

DOANH NHÂN

VIETNAM'S PREMIUM BIWEEKLY
BUSINESS MAGAZINE

SỐ 195
15/12/2015

ÔNG HỒ QUANG CỦA
NGƯỜI SÁNG LẬP DOANH NGHIỆP
TƯ NHÂN HỒ QUANG THẮNG THẦN
CHIA SẺ CÂU CHUYỆN XÂY DỰNG
THƯƠNG HIỆU GẠO QUỐC GIA. (ẢNH BIA)

ĐẦU TƯ VÀO
GIÁO DỤC QUA M&A,
KHÔNG DỄ

HÒ VOI
BẮN SÚNG NỬA?

PHÚ QUỐC
TRONG CUỘC CHƠI
TOÀN CẦU

"XE TẢI" HUY HOÀNG
CÓ THÊM ĐỒNG CỎ

KHOI MẠCH
BDS CÔNG NGHIỆP



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

89360191990082

Vui Tiệc Cổ Tích Cùng Đón Bất Ngờ

Hàng ngàn quà tặng giá trị đang chờ đón các hành khách của Vietjet bay trong thời gian từ 01/12/2015 đến 15/02/2016. Ngày nào cũng trúng quà, tuần nào cũng trúng quà.

TẤT CẢ ĐƯỜNG BAY NỘI ĐỊA & QUỐC TẾ

Giải đặc biệt
Căn hộ cao cấp tại
DRAGON CITY
Trị giá **2** tỷ đồng

VÉ LỘC PHÁT

68 (**)
000đ

www.vietjetair.com
15 - 22/12/2015

Bay là Thích ngay! Hotline: 19001886

Wow... Trong không khí rộn ràng mùa lễ hội "Vui tiệc cổ tích, cùng đón bất ngờ" từ 15/12 đến 22/12, Vietjet tung bừng mở bán hàng trăm nghìn vé "lộc phát" giá chỉ từ 68,000 đồng. Vé "lộc phát" mang đến tài lộc và thịnh vượng cho hành khách chúng ta, áp dụng cho tất cả các đường bay nội địa và các đường bay quốc tế đến Hàn Quốc, Đài Loan, Myanmar, Singapore, Thái Lan. Vé được mở bán tại website www.vietjetair.com & tất cả các phòng vé đại lý Vietjet trên toàn quốc. Thời gian bay áp dụng từ 5/1/2016 đến ngày 31/10/2016.

Hãy cùng gia đình & bạn bè chuẩn bị kế hoạch vui chơi mùa lễ hội cuối năm, hòa cùng không khí vui nhộn trên những chuyến bay Vietjet với cơ hội rút thăm may mắn trúng ngay quà tặng hấp dẫn: **điện thoại sành điệu, vé máy bay quốc tế, voucher nghỉ dưỡng tại resort 5 sao sang trọng...** và giải đặc biệt là **"Căn hộ cao cấp tại Dragon City"** trị giá tới 2 tỷ đồng dành tặng cho hành khách may mắn nhất khi bay cùng Vietjet từ 01/12/2015 đến 15/02/2016.

Vietjet luôn chào đón bạn trên những **tàu bay hiện đại**, mới nhất khu vực với **ghế da sang trọng**, được phục vụ bởi các **tiếp viên thân thiện**, thưởng thức **món ăn nóng ngon miệng** và nhiều hoạt động thú vị khác trên các chuyến bay.

Nhanh tay truy cập www.vietjetair.com từ 12h - 14h mỗi ngày để Bay là Thích ngay & nhận Khuyến mãi Mỗi ngày vào giờ vàng cùng Vietjet!

vietjetAir.com

12h rồi, Vietjet thôi!

MUA VÉ Ở ĐÂU?

Website: www.vietjetair.com

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

Facebook: www.facebook.com/vietjetvietnam
mục "Đặt vé"

Thanh toán ngay bằng các loại thẻ Visa/ Master/ AMEX/ JCB/ Thẻ ATM của 24 ngân hàng lớn tại Việt Nam.

(*) Căn hộ cao cấp tại Dragon City - Nam Sài Gòn phát triển bởi công ty Phú Long JSC

(**) Điều kiện và điều khoản



YES

Chúng tôi thiết kế để bạn thể hiện



**ĐỘNG CƠ 1.5L ECOBOOST
MẠNH MẼ HOÀN TOÀN MỚI**



**ĐỘNG CƠ ECOBOOST 1.5L
TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU HIỆU QUẢ**



**HỆ THỐNG HỖ TRỢ ĐỔ XE
TỰ ĐỘNG TOÀN DIỆN**



**2000 LỆNH ĐIỀU KHIỂN XE
BẰNG GIỌNG NÓI SYNC™ 2**

• **ANDO FORD:** CT 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 Thỉ Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
• **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN 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: 038.3515292 • **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: 08.38181458 • **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: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô 11C - 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 • **CITY FORD VUNGTAU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu. Tel: 0643.594778 **★ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**



