Hiệp hội Bất động sản Việt Nam vừa cho biết, tổng lượng tồn kho toàn thị trường tiếp tục giảm mạnh. Tại Hà Nội, tính chung 9 tháng, có khoảng 5.300 giao dịch, tăng 70% so với cùng kỳ năm trước. Tại TP.HCM, tính đến hết quý 3, toàn thành phố có khoảng 5.100 giao dịch thành công, tăng gấp đôi cùng kỳ 2014. Nhờ vậy, tổng giá trị tồn kho bất động sản đến hết tháng 9/2015 chỉ còn khoảng 59.395 tỷ đồng, giảm hơn 900 tỷ đồng so với cuối tháng 8/2015.

PK

SCIC ĐƯỢC PHÉP THOẢI TOÀN BỘ VỐN TẠI VINAMILK

Ngày 8/10/2015, Chính phủ đã chấp thuận kế hoạch tái cấu trúc Tổng công ty Đầu tư và kinh doanh vốn nhà nước (SCIC). Theo đó, SCIC sẽ xem xét thời điểm thích hợp để thoái vốn hoàn toàn khỏi 10 doanh nghiệp nhà nước lớn, bao gồm cả Vinamilk. Với việc SCIC thực hiện thoái vốn tại Vinamilk, "room" cho nhà đầu tư nước ngoài được kỳ vọng có thể nâng lên 100%, do ngành sữa không nằm trong danh mục ngành kinh doanh có điều kiện. Theo dự báo của Công ty chứng khoán SSI, doanh thu năm nay của Vinamilk sẽ tăng 14,5% so với năm 2014, đạt 40.041 tỷ đồng, lợi nhuận ròng là 7.530 tỷ đồng, tăng 24% so với năm trước. EPS năm nay sẽ ở mức 5.647 đồng (sau khi trừ quỹ khen thưởng và phúc lợi), tăng 24% so với năm ngoái. Vẫn theo SSI, năm 2016 Vinamilk có thể đạt được tốc độ tăng trưởng doanh thu 15% và tăng trưởng lợi nhuận ròng 10%. Việc tăng trưởng doanh thu phần lớn từ tăng trưởng khối lượng bán hàng.

Thành Trung



ĐIỀU TRỊ HIỆU QUẢ CHẤN THƯƠNG DO THỂ THAO VÀ RỐI LOẠN CƠ XƯƠNG KHỚP

Theo bác sỹ Tho Kam San, Phòng khám Orthopaedics International thuộc bệnh viện Mount Alvernia, chấn thương và rối loạn cơ xương khớp là tình trạng bệnh lý rất phổ biến và phức tạp, cần phải có đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm để chẩn đoán trực tiếp mới có thể điều trị bệnh hiệu quả. Bệnh viện Mount Alvernia thuộc tập đoàn y tế ParkwayHealth (Singapore) tập hợp các chuyên gia tư vấn, phẫu thuật, y tá, vật lý trị liệu dưới cùng một mái nhà để đem đến sự chăm sóc tốt nhất cho bệnh nhân. Hiện bệnh viện có thể cung cấp hàng chục loại hình kỹ thuật y khoa phức tạp như phẫu thuật tái tạo và thay thế khớp người lớn; kéo dài chi (công nghệ Fitbone & ISKD); sử dụng liệu pháp tế bào gốc trong điều trị nhiều chứng bệnh mãn tính... Đặc biệt, kỹ thuật xâm lấn tối thiểu của cơ sở y tế này vừa giúp nâng cao tỷ lệ thành công của ca phẫu thuật, vừa giảm thiểu tổn thương và sẹo. Kỹ thuật này đã được áp dụng để điều trị các loại chấn thương chỉnh hình cơ bản cũng như các vấn đề về cột sống. Phẫu thuật nhờ sự hỗ trợ của máy vi tính cũng làm tăng tỷ lệ chính xác lên đáng kể, đặc biệt là đối với những bộ phận khó tiếp cận.



ĐEP FASHIONSHOW 12

LIÊN HỆ TÀI TRỢ: 0937880570 - 0908678580

NHÀ VẬN CHUYỂN MẶT ĐẤT CHÍNH THỨC



Audi

Đẹp LeMedia® LeBros®

WWW.DEPFASHION.COM

45.000 TỶ VND

Năm 2014, sau khi cân đối cho các địa phương thì ngân sách trung ương chỉ còn 45.000 tỷ đồng

KINH TẾ

NỖI LO ĐẲNG SAU NHỮNG CON SỐ

Nếu chỉ thuần túy nhìn vào các con số thống kê, kinh tế Việt Nam đang có được những thành tựu đáng ghi nhận sau một thời gian dài tăng trưởng chậm. Nhưng đằng sau những con số thống kê đẹp đẽ đó lại là không ít nỗi lo.
Hoàng Phương



Đồ họa : H.P

NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG THẤP LÀ MỘT TRONG NHỮNG NGUYÊN NHÂN DẪN TỚI CHẤT LƯỢNG TĂNG TRƯỞNG CỦA NỀN KINH TẾ CHƯA CAO



Một cách công bằng thì với tốc độ tăng trưởng GDP dự kiến đạt trên 6,5% trong năm nay, lạm phát chỉ khoảng 2%, thậm chí thấp hơn, thu nhập bình quân đầu người 2.228 USD/năm, 13/14 chỉ tiêu đạt và vượt kế hoạch... thì kinh tế Việt Nam đã có một năm thành công. Kinh tế đang phục hồi rõ nét hơn. Có điều, có thể hoàn toàn vui mừng vì điều đó chưa thì chắc chắn là chưa. Vẫn có nhiều câu hỏi cần được đặt ra và trả lời thỏa đáng.

HỆ THỐNG NGÂN HÀNG "SẠCH" ĐẾN ĐÂU?

Báo cáo trước Quốc hội cách đây ít ngày, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng khẳng định, đến tháng 9/2015, nợ xấu của toàn hệ thống ngân hàng giảm chỉ còn còn 2,9%, thay vì ở mức 17,43% hồi tháng 9/2012. Đây là kết quả rất đáng khích lệ, bởi trước đây, khi Chính phủ đặt mục tiêu đưa nợ xấu về 3% vào cuối năm 2015, không ít ý kiến nghi ngờ về khả năng đạt được mục tiêu này.

Thành công này thực tế đã được hệ thống ngân hàng loan báo từ tháng 9/2015, rằng họ "đã hoàn tất bán nợ xấu cho Công ty Quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC) trước hạn".

Đó là nhìn vào con số thuần túy. Nhưng tại phiên thảo luận về tình hình kinh tế - xã hội mới đây, nhiều đại biểu Quốc hội than rằng, con số đó "áo quá"! "Nếu đưa về VAMC và "chôn lấp" vào đó thì không thể gọi là giảm tỷ lệ nợ xấu

được. Đây chỉ là tạm thời khoanh nợ chứ không thể nói là xử lý", đại biểu Trương Trọng Nghĩa (TP.HCM) nói. Cùng chung quan điểm, ông Nguyễn Đức Kiên, Phó chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế Quốc hội cũng cho rằng, nợ xấu "thực chất không được xử lý mà chỉ là được khoanh lại và chuyển sang VAMC". Và nếu VAMC chỉ mua nợ xấu để tạo ra một bộ mặt "sạch ào" cho các ngân hàng thì có lẽ chúng ta cũng chưa nên mừng quá sớm. Một cách hình tượng, trên thực tế, việc xử lý nợ xấu qua VAMC chỉ giống như quét rác cả vườn, vun về một chỗ rồi để đấy. Nhưng báo cáo của Chính phủ lại không tính những khoản nợ đã được VAMC mua nên tỷ lệ nợ xấu giảm mạnh. "Con số xử lý nợ xấu cần phải xem lại", nhiều ý kiến ĐBQH thống nhất như vậy.

Chuyên gia kinh tế Nguyễn Tri Hiếu cho rằng, một thị trường mua - bán nợ quốc gia phải được thiết lập thì mới có thể giải quyết được tận gốc nợ xấu. Chính phủ cũng đặt ra mục tiêu phát triển thị trường mua - bán nợ, cùng có Công ty Mua bán nợ DATC, xây dựng cơ chế cho VAMC để xử lý nợ xấu một cách thực chất. Nhưng từ giờ cho tới lúc ấy, chẳng biết thời gian còn bao xa, và chúng ta vẫn buộc phải chấp nhận một thực tế là hệ thống ngân hàng thương mại trong nước mới chỉ "sạch ào".

NỢ CÔNG HIỆN NAY CÓ ĐÁNG LO?

Không chỉ là nợ xấu, nợ công cũng là một vấn đề đáng quan ngại, cho dù báo cáo của Chính phủ cho thấy, nợ công

NẾU KHÔNG GIẢI QUYẾT CẢN THẬN VẤN ĐỀ NỢ CÔNG THÌ RẤT CÓ THỂ CHÚNG TA SẼ ĐI THEO CON ĐƯỜNG CỦA HY LẠP



KINH TẾ VIỆT NAM ĐANG Ở ĐÂU?

Có một câu hỏi nữa cần được đặt ra trong bối cảnh hiện nay. Đó là kinh tế Việt Nam đang ở đâu?

Với tốc độ tăng trưởng 6,5% trong năm 2015, Việt Nam thậm chí còn được nhiều định chế tài chính nước ngoài đánh giá là một trong những điểm sáng hiếm hoi của kinh tế toàn cầu. Nhưng ông Nguyễn Đức Kiên lại cứ băn khoăn rằng, cái gì làm nên động lực cho mức tăng trưởng kinh tế như vậy? “Tổng vốn đầu tư toàn xã hội cũng vẫn chỉ hơn 30% GDP. Số lượng doanh nghiệp phá sản, giải thể vẫn lớn. Trong khi đó, bức tranh tái cơ cấu kinh tế, đổi mới mô hình tăng trưởng thì cũng chưa có gì rõ nét. Vậy thì vì sao kinh tế lại tăng trưởng đột biến như vậy?”, ông Kiên thắc mắc.

Ngay ông Nguyễn Đình Cung, Viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) cũng không hiểu mức tăng trưởng ấy lấy “ở đâu ra”. “Tăng trưởng này có bền vững không, ở đâu ra, nhờ năng cao năng suất lao động, hiệu quả sử dụng nguồn lực, năng lực cạnh tranh hay vẫn là cách tăng trưởng như cũ dựa vào vốn, đầu tư theo chiều rộng và khai khoáng...”, câu hỏi này cho thấy rằng ngay cả người đứng đầu cơ quan nghiên cứu hàng đầu về kinh tế của cả nước, cũng là một trong những người tham gia hoạch định đề án tái cơ cấu nền kinh tế, chưa tin tưởng vào chất lượng tăng trưởng của nền kinh tế.

Báo cáo của Chính phủ khẳng định, 5 năm 2011 - 2015, chất lượng tăng trưởng nhiều mặt được nâng lên, với tỷ trọng công nghiệp và dịch vụ trong GDP tăng từ 79,42% năm 2010 lên 82,5% năm 2015. Chỉ số năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP) tăng từ 24-25% giai đoạn 2006 - 2010 lên 28,94% giai đoạn 2011- 2015; năng suất lao động tăng bình quân 3,8%/năm, vốn đầu tư được sử dụng hiệu quả hơn...

Nhưng ông Trương Trọng Nghĩa lại nghi ngờ con số thống kê về TFP. “Có đúng vậy không, vì cơ bản năng suất lao động của Việt Nam vẫn rất thấp”.

Đây thực tế là điều đã luôn khiến dư luận lo ngại. Năng suất lao động thấp, đóng góp của TFP trong GDP còn quá thấp thì không thể hy vọng chất lượng tăng trưởng cao được. “Cứ nhìn vào các chỉ tiêu kinh tế trong 5 năm qua, tăng trưởng GDP không đạt, vốn đầu tư không đạt, tăng năng suất lao động không đạt, tỷ trọng sản phẩm công nghệ cao không đạt, tỷ lệ lao động qua đào tạo không đạt..., thì rõ ràng, 5 năm qua, cả số lượng và chất lượng tăng trưởng kinh tế đều không đạt”, chuyên gia kinh tế Trần Du Lịch phân tích.

Thế thì liệu có hy vọng kinh tế Việt Nam sớm bứt phá hay không? Những câu hỏi trên cần có câu trả lời thấu đáo, có giải pháp để giải quyết, từ đó những nỗi lo đằng sau các con số thống kê mới có thể vơi đi phần nào. **DN**

hiện chỉ ở mức 61,3% GDP, nợ Chính phủ 48,9%, nợ nước ngoài của quốc gia 41,5%, vẫn trong giới hạn an toàn theo quy định. “Tôi thì không cho rằng tỷ lệ nợ công bao nhiêu là quan trọng mà quan trọng là hiệu quả sử dụng nợ công và khả năng trả nợ thế nào. Chính phủ báo cáo nợ công được sử dụng phần lớn cho đầu tư công. Nhưng đầu tư công thì tham nhũng, lãng phí đầy ra đấy, do vậy, rất đáng ngại”, đại biểu Trương Trọng Nghĩa thẳng thắn.

Câu chuyện còn nằm ở chỗ, như Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Bùi Quang Vinh đã nói, ngân sách nhà nước đang thiếu hụt trầm trọng. Như năm 2014, sau khi cân đối ngân sách cho địa phương thì chỉ còn 45.000 tỷ đồng. “Số tiền này không biết phải làm gì, chưa nói đến phải trả nợ”, Bộ trưởng Vinh than.

Còn Phó chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế Nguyễn Đức Kiên thì thốt lên rằng: “Một nền kinh tế mà phải đem tất cả mọi thứ ra để cân đối thu - chi thì rủi ro sẽ rất lớn”. Ông Kiên đã viện dẫn con số rằng 5 năm qua, nợ công tăng bình quân 18%/năm, nhưng tăng trưởng GDP bình quân lại chỉ là 5,88%, để bày tỏ sự lo ngại về việc “nếu không giải quyết cẩn thận vấn đề nợ công thì rất có thể chúng ta sẽ đi theo con đường của Hy Lạp”.

Nỗi lo còn lớn hơn khi Chính phủ đang đề xuất phát hành 3 tỷ USD trái phiếu quốc tế để cơ cấu lại nợ. Trong khi đó, chi thường xuyên quá lớn, thu ngân sách chỉ đủ để chi khoản này, hệ đầu tư là phải đi vay. Bởi thế, nỗi lo ngân sách - nợ công là không nhỏ, cho dù các con số trên báo cáo cho thấy, tỷ lệ nợ công chưa đáng ngại và thu ngân sách năm nay cũng rất tốt.

GIÁ DẦU VÀ NỖI LO NGÂN SÁCH

Mặc dù giá dầu lao dốc không chỉ đem lại tác động tiêu cực, nhưng tại kỳ họp thứ 10 của Quốc hội đã hiện hiện nỗi lo mang hình... giọt dầu. **Cẩm Hà**

Báo cáo kinh tế - xã hội của Chính phủ tại kỳ họp thứ 10 của Quốc hội khẳng định, tình hình kinh tế - xã hội năm 2015 và 5 năm 2011-2015 đều đạt kết quả quan trọng trên hầu hết các lĩnh vực. Trong đó, lạm phát được kiểm soát, kinh tế vĩ mô dần ổn định, các cân đối lớn của nền kinh tế cơ bản được bảo đảm. Tốc độ tăng giá tiêu dùng giảm mạnh, từ 18,13% năm 2011 xuống còn khoảng 2% vào năm 2015, thấp nhất trong 15 năm qua. Mặt bằng lãi suất giảm, năm 2015 chỉ bằng 40% so với năm 2011...

CƠ CẤU THU ĐÃ THAY ĐỔI

Vẫn theo Chính phủ, thu từ dầu thô giảm mạnh, nhưng thu nội địa tăng nên tổng thu ngân sách năm 2015 vẫn tăng 7,4% và 5 năm qua cao gấp khoảng 2 lần so giai đoạn trước. Chi ngân sách gấp 2,17 tăng chi cho con người, bảo đảm an sinh xã hội. Bội chi bình quân khoảng 5% GDP/năm. Nợ công tập trung cho đầu tư phát triển nên đến hết năm 2015 khoảng 61,3% GDP, nợ Chính phủ 48,9%, nợ nước ngoài của quốc gia 41,5%, trong giới hạn an toàn theo quy định...

Tuy nhiên, Báo cáo thẩm tra (do Ủy ban Kinh tế của Quốc hội thực hiện) đưa ra những đánh giá khá thận trọng. Chủ nhiệm Ủy ban, ông Nguyễn Văn Giàu trình bày trước Quốc hội: "Bên cạnh kết quả tích cực, một số ý kiến (trong Ủy ban Kinh tế - PV) cho rằng chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh nền kinh tế còn thấp, lo ngại việc khai thác dầu vượt kế hoạch đề ra - mặc dù góp

**CHÊNH
LỆCH GIÁ DẦU
THÔ GIỮA DỰ TOÁN
VÀ GIÁ THỰC TẾ
LÀM THU NGÂN SÁCH DỰ
KIẾN NĂM 2015
TỪ DẦU THÔ VÀ CÁC
KHOẢN THU KHÁC LIÊN
QUAN TỚI DẦU GIẢM
63.000 TỶ ĐỒNG**

phần tăng giá trị sản xuất công nghiệp và tăng nguồn thu ngân sách nhà nước - nhưng trong điều kiện giá dầu ở mức quá thấp sẽ ảnh hưởng hiệu quả sử dụng tài nguyên". "Nỗi lo mang hình giọt dầu" tiếp tục hiện diện ở báo cáo thẩm tra về tình hình thực hiện ngân sách nhà nước (NSNN) năm 2015. Ủy ban Tài chính - Ngân sách của Quốc hội cho rằng, trong bối cảnh nền kinh tế trong nước đã có bước phục hồi tích cực, tổng thu NSNN năm 2015 ước vượt dự toán 16.400 tỷ đồng (tăng 1,8% so dự toán và tăng 7,4% so ước thực hiện 2014) là kết quả đáng ghi nhận.

Mặc dù vậy, cơ quan thẩm tra nhận định, cơ cấu thu đã có những thay đổi, thu nội địa ngày càng chiếm vị trí chủ yếu, thu từ dầu thô và từ hoạt động xuất nhập khẩu giảm mạnh, mức độ huy động vào NSNN từ GDP qua thuế, phí có xu thế giảm so với giai đoạn trước.

Đáng lưu ý, thu từ dầu, khi hụt lớn so với dự toán. Trong bối cảnh giá dầu thế giới sụt giảm sâu (ước cả năm chỉ đạt 56,7 USD/thùng, giảm trên 43USD/thùng so với giá tính dự toán), dẫn đến số hụt thu từ dầu thô và các khoản thu khác do giảm giá dầu là 63.000 tỷ đồng. Đây là mức hụt thu lớn, ảnh hưởng đến cân đối ngân sách trung ương. Cụ thể, mặc dù tổng thu NSNN năm 2015 ước vượt dự toán 16.400 tỷ đồng, nhưng là của ngân sách địa phương (khoảng 47.700 tỷ đồng), trong khi ngân sách trung ương hụt thu 31.300 tỷ đồng, dẫn đến khó khăn trong cân đối NSNN.

Nhất trí với Chính phủ dự kiến giá dầu thanh toán bình quân 3 tháng cuối năm chỉ ở mức 50 USD/thùng, ông Nguyễn Văn Giàu nhấn mạnh yêu cầu "Chính phủ chỉ đạo theo dõi sát diễn biến của giá dầu để có đối sách phù hợp, nhằm phát triển kinh tế trong nước bù hụt thu, tận dụng việc giảm giá dầu thành cơ hội để phát triển sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong nước".

PHÁT HÀNH TRÁI PHIẾU QUỐC TẾ LÀ GIẢI PHÁP QUAN TRỌNG

Trình bày trước Quốc hội, Bộ trưởng Bộ Tài chính Đinh Tiến Dũng thẳng thắn nhìn nhận, Chính phủ đã triển khai đồng bộ các giải pháp để huy động vốn cho ngân sách Nhà nước nhằm đáp ứng nhiệm vụ chi theo dự toán được duyệt. "Các kênh huy động vốn như phát hành trái phiếu Chính phủ tại thị trường trong nước, vay các quỹ tài chính Nhà nước, vay ODA và vay ưu đãi nước ngoài đều được sử dụng tối đa. Tuy nhiên, trên cơ sở kết quả thực hiện 9 tháng đầu năm 2015 có thể thấy rất khó để đạt được kế hoạch đề ra, đặc biệt đối với công tác huy động vốn thông qua phát hành trái phiếu Chính phủ", ông Dũng nói.



Cần nói thêm là trong một báo cáo khác, Bộ trưởng Bộ Tài chính Đinh Tiến Dũng cho biết, do ngân sách Nhà nước năm 2016 khó khăn nên chưa cân đối được nguồn để điều chỉnh mức lương cơ sở. Ông giải thích: "Dự toán ngân sách nhà nước năm 2016 phải tiếp tục bù để điều chỉnh tăng lương hưu, trợ cấp ưu đãi người có công; tiền lương đối với những đối tượng công chức, viên chức có thu nhập thấp năm 2015 đã thực hiện. Đồng thời bố trí thêm hơn 1.500 tỷ đồng để điều chỉnh lương hưu đối với những người mất sức lao động; giáo viên mầm non... để mức lương những người này bằng với mức lương cơ sở".

Chính vì vậy, để đáp ứng nhu cầu huy động vốn cho ngân sách Nhà nước năm 2015, Chính phủ đã phê duyệt kế hoạch vay nợ với tổng khối lượng là 436 nghìn tỷ đồng. Trong khi đó, quy mô thị trường trái phiếu Chính phủ trong nước còn nhỏ, thị trường đang trong giai đoạn đầu của quá trình phát triển nên nhu cầu đầu tư trái phiếu Chính phủ kỳ hạn dài từ 5 năm trở lên còn rất hạn chế. Trong 9 tháng đầu năm 2015, khối lượng phát hành trái phiếu Chính phủ (gồm cả trái phiếu nội tệ và ngoại tệ) mới đạt 51% kế hoạch và bằng 60,6% so với cùng kỳ năm 2014, đồng nghĩa với việc khối lượng vốn huy động mới không đủ để thanh toán trả nợ khối lượng gốc và lãi trái phiếu Chính phủ đến hạn.

Để "gỡ" nút thắt này, Chính phủ đã đề nghị phát hành đa dạng hóa các kỳ hạn trái phiếu Chính phủ (cụ thể là phát hành với tất cả các kỳ hạn theo quy định tại Luật Quản lý nợ công và các văn bản hướng dẫn); đồng thời phát hành trái phiếu Chính phủ tại thị trường quốc tế, nhằm giảm bớt áp lực huy động vốn tại thị trường trong nước. "Trên cơ sở chủ trương được Quốc hội phê duyệt, Chính phủ sẽ tập trung điều hành phát hành trái phiếu Chính phủ có kỳ hạn dài từ 5 năm trở lên (dự kiến vào khoảng 60 - 70% tổng khối lượng phát hành tùy vào tình hình thị trường). Chính phủ dự kiến kỳ hạn phát hành bình quân của trái phiếu chính phủ là 5,5 năm trong giai đoạn 2016 - 2020", Bộ trưởng Đinh Tiến Dũng giải trình.

Tờ trình của Chính phủ nêu rõ, trong năm 2015 - 2016, dự kiến sẽ phát hành trái phiếu Chính phủ ra thị trường vốn quốc tế để tái cơ cấu danh mục nợ Chính phủ. Khối lượng phát hành dự kiến khoảng 3 tỷ USD. Kỳ hạn phát hành từ 10 đến 30 năm. Lãi suất phụ thuộc vào điều kiện thị trường vốn quốc tế tại thời điểm phát hành. Những đề xuất quan trọng này của Chính phủ sẽ được cơ quan lập pháp xem xét, ra Nghị quyết vào cuối kỳ họp - sẽ khép lại vào cuối tháng 11 tới đây. **DN**

Một phụ nữ có thể huy động được hơn 14 tỷ đồng từ 200 người tham gia chơi hội. Trong khi đó, một tổ chức tín dụng với bộ máy điều hành, quản trị được cấp phép hoạt động lại chỉ có nguồn vốn hơn 3 tỷ đồng. Điều gì đang diễn ra?

GÓC NHÌN TỪ QUỸ TÍN DỤNG NHÂN DÂN

Khen hết lời. Đó là điểm chung của các diễn giả tại các buổi hội thảo có bàn về vấn đề tái cơ cấu các tổ chức tín dụng (TCTD) giai đoạn 2011-2015 đồng loạt diễn ra cuối tháng 10/2015.

Công bằng mà nói, trong ba trụ cột tái cấu trúc nền kinh tế là doanh nghiệp nhà nước, đầu tư công và hệ thống ngân hàng thương mại thì tái cơ cấu hệ thống ngân hàng đang thành công nhất. Nợ xấu giảm, thanh khoản được cải thiện, lãi suất giảm, kỷ cương, kỷ luật trên thị trường được chấn chỉnh...

Lâu nay tái cơ cấu ngân hàng thường chỉ được nhìn vào những vấn đề nổi cộm như nợ xấu, sở hữu chéo, năng lực tài chính và quản trị yếu kém... nhưng thực tế tái cơ cấu các TCTD được tiến hành tổng thể trên các nhóm vấn đề: Các quỹ tín dụng nhân dân (QTDND); các NHTM nhà nước; các NHTM hoạt động bình thường; các TCTD phi ngân hàng (công ty tài chính và cho thuê tài chính); các tổ chức tín dụng vi mô; TCTD và chi nhánh ngân hàng nước ngoài và các ngân hàng liên doanh yếu kém. Trong 7 nhóm đối tượng này thì nhóm QTDND lại nhiều nhất, tính về số lượng.

Tính đến thời điểm cuối tháng 8/2015, toàn hệ thống có 1.146 QTDND và ngân hàng hợp tác xã (vốn xuất thân là QTDND Trung ương) tại cả 56 tỉnh, thành phố với hơn 2 triệu thành viên. Một người nông dân có thể không biết Agribank - bạn của nhà nông, nhưng họ lại là thành viên rất tích cực của QTDND xã mình. Đó là thực tế. Thậm chí, ở



VIỆT NAM VỪA THỪA,
VỪA THIẾU NGÂN HÀNG.
HIỆN NAY, SAU HƠN
10 NĂM, NHẬN ĐỊNH NÀY
VẪN KHÔNG THAY ĐỔI

nhiều nơi người ta thích giao dịch với QTDND hơn là đến ngân hàng - nơi có gì đó "sang chảnh".

Theo Thông tư số 04/2015/TT-NHNN, QTDND hoạt động trong địa bàn một xã, một phường, một thị trấn và các xã liên kề (nếu được phép); có tối thiểu 30 thành viên (có Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát); vốn góp của thành viên bao gồm vốn góp xác lập tư cách thành viên (tối thiểu là 300.000 đồng) và vốn góp thường niên (100.000 đồng, bắt đầu từ năm 2016). Tổng mức góp vốn tối đa của một thành viên không được vượt quá 10% vốn điều lệ của quỹ tại thời điểm góp vốn. Theo qui định, QTDND được nhận tiền gửi

ĐÁNH ĐÔNG DẸP BẮC, CHI BẰNG LO SÂN NHÀ TRƯỚC

Trong quá trình tái cơ cấu hệ thống ngân hàng thương mại đã có ý kiến cho rằng, Việt Nam nên khống chế số lượng ngân hàng. **Thái Thanh**



không kỳ hạn, có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm của thành viên, tổ chức, cá nhân khác bằng đồng Việt Nam. Tổng mức nhận tiền gửi từ thành viên của quỹ tối thiểu bằng 50% tổng mức nhận tiền gửi của quỹ. Hoạt động cho vay của QTDND chủ yếu nhằm mục đích tương trợ giữa các thành viên để thực hiện có hiệu quả các hoạt động sản xuất, kinh doanh dịch vụ và cải thiện đời sống của các thành viên quỹ...