Go Further

ford.com.vn



MỪNG
MÙA
LỄ HỘI

TIỆC TỐI GIANG SINH
24 THÁNG 12, 2015

THỰC ĐƠN MÙA LỄ HỘI
DÂN ĐÔNG CA - TRÌNH DIỄN ẢO THUẬT - CHƯ HỀ VỚI
BONG BÓNG - ONG GIA TUYẾT VÀ QUA CHO BÉ

TIỆC TỐI MỪNG NĂM MỚI
31 THÁNG 12, 2015

BIỂU DIỄN NHẠC SỐNG - TUI QUA CHO
KHÁCH THAM DỰ - ĐẾM NGƯỢC GIỜ GIAO THỪA

TIỆC TỰ CHỌN GIÁ 1,149,000VND++/KHÁCH
UỐNG THỎA THÍCH RƯỢU, BIA, NƯỚC NGỌT, NƯỚC
TRÁI CAY GIÁ 250,000VND++/KHÁCH
NHÀ HÀNG THE SQUARE - LẦU 2

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS
SAIGON CENTRE

167 Hai Bà Trưng, Phường 6, Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh
Điện thoại: +84 8 3822 4866 - Email: h7965-fb2@accor.com
novotels.com - novotel-saigon-centre.com

LE CLUB ACCOR HOTELS | JOIN OUR GLOBAL LOYALTY PROGRAM AT ACCORHOTELS.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.

DOANH NHÂN

ẤN PHẨM HÀNG THÁNG CỦA BÁO DIỄN ĐÀN DOANH NGHIỆP - PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM (VCCI)

Kính gửi: Quý bạn đọc, khách hàng và đối tác

Nhiều năm qua, tạp chí Doanh Nhân - xuất bản dưới dạng bán nguyệt san, đã là một ấn phẩm không thể thiếu trên bàn làm việc của người làm kinh doanh và những ai quan tâm tới chuyển động của nền kinh tế, từ vĩ mô tới vi mô. Các phân tích và đánh giá của Doanh Nhân trên tinh thần khách quan, đa chiều đã trở thành một nguồn thông tin tham vấn quan trọng cho việc hoạch định chính sách, quyết định kinh doanh của nhiều doanh nghiệp.

Như đã đề cập, nền kinh tế từ vĩ mô tới vi mô luôn chuyển động không ngừng, ở đó công nghệ và xu hướng là hai trong số những yếu tố hàng đầu dẫn dắt tiến trình phát triển. Công nghệ và xu hướng cũng dẫn đến những thay đổi căn bản mang tính cách mạng trong ngành báo chí hiện đại, đòi hỏi các tòa soạn phải thông minh hơn, thân thiện hơn, kịp thời hơn trong sản xuất nội dung và giao tiếp với bạn đọc, đối tác.

Với tư cách là một ấn phẩm hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh, cùng tinh thần phục vụ bạn đọc trong xu thế mới, chúng tôi đã quyết định tái cơ cấu mô hình hoạt động của tạp chí Doanh Nhân theo các yêu cầu cấp thiết kể trên.

Doanh Nhân trân trọng giới thiệu tới quý vị mô hình hệ sinh thái Doanh Nhân, trong đó nền tảng định hướng là **NGUYỆT SAN DOANH NHÂN** bộ mới xuất bản kể từ tháng 1/2016. Một website mới sẽ được giới thiệu vào đầu năm 2016 bằng công nghệ tương thích với nhiều giao diện người dùng. Song song, chúng tôi cũng sẽ phát triển một ứng dụng cho điện thoại thông minh và thiết bị cầm tay chạy 2 hệ điều hành iOS và Android. Đồng thời, các dự án và sự kiện tiêu biểu do Doanh Nhân tổ chức sẽ nằm trong mối liên hệ hữu cơ về mặt nội dung và giải pháp công nghệ thân thiện giữa 3 nền tảng đã nêu. Doanh Nhân cũng sẽ tích cực tham gia giao tiếp trên mạng xã hội với tư cách là một thành viên có trách nhiệm trong cộng đồng.

Cơ cấu mới của Doanh Nhân được gọi là một "hệ sinh thái" bởi nó không đơn giản bao gồm các nền tảng rời rạc. Ngược lại, các nền tảng này liên kết hữu cơ với nhau với mục đích gia tăng và tối ưu hóa lợi ích tiếp cận thông tin của bạn đọc cũng như cung cấp giải pháp truyền thông đa dạng cho các đối tác. Định hướng chung về mặt nội dung của cả hệ sinh thái này là nhằm giúp độc giả tìm ra cách thức tham gia vào quá trình kinh doanh một cách hiệu quả, đi từ chiến lược tới khai thác và sử dụng các nguồn lực (nhân sự, tài chính), xây dựng thương hiệu và marketing...

Doanh Nhân xin trân trọng cảm ơn quý độc giả, khách hàng và đối tác đã ủng hộ chúng tôi trong suốt thời gian qua và mong được đồng hành cùng quý vị trong thời gian tới, với tinh thần hiệu quả hơn, linh hoạt hơn, bền vững hơn.

Ban biên tập Doanh Nhân

13



HỒ VOI BẮN SÚNG NỬA?

Doanh nghiệp muốn lãi suất cho vay giảm thêm dựa trên khả năng sinh lời của mình, còn ngân hàng quyết định lãi suất cho vay chủ yếu dựa trên lãi suất huy động. Nhưng ngân hàng nên chấp nhận giảm lợi ích riêng, để hỗ trợ phát triển thị trường vốn, tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trong môi trường hội nhập.

24



PHÚ QUỐC TRONG CUỘC CHƠI TOÀN CẦU

Đầu tư và du lịch Phú Quốc đang bùng nổ khiến nơi đây trở thành "đại công trường tỷ đô". Đa bắt đầu hiện diện những thương hiệu khách sạn quốc tế đầu tiên ở Phú Quốc, nhưng để trở thành "Bali hay Phuket mới" thì ngoài các "đại gia" trong nước, Phú Quốc phải thu hút nhiều hơn đầu tư của các "ông lớn" nước ngoài và thực sự trở thành sân chơi của các tập đoàn toàn cầu.

30



CƠ HỘI CHINH ĐÓN NGÀNH LÚA GẠO

Ở góc độ doanh nghiệp, anh hùng lao động Hồ Quang Cua chia sẻ, ông đặc biệt quan tâm tới cách làm thương hiệu và sự cam kết nội bộ với chuỗi giá trị về đặc tính, yếu tố, chất lượng sản phẩm lúa gạo... do ông dày công xây dựng nhiều năm qua. Ông khẳng định, Đề án Phát triển thương hiệu Lúa gạo Việt được Chính phủ ký vừa qua, chính là cơ hội để chinh đón thương hiệu gạo quốc gia, qua đó nâng cao giá trị cho hạt lúa gạo Việt Nam.

35



ĐẦU TƯ VÀO GIÁO DỤC QUA M&A, KHÔNG DỄ

Hoạt động mua bán và sáp nhập doanh nghiệp (M&A) được nhiều doanh nghiệp coi là chiếc chìa khóa vạn năng, nhằm mở cánh cửa vào những thị trường màu mỡ. Các thương vụ M&A trong giáo dục liệu có thực sự mang lại lợi ích cho toàn xã hội hay không? Làm cách nào cân bằng giữa lợi nhuận và lợi ích thực sự của giáo dục?



52 THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Bùng nổ mua sắm trực tuyến

Tuy đang ở buổi bình minh của kỷ nguyên thương mại điện tử, nhưng thị trường này đã đạt được mức doanh số tăng chóng mặt, tạo sự lạc quan và đã phát triển cho các doanh nghiệp. Tổng giao dịch trực tuyến B2C năm 2014 đã đóng góp 2,12% vào tổng doanh thu ngành bán lẻ tại Việt Nam.



69 DU LỊCH Đất nước của những Kiwi

New Zealand là một quốc gia đa văn hóa, có khí hậu hải dương ôn hòa với các rặng núi cao, nhiều hồ nước ngọt, vịnh biển và thảo nguyên bát ngát. Dù bạn đi thám hiểm, du lịch sinh thái hay đi ăn nhà hàng đều mang lại niềm những thú vị bất ngờ



16 MÔI TRƯỜNG KINH DOANH Nhà đầu tư phải chờ tới bao giờ?

Bất đồng giữa quy định của luật pháp trong nước và những cam kết trong các hiệp định thương mại tự do đã ký kết, khiến cho thời điểm ban hành danh mục các điều kiện đầu tư áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài trở nên khó xác định.

64 CHUYỆN THƯƠNG HIỆU Tư duy thiết kế dẫn tới thành công marketing

Ngày nay không ít trường đại học trên thế giới mở các chương trình thạc sĩ quản trị thiết kế. Những doanh nghiệp từng áp dụng tư duy thiết kế đã ghi nhận thực tế tăng trưởng về doanh thu và nâng cao vị thế trên thương trường.

40 CHIẾN LƯỢC KINH DOANH "Cỗ xe" Huy Hoàng có thêm động cơ

Trong thời gian gần đây, giới phân tích chứng khoán thường nhắc đến cái tên Công ty cổ phần Đầu tư Huy Hoàng (HHS). Những động thái dồn dập về chiến lược kinh doanh của HHS khiến dư luận đang đoán định về một bước đi táo bạo trong tương lai.

44 CHUYỆN CÔNG TY Thủy sản Hùng Vương chờ đợi phép màu

Cho dù lợi nhuận gộp 9 tháng đầu năm 2015 là 929 tỷ VND, nhưng Thủy sản Hùng Vương vẫn chịu sức ép về chi phí, nợ đầu tư... Tuy nhiên, tương lai của doanh nghiệp này vẫn được các nhà phân tích đánh giá là có nhiều điểm sáng.

50 NÔNG NGHIỆP Hạt điều Việt làm chủ sân chơi thế giới

Trong khi nhiều mặt hàng nông sản tiếp tục gặp khó thì ngành điều vẫn gia tăng về sản lượng và giá trị xuất khẩu. Trước đây Việt Nam nhập khẩu máy móc cho ngành điều từ Ấn Độ, nhưng giờ nước này lại mua máy móc của Việt Nam.



**ÔNG ĐỖ XUÂN QUANG,**

CHỦ TỊCH HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ LOGISTICS VIỆT NAM

NHÂN LỰC LÀ YẾU TỐ SỐNG CÒN ĐỂ XÂY DỰNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH LOGISTICS VIỆT

D

ịch vụ logistics nước ta bắt đầu phát triển từ những năm 1990 trên cơ sở của dịch vụ giao nhận vận tải, kho vận. Hiện nay, cả nước có khoảng 1.200 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics (so với con số 700 trước năm 2005) như: dịch vụ giao nhận vận tải, kho bãi, bốc dỡ, đại lý vận tải, đại lý giao nhận, dịch vụ logistics... chủ yếu tập trung tại khu vực TP.HCM và Hà Nội.