Theo số liệu thống kê của Ngân hàng Nhà nước, tổng tài sản của các QTDND hiện vào khoảng trên 75 ngàn tỷ đồng; nguồn vốn hoạt động bình quân là 65,6 tỷ đồng. Tuy nhiên, quy mô vốn hoạt động của một quỹ có thể lên đến hơn 800 tỷ đồng, nhưng có quỹ chỉ hơn 3 tỷ đồng. Song, điểm đáng chú ý là nợ xấu trong hệ thống QTDND rất thấp. Tại thời điểm cuối tháng 8/2015, khi nợ xấu của toàn hệ thống ở mức trên 3% thì của QTDND chưa đến 1%. Theo đánh giá của Ngân hàng Nhà nước, kết quả kinh doanh của các QTDND có xu hướng cải thiện. Vậy có nên mở rộng mô hình này để giảm thiểu hình thức huy động vốn, góp vốn kiểu chơi hội?

KHÔNG NÊN ĐẾM SỐ LƯỢNG NGÂN HÀNG

Chúng tôi không định so sánh hoạt động của QTDND với hội - một hình thức góp vốn lâu đời đến mức thành thói quen của nhiều người dân. Thực tế là, vào những năm 1988 -1999 đã

có hàng trăm QTDND đổ vỡ. Kể cả những năm gần đây, đầu đô vẫn xảy ra những vụ vỡ QTDND. Có khác chăng, nếu trước đây vỡ quỹ là dân mất tiền thì nay việc trả tiền cho dân đã có Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam lo, cho dù mức chi trả tối đa cho mỗi khách hàng chỉ ở mức 50 triệu đồng. Nhưng rõ ràng, nếu quản lý tốt, mô hình hoạt động của QTDND rất phù hợp với số đông người dân khu vực nông thôn, miền núi - những người không có điều kiện hoặc không muốn tiếp cận các dịch vụ gửi, vay tiền từ ngân hàng.

Quay trở lại vấn đề số lượng ngân hàng. Trong quá trình tái cơ cấu các TCTD, NHNN chủ trương giảm về số lượng, tăng chất lượng. Tính đến thời điểm tháng 10/2015, toàn hệ thống đã giảm được 17 thành viên. Trong đó, giảm nhiều nhất là số các NHTM qua sáp nhập, hợp nhất. Tiếp đến là trao lưu mua lại các công ty tài chính của các NHTM nhằm chuyên nghiệp hóa mảng tín dụng tiêu dùng. Thời hạn cho tái cơ cấu các TCTD là cuối năm nay, nhưng vẫn sẽ có một số NHTM tiếp tục sáp nhập, hợp nhất sau mốc thời gian này.

Trước đây các chuyên gia nhận định: Việt Nam vừa thừa, vừa thiếu ngân hàng. Nay sau hơn 10 năm, nhận định này vẫn không thay đổi. Thực tế là cho dù các sản phẩm tài chính - ngân hàng ngày càng phong phú, hiện đại; chất lượng dịch vụ ngày càng tăng... nhưng tín dụng đen vẫn không ngừng phát triển, hội (họ) vẫn diễn ra phổ biến, chứa đựng nguy cơ rủi ro, bất ổn và mất trật tự an ninh xã hội cao. Vậy vấn đề nằm ở đâu? Một trong những nguyên nhân có thể là từ cách thức tiếp cận, phục vụ khách hàng của các TCTD chưa đủ sáng tạo, chưa thực hiện đầy đủ những quy định, trách nhiệm của một đơn vị được pháp luật thừa nhận và bảo vệ.

Theo Đề án tái cơ cấu các TCTD giai đoạn 2011- 2015, ngành ngân hàng đặt mục tiêu có 1-2 ngân hàng tầm khu vực. Không ít ngân hàng đặt ra hướng phát triển là vươn lên tầm khu vực, nhưng hiện chưa có ngân hàng nào khẳng định mình đã đạt được tầm đó. Nếu Cộng đồng Kinh tế ASEAN chính thức hình thành từ tháng 12/2015 thì một hệ thống ngân hàng không biên giới sẽ định hình. Tiếp đó là việc thực thi Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), rồi các hiệp định khung AFTA sẽ hối thúc các ngân hàng Việt Nam phải lớn nhanh, lớn mạnh.

Có điểm mà các doanh nghiệp nói chung và ngân hàng nói riêng cần phải lưu ý là nguy cơ thua ngay trên sân nhà khi hội nhập kinh tế sâu, rộng. Xác định cụ thể Việt Nam nên có bao nhiêu ngân hàng là điều không cần thiết. Chúng ta cần những ngân hàng tầm khu vực, nhưng cũng cần những TCTD - nơi mà người dân có thể vay nóng vài trăm ngàn đồng. **DN**

50%

TỔNG MỨC NHẬN TIỀN
GỬI TỪ THÀNH VIÊN
CỦA QUỸ TÍN DỤNG NHÂN
DÂN TỐI THIỂU BẰNG
50% TỔNG MỨC NHẬN
TIỀN GỬI CỦA QUỸ

TÍNH ĐẾN
CUỐI THÁNG
8/2015, KHI
NỢ XẤU CỦA
TOÀN HỆ
THỐNG NGÂN
HÀNG Ở MỨC
TRÊN 3% THÌ
CỦA QUỸ TÍN
DỤNG NHÂN
DÂN CHƯA
ĐẾN 1%

ÔNG BÁN PHỞ KÊ KHAI THUẾ ĐIỆN TỬ

Chế độ kế toán phức tạp và gây tốn kém đang là một lý do khiến tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ và siêu nhỏ có thể lớn lên được hiện rất thấp. **Minh Anh**

Bước phải ngang hàng với doanh nghiệp quy mô lớn trong áp dụng chế độ kế toán, đa phần doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt là siêu nhỏ, đang ở thế "lơ lửng" do không đủ sức để tuân thủ. Như vậy, "chiếc áo" vừa kích cỡ là chế độ kế toán đơn giản cho khu vực doanh nghiệp này, nhu thông lệ quốc tế đang làm.

ẢO QUÁ RỘNG

Hiện tại, bà Nguyễn Thị Cúc, Chủ tịch Hội Tư vấn thuế Việt Nam, nguyên Phó tổng cục trưởng Tổng cục thuế, đang ở vị trí người thực thi quy định về chế độ kế toán. Bởi vậy, dễ hiểu khi bà nói quy định về kế toán đang tạo rất nhiều áp lực với doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ.

"Hội của chúng tôi nhỏ, nhưng theo yêu cầu cũng phải có kế toán chuyên nghiệp. Thế nên, nói thật là phải yêu cầu có văn phòng kiểm toán nhiệm vụ kế toán và chúng tôi kiểm tra lại", bà thẳng thắn chia sẻ tại Hội nghị Cải cách thủ tục hành chính về thuế và kế toán: đánh giá của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam.

Đây không phải là trường hợp cá biệt. TS. Nguyễn Quốc Thắng, Phó trưởng Khoa Kế toán - Kiểm toán, Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh đã tính toán, với một doanh nghiệp có doanh thu 1 tỷ đồng/năm, nếu thuê một nhân viên kế toán với mức lương khoảng 5 triệu đồng/tháng (mức phổ biến hiện tại), thì một năm họ sẽ phải chi phí khoảng 60 triệu đồng. Việc thuê đại lý thuế cũng không ổn vì chi phí cao.

"Đây là tỷ lệ quá cao, ít doanh nghiệp nhỏ



chịu được. Bởi vậy, đa phần doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ không có kế toán chuyên nghiệp mà thường thuê nhân viên vừa làm kế toán, vừa làm thủ kho, bán hàng và có khi cả kiêm... chờ con cho giám đốc", ông Thắng nói.

Vấn đề nằm ở chỗ, đúng như bà Cúc đã nói, không có sự khác biệt nào trong chế độ kế toán giữa doanh nghiệp lớn hay nhỏ, tất cả đều phải tuân thủ Quyết định số 48/2006/QĐ-BTC của Bộ Tài chính. Nghĩa là dù một doanh nghiệp có doanh thu 1 tỷ đồng/năm họ sẽ vẫn phải duy trì một hệ thống sổ sách kế toán, báo cáo tài chính tương đối phức tạp, như sổ kế toán tổng hợp, sổ kế toán chi tiết, cuối năm phải nộp báo cáo tài chính bắt buộc gồm: bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bản thuyết minh báo cáo tài chính và bảng cân đối tài khoản kế toán.

DOANH NGHIỆP KHÓ LỚN

Có thể nói, ông Đậu Anh Tuấn, Trưởng ban Pháp chế (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam) là người theo sát quá trình cải cách thủ tục hành chính của Chính phủ với vai trò giám sát, đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp. Bởi vậy, ông Tuấn đang nhìn thấy rủi ro rất lớn đối với doanh nghiệp

NẾU XỬ PHẠT
VI PHẠM
VỀ CHẾ ĐỘ
BÁO CÁO TÀI
CHÍNH, HẠCH
TOÁN KẾ TOÁN
THÌ HẦU HẾT
CÁC DOANH
NGHIỆP NHỎ
VÀ VỪA ĐỀU
VI PHẠM

CÂY GHEP TẾ BÀO GỐC, CƠ HỘI SỐNG CHO BỆNH NHÂN UNG THƯ MÁU

Theo bác sỹ Yvonne Loh, chuyên gia huyết học thuộc bệnh viện Gleneagles (Singapore), một số bệnh ung thư có thể chữa khỏi và ung thư máu là một trong số đó. Ung thư máu thường bắt đầu ở tủy xương. Thông thường, các tế bào gốc trong tủy xương phát triển thành các thành phần máu khác nhau như hồng cầu, bạch cầu và tiểu cầu. Nhưng ở các bệnh ung thư máu, như bệnh bạch cầu, quá trình này bị gián đoạn và có sự tăng trưởng không kiểm soát của các tế bào bất thường hoặc ung thư. Điều này hạn chế chức năng của máu bao gồm khả năng chống nhiễm trùng. Giải pháp điều trị cấy ghép tế bào gốc bao gồm việc thay thế các tế bào gốc bị ảnh hưởng của bệnh nhân với các tế bào gốc khỏe của người hiến. Tế bào gốc của người hiến có thể được lấy từ tủy xương, máu hoặc máu cuống rốn, sau đó phát triển thành các thành phần máu khỏe mạnh ở người nhận. Việc cấy ghép chủ yếu mang lại cho bệnh nhân một hệ thống miễn dịch mới để thay thế hệ thống miễn dịch của bệnh nhân hoạt động không hiệu quả do bệnh ung thư. Ngay khi được cấy ghép, bệnh nhân sẽ có hai hệ thống miễn dịch và đó là thử thách đối với các chuyên gia điều trị ung thư máu để cố gắng cân bằng hai hệ thống này với nhau. Hệ thống miễn dịch mới có thể giúp cơ thể chống lại ung thư, nhưng cũng có thể tấn công chính cơ thể bệnh nhân. Do đó, việc đạt được sự cân bằng là rất quan trọng. Tuy nhiên, ngay cả khi đã có sự cân bằng, giai đoạn phục hồi cũng thường kéo dài. Nếu bệnh nhân đã trải qua những mốc 6 tháng hoặc 1 năm, tình trạng của họ sẽ dần dần được cải thiện. Tin tốt là không giống như bệnh nhân ghép thận, một khi bệnh nhân cấy ghép tế bào mầm phục hồi hoàn toàn, họ có thể không cần sử dụng bất kỳ loại thuốc chống thải ghép nào và trở lại cuộc sống khỏe mạnh bình thường.

khi nhiều quy định về kế toán của Việt Nam không khả thi đối với doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa.

"Việc tuân thủ đúng quy định quá tốn kém khiến về cơ bản doanh nghiệp không tuân thủ. Như vậy thì rủi ro rất lớn, vì nếu cơ quan nhà nước "sờ tới" là họ sẽ bị phạt. Sẽ khó có thể kinh doanh tốt được trong trạng thái lơ lửng", ông Tuấn nói. Thậm chí, theo ông Tuấn thì với tỷ lệ 96 -97% doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, siêu nhỏ, nên trạng thái lơ lửng này khá phổ biến. "Do phải mặc một chiếc áo quá rộng, họ chỉ loanh quanh ở quy mô nhỏ và đang nói là thói quen lách luật, không tuân thủ quy định và minh bạch thấp rất khó cải thiện", ông Tuấn cho hay.

Cụ thể, trong phân tích của các cơ quan thuế, tình trạng doanh nghiệp làm hai, thậm chí ba bộ sổ sách trong hệ thống sổ sách kế toán và báo cáo tài chính của doanh nghiệp là khá phổ biến. Trong đó, một hệ thống nội bộ để phản ánh kết quả kinh doanh thực, một hệ thống đã "ché biến" để nộp cho cơ quan thuế nhằm mục trốn tránh, giảm thuế.

"Sự bất cập về kế toán đối với doanh nghiệp nhỏ gây ra hậu quả lớn đối với chính các doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Với doanh nghiệp là thiếu sự minh bạch về tài chính, không tiếp cận được các nguồn vốn tín dụng, khó có thể mở rộng phạm vi kinh doanh; đối với nền kinh tế là thất thu thuế Nhà nước và định hướng chiến lược cho mô hình này không chuẩn do dựa trên những báo cáo của doanh nghiệp không trung thực", bà Cúc phân tích một cách cặn kẽ và khuyến nghị dừng bắt "ông bán phở kê khai thuế điện tử".

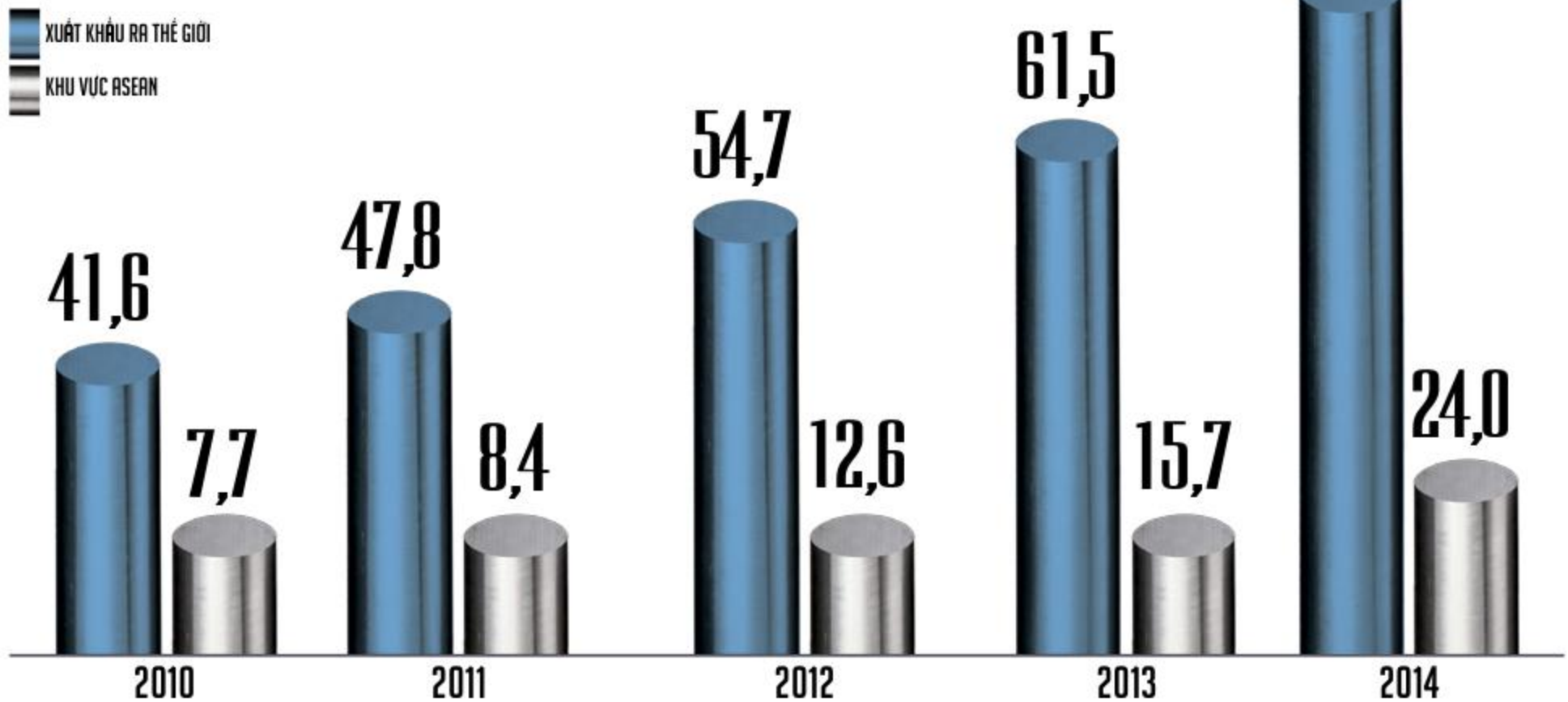
Theo bà Cúc, cơ quan thuế phải nắm được doanh thu bán gà rán, phở... để tính. Nghĩa là việc xây dựng cơ sở dữ liệu để quản lý là việc của cơ quan quản lý nhà nước, không phải là chuyện mà doanh nghiệp nhỏ buộc phải làm. Như vậy, "chiếc áo" vừa kích cỡ với doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ là chế độ kế toán đơn giản cho khu vực doanh nghiệp này, như thông lệ quốc tế đang làm. Ví dụ, tại Singapore, các doanh nghiệp có mức doanh thu dưới 1 triệu đô la Singapore (tương đương trên 700.000 USD/năm) sẽ không phải kê khai nộp thuế giá trị gia tăng; các doanh nghiệp Indonesia có doanh thu dưới 430.000USD/năm cũng không phải kê khai nộp thuế giá trị gia tăng và chỉ phải nộp thuế thu nhập doanh nghiệp theo mức 1% trên doanh thu. Malaysia, Philippines cũng có chính sách thuế riêng đối với doanh nghiệp nhỏ.

"Tôi chỉ muốn nhấn mạnh tới một sự không công bằng cho các doanh nghiệp Việt Nam khi họ phải gánh hàng trăm giờ nộp thuế trong khi các doanh nghiệp trong khu vực chỉ mất chưa 100 giờ. Nếu chúng ta không sửa đổi, doanh nghiệp Việt Nam sẽ tụt hậu", ông Đậu Anh Tuấn cảnh báo. **DN**

XUẤT KHẨU THÉP CỦA TRUNG QUỐC

ĐƠN VỊ TÍNH: TRIỆU TẤN

NGUỒN: HIỆP HỘI THÉP VIỆT NAM



Bộ Tài chính vừa đưa ra dự thảo đề hời ý kiến các đơn vị liên quan về việc bổ sung mặt hàng thép hợp kim có chứa nguyên tố Crom vào danh mục hàng hóa chịu thuế suất thuế nhập khẩu 10% nhằm hạn chế nhập khẩu nhóm hàng này.

ÀO ÀO THÉP HỢP KIM

Động thái trên của Bộ Tài chính xuất phát từ việc một khối lượng lớn phôi thép được biết tới dưới tên gọi phôi thép hợp kim có xuất xứ từ Trung Quốc với giá rẻ ào ạt đổ vào thị trường Việt Nam, khiến ngành thép trong nước phải lên tiếng kêu cứu vào ngày 13/10.

Tại cuộc gặp mặt các nhà đầu tư mới đây, ông Trần Đình Long, Chủ tịch Tập đoàn Hòa Phát (HPG) cho hay, vấn nạn thép nhập khẩu giá rẻ đang gây rất nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp thép Việt Nam. "Trung Quốc không chỉ phá giá đồng Nhân dân tệ mà còn đang dư thừa gần như toàn bộ công suất ngành thép. Một vài nhà máy đã đến điểm lỗ nên phải tìm cách xuất khẩu sản phẩm. Điều này đã khiến thép Trung Quốc tràn sang Việt Nam, gây áp lực lớn với toàn bộ ngành thép trong nước", ông Long nói.

Trong đơn kêu cứu gửi tới các cơ quan hữu trách, Hiệp hội Thép Việt Nam (VSA) cũng cho rằng, có sự gian lận, khai sai mã nhập khẩu để hưởng chênh lệch thuế suất. Theo VSA, tính tới 15/9/2015, lượng phôi thép nhập khẩu vào

Việt Nam là 1,135 triệu tấn với trị giá trên 421 triệu USD, tăng 290% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, lượng phôi thép từ Trung Quốc chiếm 70% tổng lượng phôi nói trên.

Điểm đáng lưu ý là việc một số doanh nghiệp nhập khẩu phôi thép Trung Quốc với tên gọi là phôi thép hợp kim chứa nguyên tố Crom với mã HS 7224.90.00 để được hưởng thuế suất thuế nhập khẩu 0%. Chỉ trong tháng 9/2015, lượng phôi thép này đã là 62.017 tấn, trị giá 20 triệu USD. Đáng nói là các phôi thép hợp kim chứa Crom này sau khi nhập khẩu lại được dùng để sản xuất thép xây dựng, thay vì chế tạo thép hợp kim. Chênh lệch thuế suất thuế nhập khẩu hiện hành giữa phôi vuông nhập về để cán thép xây dựng (9%) và phôi thép hợp kim (0%) đã khiến ngân sách nhà nước thất thu khoảng 1,89 triệu USD tiền thuế trong hai tháng 8 và 9.

Theo VSA, ngoài chính sách thuế xuất khẩu và hoàn thuế xuất khẩu rất hấp dẫn, Trung Quốc cũng dùng một số tiểu xảo để xuất khẩu thép. Đó là việc đưa một lượng nhỏ nguyên tố Bo vào thép thường để lợi dụng chính sách thuế nhập khẩu ưu đãi đối với thép hợp kim mà nhiều nước hiện đang áp dụng. Thép chứa Bo nhập khẩu từ Trung Quốc cũng đã từng gây lao đao cho ngành thép Việt Nam trong giai đoạn 2013 - 2014.

Thống kê của VSA cho hay, năm 2014 đã có trên 5 triệu tấn thép hợp kim được nhập vào Việt Nam, trong đó phần lớn là thép chứa Bo từ Trung Quốc. Sang năm 2015, các doanh

ĐAU ĐẦU VỚI THÉP TRUNG QUỐC

Cung lớn hơn cầu cả trăm triệu tấn khiến nhiều doanh nghiệp thép Trung Quốc phải tìm cách bán tổng bán tháo sản phẩm để không rơi vào cảnh phá sản. Điều này khiến không ít doanh nghiệp thép Việt Nam lâm vào cảnh khó khăn. **Kiến Giang**

ngành Trung Quốc đã thay thế nguyên tố Bo bằng nguyên tố Crom để tiếp tục được hưởng cơ chế hoàn thuế xuất khẩu khi xuất khẩu mặt hàng này ra nước ngoài. Theo tính toán của VSA, công suất sản xuất phôi thép trong nước hiện đạt gần 11 triệu tấn/năm, nhưng các doanh nghiệp mới chỉ phát huy được khoảng 60% công suất này. “Lượng phôi thép giá thấp nhập khẩu từ Trung Quốc về đã và đang đe dọa các nhà máy luyện thép trong nước. Nhiều nơi đã phải cắt giảm sản xuất, bán dưới giá thành để có thể cạnh tranh và duy trì sản xuất, gây thua lỗ nặng. Nếu tình trạng này tiếp tục kéo dài thì các doanh nghiệp sản xuất phôi lẫn doanh nghiệp cán thép khó có thể đứng vững trong tương lai”, ông Hồ Nghĩa Dũng, Chủ tịch VSA nhận xét.

Chia sẻ quan điểm này, ông Trần Đình Long cho hay, nếu Chính phủ và các bộ ngành không nhanh chóng có giải pháp sẽ ảnh hưởng đến toàn ngành thép, kể cả khâu thượng nguồn (khai thác và chế biến quặng), dẫn tới việc hàng trăm nghìn người lao động mất việc.

LỖI RA NÀO?

Chắc chắn giải pháp nâng thuế suất thuế nhập khẩu thép hợp kim có chứa Crom lên 10% sẽ được áp dụng như đang triển khai với thép hợp kim chứa Bo. Tuy nhiên, về tổng thể, đó không phải là giải pháp tối ưu. Chính Bộ Tài chính cũng cho rằng, đây chỉ là một biện pháp nhằm góp phần hạn chế việc nhập khẩu mặt

TRUNG QUỐC
HIỆN ĐANG
SẢN XUẤT
50% SẢN
LƯỢNG THÉP
THỎ TOÀN
CẦU VÀ CÓ
TỚI 10 TẬP
ĐOÀN TRONG
DANH SÁCH
20 DOANH
NGHIỆP THÉP
LỚN NHẤT
THẾ GIỚI

hàng phôi thép hợp kim có chứa Bo, Crom về làm thép xây dựng. Thực tế, các doanh nghiệp vẫn có thể sẽ tiếp tục nhập khẩu các mặt hàng trên với C/O form E để được hưởng mức thuế suất ưu đãi đặc biệt 0% theo Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA).

Ngay lãnh đạo một doanh nghiệp lớn của ngành thép cũng chia sẻ, kể cả thuế nhập khẩu được nâng lên 10% thì thép Trung Quốc vẫn có lợi thế về giá. Lý do là Trung Quốc hiện đang sản xuất 50% sản lượng thép thô toàn cầu (năng lực trên 1 tỷ tấn/năm). Quốc gia này cũng có tới 10 tập đoàn trong danh sách 20 doanh nghiệp thép lớn nhất thế giới. Ngoài ra, nhiều nhà máy thép của họ được xây dựng gần đây đều đã đạt được trình độ công nghệ tiên tiến của thế giới, phần lớn đã khấu hao xong hoặc gần xong. Nghiên cứu của VSA mới đây cũng chỉ ra rằng, nếu những nước xuất khẩu khác như Nhật Bản, Hàn Quốc xuất khẩu những sản phẩm cuối cùng không trùng với các sản phẩm đang sản xuất tại khu vực ASEAN thì Trung Quốc lại xuất khẩu những sản phẩm thương mại thông thường, gián tiếp cạnh tranh với những sản phẩm đang được sản xuất tại ASEAN.