Chuẩn bị hội nhập với mục tiêu biến ASEAN thành thị trường chung, logistics được xem là xương sống của nền kinh tế nói chung. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics của Việt Nam chủ yếu làm đại lý hoặc đảm nhận từng công đoạn như là nhà thầu phụ trong dây chuyền logistics cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics quốc tế. Có trên 25 doanh nghiệp logistics đa quốc gia đang hoạt động tại Việt Nam, nhưng chiếm trên 70 - 80% thị phần cung cấp dịch vụ logistics của nước ta. Ngoài một số nguyên nhân khách quan thì việc thiếu và yếu về nguồn nhân lực cũng khiến doanh nghiệp trong nước rơi vào tình trạng năng lực cạnh tranh kém. Trong thời gian qua, nhờ sự quan tâm giúp đỡ của các bộ, ngành, trong đó có Bộ Công Thương, Bộ Giao thông Vận tải... hoạt động giao nhận vận tải và logistics đã có những bước phát triển cả về chất lẫn về lượng, bước đầu đạt được một số kết quả khích lệ, được Ngân hàng Thế giới (WB) đánh giá qua chỉ số hoạt động (LPI) đứng thứ 53/155 nước được nghiên cứu và đứng

thứ 5 khu vực ASEAN (2012). Nhưng nguồn nhân lực kém cũng góp phần khiến chi phí logistics tại Việt Nam cao hơn các nước.

Hiện nay, nguồn nhân lực trong nước ước tính chỉ đáp ứng được 50% nhu cầu của ngành. Dự kiến trong vòng 3 năm tới Việt Nam cần thêm ít nhất 30.000 lao động trong ngành. Chúng ta thiếu cả lao động tay nghề cao từ lái xe cần cẩu, đến quản lý kho bãi, vận hành một kho hiện đại... Bên cạnh đó, nhân lực thiếu kỹ năng, kỹ thuật hay các nhân sự quản lý cấp cao, cấp trung cũng cần được đào tạo và tái đào tạo liên tục. Do đó, việc đào tạo và tái đào tạo để có đội ngũ nhân lực có trình độ tương đương các nước trong khu vực là vô cùng cần thiết, nếu không muốn nói là bức thiết.

Tôi thấy một báo cáo gần đây của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) nhận định rằng, năng suất lao động của Việt Nam thuộc nhóm thấp nhất ở châu Á - Thái Bình Dương, thấp hơn Singapore gần 15 lần, Nhật Bản 11 lần và Hàn Quốc 10 lần. Đáng lo ngại là Việt Nam nằm trong danh sách 3 nước có năng suất lao động thấp nhất khối ASEAN. Đây là hạn chế và thách thức lớn đối với nhiều ngành, trong đó có logistics. Đặc biệt khi ASEAN trở thành một thị trường chung thì lực lượng lao động sẽ được tự do dịch chuyển giữa các nước. Đây là cơ hội nhưng cũng là thách thức lớn cho doanh nghiệp trong nước. Có thể những lao động trong khối ASEAN đổ sang Việt Nam và khi đó người lao động trong nước sẽ phải cạnh tranh khốc liệt, thậm chí là thất nghiệp gia tăng vì không đáp ứng được nhu cầu.

Tôi cho rằng, Nhà nước cần có sự hỗ trợ trong việc đầu tư phát triển nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp trong ngành logistics, kể cả quản trị trung cấp và cao cấp, bởi tự bản thân các doanh nghiệp không thể thực hiện được vấn đề này. **DN**



**DỰ KIẾN TRONG VÒNG 3 NĂM TỚI,
VIỆT NAM CẦN ÍT NHẤT 30.000
LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH LOGISTICS**

Ảnh: L.Y

Tưng bừng đón cùng Bộ Quà Tặng của ORION

Bộ Quà Tình

Bộ Quà Tình mang thông điệp chứa đựng và sẻ chia phúc lộc, tình thân dịp sum vầy ngày Xuân. Đây là sự kết hợp đa dạng phong phú của nhiều loại sản phẩm gồm Chocopie, Custas, Goute, Freshberry, Marine-boy, Pingo, Na và Yegam. Với 2 mức giá linh hoạt, Bộ quà Tình có thể đáp ứng mọi nhu cầu của Quý khách.

số 1

~~377,000đ~~

↓ 20% **300,000đ**

số 2

~~170,000đ~~

↓ 17% **141,100đ**

Bộ Quà Tết

Được thiết kế đặc biệt dựa trên hai màu đỏ - vàng tượng trưng cho sự may mắn, bộ quà Tết là sự lựa chọn đầy ý nghĩa thích hợp cho những ngày đầu Xuân. Vị ngọt ngào của Chocopie và Custas được gửi trọn trong 36 chiếc bánh mang đến một cảm nhận tuyệt vời với mức giá vô cùng kinh tế.

số 3

~~144,000đ~~

↓ 17% **120,000đ**

số 4

~~144,000đ~~

↓ 13% **125,000đ**

Bộ Quà Cao Cấp

Được đóng hộp sang trọng, bộ quà cao cấp mang đến cảm giác giòn tan của những chiếc bánh Goute mè. Với 2 loại hộp thiếc 12 gói hoặc 20 gói, bộ quà tặng là món quà đẳng cấp, thể hiện sự trân trọng dành cho đồng nghiệp & đối tác trong dịp Tết đến Xuân sang.