Cùng bối cảnh cạnh tranh với thép nhập khẩu từ Trung Quốc mà mức độ huy động công suất của các nhà máy sản xuất thép tại ASEAN đều dưới 50% trong những năm gần đây. Việt Nam cũng không nằm ngoài quy luật này. “Tỷ lệ sử dụng thiết bị chung của cả ngành thép hiện chỉ đạt 50 - 60%. Điều này làm cho chi phí sản xuất cũng như chi phí khấu hao tăng nhanh”, ông Nguyễn Văn Sưa, Phó chủ tịch VSA nhận xét. Bên cạnh đó, cũng có một thực tế là nhiều doanh nghiệp thép trong nước có quy mô vừa và nhỏ. Chỉ có 4 doanh nghiệp có công suất trên 1 triệu tấn/năm. Điều này dẫn tới việc khả năng cạnh tranh không cao. Theo kiến nghị của VSA, thời gian tới cơ quan hữu trách sẽ không cấp phép cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài vào ngành thép, trừ lĩnh vực thép chế tạo và thép hợp kim.

Ngoài ra, VSA cũng đề nghị thu hồi giấy phép và loại khỏi Quy hoạch Phát triển ngành thép 11 dự án của giai đoạn đến năm 2015 hiện chưa triển khai. Ngoài ra, 16 dự án khác được ghi vào kế hoạch thực hiện từ 2016-2025 cũng được VSA đề xuất rà soát kỹ lưỡng và đưa ra khỏi quy hoạch nếu không đáp ứng yêu cầu của quy hoạch và Thông tư 03/2014/TT-BTC. **DN**

PHẢN CÔNG

CÁC NHÀ SẢN XUẤT THỨC ĂN CHĂN NUÔI TRONG NƯỚC ĐANG TIẾN HÀNH CHIẾN DỊCH PHẢN CÔNG ĐỂ GIÀNH GIẬT LẠI THỊ PHẦN, LÀM LỎE LÊN HY VỌNG VÀO KHẢ NĂNG PHÁ VỠ THẾ ĐỘC TÔN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NƯỚC NGOÀI TRONG LĨNH VỰC NÀY. LÊ DUNG - MINH PHƯƠNG

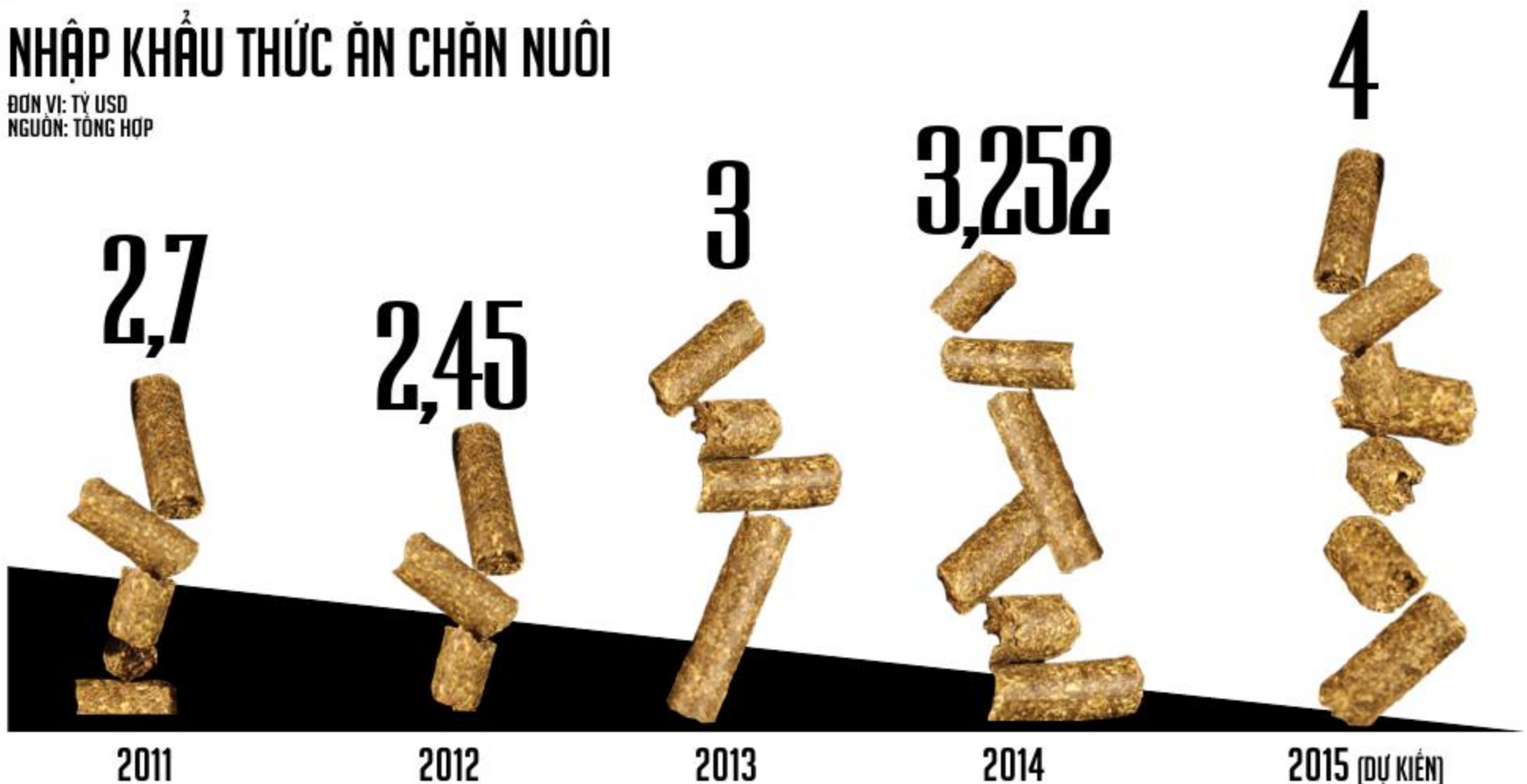


Ảnh: T.T

▶ 13-15%
 NGÀNH THỨC ĂN CHĂN NUÔI
 TRONG NƯỚC ĐƯỢC DỰ BÁO SẼ ĐẠT MỨC
 TĂNG TRƯỞNG 13-15%/NĂM

NHẬP KHẨU THỨC ĂN CHĂN NUÔI

ĐƠN VỊ: TỶ USD
 NGUỒN: TỔNG HỢP



Chủ một doanh nghiệp thức ăn chăn nuôi kinh doanh lâu năm trên thị trường bình luận: “Sắp tới, cuộc đua giành thị phần giữa các doanh nghiệp trong nước sẽ ngày càng trở nên khốc liệt hơn. Trật tự trong ngành thức ăn chăn nuôi có thể sẽ được sắp xếp lại, theo hướng có lợi hơn cho các doanh nghiệp nội. Người chăn nuôi Việt Nam sẽ có cơ hội gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường, nhờ giá bán thức ăn được giảm do nó không còn bị thao túng bởi các doanh nghiệp ngoại đang dẫn dắt thị trường như hiện nay”.

NGOẠI VẬN DẪN DẮT THỊ TRƯỜNG

Theo Hiệp hội Thức ăn chăn nuôi Việt Nam, cả nước hiện có 239 nhà máy chế biến thức ăn chăn nuôi. Trong đó, chỉ có 61 doanh nghiệp (chiếm 25,7%) có vốn đầu tư nước ngoài (FDI), nhưng sản lượng thức ăn chăn nuôi bán ra thị trường chiếm đến 59,15%. Trong khi đó, 138 doanh nghiệp trong nước (chiếm 74,3%) đang chia nhau 40,85% tổng sản lượng thức ăn chăn nuôi công nghiệp còn lại, với đa phần các nhà máy sản xuất có công suất nhỏ, chỉ dưới 50.000 tấn/năm. Trong số các doanh nghiệp đang thống lĩnh thị trường này, không thể không kể tới hai cái tên đình đám nhất bao gồm CP của Thái Lan và Cargill của Mỹ, với tổng thị phần của cả hai doanh nghiệp chiếm 30% toàn thị trường.

Là một trong những tập đoàn mạnh nhất của Thái Lan trong lĩnh vực sản xuất thức ăn chăn nuôi, hoạt động chăn

nuôi, sản xuất thực phẩm, CP đã sớm thâm nhập thị trường Việt Nam từ đầu những năm 1990 và nhanh chóng xây dựng cho mình một đế chế hùng mạnh. Trong 6 tỷ USD doanh thu của thị trường thức ăn chăn nuôi, CP đang chiếm tới gần 20%. Cargill xếp kế tiếp với khoảng 9% thị phần. Một vài doanh nghiệp trong nước có thị phần đáng kể đang đuổi theo sau là Proconco với khoảng 8% thị phần, Green Feed 5%, Anco 4% (hiện cả 3 thương hiệu này đã và đang dần thuộc về Tập đoàn Masan), theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Còn theo một báo cáo mới của Grand View Research, thị trường thức ăn chăn nuôi Việt Nam dự kiến sẽ đạt quy mô khoảng 10,55 tỷ USD trước năm 2022.

CP hiện có 8 nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi, trong đó có 4 nhà máy sản xuất thức ăn gia súc gia cầm, 3 nhà máy sản xuất thức ăn thủy sản và 1 nhà máy sấy ngô. Trong khi đó, trong 10 nhà máy của Cargill tại Việt Nam thì có đến 8 nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi, sản xuất hơn 1 triệu tấn thức ăn chăn nuôi trong năm tài chính 2015. Dự kiến, trong năm 2016, Cargill sẽ khánh thành nhà máy sản xuất thức ăn gia súc thứ 9 tại tỉnh Nghệ An. Trong một cuộc tiếp xúc báo chí mới đây, ông Jorge Becerra, Tổng giám đốc Cargill Feed Nutrition tại Việt Nam cho biết, trong năm nay công ty đầu tư thêm 7 triệu USD để mở rộng nhà máy tại Đồng Tháp nhằm tăng cường mảng thức ăn thủy sản, nâng tổng vốn đầu tư tại nhà máy này lên khoảng 14 triệu USD. Dự kiến nhà máy mới này sẽ khánh thành vào tháng 12/2015, cung cấp khoảng

TẠI VIỆT NAM, CÓ 61 DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THỨC ĂN CHĂN NUÔI CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI (TỶ LỆ 25,7%), CHIẾM TỚI 59,15% SẢN LƯỢNG THỨC ĂN CHĂN NUÔI CỦA TOÀN BỘ THỊ TRƯỜNG



9-10 nghìn tấn thức ăn thủy sản/tháng.

“Tầm nhìn của Cargill là trở thành nhà cung cấp hàng đầu về thức ăn cho cá và tôm ở Việt Nam. Gần đây, Cargill mua lại EWOS, giúp bổ sung cho ngành công nghiệp thức ăn thủy sản hiện tại của Cargill”, ông Becerra nói.

Cũng theo lời người đứng đầu Cargill Feed Nutrition, năm 2014, doanh nghiệp này đạt mức doanh thu 120,4 tỷ USD trên toàn cầu, với mức lợi nhuận đạt 1,58 tỷ USD. Trong đó, thị trường Việt Nam chỉ đóng góp chưa tới 1% doanh thu toàn cầu của tập đoàn.

NỘI LẬT NGƯỢC THẾ CỜ?

Thị trường thức ăn chăn nuôi trong nước được dự báo sẽ tăng trưởng ở mức 13-15%/năm. Năm 2015, Việt Nam cần khoảng 18-20 triệu tấn thức ăn công nghiệp và dự báo đến năm 2020, con số này có thể tăng lên 25-26 triệu tấn. Nhu cầu thị trường còn rất lớn, song sản xuất trong nước chưa đáp ứng đủ, theo dự báo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Theo tính toán của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, mỗi năm Việt Nam vẫn phải chi hàng tỷ USD để nhập cả chục triệu tấn nguyên liệu sản xuất thức ăn chăn nuôi. Tính riêng năm 2014, Việt Nam đã chi trên 3 tỷ USD nhập khẩu thức ăn chăn nuôi. Nếu tính cả lượng nhập khẩu bắp, đậu nành và lúa mì, Việt Nam đã chi ra trên 4 tỷ USD.

Với một thị trường béo bở như vậy, trước đây, doanh nghiệp Việt Nam hầu như chịu trận để các doanh nghiệp FDI làm mưa làm gió trên thị trường. Vài năm trở lại đây, nhiều doanh nghiệp nội với tiềm lực tài chính mạnh đã nhìn thấy tiềm năng lớn của lĩnh vực thức ăn chăn nuôi, nên quyết định gia nhập sân chơi khốc liệt này. Điển hình là các doanh nghiệp lớn như Masan, Thủy sản Hùng Vương và mới đây nhất là Tập đoàn Hòa Phát. Với tiềm lực tài chính mạnh, hệ thống phân phối sẵn có và am hiểu thị trường, sự gia nhập của các tên tuổi lớn hứa hẹn sẽ giúp doanh nghiệp nội lật ngược thế cờ và sắp xếp lại cuộc chơi một cách sòng phẳng hơn.

Thực tế lâu nay cho thấy, giá thức ăn chăn nuôi tại Việt Nam luôn cao hơn khoảng 20% so với nhiều nước trong khu vực ASEAN. Giá thức ăn đầu vào cao đã đẩy giá thành phẩm của ngành chăn nuôi lên cao khiến Việt Nam mất hẳn tính cạnh tranh so với các nước trong khu vực.

“Ai là người đứng đầu thì người đó có quyền dẫn dắt giá trên thị trường. Bao năm qua, với vị trí là người đứng thứ 3 trên thị trường, chúng tôi luôn quan sát động thái của hai người dẫn đầu. Khi họ điều chỉnh giá tăng, chúng tôi tăng theo và ngược lại”, giám đốc điều hành một doanh nghiệp sản xuất thức ăn thủy sản (không muốn nêu tên) bình luận.

Trong mảng thức ăn gia súc, phải kể đến sự vươn lên mạnh mẽ của Tập đoàn Masan qua các thương vụ M&A. Cụ

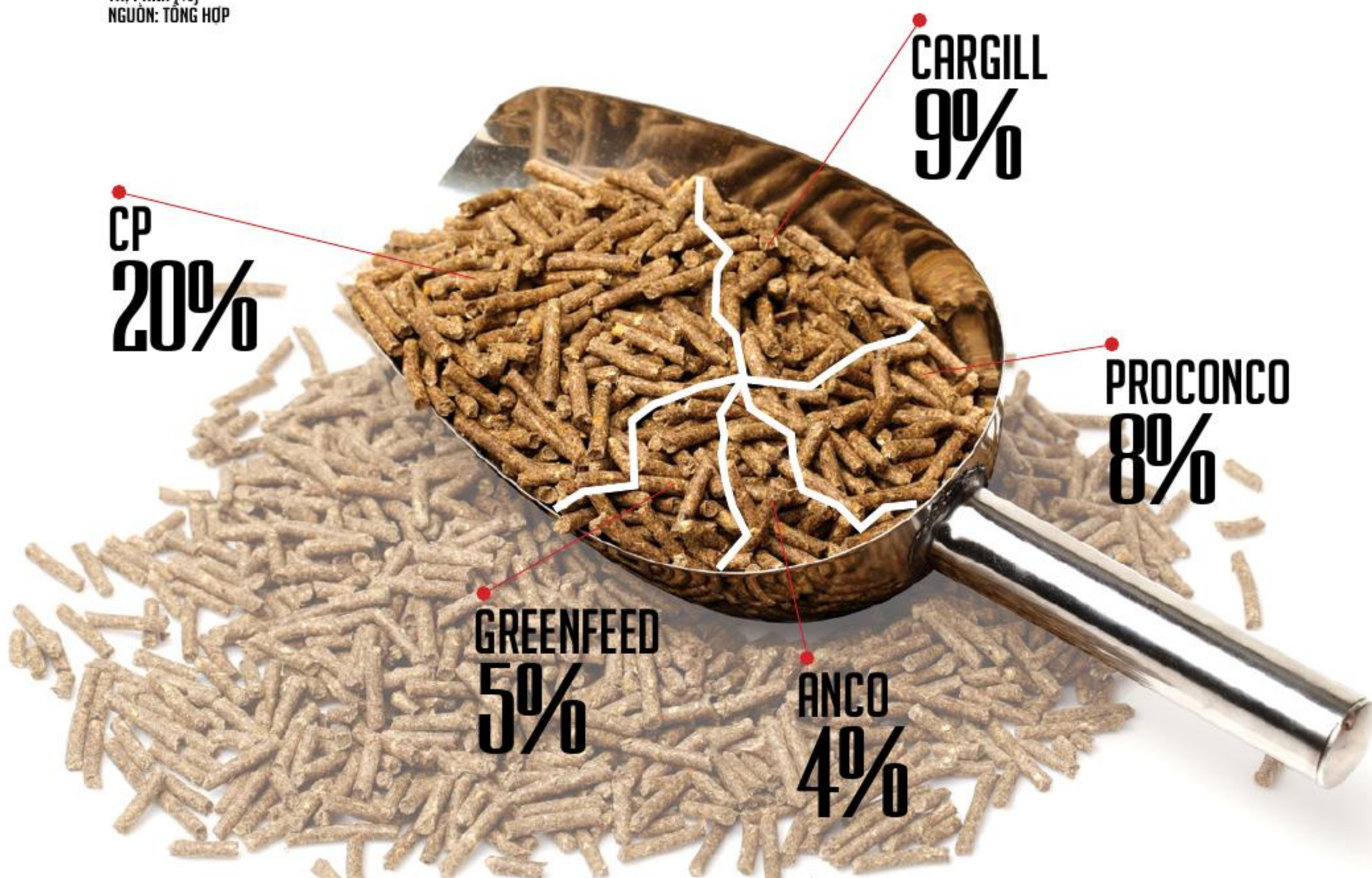
thể, Masan đã sở hữu lần lượt 52% và 70% cổ phần của Công ty cổ phần Việt-Pháp Sản xuất thức ăn gia súc (Proconco) và Công ty cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế (Anco), thông qua Masan Nutri-Science (MNS). Sau động thái này, Masan đã nâng thị phần trong mảng thức ăn chăn nuôi lên khoảng 10%. Mới đây, trên thị trường xuất hiện tin đồn tập đoàn này đã chinh thức sở hữu Công ty GreenFeed với mức giá 500 triệu USD. Mặc dù người trong cuộc chưa chính thức lên tiếng xác nhận thông tin, nhưng nếu việc mua lại GreenFeed là có thật, Masan sẽ nâng thị phần mảng thức ăn chăn nuôi lên khoảng 15%, qua đó chinh thức vượt mặt “đàn anh” Cargill để nắm giữ vị trí thứ 2, chỉ đứng sau CP.

Cùng với các thương vụ M&A, Masan đang mạnh tay chi tiền cho chiến dịch quảng cáo sản phẩm cáng Con Cò và Anco trên truyền hình. Động thái này cho thấy, Masan đang muốn lấn sân và nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường thức ăn chăn nuôi. Bên cạnh đó, để tránh chạm mặt với các đối thủ ngoại đang gồm trong việc xây dựng hệ thống đại lý phân phối, Masan cũng chọn cho mình hướng đi thông minh và bớt gai góc hơn, đó là bán sản phẩm trực tiếp từ nhà máy đến tay người chăn nuôi chứ không thông qua các đại lý trung gian. Với chiến lược này, Masan sẽ không phải giành giật đại lý phân phối với các đối thủ lớn CP và Cargill, vốn nổi tiếng chi hoa hồng cao để “lấy lòng” các đại lý. Mặt khác, với cách phân phối trực tiếp này, Masan có thể cắt giảm tối đa chi phí, tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm.

Một đối thủ nặng ký khác đã gia nhập cuộc chơi thức ăn chăn nuôi là Tập đoàn Hòa Phát. Năm 2015, Hòa Phát thành lập công ty con chuyên sản xuất thức ăn chăn nuôi với vốn điều lệ 300 tỷ đồng. Dự kiến, nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi với công suất khoảng 300.000 tấn/năm của Hòa Phát sẽ hoàn thiện vào đầu năm 2016. Ông Trần Tuấn Dương, Phó chủ tịch HĐQT kiêm Tổng giám đốc Hòa Phát, từng tỏ ra rất lạc quan với mục tiêu sản xuất 1 triệu tấn thức ăn gia súc vào năm 2020, cùng với 1 triệu con lợn, sẽ mang về doanh thu từ 15.000-20.000 tỷ đồng và đóng góp khoảng 30% lợi nhuận cho tập đoàn.

Trong mảng thức ăn thủy sản, Thủy sản Hùng Vương (HVG) cũng đang vươn lên mạnh mẽ với hàng loạt thương vụ M&A giống như chiến lược của Masan. Thế độc tôn trong mảng thức ăn thủy sản của Cargill và Uni-President đang bị HVG đe dọa. Ông Dương Ngọc Minh, Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần Hùng Vương cho biết, doanh nghiệp ông đã gần như hoàn thành việc mua lại Công ty cổ phần Thức ăn chăn nuôi Việt Thắng (VTF). Cụ thể, hiện HVG đã sở hữu 90,36% vốn điều lệ của VTF và đang thỏa thuận mua từ các cổ đông nhỏ lẻ số cổ phần còn lại là 9,64%. Theo ông Minh, HVG sẽ nâng công suất nhà máy VTF lên 800.000 tấn/năm trong năm 2015, nhằm đến năm 2018 đạt mức sản lượng từ 1,5 - 1,8 triệu tấn thức ăn thủy sản/năm và

TOP 5 DOANH NGHIỆP THỨC ĂN CHĂN NUÔI

THỊ PHẦN (%)
NGUỒN: TỔNG HỢP

► đến năm 2020 doanh số phải đạt được từ 18.000 - 20.000 tỷ đồng. Trước đó, HVG đã thầu tóm thành công Hùng Vương Tây Nam và Cao Lãnh. Với ba nhà máy này, HVG hiện đang chiếm 40% thị phần thức ăn thủy sản.

Cũng giống như Masan, người chăn nuôi hoàn toàn có thể đến tận nhà máy của Hùng Vương để mua thức ăn chăn nuôi mà không phải thông qua các khâu trung gian. Điều này giúp HVG tiết giảm chi phí vận chuyển, phân phối từ đó giảm giá thành, trong khi không phải chịu sự cạnh tranh khốc liệt từ hệ thống đại lý phân phối dày đặc của các đối thủ nặng ký khác. Một lợi thế khác là Hùng Vương có khả năng mua hàng trả chậm trên sàn quốc tế, với thời hạn lên đến 1 năm, thay vì phải mở L/C để nhập hàng. Điều này có được là do HVG được các tổ chức quốc tế xếp hạng tín dụng hạng 3, nhờ uy tín thanh toán đã được kiểm chứng suốt 5 năm qua. Ngoài ra, Hùng Vương không phải tốn chi phí lãi vay do luôn có ngoại tệ để mua hàng.

"Bằng các bước đi vững chắc và với nền tảng cơ bản dựa trên công nghệ tốt, có tiền chốt giá nguyên liệu ổn định, kho trữ hàng lớn, nên trong cuộc chơi trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi HVG không e ngại bất kỳ đối thủ nào, kể cả các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi. Đến năm 2018, Hùng Vương sẽ nằm trong nhóm đầu các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi", ông Minh khẳng định.

Ông Phạm Minh Thiện, Giám đốc Doanh nghiệp tư nhân Cỏ May, đơn vị đang cung cấp hơn 500 tấn thức ăn cho cá/ngày, cho rằng, trong lĩnh vực thức ăn gia súc, gia cầm, doanh nghiệp Việt khó lòng cạnh tranh nổi với CP hay Cargill. Tuy nhiên, ở ngách nhỏ trong sản xuất thức ăn thủy sản là thức ăn cho cá tra, cá basa, thì doanh nghiệp Việt đang làm chủ cuộc chơi. Lý do, theo lý giải của ông Thiện là bởi, các doanh nghiệp trong nước sẽ có nhiều lợi thế hơn về việc am hiểu tường tận cách thức sản xuất và phân phối thức ăn cho con cá đặc thù của địa phương mình, điều mà các doanh nghiệp ngoại dù có hùng mạnh về tài chính hay công nghệ cũng không có được. Trên thực tế, CP đã từng muốn gia nhập mảng thức ăn cho cá tra, cá basa nhưng sau thời gian thua lỗ, doanh nghiệp này đành chấp nhận rút lui, "nhường" miếng bánh với thị phần nhỏ nhoi này cho các doanh nghiệp trong nước chia nhau.

Mặc dù trong cuộc chiến không cân sức với các đại gia thức ăn chăn nuôi hùng mạnh trên thế giới, doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, tuy nhiên sự trỗi dậy của những tên tuổi nổi trên đang góp phần làm thay đổi cục diện trên sân chơi. Ngành sản xuất thức ăn chăn nuôi trong nước đang nhen nhóm hy vọng tìm lại thế cân bằng, khi yếu tố đầu vào dần dần được họ làm chủ. **DN**

MEN
OF THE
YEAR
2015

10th
YEAR

THỂ THAO VĂN HÓA & ĐÀN ÔNG

MEN OF THE DECADE
(2005-2015)

CÔNG BỐ & TRAO GIẢI
THÁNG 12/2015

TÀI TRỢ CHÍNH



TÀI TRỢ PHỤ



BẢO TRỢ THÔNG TIN

Đẹp

DOANH NHÂN

Đẹp TV

Đẹp ONLINE
dep.com.vn

Vietnam+
MOBILE

LIÊN HỆ TÀI TRỢ

TPHCM: **Hậu Trinh** | Mobile: 097 835 5452 | E-mail: hautv.sales@lemediavn.com
Nguyễn Ngọc Bảo Châu | Mobile: 090 354 6012 | E-mail: chieunnb.sales@lemediavn.com
HÀ NỘI: **Nguyễn Hải Yến** | Mobile: 090 354 6003 | E-mail: yennh@lemediavn.com

LÀM THẬT ĐỂ HƯỞNG THÀNH QUẢ THẬT

Lựa chọn phân khúc cao cấp trên thị trường làm đẹp đang bùng nổ tại Việt Nam, bà chủ của Thanh Hằng Beauty Medi tự tin cho rằng mình không có đối thủ. **Hoàng Anh** [thực hiện]



“
**ĐIỂM YẾU CỦA
THỊ TRƯỜNG
TRONG NƯỚC
LÀ TẬP TRUNG
VÀO LÀM GIÁ
RẺ MÀ QUÊN
ĐI MỘT ĐIỀU:
TRONG LÀM
ĐẸP, QUAN
TRỌNG NHẤT LÀ
MANG ĐẾN VẺ
ĐẸP TỰ NHIÊN**

Khởi nghiệp từ một cửa hàng mỹ phẩm nhỏ ở Chợ Hôm (Hà Nội), khi mà làm đẹp vẫn còn là một điều gì đó rất xa xỉ đối với nhiều phụ nữ Việt Nam, sau 26 năm, thương hiệu Thanh Hằng Beauty Medi của bà Đặng Thanh Hằng đã là một thương hiệu uy tín trong lĩnh vực làm đẹp tại thị trường Việt Nam, tập trung vào phân khúc khách hàng cao cấp.

CHỈ LỰA CHỌN SỐ 1

Bà có thể chia sẻ cơ duyên đến với lĩnh vực làm đẹp và gắn bó đến tận ngày hôm nay?

Tôi chọn kinh doanh làm đẹp, bởi đây là lĩnh vực nhẹ nhàng, không quá phức tạp và có thể dựa vào chính năng lực của mình. Và điều quan trọng hơn cả, đó chính là sở thích, đam mê của tôi. Như tất cả những người phụ nữ khác, tôi cũng yêu cái đẹp và muốn làm đẹp. Đó là lý do từ năm 90, tôi đã bắt đầu bước chân vào lĩnh vực này với việc kinh doanh mỹ phẩm nhập khẩu.