số 5

~~140,000đ~~

↓ 16% **117,600đ**

số 6

~~200,000đ~~

↓ 16% **168,000đ**

TIN KINH DOANH

VIC SỞ HỮU 70% VINECO MIỀN NAM

Tập đoàn Vingroup vừa góp 980 tỷ đồng, tương ứng tỷ lệ 70% vốn để thành lập Công ty TNHH Đầu tư sản xuất Phát triển nông nghiệp VinEco Miền Nam. VinEco Miền Nam có vốn điều lệ 1.400 tỷ đồng, có mục tiêu sản xuất và cung cấp các sản phẩm nông sản sạch, an toàn cho người tiêu dùng. Công ty TNHH Đầu tư sản xuất Phát triển nông nghiệp VinEco hiện đang cung ứng hơn 30 tấn rau sạch đạt tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP vào hệ thống siêu thị VinMart và chuỗi cửa hàng tiện lợi VinMart+ mỗi ngày. Dự kiến đến cuối năm 2015, VinEco sẽ cung ứng cho thị trường khoảng gần 4.000 tấn rau sạch.

MP

VIETNAMMM.COM CHÍNH THỨC HOÀN TẤT VIỆC MUA LẠI FOODPANDA.VN

Ngày 8/12/2015, Vietnammm.com, dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến chính thức mua lại thành công Foodpanda.vn. Hợp đồng chuyển nhượng này sẽ đảm bảo danh sách các nhà hàng cộng tác, cũng như các khách hàng đặt thức ăn trực tuyến qua foodpanda vẫn tiếp tục hoạt động bình thường. Hiện tại có thể đặt thức ăn trực tuyến thông qua trang web Vietnammm.com

Thành Trung



SACOMBANK TĂNG LÃI SUẤT HUY ĐỘNG

Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) vừa công bố lãi suất huy động mới, áp dụng từ chiều ngày 3/12/2015. Theo đó, lãi suất huy động tại Sacombank tăng mạnh nhất là ở các kỳ hạn dài, từ 15-36 tháng với mức tăng từ 0,3-0,4%/năm, cao nhất là kỳ hạn 36 tháng lên 6,8%/năm, còn kỳ hạn 12 tháng ở mức 6,4%/năm. Riêng với kỳ hạn 13 tháng dành cho khoản tiền gửi tối thiểu từ 500 tỷ đồng lãi suất áp dụng vẫn là 7,55%/năm. Tại các kỳ hạn 6-11 tháng, lãi suất huy động của Sacombank hiện ở mức 5,5%/năm.

MK

MỘT CÁ NHÂN MUA GẦN HẾT CỔ PHẦN RAILWAY TRONG NGÀY IPO

Trong lần chào bán cổ phần ra công chúng lần đầu (IPO) của Công ty TNHH Vận tải Đường sắt Sài Gòn (Railway), một cá nhân đã đăng ký mua gần như toàn bộ số cổ phần chào bán. Cụ thể, Railway đã thực hiện chào bán 7,21 triệu cổ phần ra công chúng, có tổng cộng 20 nhà đầu tư cá nhân đăng ký mua. Với giá khởi điểm 10.000 đồng/cổ phần, Công ty Vận tải Đường sắt Sài Gòn đã bán thành công 100% khối lượng chào bán ra công chúng với mức giá bình quân 10.016 VND/cổ phần, qua đó thu về 72,2 tỷ đồng.

Lê Dung

NHÀ KHANG ĐIỀN THẦU TÓM XONG BCI

Với việc liên tiếp gia tăng tỷ lệ sở hữu cổ phiếu, việc thầu tóm Công ty CP Đầu tư xây dựng Bình Chánh (BCI) của Công ty CP Đầu tư và Kinh doanh Nhà Khang Điền (KDH) đã dần được hoàn tất. Trước đó, Đại hội đồng cổ đông bất thường năm 2015 của BCI diễn ra vào ngày 27/11/2015 đã cho phép KDH được nâng sở hữu tại BCI mà không cần thực hiện các yêu cầu chào mua công khai. Cùng trong đại hội, ông Nguyễn Thụy Nhân, Tổng giám đốc của BCI tiết lộ rằng, BCI và KDH có thể sẽ hợp tác ở "tầm cao hơn". Vài ngày sau, KDH thông báo đăng ký mua thêm 32 triệu cổ phần BCI để nâng tỷ lệ sở hữu lên 57,31% trong thời gian từ ngày 3/12/2015 đến ngày 1/1/2016.

VD

DỪA ĐÓNG HỘP ĐI RA THẾ GIỚI

Công ty CP Xuất nhập khẩu Bến Tre (Betrimex) vừa đưa vào hoạt động Nhà máy Thành Thành Công, chuyên sản xuất nước dừa và sữa dừa đóng hộp với thương hiệu CocoXim, có công suất chế biến 37 triệu lít/năm. Toàn bộ thành phẩm đều được xuất khẩu sang các thị trường Bắc Mỹ, châu Âu, một số nước khu vực châu Á và Bắc Phi.