Sau thời điểm đó, lý do gì khiến chị quyết định chuyển hướng?

Thời điểm bắt đầu kinh doanh mỹ phẩm nhập khẩu, do mới xóa bỏ bao cấp nên thị trường vẫn còn rất khan hiếm hàng. Nhưng đến năm 1997, tôi dự đoán trước việc các hãng mỹ phẩm sẽ xâm nhập vào thị trường Việt Nam, việc nhập hàng về bán sẽ không còn phù hợp nữa. Trong khi đó, tôi nhìn thấy cơ hội từ thị trường áo cưới, khi các cô dâu có thu nhập tốt hơn và bắt đầu chăm chút hơn cho ngày cưới của mình và tôi quyết định chuyển hướng. Nhưng nếu thời điểm đó tôi làm thẩm mỹ viện thì chắc chắn sẽ thất bại, bởi khi ấy, việc đi làm đẹp vẫn là điều gì đó xa xỉ, thậm chí là tội lỗi. Chỉ đến những năm 2010, do ảnh hưởng của phim ảnh, cuộc sống cũng đã no đủ, mọi người hiểu sâu hơn về việc làm đẹp, họ hiểu được rằng để có được sự tự tin trong cuộc sống, công việc, cũng như muốn giữ gìn hạnh phúc thì họ cần phải biết làm đẹp, biết chăm sóc chính bản thân mình. Để làm được điều đó, họ cần tìm một nơi để làm đẹp một cách thông minh nhất. Thanh Hằng Beauty Medi mang đến điều đó.

Từ thời điểm Thanh Hằng Beauty Medi ra đời, thị trường thẩm mỹ của Việt Nam phát triển khá nóng và tương đối nhốn nháo? Đó là thách thức hay cơ hội với Thanh Hằng Beauty Medi?

Điểm yếu của thị trường trong nước là tập trung vào làm giá rẻ mà quên đi một điều: trong làm đẹp, quan trọng nhất là mang đến vẻ đẹp tự nhiên. Điều đó làm cho trên gương mặt của tất cả những người phụ nữ đi làm đẹp đều để lại dấu vết của việc làm đẹp. Tôi muốn thay đổi nhận thức về làm đẹp của người tiêu dùng. Khi đã bắt tay vào làm, tôi có một niềm tin rất lớn rằng, mình có thể thay đổi được nhận thức của họ, bằng chính những kết quả thực tế. Thực tế là, nếu tập trung vào làm giá rẻ thì sẽ không bao giờ có được đội ngũ bác sĩ giỏi. Làm đẹp không giống như đi mua một mớ rau, hôm nay mua phải một mớ rau héo thì ngày mai có thể sửa bằng cách đi mua một mớ rau khác. Làm đẹp không thể sửa được. Nếu đã làm hỏng ngay từ đầu thì dù có sửa đến 10 lần, cái đẹp ấy cũng rất gượng gạo. Đó là lý do mà tôi tập trung vào yếu tố quan trọng nhất là tay nghề và kinh nghiệm của bác sĩ. Tôi chấp nhận trả một mức giá rất cao để mời được người giỏi về.

Và bà đã mất bao lâu để thay đổi được nhận thức của thị trường?

Khoảng một năm. Tất nhiên, hiện nay vẫn có một số người quan tâm đến giá thành nhiều hơn, họ muốn tiền ít nhưng vẫn phải đẹp, điều đó là vô cùng khó.

Vậy làm thế nào để bà tuyển chọn và thu hút được những bác sĩ giỏi từ nước ngoài về làm việc cho mình?

Để mời được một bác sĩ giỏi, tôi phải kiểm tra họ qua nhiều năm, tìm hiểu về nơi họ làm việc, tiểu sử hành nghề và trực tiếp nhìn thấy kết quả của họ trên thực tế để xem cách làm của họ có phù hợp với người Việt Nam hay không. Nhưng trước khi thử tay nghề, tôi phải nói chuyện để hiểu được cái tâm thực sự của họ. Tôi luôn tìm kiếm những thứ số 1. Nhưng với một bác sĩ số 1 thì họ cũng sẽ đòi hỏi môi trường làm việc số 1. Vì vậy, các yếu tố về môi trường làm việc như không gian, công nghệ, thiết bị của Thanh Hằng Beauty Media cũng phải được đầu tư tốt nhất, hiện đại nhất mới có thể hút được họ. Một yếu tố quan trọng khác để thu hút họ là uy tín và tâm huyết của tôi. Kết quả là đến nay, chúng tôi có đội ngũ 13 bác sĩ, trong đó có 8 bác sĩ nước ngoài, tất cả họ đều đồng hành lâu dài cùng với chúng tôi. Khi làm việc tại đây, các bác sĩ đều rất thích thú và hành diện vì họ được làm đẹp cho những người nổi tiếng nhất Việt Nam, từ ca sĩ, người mẫu, đến các hoa hậu, á hậu và cả những chính khách.

KHI KHÁCH HÀNG HÀI LÒNG, TIỀN SẼ ĐẾN

Thanh Hằng Beauty Medi luôn xuất hiện trên báo chí và các phương tiện quảng bá cùng với những ngôi sao nổi tiếng, đó hẳn là chiến lược marketing khôn ngoan đã được công ty lựa chọn từ đầu?

Không hẳn như vậy. Những người nổi tiếng đến với Thanh Hằng một cách tự nhiên, lượng khách hàng này ngày càng nhân rộng khi họ cảm thấy hài lòng và giới thiệu cho nhau. Hồng Nhung, Bằng Kiều hay MC Nguyễn Cao Kỳ Duyên đều đến với Thanh Hằng thông qua sự giới thiệu. Trong lĩnh vực của chúng tôi, marketing truyền miệng vẫn là kênh quan trọng và được tin tưởng nhất.

Trong bối cảnh đời sống ngày càng được cải thiện, lĩnh vực làm đẹp đang thu hút nhiều nhà đầu tư. Theo bà, đâu là những điều khác biệt của Thanh Hằng Beauty Medi?

Điều khác biệt là chúng tôi không dùng những người đẹp không làm đẹp mà được trả tiền để quảng cáo. Tất cả những người nổi tiếng quảng bá cho Thanh Hằng đều đã sử dụng dịch vụ của chúng tôi. Tại Thanh Hằng, tôi không cho phép nhân viên nói dối khách hàng trong bất cứ tình huống nào. Nếu đâu hãy nói với khách hàng là đâu để họ quyết định có làm hay không, hay đẹp được đến bao nhiêu phần trăm hãy nói thật để họ không kỳ vọng quá mức so với thực tế. Tôi xây dựng văn hóa nói thật, làm thật và quảng cáo thật tại Thanh Hằng, vì chỉ có như thế mới phát triển bền vững. Đó cũng là cách tôi xây dựng niềm tin trong suốt 27 năm qua.

Theo bà, ngành công nghiệp làm đẹp của Việt Nam đã tiệm cận được với trình độ của thế giới?

Chúng ta đã cập nhật được nhiều thông tin và hiểu được rằng, việc làm đẹp cần đến kỹ thuật tốt và bác sỹ giỏi, nhưng để bắt kịp được với trình độ thế giới thì vẫn còn một khoảng cách rất xa, bởi họ đã đi trước Việt Nam quá lâu.

Vậy thì tốt nhất là sử dụng công nghệ và cả bác sỹ của nước ngoài?

Đúng vậy, trước mắt phải như thế để đảm bảo an toàn cho khách hàng và cho chính mình. Mỗi người có một lựa chọn về con đường kinh doanh khác nhau. Tôi không nghĩ đến lợi nhuận ngay lập tức, điều tôi nghĩ đến đầu tiên là kết quả của khách hàng. Và khi có nhiều khách hàng hài lòng thì đó sẽ là lúc mình có nhiều tiền. Bởi họ chính là người quảng bá tốt nhất cho mình.

Đến nay lượng khách của Thanh Hằng



TÔI HOÀN TOÀN TỰ TIN VỀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA THANH HẰNG BEAUTY MEDI, BỞI NHỮNG THỨ TÔI LỰA CHỌN ĐỀU ĐÃ LÀ SỐ 1

Beauty Medi như thế nào và tỷ lệ khách hàng quay trở lại ra sao, thưa bà?

Trung bình mỗi tháng có hàng ngàn lượt khách đến với chúng tôi, trong đó có khoảng 800 khách hàng là khách hàng cũ. Tỷ lệ khách hàng quay trở lại rơi vào khoảng 80%.

Khi Việt Nam hội nhập, trong tương lai chắc chắn sẽ có những doanh nghiệp nước ngoài, tài chính mạnh hơn, kinh nghiệm trong lĩnh vực làm đẹp cũng nhiều hơn sẽ đến đầu tư tại Việt Nam, điều đó hẳn sẽ tạo ra sức ép cạnh tranh rất lớn?

Không dễ để cạnh tranh. Bởi với người châu Á, sự thân quen và tin tưởng vẫn là yếu tố quyết định. Các khách hàng của Thanh Hằng luôn được đích thân tôi chia sẻ và tư vấn. Họ đến với chúng tôi như một người bạn và cùng đồng hành lâu dài chứ không chỉ đơn thuần là một khách hàng. Tôi cho rằng, đó là lợi thế của người Việt Nam mà các doanh nghiệp nước ngoài không có được. Mặt khác, ở đây chúng tôi đã có đội ngũ bác sỹ nước ngoài giỏi, cùng với những công nghệ mới nhất. Tôi hoàn toàn tự tin, bởi những thứ tôi lựa chọn đều đã là số 1.

Vậy với thị trường trong nước, Thanh Hằng Beauty Medi có nhiều đối thủ không, thưa bà?

Theo tôi là không có đối thủ.

Nhưng rất nhiều doanh nghiệp cũng có nhiều tiền để hút được đội ngũ bác sỹ giỏi hay mua những công nghệ mới nhất?

Định hướng và uy tín của người chủ mới là điều quyết định. Tôi tin là nhiều người có rất nhiều tiền, nhưng không phải ai cũng biết cách làm việc và không phải ai cũng chịu khó học hỏi. Có được ngày hôm nay là quá trình tích lũy và làm việc của tôi trong suốt gần 30 năm, từ đó hiểu về nghề, hiểu bác sỹ, hiểu tâm lý khách hàng... điều đó tiền không thể mua được.

Với tầm nhìn của bà, mô hình của Thanh Hằng Beauty Medi sẽ phát triển ổn định trong vòng bao lâu nữa?

Khoảng 10 năm, sau đó cần phải làm lớn hơn nữa, có thể sẽ trở thành một bệnh viện làm đẹp. Trong 10 năm này, chúng tôi cũng có định hướng phát triển thành chuỗi khoảng 10 địa điểm và sẽ mở rộng ra các tỉnh thành khác ngoài Hà Nội và TP.HCM.

Xin cảm ơn bà! DN

CUỘC THI

Đẹp NEW FACES

ĐI TÌM NHỮNG GƯƠNG MẶT TÀI NĂNG MỚI CHO NGÀNH THỜI TRANG VIỆT

ĐẤU TRƯỜNG THỜI TRANG ĐẦY MÀU SẮC
DÀNH CHO CÁC BẠN TRẺ THỂ HIỆN TÀI NĂNG TRONG
NHỮNG VAI TRÒ: PRODUCER, FASHION DESIGNER,
STYLIST, PHOTOGRAPHER, MODEL, MAKEUP ARTIST...

**TÀI NĂNG VÀ ĐAM MÊ SẼ ĐƯỢC KIỂM CHỨNG
QUA NHỮNG KHUNG HÌNH!**

COMING SOON

Xem chi tiết tại:

www.depnewfaces.vn
www.dep.com.vn

BẢO TRỢ THÔNG TIN



DOANH NHÂN



Liên hệ tài trợ:

Ms. Nguyễn Văn Khánh - Group Sales & Marketing Manager

ĐT: 0903.546.004 | Email: khanhvn@lemediavn.com

Ms. Đặng Thanh Lan - Sales Manager (Tạp chí Đẹp)

ĐT: 0908.316.386 | Email: landt@lemediavn.com

Ms. Đinh Vũ Hồng Trinh - Sales Manager (Tạp chí Đẹp)

ĐT: 0908.182.487 | Email: trinhdvh.sales@lemediavn.com



Nhiếp ảnh TRI NGHĨA Người mẫu QUỲNH CHÁU

78.000 TỶ VNĐ

Tổng tài sản của SCIC hiện nay
lên tới 78.000 tỷ đồng

KINH DOANH



CHƯA VỘI MỪNG?

Sự quan tâm của thị trường và giới đầu tư về quyết định mới đây của Chính phủ cho phép SCIC thoái toàn bộ vốn tại 10 doanh nghiệp lớn, kinh doanh hiệu quả hiện đang "nóng". Nhưng có nên đặt nhiều kỳ vọng vào việc này? **Phương Linh**

VINAMILK LÀ MỘT TRONG NHỮNG
CÁI TÊN MỚI TRONG DANH SÁCH SCIC SẼ
THOÀI VỐN ĐƯỢC CÔNG BỐ LẦN NÀY



Gười phân tích tại nhiều công ty chứng khoán cho rằng, đây là điểm nhấn nổi bật nhất về thông tin kinh tế vi mô gần đây. Thậm chí có công ty còn đưa ra số tiền dự kiến thu được từ việc thoái vốn nhà nước tại các công ty nói trên lên tới hơn 3 tỷ USD. Trong số này có tới 8/10 doanh nghiệp hiện đang niêm yết trên TTCK và đều là những tên tuổi lớn.

KHÔNG QUÁ MỚI

Nếu so với Quyết định 2344/QĐ-TTg ngày 2/12/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án tái cơ cấu SCIC giai đoạn đến 2015, chỉ có FPT Telecom, Vinamilk (VNM) và Tổng công ty Tài bảo hiểm quốc gia Việt Nam (VNR) là những cái tên mới trong danh sách SCIC sẽ thoái vốn được công bố lần này. Những cái tên còn lại như Tập đoàn FPT (FPT), Nhựa Bình Minh (BMP), Nhựa Thiếu niên Tiền Phong (NTP), Khoáng sản Hà Giang, Xuất nhập khẩu Sa Giang hay Công ty cổ phần Hạ tầng và bất động sản Việt Nam (VIID) đều nằm trong danh mục 376 doanh nghiệp SCIC sẽ thoái vốn theo đề án đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt trước đó.

Theo một cán bộ có kinh nghiệm của SCIC, quyết định của Phó thủ tướng Vũ Văn Ninh vừa rồi xuất phát từ việc phúc đáp công văn của SCIC về việc tổng công ty này rà soát

danh mục các doanh nghiệp mà họ cần nắm giữ dài hạn. Theo Quyết định số 37/2014/QĐ-TTg về ban hành tiêu chí, danh mục phân loại doanh nghiệp nhà nước được Thủ tướng Chính phủ ký ngày 18/6/2014, các tổng công ty như SCIC phải rà soát và có báo cáo Chính phủ về việc tái cơ cấu danh mục đầu tư, trong đó đề xuất lý do giữ và thoái vốn tại các doanh nghiệp căn cứ theo Quyết định này.

Câu chuyện được quan tâm nhiều, một phần bởi có gắn với VNM. Đây là cái tên được nhắc đến nhiều nhất trên TTCK Việt Nam, bởi đó không chỉ là doanh nghiệp sữa hàng đầu Việt Nam mà còn thuộc top đầu của châu lục. Tỷ lệ sở hữu của nhà đầu tư nước ngoài tại doanh nghiệp này trong nhiều năm qua luôn đạt 49%, mức tối đa cho phép (room). Mỗi lần tỷ lệ này giảm do doanh nghiệp phát hành cổ phiếu ưu đãi cho người lao động, nhà đầu tư nước ngoài lập tức mua vào để lấp kín room chỉ trong vài phút của phiên giao dịch hớ room. Tại các diễn đàn đối thoại với Chính phủ như Diễn đàn Doanh nghiệp, VNM luôn được nhắc đến như một doanh nghiệp lý tưởng để bỏ vốn đầu tư. Mối quan hệ giữa VNM và SCIC cũng là chủ đề nóng trong mùa đại hội cổ đông, nhiều ý kiến cho rằng, Nhà nước nên thoái vốn tại đây đã được đưa ra. Nay Chính phủ đã bật đèn xanh cho việc này, kèm theo yêu cầu SCIC phải chọn thời điểm thích hợp.

MƯỜI NĂM BÁN VỐN VỪA QUA CỦA SCIC CŨNG CHƯA BẰNG MỘT KHOẢN THOẢI VỐN TẠI VINAMILK HAY FPT TELECOM SẮP TỚI



Câu chuyện còn nóng hơn bởi trong danh sách SCIC thoái vốn, có tới 8 doanh nghiệp hiện đang niêm yết trên TTCK và đều là những tên tuổi lớn như: BMP, NTP, FPT, VNR, Bảo Minh, Sa Giang và Khoáng sản Hà Giang. Hai doanh nghiệp khác chưa niêm yết nhưng kinh doanh rất hiệu quả là FPT Telecom và VIID. Trong bối cảnh nhà đầu tư nước ngoài rút vốn ròng với khối lượng lớn trong 3 tháng gần đây, động thái công bố thoái vốn nói trên của Chính phủ được coi như một bữa tiệc thịnh soạn sắp mở ra, và giới đầu tư hân hoan đón chào, dự đoán về chuỗi ngày tích cực tới đây của thị trường.

Tuy nhiên, như đã đề cập ở trên, đây không phải là quyết sách mới hay bước đột phá trong tiến trình tái cơ cấu của SCIC. Do đó, kỳ vọng về một bước ngoặt của thị trường trong ngắn hạn e còn quá sớm. Nhìn lại quãng thời gian hơn 1 năm kể từ khi Quyết định 2344/QĐ-TTg được ban hành, để xem SCIC đã thoái được toàn bộ vốn tại doanh nghiệp nào trong số 10 doanh nghiệp (trừ VNM, FPT Telecom và VNR) sẽ thấy từ chính sách đến thực tế không dễ thực hiện. Chưa kể, theo nhận xét của nhiều chuyên gia, thị trường thời điểm này cũng không thật sự lý tưởng cho việc thoái vốn tại các doanh nghiệp lớn, kinh doanh hiệu quả nói trên.

TRÔNG CHỜ SỰ CHỦ ĐỘNG CỦA SCIC

Trả lời giới truyền thông, ông Lại Văn Đạo, Tổng giám đốc SCIC cho biết, việc thoái vốn nhà nước tại các doanh nghiệp sẽ phải theo lộ trình và cần phải rất cân trọng. Hiện nay với các doanh nghiệp đang niêm yết, có thể thoái vốn theo hình thức thỏa thuận trong biên độ hoặc thỏa thuận ngoài sàn. Bán cả lô lớn thì việc thỏa thuận ngoài sàn sẽ có lợi hơn (không bị khống chế biên độ giá), đồng thời có thể tiến hành chào bán cạnh tranh (nhiều nhà đầu tư có thể tham gia, nhà đầu tư trả giá cao nhất sẽ trúng giá). Với các doanh nghiệp chưa niêm yết, có thể thực hiện đấu giá trọn lô hoặc đấu giá một phần.

Do đây là những doanh nghiệp quan trọng, được dư luận đặc biệt quan tâm nên chắc chắn SCIC sẽ phải thực hiện bán một cách minh bạch, đúng quy định, hướng đến việc đạt lợi ích cao nhất cho Nhà nước. Vậy việc bán vốn này có đơn giản hay không? Để đạt hiệu quả cao nhất, để thấy không thể thiếu vắng các nhà đầu tư ngoại, những tổ chức và cá nhân đang khao khát tăng tỷ lệ sở hữu hoặc đầu tư mới vào các doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp như VNM, FPT, BMP... đều đã kín room. Bởi vậy, nếu muốn nhà đầu tư nước ngoài tham gia, sẽ phải nới room. Với các quyết định gần đây của Chính phủ, việc nới room đã được “đá” sang chân doanh nghiệp, nói đúng hơn chính là các cổ đông lớn của doanh nghiệp, trong đó có SCIC. Hơn 3 tháng quy định về nới room có hiệu lực, các doanh nghiệp như FPT và VNM vẫn đang rối bời trong việc có nới room được hay không, vì còn chờ quy định về ngành nghề kinh doanh có điều kiện và vô số thủ tục phức tạp khác. Nếu không có nhà đầu tư nước ngoài tham gia trong các đợt thoái vốn không lồ của SCIC, liệu nhà đầu tư trong nước có đủ nguồn lực chuyên môn và tài chính để trở thành nhà đầu tư chiến lược của những doanh nghiệp dẫn đầu? E là rất khó!

Vấn đề thứ hai là việc tiền thu được từ thoái vốn sẽ được sử dụng như thế nào? Theo quy định hiện hành, vốn Nhà nước đã bàn giao cho SCIC thì sẽ được để lại tại SCIC để tái đầu tư. Nhưng hiện SCIC không thiếu tiền đầu tư, trái lại còn bị thị trường than phiền là đầu tư quá thận trọng và giải ngân thấp, chưa tương xứng với nguồn lực tài chính và vị thế nhà đầu tư Chính phủ. Trong 10 năm qua, SCIC mới đầu tư 17.900 tỷ đồng, trong đó có nhiều dự án đầu tư theo chỉ định của Chính phủ. Trong khi đó tổng tài sản của siêu tổng công ty này lên tới 78.000 tỷ đồng (ước tính năm 2015). Vậy nếu thoái vốn cấp tập để thu về trên 3 tỷ USD, SCIC sẽ làm gì? Số tiền đó sẽ được sử dụng như thế nào để đạt hiệu quả cao hơn hiệu quả thu được từ việc nắm giữ cổ phần của VNM, FPT Telecom, BMP... Nếu chưa có đề án cho việc này, chắc chắn SCIC chưa thể thoái vốn. ►



SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP SCIC THOÀI VỐN TÍNH ĐẾN 30/9/2015

THOÀI TOÀN BỘ	THOÀI MỘT PHẦN	BÁN QUYỀN MUA
733	78	19

KẾT QUẢ THOÀI VỐN CỦA SCIC TÍNH ĐẾN 30/9/2019

(Đơn vị tính: tỷ đồng)

DOANH THU	GIÁ VỐN
9.243	3.925

► Kể từ khi thành lập cho đến ngày 30/9/2015, SCIC đã bán vốn tại 811 doanh nghiệp, trong đó bán hết vốn Nhà nước ở 733 doanh nghiệp, bán bớt vốn tại 78 doanh nghiệp và bán quyền mua tại 19 doanh nghiệp. Doanh thu bán vốn đạt 9.243 tỷ đồng, giá vốn đạt 3.925 tỷ đồng. Như vậy có thể thấy, 10 năm bán vốn của SCIC cũng chưa bằng một khoản thoái vốn tại VNM hay FPT Telecom. Rõ ràng, SCIC phải tập trung bán vốn tại các doanh nghiệp nhỏ, hoạt động kém hiệu quả để hạn chế thất thoát hay mất vốn Nhà nước, thay vì vội bán vốn tại các doanh nghiệp lớn trên.

Theo các đề án đã được phê duyệt, SCIC sẽ có vốn điều lệ 50.000 tỷ đồng, tăng 20.000 tỷ đồng so với hiện nay. Như vậy càng thấy rõ ràng, để thực hiện được quá trình thoái vốn tại các doanh nghiệp trên phải có một đề án chi tiết, vì một trong những địa chỉ giải ngân tiền thu được từ bán vốn tại các doanh nghiệp là để bổ sung vốn điều lệ cho SCIC.

Đó là chưa kể, với các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp đầu ngành và đang làm ăn hiệu quả, cơ cấu cổ đông để đảm bảo sức mạnh tài chính chỉ là một khía cạnh, quan trọng hơn còn là những vấn đề liên quan đến thị trường, thương hiệu Việt và cả chính sách bình ổn giá các mặt hàng quan trọng...

Trước khi Quyết định cho phép thoái vốn được ban hành, trong một cuộc trao đổi với các cơ quan báo chí, ông Đặng Quyết Tiến, Cục phó Cục Tài chính doanh nghiệp (Bộ Tài

chính) nhận được một câu hỏi đề nghị cho biết quan điểm cá nhân về việc liệu Nhà nước có nên thoái vốn tại VNM. Không trả lời trực tiếp câu hỏi về việc nên hay không, song ông Tiến nhận định, tuy sửa không phải là ngành độc quyền mà Nhà nước cần đầu tư và các nhà đầu tư tư nhân có thể tham gia làm tốt, nhưng khi giữ lại phần vốn lớn tại VNM, cùng với những doanh nghiệp Việt Nam khác như TH true Milk, Nhà nước có thể có đối trọng với các tập đoàn sữa nước ngoài và có công cụ để tham gia điều tiết giá, ổn định thị trường trong nước theo hướng có lợi cho người tiêu dùng, ý kiến của ông Tiến được không ít người đồng tình.

Tại 2 doanh nghiệp nhựa hàng đầu cả nước là Bình Minh và Nhựa Tiền Phong, ngoài cổ đông lớn nhất là SCIC, cổ đông có quyền lực thứ hai là Nawaplastic (thuộc tập đoàn SCG của Thái Lan). Khi đối tác Thái Lan bỏ vốn mua cổ phần tại 2 doanh nghiệp trên với mức tối đa có thể, họ không giấu diếm kế hoạch sẽ tăng tỷ lệ sở hữu lên mức cao nhất cho phép (khi đó Chính phủ chưa có quyết định nới room cho nhà đầu tư nước ngoài). Ở thời điểm đó, cũng đã có những lo ngại về việc ngành nhựa sẽ rơi vào tay nhà đầu tư nước ngoài nếu BMP và NTP do họ chi phối và có thể sáp nhập lại.

Rõ ràng là, mặc dù đã được Chính phủ bật đèn xanh, nhưng việc thoái toàn bộ vốn Nhà nước tại 10 doanh nghiệp lớn là không hề đơn giản, đặc biệt là đối với SCIC. **DN**

Đẹp
200
ĐẸP 200th ISSUE

TRIỂN LÃM

THE BEST MOMENTS

NHỮNG KHOẢNH KHẮC ĐẸP

*Trân trọng
Cảm ơn*

QUÝ VỊ KHÁN GIẢ
CÁC NHÀ TÀI TRỢ VÀ CÁC ĐƠN VỊ BẢO TRỢ THÔNG TIN

ĐỒNG HÀNH BỞI



EURASIA
CONCEPT

NHÀ TÀI TRỢ

sisley
PARIS

avines
AUTHENTIC BEAUTY

BẢO TRỢ THÔNG TIN

THET HAO
DAN ONG

DOANH NHAN

AUTOCAR

Đẹp TV

Đẹp ONLINE
dep.com.vn

Vietnam
MOBILE

NHÀ TỔ CHỨC

Đẹp

Lê Media

Lê Bros.