Minh Phương

IPO AVC: KHỎI NGOẠI ĐĂNG KÝ MUA VƯỢT 9% TỔNG LƯỢNG CHÀO BÁN

Tổng khối lượng cổ phần đăng ký đầu giá cổ phần của công ty mẹ - Tổng công ty Cảng hàng không Việt Nam (ACV) là 114.039.300 cổ phần, tương đương 148% lượng chào bán. Có 306 nhà đầu tư tham gia đăng ký đầu giá mua cổ phần của ACV, trong đó có 266 nhà đầu tư trong nước (chiếm gần 87% số nhà đầu tư), 11 tổ chức trong nước, 12 cá nhân nước ngoài và 17 tổ chức nước ngoài. Nếu so với lượng chào bán của ACV, tổng số cổ phần đăng ký của khối ngoại đợt này là 84,874 triệu cổ phiếu, vượt 9% lượng chào bán của ACV.

VD

NBB PHÁT HÀNH GẦN 100 TỶ ĐỒNG TRÁI PHIẾU CHO CREED INVESTMENTS

HĐQT Công ty Năm Bảy Bảy (NBB) vừa thông qua việc phát hành trái phiếu cố định đợt 3 cho việc hợp tác phát triển Dự án City Gate Towers với Tập đoàn Creed. Theo đó, NBB sẽ phát hành 95,6 tỷ đồng trái phiếu cố định cho Creed Investments VN-1 LTD, lãi suất 10%/năm. Mục đích phát hành là đầu tư phát triển Dự án City Gate Towers và bổ sung nguồn vốn cho hoạt động sản xuất - kinh doanh. Thời gian phát hành dự kiến là trong tháng 12 này và ngày đáo hạn là ngày 9/9/2017. Đợt phát hành này được thực hiện theo thỏa thuận hợp tác ký vào tháng 9/2014 giữa nhà đầu tư Nhật Bản - Creed Group và NBB. Theo đó, Creed Group sẽ rót tổng cộng hơn 600 tỷ đồng vào Dự án City Gate Towers, thông qua mua trái phiếu dự án.

PK



THÀNH THÀNH CÔNG NẮM GIỮ 28% CỔ PHẦN CỦA BHS

Công ty CP Đầu tư Thành Thành Công đã tăng tỷ lệ sở hữu tại Công ty CP Đường Biên Hòa (BHS) từ 14,6 lên 27,64% sau khi Công ty CP Đường Ninh Hòa (NHS) sáp nhập vào BHS. Như vậy, Thành Thành Công và những người liên quan đang nắm giữ tổng cộng 45,65 triệu cổ phần BHS, tương đương tỷ lệ sở hữu 37%. Ngoài ra, Công ty TNHH Thương mại đầu tư Thuận Thiên, một cổ đông lớn tại BHS, có thêm 3 triệu cổ phiếu sau khi chuyển đổi, nâng tỷ lệ sở hữu từ 7 triệu cổ phiếu lên hơn 10 triệu cổ phiếu BHS, tương đương tỷ lệ sở hữu 8,18%.

Đàng Lâm



TUNG BỪNG LỄ HỘI, TRÀN ĐẦY YÊU THƯƠNG



Tưng bừng mùa lễ hội tại nhà hàng buffet được yêu thích nhất thành phố, thêm nhiều hương vị đặc sắc từ gà tây cho gia đình và nhóm bạn giây phút sum họp đầm ấm và sôi động suốt tháng 12.

Buffet tối: 18:00 – 22:00

Thứ Hai đến Thứ Sáu: **558.000++/person-người**

Thứ Bảy & Chủ Nhật: **628.000++/person-người**

++Giá theo tiền đồng Việt Nam, chưa bao gồm VAT và phí dịch vụ. Ưu đãi 10% với thẻ Windsor VIP card



Khách sạn Windsor Plaza
Tầng 4, 18 An Dương Vương, Quận 5, Tp.HCM
ĐT: (84.8) 3.833.6688 - máy lẻ: 2221
www.windsorplazahotel.com

Managed by **WMC** GROUP - www.wmcvietnam.com



ĐẸP FASHIONSHOW 12

LIÊN HỆ TÀI TRỢ: 0937880570 - 0908678580

NHÀ VẬN CHUYỂN MẶT ĐẤT CHÍNH THỨC



Audi

Đẹp LêMedia LêBros®

WWW.DEPFASHION.COM

103%

Dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế
hiện đã bằng 103% GDP

KINH TẾ



Ảnh: Tuệ Nhật

HÒ VOI BẮN SÚNG NỬA?

Tăng trưởng tín dụng sẽ đạt trên 18%, lợi nhuận của ngân hàng thương mại được cải thiện, tăng trưởng kinh tế đạt mục tiêu... Những chỉ dấu ấy đã đủ để thực sự yên tâm? **Thái Thanh**

DOANH NGHIỆP MUỐN LÃI SUẤT CHO VAY GIẢM THÊM DỰA TRÊN KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA MÌNH, CÒN NGÂN HÀNG QUYẾT ĐỊNH LÃI SUẤT CHO VAY CHỦ YẾU DỰA TRÊN LÃI SUẤT HUY ĐỘNG



Câu trả lời của các chuyên gia lại là chưa đủ. Vì tin dụng tăng nhiều, có nghĩa vốn ngân hàng tiếp tục đóng vai trò chủ đạo trong nền kinh tế. Với một nền kinh tế mở, hội nhập, đây là điều “bất thường”. Cần phải phát triển thị trường vốn. Vấn đề là ai sẽ tiên phong hy sinh lợi ích vì mục tiêu chung là tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trong môi trường hội nhập

TỬ BÀI TOÁN LÃI SUẤT...