KỶ VỌNG

Thị trường vẫn đang kỳ vọng vào động thái Chính phủ đồng ý cho SCIC thoái vốn khỏi 10 doanh nghiệp nhà nước đang “ăn nên làm ra”. **Minh Phương**

Ông Andy Ho, Tổng giám đốc VinaCapital cho biết, quý này rất muốn mua thêm cổ phiếu của Vinamilk, nhưng từ lâu doanh nghiệp đã “không hớ một chút room nào”. Quyết định thoái vốn, trong trường hợp Vinamilk, rõ ràng sẽ mở ra nhiều cơ hội cho bên mua. Trong danh mục thoái vốn kể trên, Vinamilk có giá trị cao nhất. Tại Vinamilk, SCIC nắm giữ 45,1% cổ phần, tính theo thị giá hiện nay tương đương gần 2,5 tỷ USD. Vinamilk cũng đóng góp rất lớn vào cơ cấu doanh thu của SCIC. Tính trong năm 2014, cổ tức mà SCIC nhận được từ Vinamilk lên đến 1.502 tỷ đồng, đóng góp 21,6% trong cơ cấu doanh thu đầu tư và kinh doanh. Cùng theo thống kê của SCIC, trong 10 năm qua, SCIC thu được 21.000 tỷ đồng cổ tức thì Vinamilk đã đóng góp vào đó 43% giá trị. Và Vinamilk chiếm giá trị vốn hóa đến 2/3 tổng giá trị phần vốn nhà nước mà SCIC đang quản lý.

Theo nhận định của ông Phạm Việt Muôn, nguyên Phó chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ và Phó Ban thường trực Ban chỉ đạo đổi mới và phát triển doanh nghiệp, quyết định thoái vốn nhà nước khỏi 10 doanh nghiệp cho thấy “Nhà nước đang phát đi tín hiệu minh bạch hóa thị trường, kỳ vọng thu hút thêm nhiều nhà đầu tư vào Việt Nam”.

Trở lại trường hợp Vinamilk, nếu SCIC thoái hết vốn tại doanh nghiệp này thì sẽ không còn những khoản cổ tức đầy hấp dẫn hàng năm, nhưng đổi lại, Nhà nước vẫn thu được các khoản thuế doanh nghiệp đóng góp vào ngân sách tốt hơn. Tính đến thời điểm hiện tại, Vinamilk đã nộp tổng cộng 19.000 tỷ đồng cho ngân sách. Và với động thái thoái vốn, Nhà nước rời sân chơi nhường cho các nhà đầu tư khác, kỳ vọng

TỶ LỆ SỞ HỮU CỦA SCIC TẠI 10 DOANH NGHIỆP CỔ VỐN NHÀ NƯỚC (%)



Vinamilk kinh doanh ngày càng hiệu quả hơn, gia tăng sức mạnh cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Khi đó, Vinamilk nộp thuế nhiều hơn và làm tăng nguồn thu ngân sách.

Điều này hoàn toàn có cơ sở vì kể từ năm 2006, khi Vinamilk niêm yết trên sàn chứng khoán, với cổ phần chi phối tại đây, SCIC không phải “lao tâm khổ tứ” quá nhiều, nhưng giá trị đầu tư vẫn tăng lên đều đặn. Sự có mặt của SCIC chưa tạo ra sự thông thoáng cho hoạt động kinh doanh. Có thể thấy được thực tế này qua sự bất đồng giữa SCIC và các cổ đông còn lại trong nhiều quyết định kinh doanh tại Đại hội đồng cổ đông thường niên vừa rồi của Vinamilk.

Ông Trương Chi Trung, Thứ trưởng Bộ Tài chính cũng nhấn mạnh, việc bán phần vốn của Nhà nước cho nhà đầu tư mới nhằm tăng hiệu quả quản trị cho doanh nghiệp nội địa và đem lại cho Nhà nước một quỹ lớn, tiếp tục cùng có sự phát triển của nền kinh tế.

Do giá trị thị trường của 10 doanh nghiệp nói trên là rất lớn nên mọi cái nhìn giờ đây đều trông vào nhà đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, theo ông Andy Ho, việc này cần đánh giá toàn diện và cần cân trọng. Theo ông, mặc dù Chính phủ đã cho nói room ngoại với tỷ lệ tối đa, nhưng hiện nay ngành, lĩnh vực cụ thể nào bán cho nhà đầu tư ngoại đến đâu vẫn chưa rõ. Đến nay, thị trường chỉ mới nhìn thấy một trường hợp là Công ty Chứng khoán Sài Gòn SSI được nói room ngoại 100%. Dù có quan tâm, nhưng nhà đầu tư ngoại vẫn phải xem xét giá bán có đạt kỳ vọng, các điều kiện mua như thế nào trước khi quyết định đầu tư.

“Nhưng theo kinh nghiệm của tôi, SCIC chắc chắn sẽ bán theo phương thức đấu giá cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước”, ông Andy Ho nhận định. **DN**



GENTLEMEN'S

GOLF TOURNAMENT

9

Giải golf thường niên của
Tập chí THỂ THAO VĂN HÓA & ĐÀN ÔNG

Liên hệ tài trợ & đăng ký tham gia chơi golf:

Tp. HCM: Mr. HẬU TRINH / 0978 355 452 / email: hautv.sales@lemediav.vn

Ms. BẢO CHIÊU / 0903 546 012 / email: chieunb.sales@lemediav.vn

Hà Nội: Ms. HẢI VẾN / 0903 546 003 / email: yennh@lemediav.vn

NHÀ TỔ CHỨC

LêMedia®

THỂ THAO
VĂN HÓA
ĐÀN ÔNG

LêBros®

ĐỒNG TÀI TRỢ



PAMAS
Beauty Group



Thế giới xanh
The green world

STAR
FITNESS • BITEKO

BẢO TRỢ
THÔNG TIN

AUTOCAR
VIETNAM

Đẹp

DOANH NHÂN

Vietnam+

Đẹp ONLINE
dep.com.vn

NGÔI SAO MỚI TRONG LĨNH VỰC HẠ TẦNG

Nắm trong tay 3 dự án hầm đường bộ lớn nhất cả nước, Công ty cổ phần Đầu tư Đèo Cả đang nổi lên như một ngôi sao sáng trong lĩnh vực đầu tư hạ tầng. **Ngọc Linh**

ĐẦU TƯ VÀO
HẠ TẦNG
KHÔNG NHIỀU
RỦI RO NHƯ
MỌI NGƯỜI
VẪN NGHĨ,
VẤN ĐỀ CHỈ
LÀ THỜI GIAN
THU HỒI
VỐN LÂU

Cuối tháng 5 vừa qua, Phó thủ tướng Hoàng Trung Hải đã có công văn đồng ý việc mở rộng hầm đường bộ Hải Vân lên quy mô 4 làn xe. Việc mở rộng hầm đường bộ dài nhất Việt Nam lên 4 làn xe có nghĩa là sẽ có một đường hầm 2 làn xe nữa chạy song song với đường hầm hiện tại. Có một điều đặc biệt trong công văn này, đơn vị thực hiện dự án không phải là những công ty có tên tuổi lâu năm trong lĩnh vực hạ tầng, mà là một cái tên vẫn còn mới - Công ty cổ phần Đầu tư Đèo Cả.

Thực tế, dự án mở rộng hầm đường bộ qua đèo Hải Vân là dự án đường hầm thứ 3 mà công ty này được Chính phủ chấp thuận cho làm chủ đầu tư. Cùng với hai dự án khác là hầm đường bộ Đèo Cả nối hai tỉnh Phú Yên và Khánh Hòa và hầm đường bộ Đèo Cù Mông nối Phú Yên và Bình Định, Đèo Cả đang là chủ đầu tư của 3 dự án đường hầm lớn nhất cả nước nằm trên tuyến đường quan trọng nhất của cả nước - quốc lộ 1A. Việc Đèo Cả được chọn làm chủ đầu tư của 3 dự án có tầm quan trọng với huyết mạch giao thông của đất nước như vậy đã khiến không ít người thắc mắc về kinh nghiệm và năng lực của một thương hiệu vẫn còn mới này.

Công ty Đầu tư Đèo Cả được thành lập năm 2010 tại Hà Nội, với mục đích ban đầu là đầu tư dự án hầm đường bộ Đèo Cả. Điều đó cũng đã giải thích vì sao công ty có cái tên như vậy. Nếu chỉ nhìn Đèo Cả như một đứa trẻ mới được sinh, rõ ràng kinh nghiệm đầu tư và quản lý các dự án hạ tầng của công ty này là một con số 0 tròn trĩnh. Nhưng để hiểu hết về năng lực của công ty, cần phải nhìn rõ vào cơ cấu cổ đông. Xét về khía cạnh này, Đèo Cả lại là một công ty có khá nhiều kinh

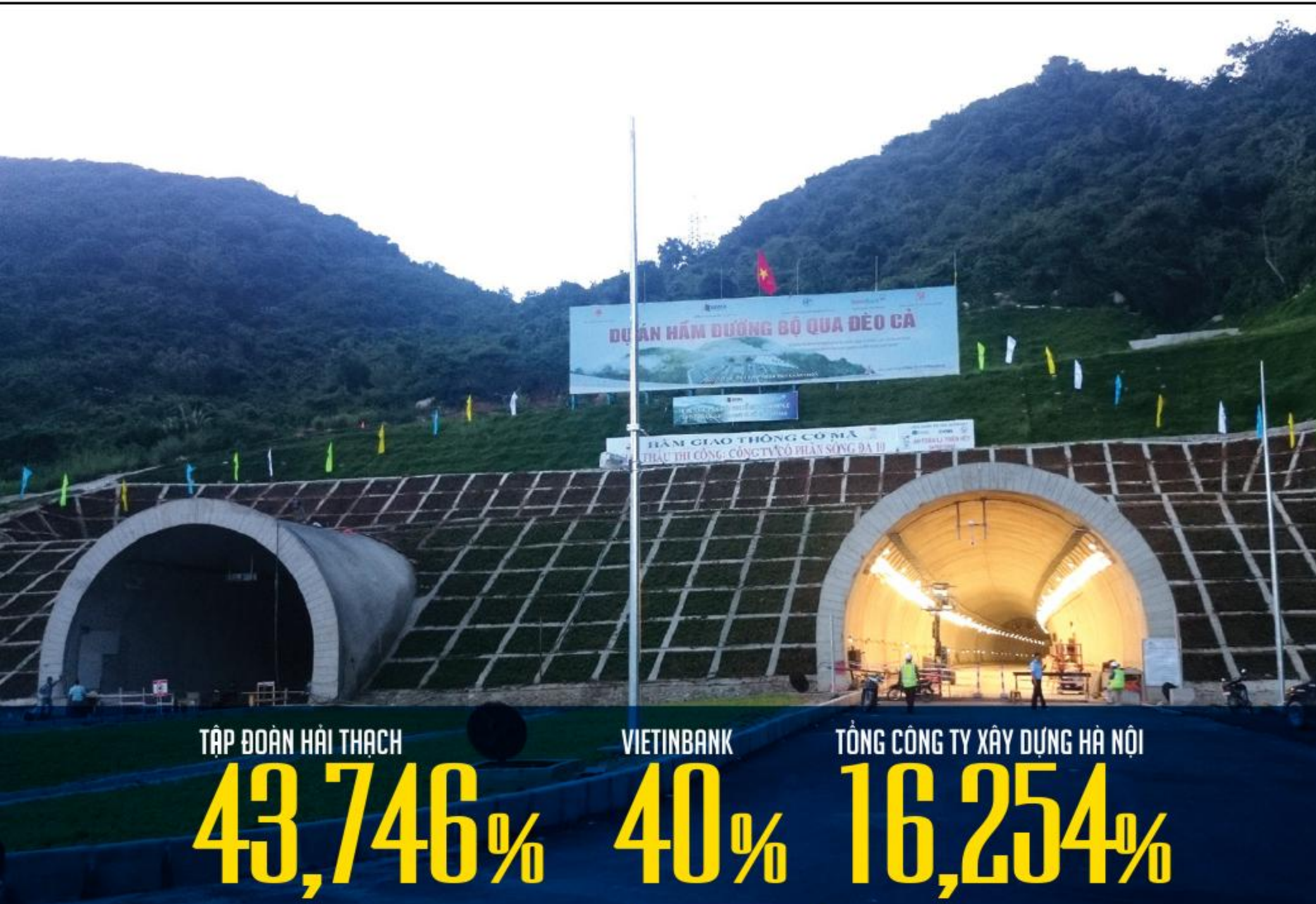
nghiệm thi công và tiềm lực tài chính mạnh mẽ.

Thực chất, Đèo Cả là một liên doanh giữa ba bên: Tập đoàn Hải Thạch, Tổng công ty Xây dựng Hà Nội và Ngân hàng Vietinbank. Trong đó, Tập đoàn Hải Thạch nắm 43,75% cổ phần, tiếp đến là Ngân hàng Vietinbank nắm 40% thông qua hai công ty con là Vietinbank Capital và Vietinbank Coseco. Số cổ phần còn lại do Tổng công ty Xây dựng Hà Nội nắm giữ.

Trong khi Hải Thạch và Tổng công ty Xây dựng Hà Nội có thể đảm bảo về mặt chuyên môn trong lĩnh vực xây dựng hạ tầng thì sự tham gia của Vietinbank - một trong những ngân hàng lớn nhất cả nước - lại đảm bảo về năng lực tài chính cho liên doanh này. Bằng chứng là Vietinbank đã ký hợp đồng tín dụng cấp hơn 5.000 tỷ đồng cho dự án hầm đường bộ Đèo Cả. "Chúng tôi có đủ năng lực và đang chứng minh được điều đó," ông Nghiêm Sỹ Minh, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Đầu tư Đèo Cả, lý giải vì sao công ty đã được Chính phủ liên tiếp cho phép đầu tư hai dự án hầm đường bộ qua Đèo Cù Mông và Đèo Hải Vân.

DỰ ÁN ĐÈO CẢ

Với tổng mức đầu tư ban đầu lên đến 15.603 tỷ đồng, hầm đường bộ qua Đèo Hải Vân là dự án đầu tiên và cũng là dự án lớn nhất mà công ty đang thực hiện. Dù không dài như Đèo Hải Vân, nhưng Đèo Cả cũng được cho là một trong những đèo dài và nguy hiểm nhất trên tuyến quốc lộ 1A, với một bên là vách núi và một bên là biển. Từ năm 2001, Chính phủ đã lên kế hoạch xây dựng đường hầm xuyên qua đèo. Nhưng do khó khăn trong việc tìm nhà đầu tư, dự án bị trì hoãn cho đến tận năm 2011, khi Công ty Đèo Cả trình bản thiết kế và xin phép được đầu tư dự án này. Theo đó, tuyến đường có tổng chiều dài hơn 13



km, trong đó hầm Đèo Cả dài hơn 4 km, hầm Đèo Cỏ Mã dài 500m cùng với gần 10 km đường dẫn.

Không chỉ đơn thuần là dự án giao thông, công ty cho biết sẽ biến dự án thành một điểm dừng chân và du lịch hấp dẫn trên tuyến đường nối giữa Khánh Hòa và Phú Yên. Hồi tháng 7 năm nay, công ty đã lựa chọn Atelier Dubosc et Associates là nhà thiết kế cho hai điểm dừng chân ở hai đầu hầm. Tại đó công ty sẽ xây dựng khách sạn, nhà hàng và khu bảo dưỡng, cứu hộ.

Được khởi công từ năm 2012, hiện dự án đang trong quá trình thi công. Với tiến độ hiện tại, ông Minh tự tin dự án sẽ hoàn thành và đưa vào khai thác vào năm 2016.

Chính nhờ vào việc tận dụng được năng lực của đội ngũ cố vấn và năng lực của các cổ đông cùng tham gia góp vốn, chủ đầu tư cho biết tổng mức đầu tư của dự án sẽ giảm từ 15.603 tỷ đồng xuống còn 11.387 tỷ đồng. Số tiền tiết kiệm được hơn 4.000 tỷ đồng nhờ vào việc điều chỉnh lại thiết kế và kế hoạch thi công này đã được chuyển sang đầu tư cho dự án hầm qua Đèo Cù Mông mới được khởi công hồi cuối tháng 9 vừa qua.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY ĐẦU TƯ ĐÈO CẢ

THAM VỌNG LỚN

Theo cách nhìn của ông Minh, đầu tư hạ tầng giao thông đang là một lĩnh vực rất nhiều tiềm năng. Ông cho rằng, phát triển hạ tầng chính là tương lai của đất nước. Với tốc độ tăng trưởng kinh tế như hiện nay, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng ước tính cần phải có gần 200 tỷ đô la để đầu tư cho hạ tầng trong vòng 10 năm tới thì mới có thể đáp ứng được nhu cầu.

Theo ông Minh, đầu tư vào hạ tầng không nhiều rủi ro như mọi người vẫn nghĩ. Vấn đề chỉ là thời gian thu hồi vốn lâu. Nhưng vào thời điểm hiện tại, Nhà nước đang ban hành những cơ chế ưu đãi cho nhà đầu tư hạ tầng giao thông nên có nhiều thuận lợi. Đó cũng chính là lý do mà ông Minh nói công ty ông có đủ tự tin để đầu tư tiếp hai dự án qua Đèo Cù Mông và Đèo Hải Vân.

Không dừng ở đó, với tầm nhìn rộng hơn, ông Minh cho biết, Công ty Đầu tư Đèo Cả còn muốn đầu tư mạnh hơn vào các dự án hạ tầng giao thông. Sau các dự án đường hầm, có thể sẽ là cả các dự án đường bộ. **DN**

THỜI NAM CHÂM HÚT VỐN BẤT ĐỘNG SẢN

Theo tính toán sơ bộ từ các công ty nghiên cứu thị trường, đến nay số tiền đổ vào hạ tầng và bất động sản tại khu vực phía Đông TP.HCM đã lên tới gần 10 tỷ USD. **Thảo Nguyên**



Với tham vọng biến khu Đông thành một Singapore khác của khu vực châu Á, chính quyền TP.HCM đã đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng nơi đây khá hoàn chỉnh và có khả năng kết nối cao với các quận, huyện khác và khu vực trung tâm thành phố. Chính vì vậy, hàng loạt chủ đầu tư bất động sản tên tuổi đã xem nơi này là một điểm đến đầu tư hấp dẫn.

KHU ĐÔ THỊ SALA ĐANG ĐƯỢC TRIỂN KHAI TẠI KHU ĐÔNG TP.HCM VỚI THAM VỌNG THúc ĐẨY KHU VỰC NÀY TRỞ THÀNH SINGAPORE THỨ 2

BẮT TAY LÀM SIÊU DỰ ÁN

Trong giai đoạn 2016 - 2018, khu Đông TP.HCM đang hình thành những "siêu đô thị" với số vốn đầu tư khổng lồ. Khu đô thị mới Thủ Thiêm tại Quận 2, TP.HCM vẫn là tâm điểm của giới đầu tư. Hiện theo Ban quản lý Khu đô thị mới (KĐTMT) Thủ Thiêm, ngay ở nội khu đang dần hình thành 4 dự án lớn được cấp phép hoàn chỉnh và tiến hành xây dựng. Mới đây

nhất, dự án khu phức hợp Tháp quan sát Thủ Thiêm với tổng vốn đầu tư 1,2 tỷ USD đã được động thổ ở khu lõi trung tâm của khu đô thị này. Trong khi đó hai khu đất của nhà đầu tư GS E&C, dự án khu nhà ở thấp tầng của Công ty Đầu tư hạ tầng kỹ thuật TP.HCM và Khu Đô thị Sala của Công ty Đại Quang Minh đang được đầu tư xây dựng và dần thành hình.

Ngoài 4 dự án quy mô lớn kể trên, Ban quản lý KĐTMT Thủ Thiêm cũng đang cùng các sở, ngành thành phố hoàn tất thủ tục cấp phép cho dự án khu vui chơi giải trí với tổng vốn đầu tư hàng chục nghìn tỷ đồng của một tập đoàn lớn Việt Nam, cho dù đã có Khu Đô thị thông minh Thủ Thiêm Eco Smart City (hơn 2 tỷ USD) của Tập đoàn Lotte.

Theo nguồn tin riêng của DOANH NHÂN, để được lựa chọn là nhà đầu tư thực hiện dự án Thủ Thiêm Eco Smart City, mới đây Tập đoàn Lotte của Hàn Quốc đã chấp nhận ký quỹ và đóng khoảng 2.000 tỷ đồng tiền sử dụng đất để được giao trước 6 lô đất trong Khu Đô thị mới Thủ Thiêm.

Mặc dù vậy, việc liên doanh, hợp tác để phát triển những dự án lớn tại khu vực này vẫn chưa có dấu hiệu dừng lại. Mới đây, một "siêu dự án" đã trình làng thành công khi Công ty Thành phố Đế Vương (*Empire City*) có vốn đầu tư 1,2 tỷ USD được trao Giấy chứng nhận đầu tư.

Ông Võ Sỹ Nhân, Tổng giám đốc Công ty Liên doanh Empire City cho biết, sắp tới công ty sẽ kêu gọi các nhà đầu tư trong lĩnh vực tài chính, khách sạn, bán lẻ... để hoàn thiện dự án và mở bán sản phẩm đầu tiên vào đầu năm 2016.

Không chỉ có Thủ Thiêm, sức nóng của khu Đông đang lan tỏa ra hầu khắp các khu vực khi cả vốn nội lẫn vốn ngoại đều đổ dồn về đây. Những cú "bắt tay tỷ đô" để phát triển dự án vẫn đang tiếp tục diễn ra. Việc nhiều doanh nghiệp, nhà đầu tư đổ tiền vào bất động sản khu Đông thời gian qua là điều dễ hiểu. Bởi khu vực phía Đông TP.HCM được đầu tư hàng loạt dự án cơ sở hạ tầng, kết nối với các quận, huyện khác và khu trung tâm TP.HCM như: hầm Thủ Thiêm, cầu Sài Gòn 2, đại lộ Võ Văn Kiệt, đại lộ Mai Chi Thọ, Metro Bến Thành - Suối Tiên... Cơ sở hạ tầng gần như hoàn thiện chính là thời điểm để những "cái bắt tay tỷ đô" hiện thực hóa tham vọng của mình bằng những "siêu dự án" xứng tầm.

Ảnh: M.T QUÝ NGOẠI SẾ KHÔNG NGẦN NGẠI

Theo ông Lê Hoàng Châu, Chủ tịch Hiệp hội Bất động sản TP.HCM, khu Đông TP.HCM được Chính phủ quy hoạch để trở thành trung

SỨC NÓNG
CỦA KHU
ĐÔNG TP.HCM
ĐANG LAN
TỎA RA CÁC
KHU VỰC
KHI CẢ VỐN
NỘI LẪN VỐN
NGOẠI ĐỀU
ĐỔ DỒN
VỀ ĐÂY

tâm hành chính tương lai của thành phố, với mục tiêu thúc đẩy khu vực này trở thành một Singapore thứ hai. Mặt khác, với hạ tầng hoàn chỉnh, khu vực này cũng dễ dàng kết nối với khu Nam là nơi tập trung đông chuyên gia Hàn Quốc. Yếu tố tiên quyết tạo ra hấp lực cho khu Đông chính là yếu tố môi trường. Đây là khu vực sở hữu mạng lưới sông ngòi dày đặc, không gian nhiều mảng xanh, cung cấp môi trường sống trong lành với những tiện ích 5 sao như trung tâm thương mại, trường quốc tế...

Đó là lý do để quý ngoại tập trung đầu tư vào khu vực Đông TP.HCM với hy vọng lớn về tỷ suất lợi nhuận cũng như triển khai dự án suôn sẻ. Cụ thể mới đây, nhà đầu tư Hongkong Land và Sumitomo & Development đã xin trả lại dự án có số vốn đầu tư hơn 7.100 tỷ đồng tại khu đất vàng số 164 Đồng Khởi (quận 1) để chuyển dịch đầu tư về khu Đông khi bắt tay cùng Sơn Kim Land phát triển dự án căn hộ siêu sang.

Trước đó, một doanh nghiệp chuyên phát triển bất động sản cao cấp tại TP.HCM là Novaland với nhiều dự án ở khu Đông đã phát hành cổ phiếu, trái phiếu và nhận được sự tham gia góp vốn của Dragon Capital, VOF, Credit Suisse.

Tập đoàn Keppel Land cũng tăng cường hoạt động đầu tư khi thị trường đang có dấu hiệu hồi phục. Đích đến vẫn là khu Đông TP.HCM với việc phát triển dự án Sài Gòn Centre giai đoạn 2 và Estella giai đoạn 2 và 3. Trong khi đó Standard Chartered Private Equity đang quan tâm đầu tư vào phân khúc nhà ở bình dân và sẵn sàng liên kết đầu tư trong các dự án tại khu vực Cát Lái.

Những dự án tương chừng như "chết yểu" tại khu Đông như Diamond Island cũng đã có nhà đầu tư ngoại rót vốn vào. Cụ thể, Kusto Home - thành viên của Tập đoàn Kusto - công bố đầu tư vào giai đoạn 2 dự án Diamond Island tại quận 2, TP.HCM sau khi tiến một bước dài từ vai trò cổ đông lớn sang tiếp quản, điều hành dự án này. So với giai đoạn đầu, quy mô lần này khá lớn, lên đến 1.000 căn hộ.

Không chỉ là những siêu dự án, những thương vụ hợp tác với số vốn khổng lồ, khu Đông TP.HCM cũng đang nóng lên với những phân khúc khác. Từ dự án căn hộ trung bình cho đến đất nền, hạ tầng... đều đang được hàng loạt nhà đầu tư lớn đổ vốn vào đây như Khang Điền, Nam Long, Sacomreal, Novaland, Hưng Thịnh... Nhìn chung, sức hút tại khu Đông vẫn chưa hề hạ nhiệt đối với cả chủ đầu tư lẫn khách hàng. **DN**

ĐƯỜNG ĐUA MỚI CỦA ĐỊA ỐC

Cần Giờ, Vũng Tàu và một vài khu lân cận tại TP.HCM đang trở thành một đường đua mới của các doanh nghiệp trong lĩnh vực địa ốc. **Việt Anh**

Thị trường bất động sản (BDS) tại hai khu vực Cần Giờ và Vũng Tàu trong những năm qua chưa phát triển đúng với lợi thế và tiềm năng vốn có. Nhưng giờ đây, khi nguồn cung ở trung tâm TP.HCM đang ngày càng bị co hẹp lại, các doanh nghiệp phát triển bất động sản có khuynh hướng mở rộng ra những khu đất có khả năng phát triển mạnh mẽ hơn.

THEO CHÂN ĐẠC KHU KINH TẾ

Tại cuộc họp mới đây với UBND huyện Cần Giờ cùng các sở, ban ngành thành phố, ông Lê Hoàng Quân, Chủ tịch UBND TP.HCM, cho biết, chủ trương của Thường trực Thành ủy và UBND TP.HCM là rất quan tâm đến việc đầu tư, phát triển tại huyện Cần Giờ nói chung và phát triển thế mạnh về du lịch biển tại huyện này nói riêng. Theo các chuyên gia trong lĩnh vực BDS, đặc khu kinh tế TP.HCM được kỳ vọng sẽ tạo ra bước phát triển đột phá cho thị trường địa ốc phía Nam và đặc biệt là Cần Giờ trong thời gian tới. Tuy nhiên, BDS Cần Giờ thực sự tạo nên cơn sốt khi có thông tin dự án Saigon Sunbay - dự án lấn biển Cần Giờ được Tập đoàn Vingroup hồi sinh - khi rót vốn đầu tư vào cuối tháng 6/2015. Dự án này có tổng kinh phí đầu tư dự kiến ban đầu khoảng 8.470 tỷ đồng.

Khi Vingroup tiến hành phát triển "siêu" dự án ở đây, Novaland cũng nhanh chân tìm kiếm, mua bán và tái sinh những dự án "chết" tại khu vực này. Cuối tháng 8 vừa qua, Novaland đã tiến hành mua lại dự án Trần Thái tại huyện Nhà Bè để xây dựng khu chung cư có quy mô hơn 1.000 căn hộ, với tên gọi mới là Sunrise Riverside. Mới đây, một công ty cổ phần du lịch vừa đề xuất UBND TP.HCM nghiên cứu dự án xây cầu Cần Giờ bắc qua sông Soài Rạp. Theo đơn

KHI VINGROUP
TIẾN HÀNH
PHÁT TRIỂN
SIÊU DỰ ÁN
Ở CẦN GIỜ,
CÁC DOANH
NGHIỆP KHÁC
CŨNG NHANH
CHÂN TÌM KIẾM
VÀ TÁI SINH
NHỮNG DỰ ÁN
"CHẾT" TẠI
KHU VỰC NÀY



vị này, công trình sẽ rút ngắn cự ly và thời gian đi từ trung tâm thành phố đến huyện Cần Giờ, thay vì đi bằng phà Bình Khánh hoặc đò An Thới Đông như hiện nay.

Thông tin đó là cơ sở để các doanh nghiệp địa ốc nhanh chóng tìm kiếm cho mình cơ hội đầu tư hấp dẫn. Ngoài những tên tuổi quen thuộc trên, thị trường cũng ghi nhận hàng loạt dự án gia nhập thị trường phía Nam thời gian qua như: dự án Dragon Hill Residence của

Công ty Phú Long, The Everich 2, 3 của Phát Đạt, Luxcity của Đất Xanh, Florita của Hưng Thịnh, AnGia Riverside của An Gia, Skyway Residence của Linh Phong Conic....

Theo phân tích của Viện Nghiên cứu phát triển TP.HCM, vị trí này có nhiều lợi thế. Đặc khu kinh tế nằm trong chiến lược của TP.HCM phát triển về phía nam, hướng ra Biển Đông, phù hợp với xu hướng vươn ra biển của các đô thị hiện đại trên thế giới. Khu vực này có cảng biển Hiệp Phước và Khu đô thị cảng Hiệp Phước, đặc biệt phù hợp phát triển kinh tế biển và dịch vụ logistics.

DỰ ÁN LẤN BIỂN CẦN GIỜ ĐANG ĐƯỢC HỒI SINH PHÙ HỢP VỚI XU HƯỚNG VƯƠN RA BIỂN CỦA CÁC ĐÔ THỊ HIỆN ĐẠI TRÊN THẾ GIỚI



VÙNG TÀU THIẾT LẬP ĐƯỜNG ĐUA MỚI

Nếu Cần Giờ được hỗ trợ bởi đặc khu kinh tế nói trên, thì Vùng Tàu đang nổi lên như một địa điểm thu hút vốn ngoại nhờ cơ sở hạ tầng đang được hoàn thiện. Ông Lê Hoàng Châu, Chủ tịch Hiệp hội BĐS TP.HCM, cho rằng: “Bà Rịa - Vùng Tàu có cơ sở hạ tầng thuộc diện tốt nhất tại khu vực Đông Nam Bộ, đồng thời là điểm đến du lịch quen thuộc của người dân các tỉnh, thành lân cận. Vì vậy, thị trường BĐS Vùng Tàu thực sự là

nơi đáng để các nhà đầu tư quan tâm”.

Để đầu tư vào những dự án khách sạn nghỉ dưỡng, khu du lịch, các doanh nghiệp địa ốc trong nước đang chạy đua hết tốc lực để tìm kiếm quỹ đất tại thành phố biển Vũng Tàu. Tính đến thời điểm tháng 6/2015, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đã có tổng cộng 157 dự án đầu tư du lịch với quy mô hơn 3.400ha, tổng vốn đăng ký đầu tư 10,7 tỷ USD và 35,4 nghìn tỷ đồng; tổng vốn thực hiện đến nay là hơn 701,52 triệu USD và 8.000 tỷ đồng. Cụ thể, có 139 dự án đầu tư trong nước và 18 dự án có vốn đầu tư nước ngoài.

Tập đoàn Asian Coast Development (ACDL) của Canada - chủ đầu tư dự án Hồ Tràm Strip ở Vũng Tàu - từ tháng 9/2014 đã mạnh tay rót thêm 50 triệu USD vào những hạng mục liên quan ngay tại tổ hợp dự án giải trí và nghỉ dưỡng “siêu khủng” này, với kỳ vọng trong thời gian tới Chính phủ Việt Nam sẽ cho phép mở rộng các hoạt động casino. Một điểm đáng chú ý là nếu như trước đây, các nhà đầu tư hầu như chỉ quan tâm đến việc phát triển các dự án BĐS nghỉ dưỡng thì đến thời điểm hiện tại, phân khúc căn hộ ven biển để ở cũng phát triển không kém phần sôi động. Chiến lược “bành trướng” ở vị trí đẹp tại những bãi biển của Vũng Tàu cũng đang được các doanh nghiệp BĐS trong nước đẩy mạnh bằng việc mua lại hoặc hợp tác với những chủ đất tại đây.

Mình chứng rõ nét nhất là mới đây, Công ty cổ phần Đầu tư kinh doanh địa ốc Hưng Thịnh đã nhanh tay mua lại và tái khởi động dự án Bàu Sen, sau đó đổi tên thành Melody Vũng Tàu tại khu vực Bãi Sau. Trên địa bàn Vũng Tàu còn có các dự án lớn như Vietsovpetro Plaza với số vốn đầu tư hơn 1.500 tỷ đồng, Sơn Thịnh Tower với tổng vốn đầu tư khoảng 780 tỷ đồng. Địa ốc Việt Hàn cũng đang triển khai hai dự án lớn là Khu phức hợp Skypark Long Điền và KDC Việt Hàn 3 tại huyện Long Điền. Cả hai dự án với quy mô hơn 115ha với mức đầu tư gần 2 tỷ USD. Mới đây nhất, dự án khu biệt thự của biển mang tên Marine do Công ty BĐS Nam Hải làm chủ đầu tư vừa được triển khai với diện tích hơn 28ha, tổng vốn đầu tư 2.000 tỷ đồng, nằm giáp ba mặt sông Cửa Lập.

Ông Lê Hoàng Châu nhấn mạnh: “Những làn sóng đầu tư này sẽ báo hiệu một thị trường BĐS phát triển mạnh mẽ hơn, quy mô lớn hơn nhưng không dân tràn. Bởi lẽ, hướng đi vào từng phân khúc, loại hình và địa điểm mà các ông chủ địa ốc lựa chọn đến nay tỏ ra tương đối thận trọng. Chỉ những dự án tọa lạc tại những vị trí đẹp, được đầu tư tốt về hạ tầng mới được triển khai xây dựng”. **DN**



Tại Diễn đàn Logistics Việt Nam mới diễn ra gần đây, ông Lê Phước Vũ, Chủ tịch Hội đồng quản trị (HĐQT) Tập đoàn Tôn Hoa Sen cho biết, ông rất bất ngờ và bức xúc, khi biết chi phí vận chuyển bằng tàu biển từ các thành phố lớn ở Trung Quốc về Việt Nam chỉ bằng một nửa so với chi phí vận chuyển giữa các tỉnh, thành trong nội địa.

CẠNH TRANH KÉM VÌ NGÀNH LOGISTICS YẾU

Hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam tăng trưởng trung bình hai con số hàng năm, nhưng chi phí logistics chiếm tới 20-25% GDP cả nước, dẫn đến sự lãng phí nhiều nguồn lực. Trong khi đó, chi phí này ở các nước phát triển chỉ khoảng 10-13% và các nước đang phát triển cũng chỉ ở mức 15-20%... Theo ông Lê Phước Vũ, các dịch vụ trong ngành logistics (từ vận chuyển, kho bãi, giao nhận, thủ tục hải quan, bảo hiểm...) ảnh hưởng rất lớn đến các yếu tố cạnh tranh hàng hóa của doanh nghiệp, là chất lượng đạt tiêu chuẩn quốc tế, giá cả hợp lý và thời gian giao hàng nhanh. Cụ thể, Tôn Hoa Sen đặt nhà máy tại Khu công nghiệp (KCN) Phú Mỹ (tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu) vì nơi đây có cụm cảng quốc tế như cảng tổng hợp Thị Vải, Tân cảng Cái Mép, cảng Phú Mỹ... có thể đáp ứng nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, rất ít hãng tàu chuyên chở container chạy tuyến quốc tế cập các cảng này. Hệ lụy là doanh nghiệp phải vận chuyển hàng hóa với tổng quãng đường 160km từ TP.HCM đi

NGÀNH
LOGISTICS
VIỆT NAM
CHIẾM 20-
25% GDP,
TƯƠNG
ĐƯƠNG 40
TỶ USD LÀ
MẢNH ĐẤT
MÀU MỜ CHO
CÁC DOANH
NGHIỆP

Bà Rịa - Vũng Tàu, đưa container rỗng đến nhà máy ở KCN Phú Mỹ đóng hàng và chở ngược về cảng Cát Lái xuất khẩu, khiến chi phí vận chuyển tăng lên gấp ba lần. Chưa hết, cũng theo chia sẻ của ông Vũ, Tôn Hoa Sen còn có nhà máy tại KCN Đông Hồi (Nghệ An), nhưng khu vực này chỉ có cảng Cửa Lò và cảng dầu Nghi Sơn (Thanh Hóa) là các cảng có thể tiếp nhận được hàng. Nhưng cảng Cửa Lò chỉ tiếp nhận tàu nội địa, còn cảng Nghi Sơn không có hãng tàu nào mở tuyến vận chuyển quốc tế, nên toàn bộ hàng của doanh nghiệp dự kiến xuất khẩu phải chuyển ra cảng Hải Phòng (cách nhà máy sản xuất hơn 260km) làm tăng chi phí vận chuyển gấp nhiều lần...

"Sự bất hợp lý này khiến doanh nghiệp xuất nhập khẩu tăng chi phí vận chuyển, giảm sức cạnh tranh và còn gây tình trạng kẹt xe. Nghiêm trọng nhất là tình trạng quá tải dẫn tới kẹt cảng, thời gian cảng cho phép lưu bãi ngắn và doanh nghiệp phải tốn thêm phí lưu bãi rất cao", Chủ tịch Tôn Hoa Sen bức xúc cho biết tại diễn đàn nói trên.

CẦN "CHIM ĐÀU ĐÀN"

Theo Nghị quyết 19 của Chính phủ về đơn giản hóa thủ tục xuất nhập khẩu, có nội dung yêu cầu giảm thời gian thông quan hàng hóa xuống từ 7-8 ngày. Nếu áp dụng số liệu ước tính năm 2014, có khoảng 6,8 triệu lô hàng được thông quan với chi phí lưu kho tại cảng là 250 USD/ngày/một lô hàng. Tạm tính toán với việc rút ngắn được 8 ngày, chi phí tiết kiệm cho các doanh nghiệp khoảng 13,6 tỷ USD/năm,

LOGISTICS VIỆT MÃI KHÔNG CHỊU LỚN

Ngành logistics được xem là “miếng bánh ngon”, nhưng miếng bánh này vẫn tiếp tục nằm chủ yếu trong tay các doanh nghiệp nước ngoài do qua rất nhiều năm các doanh nghiệp của ngành này vẫn không lớn được. **Phương Anh**

chi tính riêng đối với chi phí lưu kho. Ông Đỗ Xuân Quang, Chủ tịch Hiệp hội Logistics Việt Nam thừa nhận, dù có hơn 1.300 doanh nghiệp trong nước hoạt động về logistics, nhưng các hoạt động chủ yếu dừng lại ở giao nhận (đại lý vận tải trong và ngoài nước), vận tải, các dịch vụ kho bãi, cảng biển xếp dỡ, kho phân phối... Năng lực giữa các doanh nghiệp không đồng đều, thiếu chuyên nghiệp, hoạt động logistics còn phân tán, thiếu kết nối nên chưa thuyết phục được chủ hàng nâng cao thuê ngoài dịch vụ logistics. Kết quả là “miếng bánh ngon” logistics với quy mô lên tới khoảng 40 tỷ USD, đang chủ yếu thuộc về doanh nghiệp nước ngoài. Hiện số lượng doanh nghiệp ngoại hoạt động trong ngành logistics Việt Nam chỉ có khoảng 25 đơn vị, nhưng chiếm tới hơn 75% thị phần của miếng bánh này.

Chẳng hạn ở thị phần chuyên chở hàng hóa đường biển, theo Báo cáo của Cục Hàng hải Việt Nam, đội tàu mang quốc tịch Việt Nam có tới hàng nghìn chiếc, nhưng cơ cấu lại không hợp lý, tàu hàng rời tổng hợp chiếm tỷ lệ lớn trong khi tàu chuyên dụng và tàu container chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Địa bàn hoạt động của tàu biển chở container Việt Nam chỉ “loanh quanh” khu vực Đông Nam Á, Trung Quốc... Những chuyến tàu lớn đến các thị trường châu Mỹ, châu Âu mà doanh nghiệp xuất nhập khẩu có nhu cầu rất lớn, lại do hàng tàu nước ngoài đảm nhận. Nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu muốn mở rộng ra các thị trường lớn và tiềm năng như châu Mỹ, châu Phi đều lệ thuộc vào cước phí và

TỶ LỆ % GDP CỦA CHI PHÍ LOGISTICS CHO HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU

CHI PHÍ LOGISTICS
Ở VIỆT NAM

20-25

CHI PHÍ LOGISTICS Ở CÁC
NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN

15-20

CHI PHÍ LOGISTICS Ở
CÁC NƯỚC PHÁT TRIỂN

10-13

lịch trình của các hàng tàu nước ngoài.

Thủ trưởng Bộ Công Thương Trần Tuấn Anh cho rằng, trong bối cảnh nước ta hội nhập quốc tế ngày càng rộng thì ngành logistics đang đóng vai trò rất quan trọng. Sắp tới, với các cam kết mà Việt Nam đã ký trong các hiệp định thương mại tự do, nội dung mở cửa thị trường trong cả ngành logistics sẽ càng tạo cơ hội cho doanh nghiệp nước ngoài vào hoạt động. Chẳng hạn, dịch vụ xếp dỡ hàng hóa sẽ phải cho liên doanh lên tới 49% hoặc các dịch vụ khác như lưu kho bãi... cũng mở cửa cho doanh nghiệp ngoại nhằm thúc đẩy ngành logistic phát triển. Đây sẽ đồng thời là thách thức cho doanh nghiệp trong nước.

Đâu là giải pháp phát triển lĩnh vực này? Theo TS. Trần Du Lịch, muốn thúc đẩy logistics phát triển rất cần có sự quan tâm và hỗ trợ cụ thể của Chính phủ. Cụ thể, Chính phủ cần định vị lại ngành logistics trong quá trình hội nhập và tái cơ cấu nền kinh tế, gắn quy hoạch phát triển logistics với quy hoạch cảng biển, khu kinh tế ven biển, các KCN cũng như quy hoạch phát triển các cảng hàng không và hệ thống giao thông kết nối.

“Trong số 1.300 doanh nghiệp, mỗi đơn vị chia nhau một chút để sống, hay có khát vọng vươn lên chiếm lĩnh một lĩnh vực? Làm sao trong 5-10 năm tới có doanh nghiệp logistics Việt Nam mang thương hiệu toàn cầu. Liệu doanh nghiệp có mơ được không? Bởi nếu không có những “con chim đầu đàn”, chúng ta không thể cạnh tranh được với nước ngoài”, ông Lịch cảnh báo. **DN**

NHANH VÀ NHANH HƠN NỮA

Cùng với tốc độ phát triển chóng mặt của thương mại điện tử, ngành dịch vụ giao hàng nhanh đang ngày càng phát triển cả về số lượng và chất lượng để đáp ứng nhu cầu này. **Mai Khanh**



Tính đến nay, TP.HCM có gần 50 doanh nghiệp lớn, nhỏ tham gia thị trường giao hàng nhanh và con số này còn có thể tăng hơn nữa. Sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử đòi hỏi dịch vụ giao hàng phải phát triển tương ứng để đáp ứng nhu cầu. Đây cũng chính là mảnh đất màu mỡ để các doanh nghiệp trong lĩnh vực giao hàng, chủ yếu là các doanh nghiệp khởi nghiệp, có cơ hội phát triển.

LIÊN TỤC TĂNG TRƯỞNG

Thành lập từ năm 2013, tochanh.vn - doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao hàng phục vụ cho các doanh nghiệp thương mại điện tử - sau hơn 2 năm đi vào hoạt động chỉ mới chịu lỗ trong tháng đầu tiên. Lê Thanh Vĩnh, Giám đốc Công ty cổ phần Đầu tư và Giao nhận SGDS, đơn vị sở hữu tochanh.vn, cho biết: so với cùng kỳ năm ngoái, doanh thu của doanh nghiệp này tăng trưởng 400%, với mức lợi nhuận đạt 25%. Mỗi ngày, doanh nghiệp này thu hộ khách hàng khoảng 500 triệu đồng tiền COD (*Cash on*

delivery - thu tiền khi giao hàng). Đây chỉ là một trong số hàng chục doanh nghiệp giao hàng nhanh đang hoạt động hiệu quả tại TP.HCM. Theo Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin (Bộ Công Thương), trong năm 2014, doanh số bán hàng của kênh thương mại điện tử đạt 2,97 tỷ USD, tương đương 2,12% tổng doanh thu bán lẻ. Dự báo, năm 2015, con số này sẽ tăng lên tới 4 tỷ USD.

Vào năm 2013, khi thương mại điện tử vẫn còn là khái niệm xa lạ với nhiều người, chỉ có khoảng 5-6 công ty tham gia kinh doanh dịch vụ giao hàng này. Nhưng đến nay, con số đó đã tăng lên gấp khoảng 8 lần, với gần 50 doanh nghiệp lớn, nhỏ. Bên cạnh các "đại gia" có thâm niên trong lĩnh vực giao nhận hàng hóa như VNPost, ViettelPost hay Tìn Thành (Kerry TTC), còn có hàng loạt các tân binh mới. Thế nhưng thị trường vẫn còn dư địa đủ lớn để các bên cùng nhau kinh doanh dịch vụ này.

Tính theo doanh thu, VNPost vẫn là đối thủ nặng ký nhất đang dẫn dắt thị trường bưu chính với thị phần chiếm khoảng 36%. Tiếp

500 TRIỆU ĐỒNG

MỖI NGÀY, SGDS THU HỘ KHÁCH HÀNG
KHOẢNG 500 TRIỆU ĐỒNG TIỀN COD (CASH ON
DELIVERY - THU TIỀN KHI GIAO HÀNG)



theo là liên doanh
DHL - VNPT với
khoảng gần 15% và đứng

thứ 3 là ViettelPost với khoảng 11% thị phần (theo "Sách trắng về Công nghệ Thông tin và Truyền thông 2014). Đối thủ nặng ký tiếp theo phải kể đến Giao hàng nhanh. Trong năm 2014, công ty này đã giao khoảng 2 triệu đơn hàng và dự kiến trong năm 2015, con số này sẽ tăng lên 10 triệu. Hiện công ty này đang giao khoảng 12.000 - 14.000 đơn hàng/ngày, với độ phủ khoảng gần 90% xã, huyện, chỉ đứng sau VNPost và ViettelPost. Nếu tính riêng mảng giao nhận cho thương mại điện tử, năm 2014 đơn vị này chiếm khoảng 10% thị phần, con số này dự kiến là 25% trong năm nay.

Ông Jose Finch, Tổng giám đốc Zalora Việt Nam, chia sẻ: "Trong một quy trình mua hàng trực tuyến, người giao hàng chính là điểm "giao lưu" duy nhất của doanh nghiệp đối với khách hàng của mình. Vì thế, sự chuyên nghiệp và thời gian giao nhận của đội xe đóng vai trò quan trọng đến trải nghiệm mua sắm của khách hàng". Đây cũng là yếu tố quan trọng để các trang thương mại điện tử quyết định chọn đối tác nào cùng đồng hành với công ty mình trong hành trình phát triển.

NHỎ BẮM NỘI THÀNH, LỚN ĐI TỈNH

Theo ông Jose Finch, hiện trang thương mại điện tử Zalora vẫn đang duy trì cả hai hình thức giao hàng. Theo đó, Zalora một mặt vẫn sử dụng dịch vụ của VNPost, Viettel Post, Kerry TTC, mặt khác vẫn tổ chức đội xe giao nhận

riêng đối với khu vực nội thành TP.HCM và Hà Nội để đảm bảo có thể giao hàng ngay trong ngày cho khách hàng. Việc tổ chức đội ngũ giao nhận riêng nằm trong chiến lược cắt giảm tối đa thời gian đưa hàng tới tay người mua hàng, vốn là một điểm bất lợi của thương mại điện tử.

Trong khi đó, bà Jung Su Eui, Giám đốc điều hành trang thương mại điện tử Yes24 tại Việt Nam, lại có lý lẽ riêng khi công ty bà không xây dựng đội ngũ giao hàng riêng của mình. "Tiêu chí hoạt động kinh doanh của Yes24 là một đơn vị bán hàng và tìm kiếm lợi nhuận từ việc bán hàng, chứ không lấy lợi nhuận từ việc kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa. Với lượng đơn hàng tương đối lớn và ngày càng phát triển như hiện tại, Yes24 cần hợp tác với các công ty, tổ chức có uy tín và có quy trình quản lý giao nhận hàng hóa chuyên nghiệp, để chuyển hàng hóa đến tay người tiêu dùng khắp cả nước một cách nhanh chóng và an toàn nhất", bà Jung Su Eui nói.

Có thể thấy, lợi thế của các doanh nghiệp lớn trong ngành dịch vụ giao hàng nhanh chính là độ phủ rộng tới khắp mọi miền đất nước. Một thống kê của Công ty Giao hàng nhanh cho thấy, có đến 45% đơn hàng của hãng đến từ thị trường nông thôn và phần còn lại đến từ các thành thị lớn. Điều này có nghĩa, thương mại điện tử đã phát triển sâu, rộng tới các tỉnh thành nông thôn chứ không dừng lại ở các thành phố trung tâm. Nhưng với những đơn hàng đi tỉnh, chỉ những "ông lớn" mới có lợi thế để đảm nhận. Ngược lại, với các doanh nghiệp nhỏ, tiềm lực tài chính cũng như nhân sự, hệ thống quản lý chưa đủ lớn, việc xây dựng cho mình cứ địa vững chắc tại khu vực trung tâm sẽ quyết định thành bại. Đây cũng là chiến lược mà hầu hết các doanh nghiệp giao hàng quy mô nhỏ đang vận dụng.

Anh Lê Thanh Vịnh, CEO của tochanh.vn, chia sẻ, sau khi đứng vững tại thị trường trung tâm là TP.HCM, đơn vị này mới tính chuyện đi tỉnh. Cũng theo anh Vịnh, thay vì chọn làm việc với các doanh nghiệp thương mại điện tử lớn, đơn vị này tự định vị cho mình thị trường ngách là các khách hàng lẻ với khoảng 7-8 đơn hàng mỗi ngày. Việc giao nhận cho các khách hàng lẻ sẽ mất nhiều thời gian tìm kiếm hơn, nhưng đổi lại, lợi nhuận mang về tốt hơn. **DN**

SỰ CHUYÊN
NGHIỆP VÀ
THỜI GIAN GIAO
NHẬN ĐÓNG
VAI TRÒ QUAN
TRỌNG VỚI
TRẢI NGHIỆM
MUA SẮM CỦA
KHÁCH HÀNG



MÙA CƯỚI

MỘT SẢN PHẨM LÂU ĐỜI VÀ BÁN CHẠY NHẤT
CỦA TẠP CHÍ **Đẹp**



ĐÃ CÓ MẶT TẠI SẠP BÁO

Truy cập thêm www.muacuoidep.com.vn



LIÊN HỆ ĐẶT BÁO:

HN: Nguyễn Thu Hồng 090 464 5596

TP HCM: Trần Anh Thư 090 494 5596

VTVcab - DOANH NGHIỆP MẠNH VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



VTVcab vừa được vinh danh “Doanh nghiệp mạnh và phát triển bền vững” tại lễ biểu dương “Doanh nhân văn hóa xuất sắc thời kỳ đổi mới - Doanh nghiệp mạnh và phát triển bền vững” được tổ chức tại Hà Nội vào tháng 10/2015.

Đây là dịp biểu dương những doanh nhân, doanh nghiệp có thành tích tốt trong quá trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đóng góp nhiều cho sự phát triển của nền kinh tế quốc gia. VTVcab vinh dự là doanh nghiệp tiêu biểu được vinh danh trong chương trình này. Tại buổi lễ, lãnh đạo VTVcab cũng đã được trao tặng danh hiệu “Doanh nhân văn hóa xuất sắc thời kỳ đổi mới”.

Sau 20 năm hình thành và phát triển, VTVcab đã tạo dựng vị thế vững chắc và xây dựng thương hiệu ngày càng vững mạnh, đóng góp vào sự phát triển chung của ngành Truyền hình trả tiền Việt Nam. VTVcab đã xây dựng mạng lưới truyền hình cáp phủ sóng tại 60 tỉnh thành trên cả nước, phát sóng trên 200 kênh truyền hình trong nước và quốc tế với chất lượng và nội dung phong phú. Cùng với đó là đội ngũ hơn 3000 cán bộ nhân viên luôn hết lòng phục vụ khách hàng. Hàng triệu thuê bao trên khắp các tỉnh thành đã luôn tin yêu và gắn kết lâu dài với VTVcab. Đó chính là những yếu tố quan trọng tạo nên sự phát triển bền vững



của VTVcab trong suốt thời gian qua và trên chặng đường tiếp theo.

Trong xu thế hội tụ ngày càng sâu rộng giữa viễn thông và truyền hình, VTVcab đang đẩy mạnh quá trình hiện đại hóa hạ tầng truyền dẫn, đảm bảo cung cấp nhiều loại hình dịch vụ khác nhau trên một hạ tầng, mang tới người xem sự tiện lợi khi xem các chương trình theo sở thích ở bất cứ đâu với bất kỳ thiết bị nào có kết nối internet. Đây cũng là sự đảm bảo gắn kết lâu dài của khách hàng với dịch vụ VTVcab.

Bên cạnh danh hiệu “Doanh nghiệp mạnh và phát triển bền vững”, trong năm 2015, VTVcab đã vinh dự đạt các danh hiệu “Top 10 Sản phẩm, dịch vụ tốt nhất trong lĩnh vực kinh doanh truyền hình viễn thông”, “Thương hiệu Việt Nam tin dùng 2015” và “Top 10 thương hiệu, nhãn hiệu vàng Việt Nam”. Sự ghi nhận của các tổ chức uy tín, giới chuyên môn và người tiêu dùng đã khẳng định vị thế dẫn đầu của VTVcab trong thị trường truyền hình trả tiền tại Việt Nam. Đây cũng là động lực để VTVcab nỗ lực hơn nữa để vươn tới những thành công mới trong chặng đường tiếp theo.

LÀM NÔNG NGHIỆP, ĐỪNG THEO “MÔT”!