Đang được vay vốn với lãi suất ưu đãi 7%/năm theo Nghị định 55 của Chính phủ, nhưng ông Phạm Hoàng Long, Giám đốc Công ty TNHH Một thành viên Phân bón Tiên Phong (Bến Tre) vẫn cho rằng, lãi suất cho vay có thể thấp hơn nữa. “Vay ông có biết lãi suất tiền gửi tiết kiệm ngân hàng cao nhất hiện đã ở mức 7,3%/năm không?” “Không. Theo tính toán của tôi, lãi suất cho vay chỉ nên ở mức 6%/năm...”.

Có lẽ không chỉ ông chủ doanh nghiệp này mà tất cả những người đi vay vốn ngân hàng chỉ mong muốn lãi suất cho vay giảm thêm. Và họ tính toán dựa trên khả năng sinh lời trong sản xuất, kinh doanh của mình chứ không bận tâm lãi suất huy động vốn hay chi phí đầu vào của ngân hàng là bao nhiêu. Ngân hàng cũng vậy, họ quyết định lãi suất cho vay dựa trên lãi suất huy động cộng các chi phí khác (chi phí hoạt động, trích lập dự phòng rủi ro...) và độ rủi ro của khách hàng. Nhưng lãi suất tiền gửi vẫn là yếu tố cơ bản, quyết định lãi suất cho vay của ngân hàng.

Các NHTM có thể hạ lãi suất huy động để giảm tiếp lãi suất cho vay không? Đây là câu hỏi của bài toán cũ, nhưng vẫn phải nhắc lại. Năm 2011, khi lạm phát ở mức 18,58%, các NHTM đã đẩy lãi suất huy động lên mức 20%/năm và lãi suất cho vay lên 23 - 25%/năm; còn lãi suất cho vay trên thị trường liên ngân hàng có lúc lên đến 37,5%/năm. Nếu mối tương quan giữa lãi suất và lạm phát là “nước lên, thuyền lên” thì giờ đây, với chỉ số giá tiêu dùng CPI liên tục thấp, tại sao lãi suất chưa giảm sâu? Theo lý giải của Phó thống đốc NHNN Nguyễn Thị Hồng, lạm phát thấp chủ yếu do tác động của giá dầu thế giới thấp. Và trong điều hành kinh tế vĩ mô của Chính phủ nói chung và điều hành chính sách tiền tệ của NHNN nói riêng thì không thể chủ quan với lạm phát...

Tuy nhiên, cũng có nhà phân tích nêu vấn đề: giá dầu thế giới là yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng ta, nhưng lãi suất tiết kiệm thì NHNN có thể kiểm soát được không? Trong quá khứ, NHNN từng nhiều lần triệu tập các NHTM, thành viên của Hiệp hội Ngân hàng để đồng thuận đưa ra trần lãi suất huy động nhằm ngăn chặn những cuộc đua lãi suất. Nhưng thực tế là các mức trần 10,4% của năm 2009

hay 14% của 2010 đều nhanh chóng bị các NHTM... bỏ qua. Mạnh ai nấy làm là những gì đã diễn ra trên thị trường thời kỳ đó.

Nay, kỳ cương thị trường đã được thiết lập, NHNN đang áp dụng mức trần lãi suất huy động tiền đồng đối với kỳ hạn dưới 6 tháng (6%/năm); trần lãi suất ngoại tệ (0,25% đối với cá nhân) và trần lãi suất cho vay tiền đồng đối với những lĩnh vực ưu tiên là 7%/năm. Liệu có nên áp luôn trần lãi suất huy động vốn trung và dài hạn để giảm lãi suất cho vay? Điều này là không thể. Vì chưa nói đến việc các mệnh lệnh hành chính của cơ quan quản lý sẽ làm méo mó thị trường, mà lãi suất thấp đến một mức nào đó thì ngân hàng cũng không thể huy động được vốn. Thực tế là việc lãi suất liên tục giảm đã khiến tốc độ tăng trưởng huy động vốn của các ngân hàng giảm theo. Vì thế gần đây, các NHTM liên tục điều chỉnh tăng lãi suất huy động nhằm đảm bảo thanh khoản cuối năm... Lãi suất huy động tăng thì lãi suất cho vay sao có thể giảm ?!

... ĐẾN SỰ MẤT CÂN ĐỐI CỦA THỊ TRƯỜNG

Trở lại câu chuyện của doanh nghiệp ở Bến Tre. Dù không bằng lòng với mức lãi suất 7%/năm, nhưng doanh nghiệp này hiện vẫn có dư nợ lên đến hơn 9 tỷ đồng. Ông Long cho biết, cũng có ngân hàng chào mức lãi suất 6%, nhưng “kinh doanh cũng có lúc này, lúc khác” nên ông vẫn giữ quan hệ tin dụng với Agribank. “Lúc này, lúc khác” mà ông Long nói chính là việc xây dựng mối quan hệ thân thiết với ngân hàng để đôi bên cùng có lợi. Doanh nghiệp có thể sẽ tìm đến nơi cho vay thấp hơn, nhưng nếu thế họ sẽ phải chấp nhận một cuộc chơi “sòng phẳng”: công khai, minh bạch; được xếp ở hạng tín nhiệm nào, vay vốn ở mức lãi suất đó... Liệu một doanh nghiệp rất nhỏ có sức để “chơi” như vậy không? Đây chính là một trong những lý do khiến nhiều doanh nghiệp chấp nhận tiếp tục vay vốn ngân hàng. Nếu vẫn có khách hàng thì ngân hàng có cần hạ lãi suất cho vay không?