Phần lớn các đại gia giàu nhất thị trường chứng khoán đã đổ tiền vào nông nghiệp nhằm tìm kiếm lợi nhuận, nhưng để hái quả ngọt không thể một sớm một chiều. **Mai Thảo**

Đầu tư vào nông nghiệp đang thay đổi nhanh và rất cần có sự hợp tác của doanh nghiệp có nguồn vốn lớn, kỹ thuật cao và tư duy đường dài. Nhưng để đầu tư nông nghiệp công nghệ cao thành công, các doanh nghiệp cần phải hiểu đúng về vấn đề này.

NHỮNG “ĐẠI GIA” ĐI VÀO NÔNG NGHIỆP

Trên thị trường nông nghiệp, có ba doanh nghiệp lớn đang “đặt cược” lớn cho ngành này, đó là Hoàng Anh Gia Lai (HAG), Vingroup và Hòa Phát Group (HPG). TS. Trần Đình Thiên, Viện trưởng Viện Kinh tế Việt Nam, cho biết: “Điều thị trường cần hiện nay chính là nền nông nghiệp cạnh tranh mà mô hình sản xuất theo hộ cá thể đã không còn phù hợp. Cần phải có sự tham gia của doanh nghiệp để cùng có được vị thế của lĩnh vực này với những nguồn đầu tư lớn vào nông nghiệp công nghệ cao”.

Cụ thể, hơn 5 năm trước khi bất động sản rơi vào khủng hoảng, HAG đã tuyên bố rút khỏi thị trường và đầu tư vào nông nghiệp nhằm tìm kiếm nguồn lợi nhuận bền vững hơn. Dù vậy, với tổng vốn đầu tư khoảng 18.000 tỷ đồng của HAG, chuyện làm nông nghiệp bài bản trên quy mô lớn vẫn không hề đơn giản như nhiều người lầm tưởng. Trong khoảng thời gian thực sự “sống với nông nghiệp”, HAG cũng đã xoay vòng rất nhiều mục tiêu để ổn định tình hình. Để tăng cường hiệu quả đầu tư, HAG đã chuyển một phần hoạt động qua mía đường, dầu cọ và nuôi bò. Mía đường đã mang lại lợi nhuận và HAG đang nuôi khoảng 90.000 con bò sữa.

Mục tiêu của HAG xoay chuyển liên tục khi chuyên biệt hóa mảng nông nghiệp với việc thành lập Công ty cổ phần Nông nghiệp quốc tế Hoàng Anh Gia Lai (HNG). Với số vốn điều lệ 7.081 tỷ đồng mới niêm yết thời gian gần đây, HNG trở thành một trong những doanh nghiệp có giá trị vốn hóa lớn trên sàn giao dịch chứng khoán. Việc thành lập một công ty chuyên biệt để hoạt động trong lĩnh vực này cho thấy, HAG đang lấy nông nghiệp làm mũi nhọn trong hoạt động kinh doanh của mình.

Tương tự, Vingroup tuyên bố đầu tư khoảng 2.000 tỷ đồng và muốn định vị lại thị trường rau sạch tại Việt Nam. Sản phẩm làm ra được khép kín từ khâu nuôi trồng, thu hoạch, vận chuyển phân phối và sẽ được đưa ra thị trường thông qua hệ thống siêu thị Vinmart và cửa hàng tiện lợi Vinmart+. Trong Đại hội đồng cổ đông gần đây, Chủ tịch Tập đoàn Vingroup Phạm Nhật Vượng chia sẻ: “Về lợi nhuận, chúng tôi đặt ra chỉ tiêu sau khoảng 5 đến 10 năm nữa, tỷ trọng lợi nhuận của bất động sản trong tổng cơ cấu ở mức dưới 50%, hơn 50% còn lại sẽ đến từ các mảng hoạt động khác”.

Nhìn lại trải nghiệm của ba doanh nghiệp lớn đầu tư cho nông nghiệp, TS. Võ Trí Thành, Phó viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, nói: “Tôi cho rằng điều này xuất phát





2.000 TỶ ĐỒNG

VINGROUP ĐẦU TƯ KHOẢNG 2.000 TỶ ĐỒNG VÀ MUỐN ĐỊNH VỊ LẠI THỊ TRƯỜNG RAU SẠCH TẠI VIỆT NAM

từ tin hiệu thị trường và họ đang đánh cược thực sự vào nông nghiệp bằng tâm huyết và số tiền đầu tư rất lớn”.

KHÔNG THỂ “ĐI TẮT ĐÓN ĐẦU”

Nhiều doanh nghiệp đã tỏ rõ quyết tâm khi đầu tư vào nông nghiệp một cách bài bản, căn cơ. Tuy nhiên, cũng có không ít doanh nghiệp sử dụng đường tắt bằng công cụ M&A nhằm chiếm thị trường. Vấn đề là đi tắt và đón đầu không phải lúc nào cũng mang lại kết quả tốt đẹp. Với mong muốn thống nhất “đế chế” thủy sản của mình, Hùng Vương đã tiến hành mua lại hàng loạt công ty cùng ngành như Việt Thắng, An Giang, Thực phẩm Sao Ta, Lâm thủy sản Bến Tre. Chiến lược này giúp công ty tăng doanh thu từ 4.700 đồng (năm 2010) lên hơn 15.000 tỷ đồng vào năm 2014. Nếu thực hiện phép tính cộng dồn, thì tổng doanh thu rõ ràng là lớn, nhưng sau một quá trình kinh doanh, “đế chế” này đã có dấu hiệu chững lại và sụt giảm liên tiếp. Cụ thể, theo báo cáo kinh doanh quý II/2015 - thời điểm bước vào giai đoạn sản xuất chính của các doanh nghiệp trong ngành - doanh thu suy giảm cộng thêm chi phí tăng vọt khiến lợi nhuận của Hùng Vương giảm mạnh. Lợi nhuận sau thuế quý II của Hùng Vương chỉ đạt 26 tỷ đồng, giảm 71,6% so với cùng

50%

TRONG 5-10 NĂM TỚI
TỶ TRỌNG LỢI NHUẬN
CỦA CÁC MẢNG HOẠT
ĐỘNG NGOÀI BẮT
ĐỘNG SẢN SẼ CHIẾM
50% CƠ CẤU LỢI
NHUẬN CỦA VINGROUP

kỳ năm 2014. Theo nhiều chuyên gia, nguyên nhân của sự sụt giảm này là do hoạt động M&A của Hùng Vương khiến chi phí gia tăng, trong khi đó nhiều công ty mua lại hoạt động kém hiệu quả.

Bước vào lĩnh vực nông nghiệp là đồng nghĩa với việc chơi “một canh bạc” lớn. Câu chuyện trồng cao su, mía, cọ dầu, nuôi bò của HAG hay quy trình sản xuất rau sạch khép kín của Vingroup hoặc những dự án nông nghiệp đang triển khai của Hòa Phát, Gemadept, Thành Thành Công... cho thấy, đầu tư vào nông nghiệp không hề đơn giản. Theo các doanh nghiệp, vấn đề “đau đầu” nhất là thiếu quỹ đất để làm nông nghiệp một cách bài bản. Mặc dù có vốn lớn nhưng HAG cũng không thể triển khai ở địa bàn trong nước mà phải tìm kiếm quỹ đất ở các nước láng giềng. Lãnh đạo HAGL từng chia sẻ, tại Việt Nam gom được 10 - 20ha đất là rất khó khăn, nhưng ở Attapeu (Lào), công ty đã thuê được hàng chục nghìn héc ta đất để trồng mía, cọ dầu, bắp...

Gemadept đã từng có ý định gắn bó đường dài với cao su. Tuy nhiên, nhìn vào tuổi cây cao su, sớm nhất cuối năm 2016 Gemadept mới có thể tiến hành khai thác mủ. Như vậy, lĩnh vực cao su vẫn đang tiêu tốn tiền của Gemadept trong khi lợi nhuận lại là ẩn số.

TS. Nguyễn Quốc Vọng, Giám đốc Trung tâm Giống rau hoa, khuyến cáo: “Để đầu tư nông nghiệp công nghệ cao thành công, các doanh nghiệp cần phải hiểu đúng về vấn đề này. Công nghệ cao không phải là công nghệ tiên tiến nhất, đắt tiền nhất hay nổi tiếng nhất mà là công nghệ mang lại năng suất tốt nhất, chất lượng cao nhất với giá rẻ nhất dưới bất cứ hình thức nào. Khi đã đầu tư công nghệ cao cho nông nghiệp thì không được tách rời từng khâu, mà phải đồng bộ hóa cả quá trình: giống - chăn nuôi (gieo trồng) - thu hoạch - sau thu hoạch - bao bì - vận chuyển - thị trường”. **ĐN**

KHI HON HAI GIẢM LỆ THUỘC VÀO APPLE

Tập đoàn Khoa học kỹ thuật Hon Hai Precision Industry Co., nhà sản xuất điện tử theo hợp đồng lớn nhất thế giới đã làm gì để giải bài toán giảm sút đơn hàng? **Thành Lợi**

Bên trong một kho hàng tối tăm tại thành phố Thâm Quyến, Trung Quốc, cuộc cách mạng robot vẫn đang diễn ra trong phòng thí nghiệm, thử nghiệm và kiểm tra sức chịu đựng của robot khi thực hiện các khâu đánh bóng, gia công trên máy và lắp ráp... Đây là một nỗ lực của Hon Hai nhằm cải thiện tình hình kinh doanh.

“ROBOT HÓA”

“Chúng tôi là một mảng kinh doanh hần hoi”, Day Chia-Peng, thuộc bộ phận nghiên cứu sử dụng robot của Foxconn, công ty sản xuất theo hợp đồng thuộc Hon Hai Precision Industry Co. (Đài Loan - Trung Quốc), giải thích. Ông cho biết, các ông chủ của ông không trả tiền thuê nhóm ông làm việc chỉ để sản xuất ra những thiết bị hào nhoáng mà không có giá trị cộng thêm gì cả. Bằng chứng là Foxconn hiện đang đưa vào sử dụng hơn 30.000 con robot tại một nhà máy ở Chengdu - nhà máy này có chưa tới 100 công nhân. Ngoài việc tự sản xuất robot “trong nhà”, Foxconn cũng đã rót 118 triệu USD vào một bộ phận của Softbank, công ty Nhật làm ra Pepper, một robot tự động rất tiên tiến.

Động thái tiến vào lĩnh vực robot với tư cách là một nhà sản xuất, chứ không chỉ là người sử dụng, là một phần trong nỗ lực đa dạng hóa hoạt động của Hon Hai Precision Industry Co., nhà sản xuất hàng điện tử theo hợp đồng lớn nhất thế giới. Foxconn xưa nay nổi tiếng về sản xuất khối lượng lớn với chất lượng cao và đó là lý do mà hãng từ lâu đã được chọn là nhà sản xuất

ĐỂ GIẢM SỰ PHỤ THUỘC VÀO APPLE, HON HAI ĐÃ SẢN XUẤT THIẾT BỊ CHO ĐỐI THỦ ĐANG LÊN CỬA APPLE LÀ XIAOMI (TRUNG QUỐC)

theo hợp đồng của Apple, vốn chiếm tới khoảng phân nửa doanh thu của tập đoàn Đài Loan này. Tuy nhiên, Apple lại đang cố gắng giảm sự phụ thuộc vào Foxconn. Ngày trước Foxconn làm ra tới 90% thiết bị cầm tay của Apple, nhưng giờ con số này đã giảm xuống còn chỉ 2/3.

Ngược lại, bản thân Hon Hai cũng không muốn kết quả kinh doanh của mình lại luôn phụ thuộc vào đơn đặt hàng từ Apple. Hồi tháng 8 vừa qua, Hon Hai đã báo cáo tăng trưởng lợi nhuận chậm lại trong quý II/2015 khi khách hàng hoãn việc mua smartphone vì muốn chờ chiếc iPhone mới ra mắt vào tháng 9. Cụ thể, lợi nhuận 3 tháng kết thúc vào ngày 30/6/2015 chỉ tăng 27% so với cùng kỳ năm ngoái, thấp hơn nhiều so với mức tăng 56% của quý I/2015 và 33% của quý IV/2014. Điều đó cho thấy mức độ ảnh hưởng của Apple đối với Hon Hai lớn đến như thế nào.

Vì thế, thời gian gần đây, Hon Hai đang thử sức ở nhiều lĩnh vực. Cũng trong tháng 8 vừa qua, Foxconn đã đồng ý đầu tư 5 tỷ USD để xây dựng một nhà máy điện tử tại Ấn Độ và cho biết, họ có thể mở thêm hơn 10 nhà máy nữa tại nước này. Hon Hai cũng được cho rằng đang xem xét mua cổ phần của bộ phận sản xuất màn hình LCD làm ăn thua lỗ của tập đoàn điện tử Nhật Sharp.

Nicolas Baratte, chuyên gia phân tích của hãng môi giới chứng khoán CLSA cho rằng, việc bành trướng rộng ra khỏi lĩnh vực hiện tại là bước đi thích hợp đối với tập đoàn này. Foxconn, vốn chiếm tới 95% hoạt động cốt lõi của Hon Hai, có biên lợi nhuận dưới 4%. Do đó, tập đoàn cần tìm kiếm các lĩnh vực có biên lợi nhuận cao hơn. Việc



quá lệ thuộc vào Apple không phải là vấn đề duy nhất của hãng này. Khoảng 2/5 doanh thu của Foxconn đến từ việc sản xuất máy chủ và thiết bị mạng cho chỉ vài công ty, như Cisco, Juniper, HP, Huawei và Dell. “Nó cũng đã đạt đến giới hạn về thị phần ở mảng này”, Baratte nói.

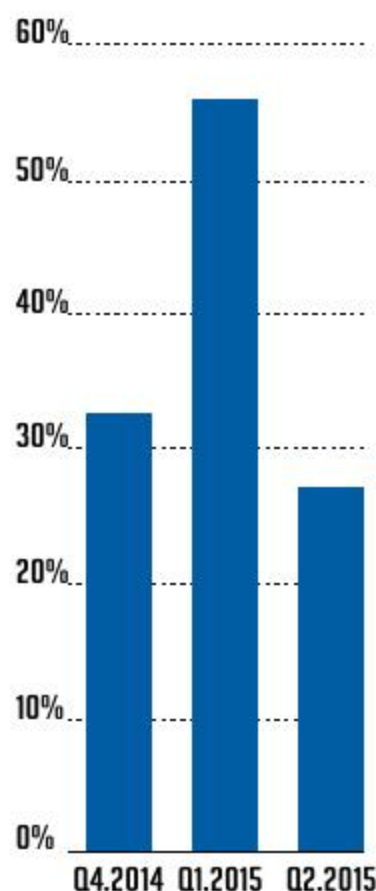
KHÔNG DỄ KIỂM TIỀN

Đi vào phân khúc đóng gói chip có vẻ là hợp lý, nhưng ASE sẽ là một đối thủ đáng gờm, hơn nữa cạnh tranh sẽ khiến cho biên lợi nhuận giảm mạnh. Nhảy vào các lĩnh vực như LCD về lý thuyết có thể mang lại biên lợi nhuận cao hơn, nhưng trên thực tế Sharp vẫn đang thua lỗ. Bước vào lĩnh vực tự động hóa nhà máy cũng dường như là một cách tốt để gia tăng giá trị doanh nghiệp, nhưng Baratte nghĩ rằng, nhà sản xuất hàng loạt này không có khả năng bán các thiết bị được sản xuất theo yêu cầu cho hàng ngàn khách hàng nhỏ. “Hiện tại Hon Hai chỉ có 15 khách hàng lớn thôi”, ông nói. Tuy nhiên, ít nhất tất cả những nỗ lực trên cũng có liên quan phần nào đến năng lực lõi của Hon Hai. Một số thương vụ khác thì không. Hon Hai đã tấn công mạnh vào lĩnh vực bán lẻ cho thị trường đại trà ở Trung Quốc và Đài Loan, nhưng chưa cho thấy kết quả rõ ràng.

Hồi cuối tháng 5/2015, Hon Hai tuyên bố chi nhánh Hongfujin Precision Industry (Thâm Quyển) đã mua lại một công ty nhập khẩu là Shenzhen Fuxuntong Trading. Trước đó, FoxconnMall.com, một cổng thương mại điện tử B2B “một cửa”, đã được ra mắt. Website bán lẻ hàng điện tử tiêu dùng của

TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG LỢI NHUẬN RÒNG HÀNG QUÝ CỦA FOXCONN

GHI CHÚ: SO VỚI CÙNG KỲ NĂM TRƯỚC
NGUỒN: WALL STREET JOURNAL



Công ty là Flnet.com gần đây cũng đã hoạt động ở Trung Quốc và Đài Loan, chủ yếu bán thiết bị, máy tính bảng, tivi và các sản phẩm kỹ thuật số khác. Hon Hai còn cho biết đang cung cấp các dịch vụ tài chính khác nhau như dịch vụ thanh toán bên thứ ba tại Trung Quốc thông qua nền tảng thương mại điện tử của mình. Tập đoàn cũng đã giành được giấy phép dịch vụ viễn thông di động 4G tại Đài Loan và thậm chí có kế hoạch bắt đầu sản xuất tấm pin năng lượng mặt trời.

Alberto Moel, chuyên gia phân tích tại công ty nghiên cứu Sanford C. Bernstein cho rằng, những khoản đầu tư tràn lan này chỉ làm gia tăng thêm mức độ rủi ro cho danh mục đầu tư. Theo ông, Hon Hai chỉ nên bám trụ với các thương vụ có liên quan đến lĩnh vực công nghiệp. Ông chỉ ra rằng, thành công lớn nhất mà Hon Hai đã làm được cho đến nay trong việc giảm sự phụ thuộc vào Apple là sản xuất thiết bị cho đối thủ đang lên của Apple là Xiaomi (Trung Quốc).

Tuy thế, mặc dù tình hình kinh doanh của Hon Hai vẫn còn “gắn liền” với Apple, nhưng nỗ lực đa dạng hóa danh mục khách hàng của hãng đang cho thấy kết quả. Các nhà sản xuất điện thoại thông minh Trung Quốc đang tăng trưởng nhanh, trong đó có Xiaomi và Huawei Technologies đã đóng góp vào mức tăng lợi nhuận tại FIH Mobile Ltd., công ty do Hon Hai sở hữu 66% cổ phần, chuyên lắp ráp điện thoại và sản xuất vỏ kim loại. Cụ thể, FIH Mobile báo cáo mức lợi nhuận ròng 6 tháng đầu năm là hơn 129,8 triệu USD, cao hơn gấp đôi cùng kỳ năm ngoái. **DN**

QUẢNG CÁO “KHÓ THỞ” THỜI KỸ THUẬT SỐ



Ngày nay, trung bình mỗi ngày có khoảng 3.000 quảng cáo mới xuất hiện khiến chúng ta có cảm giác bị “bội thực” quảng cáo. Và chặn quảng cáo (*ad-blocking*) đã được nhắc đến trong nhiều cuộc thảo luận. **Richard Moore, Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Sáng tạo, Richard Moore Associates**

Trong 12 năm qua, cứ đến đầu tháng Mười, hơn 90.000 lượt khách từ các cộng đồng thương hiệu, quảng cáo, công nghệ, khởi nghiệp, truyền thông và các ngành văn hóa khác cùng tổ chức “Tuần lễ Quảng cáo” với hơn 250 sự kiện lớn, nhỏ khác nhau diễn ra tại số 23 Quảng trường Thời đại, New York. Tuy không phải một trong những chủ đề của sự kiện năm nay, nhưng chặn quảng cáo (*ad-blocking*) đã nhanh chóng trở thành đề tài được nhắc đến trong khắp các cuộc thảo luận.

VẤN ĐỀ CỦA KỸ THUẬT SỐ

Chúng ta tham gia vào thế giới số ngày nay và nhận thấy có nhiều thứ đang thay đổi, bao gồm cả khả năng chặn quảng cáo. Khi chúng ta chặn một quảng cáo, không thông tin nào có thể thâm nhập vào ý thức của não bộ, do vậy những thông tin đó càng chưa thể chạm được tới tiềm thức của chúng ta. Vì vậy, khi công nghệ chặn quảng cáo trở nên ngày càng tinh vi và phổ biến, nó cũng đã trở thành một vấn đề ngày một phức tạp hơn với những người làm quảng cáo.

Tuy rằng người tiêu dùng của ngày hôm nay có thể sẵn lòng sử dụng các công cụ chặn quảng cáo, nhưng ngày mai có thể họ sẽ không dùng chúng nữa, bởi họ sẽ phải trả tiền cho những công cụ này khi muốn đọc những nội dung đáng lẽ là miễn phí.

Vậy công cụ chặn quảng cáo phổ biến ra sao? Có nhiều kết quả báo cáo khác nhau về vấn đề này. Phát biểu trên diễn đàn của "Tuần lễ Quảng cáo" về chủ đề sử dụng quảng cáo có âm thanh, video và các hình thức truyền thông khác trên mạng, Phó giám đốc bộ phận bán quảng cáo của Hulu cho biết, chỉ 7%

khách hàng của họ tìm mọi cách để tránh các loại quảng cáo. Tuy nhiên các ước tính khác lại cho ra những con số cao hơn. Trước đó, Randall Rothenberg, Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Interactive Advertising Bureau báo cáo rằng, một số website đang mất tới 40% doanh thu quảng cáo, đặc biệt là các website hướng đến đối tượng người xem trẻ tuổi. Nghiên cứu của họ cũng chỉ ra rằng, có tới 34% người Mỹ sử dụng công cụ chặn quảng cáo. Những người này cho biết, loại quảng cáo khó chịu nhất chính là loại video tự động bật, quảng cáo phủ màn hình và quảng cáo nhấp nháy.

Tại "Tuần lễ Quảng cáo", có rất nhiều lời đồn đoán về việc Apple vài tuần trước đó đã thông báo sẽ nâng cấp trình duyệt Safari, hệ điều hành iOS 9 và hệ điều hành TV. Cả ba chương trình này đều giúp người dùng chặn quảng cáo một cách dễ dàng và xem chương trình TV qua ứng dụng hiệu quả hơn. Rõ ràng xu hướng xem phi truyền thống như vậy đã trở nên rất phổ biến trong cộng đồng người dùng Internet.



VỚI KINH
NGHIỆM
CỦA MÌNH,
TÔI MUỐN
KHUYẾN
CÁC BẠN
HOẠT ĐỘNG
TRONG LĨNH
VỰC QUẢNG
CÁO VÀ
THƯƠNG HIỆU
RẰNG: LÀM
QUAN TRỌNG
HƠN NÓI



các công cụ chặn quảng cáo, có hai phương án nổi bật hơn cả. Cách thứ nhất là chặn lại chính công cụ đó. Interactive Advertising Bureau cho biết, công ty này đã viết các đoạn code để cảnh báo người viết bài quảng cáo khi nào người dùng sử dụng công cụ chặn.

Cách thứ hai, tốt hơn hết nên được trình bày thông qua lời nhận xét của Tim Armstrong, Chủ tịch công ty AOL, một tập đoàn truyền thông đa quốc gia hàng đầu của Mỹ đang chủ trọng đầu tư vào làm thương hiệu và website. "Bây giờ ai cũng nói về việc chặn quảng cáo, nhưng đáng lẽ mọi người phải dành thời gian để nói về vấn đề tại sao người dùng cảm thấy họ cần làm vậy". Nói cách khác, điều này có nghĩa là hãy tạo ra các quảng cáo hay hơn, chủ đề vốn vẫn luôn được đề cập tới trong nhiều thập kỷ qua tại các sự kiện như "Tuần lễ Quảng cáo".

Bản thân việc làm quảng cáo tốt cũng là một vấn đề. Rất nhiều nhận xét ghi lại trong "Tuần lễ Quảng cáo" tập trung vào sự cần thiết phải có nhiều giải pháp sáng tạo hơn, không chỉ từ bộ phận sáng tạo mà còn mở rộng ra bộ phận số liệu và chiến lược, sự tương tác giữa các bộ phận này và các bộ phận khác. Người ta nhận thấy rằng, khi chuỗi thương hiệu Michelin ra mắt bộ hướng dẫn sử dụng ô tô vào năm 1900 với mục tiêu khuyến khích mọi người lái ô tô nhiều hơn, hãng cũng đã thêm vào những nội dung bổ ích khác cho họ. Việc đưa ra thông tin hữu ích cho người tiêu dùng vốn không phải là một ý tưởng mới, nhưng vẫn luôn khả dụng trong nhiều năm qua.

Nội dung quảng cáo cũng là một chủ đề thảo luận nhóm giữa Ogilvey & Mather, Coca-Cola và Facebook. Tiêu đề của chủ đề thảo luận này là "Thương hiệu liệu có còn quan trọng"? Theo một nghiên cứu được trích dẫn, tầm quan trọng của thương hiệu đã giảm xuống kể từ khi công nghệ truyền thông số mở rộng cách thức truy cập thông tin của chúng ta. Có 57% người dùng Internet tại Mỹ cho rằng, "thương hiệu là quan trọng" và 36% nói rằng "rất quan trọng". Tại Anh, tỷ lệ này lần lượt là 53% và 36%. Trung Quốc có phản hồi tích cực hơn, với 88% đánh giá thương hiệu quan trọng và 64% nói rằng, "rất quan trọng". Ở Mexico tỷ lệ tương ứng là 83% và 67%.

Với kinh nghiệm của mình, tôi muốn khuyến khích các bạn hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo và thương hiệu rằng: làm quan trọng hơn nói. Chỉ sau khi bắt tay vào làm, thương hiệu mới có giá trị đích thực để được đề cập đến trong những nỗ lực quảng cáo, nhằm lan truyền thông điệp của mình. Và đó chính là mục tiêu lớn mà chúng ta hướng tới. **DN**

TRUYỀN HÌNH CÁP VIỆT NAM



Gắn kết gia đình

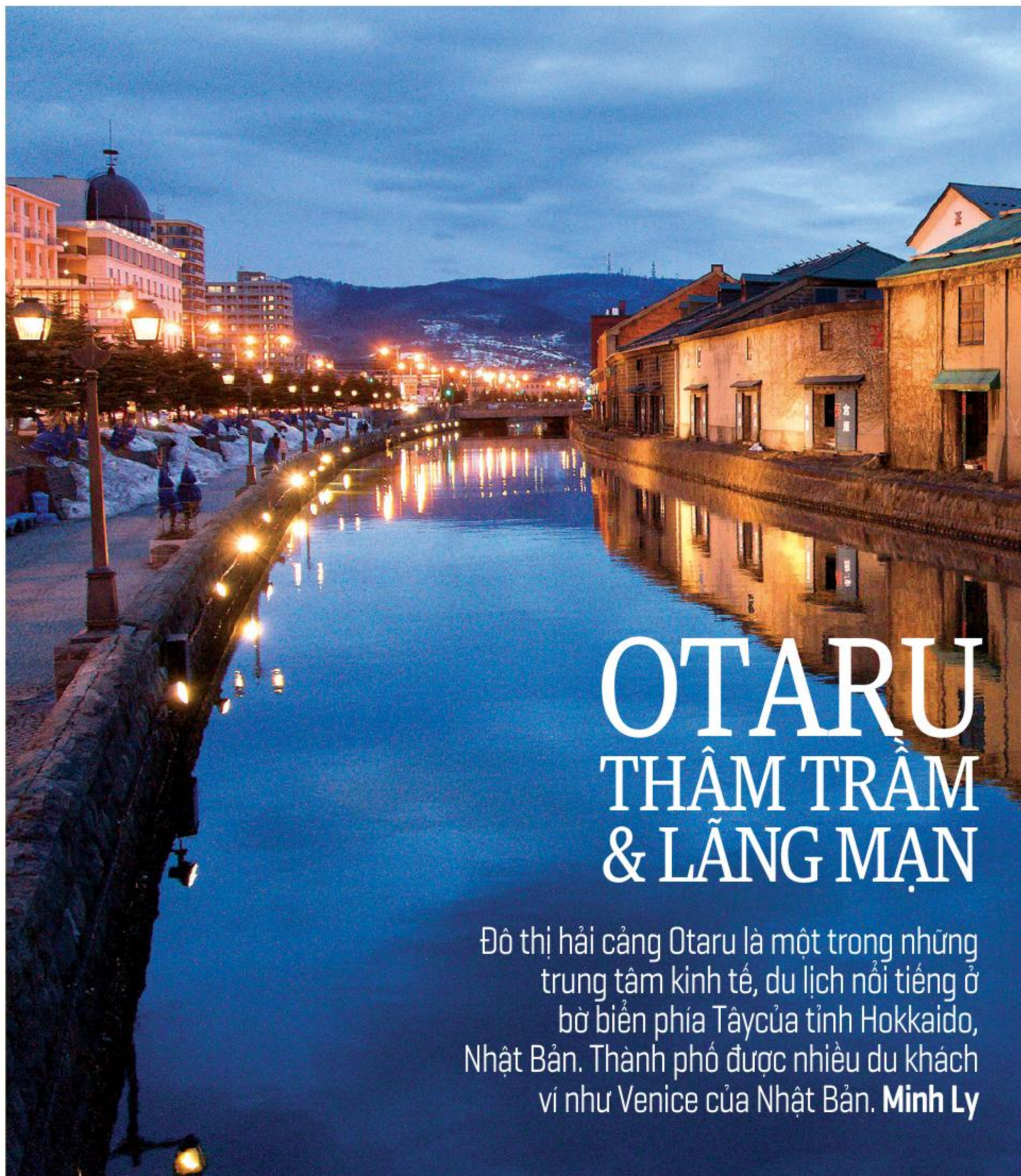


Tổng đài (24/24h)

19001515

www.vtvcab.vn

DOANH NHÂN+



OTARU THÂM TRÂM & LÃNG MẠN

Đô thị hải cảng Otaru là một trong những trung tâm kinh tế, du lịch nổi tiếng ở bờ biển phía Tây của tỉnh Hokkaido, Nhật Bản. Thành phố được nhiều du khách ví như Venice của Nhật Bản. **Minh Ly**

Ảnh: T.L

THÀNH PHỐ
OTARU

- Là thành phố hải cảng Tây Nam của Hokkaido.
- Dân số khoảng 174.000 người, diện tích 243 km².
- Kênh đào Otaru có chiều dài 1.140 mét được xây dựng và hoàn thành vào năm 1923.



Otaru lung linh về đêm với những con đường được trang trí bằng những ngọn đèn đốt bằng gas trang nhã. Dù mang những nét đặc trưng của kiến trúc và văn hóa Nhật, thành phố này vẫn được nhiều du khách ví như Venice của Nhật Bản, bởi hệ thống kênh đào chạy giữa lòng thành phố và những phòng triển lãm mỹ thuật châu Âu.

TỪ PHA LÊ ĐẾN RƯỢU WISKY

Đô thị hải cảng Otaru, một trong những trung tâm kinh tế nằm ở bờ biển phía Tây của tỉnh Hokkaido (Nhật Bản), xưa kia là vùng đất sôi động, nhưng ngày nay đã trở thành một đô thị du lịch nổi tiếng, thu hút khách du lịch bởi vẻ đẹp hoài cổ, yên ả và thâm trầm. Địa điểm nổi tiếng nhất trong thành phố là kênh đào Otaru, thu hút đông đảo khách du lịch cả trong nước và nước ngoài đến thăm. Kênh có chiều dài 1.140 mét, hoàn thành vào năm 1923. Thời đó, kênh đào này được sử dụng làm kênh lưu thông hàng hóa, nhưng sau chiến tranh đã được thay đổi hoàn toàn để phục vụ cho mục đích khác. Chiều rộng của con kênh bị thu hẹp chỉ còn một nửa, hình dáng được thay đổi, uốn lượn dọc theo những con đường đi bộ tạo nên một bức tranh vô cùng

lãng mạn. Năm 1996, kênh đào Otaru được lọt vào Top 100 cảnh quan thành phố đẹp nhất Nhật Bản. Hàng năm, kênh Otaru cũng chính là nơi diễn ra Lễ hội Lights nổi tiếng của thành phố, thu hút khoảng 500.000 du khách đến đây để được hòa mình vào lễ hội thả nến trên sông.

Đến Otaru, các bạn có cơ hội thưởng thức tách cà phê dưới hàng trăm ánh đèn pha lê huyền ảo ở nơi được mệnh danh là “thành phố pha lê của phương Đông” - Bảo tàng pha lê lung linh đủ sắc màu. Các tác phẩm ở đây từ đơn giản đến cầu kỳ đều được chế tác một cách tinh xảo. Một trong những tòa triển lãm mỹ thuật đỉnh của Otaru thuộc quyền sở hữu của Paolo Venini, là nơi trưng bày những tác phẩm thủy tinh hết sức tinh xảo và kỹ thuật độc đáo của ông.

Một trong những nét văn hóa độc đáo nữa của Otaru là Bảo tàng Âm nhạc Otaru Orgel Doh Music Box. Trong tòa nhà có cơ niên đại từ 1912 mang đậm phong cách kiến trúc thời Phục Hưng này trưng bày bộ sưu tập có tới 3.400 chiếc hộp nhạc các loại, đủ mọi kích cỡ, kiểu dáng, niên đại, với nhiều hiện vật độc bản đến từ khắp mọi nơi trên thế giới. Có những chiếc hộp cổ xưa nhất với tiếng nhạc trầm bổng nhẹ nhàng, cũng có cả chiếc hộp hiện đại cầu kỳ với những âm thanh réo rắt vui tươi. Có cái nhỏ như bao diêm, có cái lớn như chiếc



MỘT THỦY CUNG VỚI 62 BỂ CÁ
TRUNG BÀY KHOẢNG 250 LOÀI CÁ



TRUNG BÀY BỘ SƯU TẬP TỚI
3.400 CHIẾC HỘP NHẠC CÁC LOẠI, ĐỦ
MỌI KÍCH CỠ, KIỂU DÁNG, NIÊN ĐẠI

piano, gramophone tự động bằng kỹ thuật chế tạo hộp nhạc. Cá bào tàng lúc nào cũng được thắp sáng trong ánh đèn vàng bất kể ngày hay đêm và những âm thanh du dương từ những chiếc hộp âm nhạc phát ra ở các góc nhà mang đến cho khách tham quan một cảm giác nhẹ nhàng, dễ chịu. Điều thú vị nữa là bạn có thể chọn mua hoặc tự tay thiết kế riêng cho mình một chiếc hộp âm nhạc theo ý thích với những bài hát nổi tiếng của các nghệ sĩ thế giới.

Thành phố Otaru còn tự hào là một trong hai nơi của Nhật Bản có nhà máy chưng cất rượu Nikka Whisky nổi tiếng của thế giới. Theo những tài liệu có tại nhà riêng của Taketsuru - người chế tạo ra rượu Whisky (cũng là Viện bảo tàng trưng bày về tiểu sử Nikka, lịch sử hình thành Whisky Nhật Bản), ông Taketsuru Masataka đã đi khắp nước Nhật để tìm ra nơi có khí hậu mát mẻ, ẩm ướt giống với Scotland; không khi trong lành với nguồn nước dồi dào để đặt nhà máy và cuối cùng ông đã tìm ra được nơi này. Đó chính là thành phố Otaru, nơi đã được gọi bằng cái tên trêu mến là "Scotland

của Nhật Bản". Những chai rượu Whisky được sản xuất tại Otaru - không thay đổi kể từ khi sáng lập đến bây giờ - được ủ với rượu mạch nha nguyên chất, mạnh mẽ và sảng khoái.

THỦY CUNG TRÊN MẶT ĐẤT

Để tìm hiểu về sự phồn vinh của thành phố này, bạn không nên bỏ qua vùng bờ biển, món quà mà thiên nhiên đã hậu hĩnh dành tặng Otaru: cảng biển bao la bất tận, cảnh sắc tuyệt đẹp và cứ mùa nào thức ấy, cung cấp vô số loại hải sản tươi rói. Một thủy cung với 62 bể cá trưng bày khoảng 250 loài cá, bò sát, động vật không xương sống của đại dương giúp du khách có thể "đắm mình" vào hệ sinh thái biển. Thêm vào đó là "Dolphin Stadium", "Công viên sinh vật biển" - nơi nuôi dưỡng cá heo, chim cánh cụt, hải cẩu, hải mã... Đặc biệt vào mùa đông, du khách sẽ được chiêm ngưỡng những chú chim cánh cụt dễ thương đi dạo trong tuyết hay những chú sư tử biển hồn nhiên thưởng thức bữa ăn của mình.

Thế giới ẩm thực của Otaru cũng vô cùng phong phú, từ những cửa hàng hải sản tươi sống kiểu Nhật, cho đến những nhà hàng phong cách Ý, những quán cà phê, giải khát phục vụ loại bia Otaru nổi tiếng. Tại đây có phố sushi dài khoảng 200 mét có đến 5-6 cửa hàng sushi lớn, khu vực lân cận có 20 cửa hàng sushi nối tiếp nhau; mỗi cửa hàng phục vụ những loại sushi mang đặc trưng riêng của mình. Đừng bỏ qua Amaebi (sushi tôm ngọt). Không chỉ có bia, Otaru còn nổi bật về bánh kẹo và kem. Chỉ một chiếc "kem cầu vồng" thôi cũng giúp bạn đủ no!

Otaru là cách phát âm của ngôn ngữ cổ xưa, có nghĩa là "bãi bồi phù sa của sông" và tên gọi này đã được sử dụng đến ngày nay. Dù đi du thuyền trên dòng kênh, tản bộ hoặc mặc Kimono ngồi xe kéo du ngoạn theo bờ sông, bạn sẽ thấy khung cảnh thật lãng mạn: thành phố đẹp lung linh dưới ánh sáng của những ngọn đèn khi gas. **DN**

TIN DOANH NGHIỆP & KHUYẾN MẠI

PNJ PHÁT HÀNH 500 TỶ ĐỒNG TRÁI PHIẾU CƠ CẤU NỢ

Công ty cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận (PNJ) vừa quyết định thông qua phương án phát hành 500 tỷ đồng trái phiếu doanh nghiệp, đồng thời tạm dừng triển khai phương án phát hành 20 triệu cổ phiếu đã được hội đồng quản trị thông qua ngày 3/10/2015. Theo đó, PNJ sẽ phát hành tối đa 500.000 trái phiếu không chuyển đổi có tổng giá trị 500 tỷ đồng. Giá chào bán bằng mệnh giá 1 triệu đồng/trái phiếu. Trái phiếu sẽ được chia làm nhiều đợt phát hành và hoàn tất trong năm 2015. Lãi suất trái phiếu theo thị trường tại thời điểm chào bán và giữ cố định cho đến ngày đáo hạn. Tổng số tiền thu được dùng để tái cơ cấu lại các khoản vay ngắn hạn của công ty là 350 tỷ đồng, phần còn lại đầu tư phát triển mạng lưới cửa hàng bán lẻ, mở mới 20 cửa hàng PNJ trong năm 2016.



VIỆT NAM CÓ 5 GOLFER THAM DỰ VÒNG CHUNG KẾT WAGC 2015

Ngày 24/10/2015, tại sân gôn Đàm Vạc, tỉnh Vinh Phúc đã diễn ra vòng chung kết "Giải vô địch golf Thế giới TPBank", với sự tranh tài của 45 gôn thủ đã chiến thắng ở vòng loại miền Nam và miền Bắc. Kết quả, ban tổ chức đã chọn được 5 gương mặt xuất sắc đại diện cho đội tuyển Việt Nam thi đấu vòng chung kết tại Belek Antalya (Thổ Nhĩ Kỳ) từ ngày 28/11 đến 5/12/2015. Trong đó, Top 5 golfer đứng đầu 5 nhóm Handicap thuộc về các gôn thủ Đỗ Việt Hùng, Lưu Xuân Lộc, Phan Thanh Hải, Nguyễn Hồng Ngân, Nguyễn Như Nguyễn. Phát biểu tại lễ trao giải, ông Nguyễn Văn Hào, Tổng thư ký Hiệp hội Golf Việt Nam, cho biết: "Theo tôi, đây là một trong những giải phong trào golf tốt nhất toàn quốc". Sau vòng chung kết, TPBank sẽ tài trợ toàn bộ chi phí cho đội tuyển Việt Nam tranh tài tại vòng chung kết thế giới.

CHUNG KẾT SMARTIES VIET NAM 2015

Hiệp hội Mobile Marketing toàn cầu (MMA) vừa công bố danh sách chung cuộc giải thưởng Smarties Việt Nam 2015. Giải The Smarties đã được công nhận là chương trình trao giải duy nhất cho lĩnh vực tiếp thị qua di động, để tuyên dương những cá nhân và tập thể xuất sắc trong lĩnh vực này. Ông Kasper Aakerlund, COO Group M Vietnam, trưởng ban giám khảo của The Smarties 2015, cho biết: "Năm nay có nhiều chiến dịch độc đáo, sáng tạo và nổi bật, chúng tôi rất vui mừng vì thị trường Việt Nam đã từng bước tiếp cận thị trường thế giới. Và tôi đảm bảo rằng sẽ có rất nhiều bất ngờ tại đêm trao giải".

BEST PRODUCTS TUNG RA CHIẾN DỊCH KHUYẾN MẠI MỚI

Nhà hàng Best Products (chuyên bán hàng qua catalogue) đã giới thiệu chiến dịch khuyến mãi lần thứ 4, với tổng giá trị giải thưởng 1,3 tỷ đồng vừa trao cho các khách hàng may mắn vào ngày 23/10/2015. Sau 5 tháng, chương trình đã thu hút 140.000 người tham gia mua sắm và khuyến mãi. Đặc biệt, giải thưởng lớn trị giá 1 tỷ đồng đã được trao cho khách hàng Nguyễn Tuyết Nhung là sư trụ trì Chùa Vinh Quang (Phan Văn Trị, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP.HCM). Phát biểu trong buổi trao giải, bà Nhung cho biết sẽ dùng giải thưởng để "gieo duyên lành cho người khác".

CỬA HÀNG TẠP HÓA VẪN LÀ KÊNH BÁN HÀNG QUYỀN LỰC

Báo cáo "Tối đa hóa kênh truyền thông - cửa hàng, chủ cửa hàng và người mua hàng" của Nielsen cho rằng, để tối đa hóa doanh thu, các thương hiệu nên phân tích sâu hơn về phân khúc thị trường của họ. Tại Việt Nam, kênh truyền thông được nói đến là cửa hàng tạp hóa. Đa số người tiêu dùng mua sắm tại các cửa hàng thương mại truyền thống cho bữa ăn hàng ngày.

SAVILLS GIỚI THIỆU DỰ ÁN BIỆT THỰ VEN SÔNG CAO CẤP NINE SOUTH ESTATE

Vào ngày 29/10/2015, chủ đầu tư VinaCapital - Vinaliving cùng với Savills Việt Nam đã giới thiệu chương trình mở bán đợt tiếp theo của dự án Biệt thự cao cấp ven sông Nine South Estates tại TP.HCM. Nine South Estates là một trong những dự án biệt thự được VinaCapital - Vinaliving tập trung mở bán vào tháng 10 dành cho khách hàng tại Hà Nội và các tỉnh phía Bắc. Đặt trên đại lộ Nguyễn Hữu Thọ, Nine South Estates cách trung tâm TP.HCM khoảng 9km và chỉ trong bán kính 2km để tiếp cận các dịch vụ tiêu chuẩn quốc tế tại khu đô thị Phú Mỹ Hưng. Nine South Estates là tổng thể 381 biệt thự ven sông và biệt thự phố vườn, dự kiến sẽ được hoàn thành và bàn giao trong quý 2/2017.

UMA CÔNG BỐ XU HƯỚNG THIẾT KẾ 2016

Chuỗi siêu thị nội thất Uma vừa công bố bộ sưu tập nội thất mới nhất và các xu hướng thiết kế hot nhất cho năm 2016. Trong đó, các điểm nhấn chính của xu hướng 2016 là mang thiên nhiên vào nhà, sử dụng đồ thủ công, họa tiết hình học, màu sắc ánh kim và kim loại, sự tiện nghi và bền vững. Bộ sưu tập nội thất mới nhất của Uma là sự kết hợp giữa xu hướng và bản sắc thương hiệu, được thể hiện qua 5 chủ đề: Scandinavian, Châu Âu, Giản đơn, Thôn dã và Sắc màu. Cùng trong dịp này, Uma khai trương siêu thị nội thất thứ 10 tại đường Tô Hiến Thành, quận 10, TP.HCM.



6 KHÁCH SẠN, RESORT VIỆT NAM NHẬN GIẢI THƯỞNG UY TÍN

Độc giả của tạp chí Condé Nast Traveler đã bình chọn sáu khách sạn - khu nghỉ dưỡng của Việt Nam vào danh sách những khách sạn tốt nhất ở khu vực châu Á. Trong đó, khách sạn Sofitel Legend Metropole Hà Nội, MGallery La Residence Huế, Sofitel Saigon Plaza và Park Hyatt Saigon lọt vào danh sách "Những khách sạn hàng đầu Đông Nam Á [ngoại trừ Bangkok và Singapore]". Khu nghỉ The Nam Hải và Anantara Hội An đứng trong danh sách "Những khu nghỉ dưỡng tốt nhất châu Á." Cả Metropole Hà Nội, The Nam Hải và MGallery La Residence Huế đều là thành viên của Quintessential Collection Vietnam - một nhóm các khách sạn và du thuyền hàng đầu Việt Nam.

ĐỘNG THỔ NGÔI NHÀ ĐỨC TẠI TP.HCM

Lễ động thổ Ngôi nhà Đức tại TP.HCM đã diễn ra vào ngày 24/10/2015 với sự hiện diện của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao nước Cộng hòa Liên bang Đức - Tiến sĩ Frank-Walter Steinmeier, cùng hơn 350 khách mời. Ngôi Nhà Đức là một tòa tháp văn phòng cao cấp, tọa lạc tại vị trí chiến lược trên góc đường Lê Duẩn và Lê Văn Hữu, TP.HCM. Tòa nhà 25 tầng bao gồm khoảng 40.000 m2 diện tích sàn, chủ yếu dành cho văn phòng bất động sản bao gồm các khu vực bán lẻ, khu vực triển lãm, sự kiện và hội nghị đa chức năng, Tổng lãnh sự quán Cộng hòa Liên bang Đức tại TP.HCM, khu vực nhà hàng với sân thượng ngoài trời, căn hộ và biệt thự trên không. Dự kiến việc xây dựng tòa nhà sẽ hoàn thành vào quý 3/2017.



HỘI CHỢ QUỐC TẾ TRANG SỨC VIỆT NAM VIJF 2015

Hội chợ Quốc tế Trang sức Việt Nam - VIJF 2015 sẽ được tổ chức từ ngày 4/11 - 8/11/2015 tại Nhà thi đấu Phú Thọ, 221 Lý Thường Kiệt, Q.11, TP.HCM. Hội chợ với quy mô lớn nhất từ trước đến nay, bao gồm 180 gian hàng nữ trang và máy thiết bị trong và ngoài nước. Tại hội chợ có các chương trình trình diễn trang sức đặc sắc, chụp hình với tranh vẽ 3D... Các ưu đãi đặc biệt, giờ vàng, quà tặng hấp dẫn, giảm giá được áp dụng ở rất nhiều gian hàng như SJC và các thương hiệu khác, chương trình rút thăm trúng thưởng hàng ngày dành cho khách tham quan.

THI ẢNH CƠ CỞ HỘI DU LỊCH SINGAPORE MIỄN PHÍ

Tổng cục Du lịch Singapore vừa gửi lời mời đến tất cả du khách Việt Nam tham dự cuộc thi ảnh trực tuyến "Singapore Invites" [SG Invites] để trở thành chủ nhân của chuyến du lịch miễn phí tại Đảo quốc Sư tử. Ông Glenn Koh, Trưởng đại diện Tổng cục Singapore (STB) tại Việt Nam, cho biết: "Chúng tôi mong rằng cuộc thi này sẽ tạo cảm hứng cho du khách khám phá, trải nghiệm nhiều hơn trong các chuyến đi tiếp theo của họ tới Singapore".

Thông tin chi tiết có tại trang web: www.yoursingapore.com



Bi tuyết vàng cho cơ thể ● Tinh chất làm nên những hương hoa kinh điển ● Thần dược niu giữ thời gian

TÔN VINH NHỮNG GIÁ TRỊ VÀNG

GIẢI THƯỞNG THƯỜNG NIÊN CỦA TẠP CHÍ ĐẸP TỪ 2007 TỚI NAY

VINH DANH CÁC SẢN PHẨM LÀM ĐẸP CHẤT LƯỢNG CAO,
CÓ ĐỘT PHÁ TRONG NGHIÊN CỨU, ỨNG DỤNG, THIẾT KẾ,
ĐƯỢC BAN BIÊN TẬP VÀ BẠN ĐỌC TẠP CHÍ ĐẸP BÌNH CHỌN

Đẹp
GIÁ TRỊ 2015
VÀNG

THỜI GIAN CÔNG BỐ GIẢI THƯỞNG: 1/2016

CÁC THƯƠNG HIỆU GỬI SẢN PHẨM/DỊCH VỤ ỨNG CỬ,

Liên hệ: Ms. Hương Thủy / thuyph.editor@lemediavn.com / 0984601000

ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ TÀI TRỢ CHO LỄ TRAO GIẢI

Liên hệ: Mrs. Vân Khánh / khanhvn@lemediavn.com / 0903269171 / 0903546004 (Hà Nội)

Mrs. Hồng Trinh / trinhdvh.sales@lemediavn.com / 0908182487 / 0904643398 (TP Hồ Chí Minh)

Mrs Thanh Lan / landt@lemediavn.com / 0903546011 / 0908316386 (TP Hồ Chí Minh)

TÀI TRỢ LỄ TRAO GIẢI



WILLENDROF
Paradise of Beauty



HỘI CHỢ QUỐC TẾ TRANG SỨC VIỆT NAM 2015

The 24th Vietnam International Jewelry Fair 2015

Từ 4-8 tháng 11 năm 2015

Tại Nhà thi đấu Phú Thọ,
221 Lý Thường Kiệt, Quận 11, Tp.HCM

Giờ mở cửa: 10h00 - 21h00



- Hội chợ hơn 180 gian hàng, quy tụ:
 - Các thương hiệu trang sức nổi tiếng Thế giới.
 - Các thương hiệu trang sức uy tín hàng đầu Việt Nam.
 - Các doanh nghiệp máy thiết bị giới thiệu công nghệ và phần mềm mới nhất ngành kim hoàn.

- Biểu diễn trang sức với các thương hiệu nổi tiếng.
- Chụp hình với tranh vẽ 3D
- Hàng ngàn quà tặng hấp dẫn, cùng với các chương trình khuyến mại giảm giá.
- Chương trình rút thăm trúng thưởng hàng ngày dành cho khách tham quan.

<http://www.vietnamjewelryfair.com>

Đơn vị tổ chức / Organizer

Đơn vị hỗ trợ / Supporters



Đơn vị tài trợ / Sponsors



DOJI



Bảo trợ thông tin / Media Supporters



CHÚC MỪNG 10 HÀNH KHÁCH SKYBOSS MAY MẮN THƯỞNG NGOẠN CHÂU ÂU - ĐÓN TÀU BAY VIETJET

Mua vé *sky* **BOSS**

ưu đãi lớn khi thanh toán bằng **VISA**

Tại <https://visa.vietjetair.com>

Từ nay đến **12/12/2015**



Bạn là người sành điệu và tiên phong trong xã hội,
Bạn là Ông, Bà chủ doanh nghiệp,
Bạn là người nổi tiếng, tự tin, thành công và thích đổi mới,
Bạn luôn muốn tận hưởng mỗi phút thời gian quý giá của mình,

Vietjet giới thiệu hàng vé SkyBoss, mang đến cho bạn những trải nghiệm dịch vụ hàng không chất lượng, hội tụ nhiều tiện ích dành riêng cho những người dẫn đầu, tận hưởng các chuyến bay trong phòng chờ sang trọng, tàu bay mới, ghế da sang trọng, tiếp viên phục vụ thân thiện, thưởng thức các món ăn nóng ngon miệng, cũng nhiều trải nghiệm thú vị, bất ngờ.

Tiếp nối chương trình “Trải nghiệm Skyboss - Thưởng ngoạn Châu Âu” đã quay số tìm ra 10 hành khách may mắn đi đón tàu bay mới Vietjet, từ nay cho đến 12/12/2015, Vietjet dành ưu đãi cho các chủ thẻ VISA khi mua vé SkyBoss tại <https://visa.vietjetair.com>. Thời gian bay áp dụng từ 16/9 - 16/12/2015.

Vé SkyBoss của Vietjet mang tới cho hàng khách nhiều dịch vụ cộng thêm:

- Ưu tiên làm thủ tục check-in
- Xe đưa đón riêng SkyBoss ra máy bay
- Chỗ ngồi ưu tiên trên máy bay
- Đồ ăn, uống miễn phí trên chuyến bay
- Phòng chờ sang trọng
- Miễn phí 20kg hành lý
- Vé có thể thay đổi lịch trình
- (hoặc 1 bộ chơi Golf)

Ý nghĩa hơn, cứ mỗi lần bay SkyBoss, khách hàng đóng góp vào quỹ “Chắp cánh yêu thương” tặng 10,000 thẻ BHYT cho người nghèo khám chữa bệnh khắp cả nước.



vietjet **Air.com**

Mua vé ở đâu?

Website: www.vietjetair.com

Mobile: <https://m.vietjetair.com>

Facebook: www.facebook.com/vietjetvietnam mục “Đặt vé”

Tổng đài: 19001886

Phòng vé, đại lý trên toàn quốc

Thanh toán ngay bằng các loại thẻ Visa/Master/AMEX/JCB/ thẻ ATM của 24 ngân hàng lớn tại Việt Nam hoặc thanh toán sau tại các điểm thu hộ, phòng vé, đại lý trên toàn quốc.

- 📍 Ưu tiên làm thủ tục check-in
- 👑 Chỗ ngồi ưu tiên trên máy bay

- 🚗 Phòng chờ sang trọng
- ✈ Vé có thể thay đổi lịch trình

- 🚗 Xe đưa đón riêng SkyBoss ra máy bay
- 🍽 Đồ ăn, uống miễn phí trên chuyến bay

- 🧳 Miễn phí 20kg hành lý (hoặc 1 bộ chơi Golf)