Tất nhiên đã và đang có sự cạnh tranh, nhưng là cạnh tranh giữa các ngân hàng. Đa số doanh nghiệp vẫn là nhỏ, rất nhỏ; thương hiệu, uy tín chưa cao nên việc phát hành trái phiếu để huy động vốn hay huy động vốn trên sàn chứng khoán rất khó khăn. Do đó, tin dụng ngân hàng vẫn là nguồn vốn chủ đạo trên thị trường vốn. Dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế hiện đã bằng 103% GDP, trong khi các thành phần khác của thị trường như thị trường chứng khoán tăng trưởng âm; thị trường trái phiếu phụ thuộc quá nhiều vào ngân hàng; thị trường bảo hiểm vẫn ở mức sơ khai...

GẦN ĐÂY CÁC NGÂN HÀNG
LIÊN TỤC ĐIỀU CHỈNH TĂNG
LÃI SUẤT HUY ĐỘNG NHẪM
ĐẢM BẢO THANH KHOẢN CUỐI
NĂM. LÃI SUẤT HUY ĐỘNG
TĂNG THÌ LÃI SUẤT CHO VAY
SAO CÓ THỂ GIẢM!



Sự mất cân đối của thị trường vốn khiến đầu tư của nền kinh tế quá phụ thuộc vào vốn tín dụng ngân hàng là vấn đề tồn tại đã lâu. Bản thân ngành ngân hàng cũng không ít lần phân nản về việc phải gánh trọng trách quá lớn trong việc đảm bảo cung ứng vốn để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Nhưng họ đã làm gì để san bớt gánh nặng này?

Về lý thuyết, thị trường trái phiếu - cụ thể là lãi suất trái phiếu chính phủ - là lãi suất tham chiếu cho toàn thị trường vốn. Nhưng ở Việt Nam, người mua trái phiếu chính phủ nhiều nhất lại chính là các ngân hàng! Một bằng chứng rất cụ thể là khi các ngân hàng giảm mua trái phiếu chính phủ, lập tức tỷ lệ thành công của các phiên đấu thầu trái phiếu trở nên rất thấp. Trong khi đó, lãi suất trái phiếu chính phủ kỳ hạn 3 năm hiện đã ở mức 5,87%/năm. Với tình hình ngân sách căng thẳng, xu hướng lãi suất trái phiếu tăng rất dễ xảy ra. Lãi suất trái phiếu tăng thì tất yếu ngân hàng không giảm lãi suất. Lãi suất huy động cao, người dân sẽ tiếp tục gửi tiền ngân hàng chứ không đầu tư vào chứng khoán. Như vậy cơ hội để phát triển thị trường trái phiếu, thị trường chứng khoán càng thấp. Ngân hàng vẫn sẽ nắm

vai trò chủ đạo trong việc cung ứng vốn cho nền kinh tế.

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) sẽ chính thức được thành lập vào 31/12, trong đó các thành viên cam kết thực hiện tự do hóa tài khoản vốn và tự do hóa dịch vụ tài chính. Và như thế, việc thực hiện AEC, sắp tới sẽ là TPP sẽ đặt các doanh nghiệp, trong đó có cả các ngân hàng Việt Nam trước sức ép cạnh tranh lớn. Ai cũng biết lãi suất ngân hàng được quyết định bởi việc điều hành chính sách tiền tệ của NHNN; lãi suất trái phiếu chịu tác động bởi chính sách tài khóa. Những năm gần đây chính sách tài khóa và tiền tệ không còn "trống đánh xuôi, kèn thổi ngược", nhưng vẫn thiếu đồng bộ. Nếu NHNN và Bộ Tài chính có sự phối hợp trong việc xác định mục tiêu vĩ mô ưu tiên trong từng thời kỳ và tuân thủ sự điều phối chung cho mục tiêu đó thì việc phát triển thị trường vốn không khó.

Nhưng trước hết ngân hàng phải chấp nhận giảm lợi ích để hỗ trợ phát triển thị trường vốn, nếu không thì khẩu hiệu "phát triển thị trường vốn, tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trong môi trường hội nhập" chỉ là "hò voi bán sừng nửa" - ồn ào, rầm rộ nhưng không có hiệu quả thực chất. **DN**



CÓ 35 NGÀNH NGHỀ TRONG ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ QUY ĐỊNH HẠN CHẾ MỞ CỬA ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI NHƯNG PHÁP LUẬT VIỆT NAM LẠI KHÔNG HẠN CHẾ

Dù đánh giá cao sự ra đời của Nghị định 118/2015/NĐ-CP hướng dẫn Luật Đầu tư sửa đổi năm 2014, ông Trần Anh Đức - đại diện nhóm Thương mại và Đầu tư tại Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam 2015 - không giấu vẻ thất vọng về sự chậm trễ ban hành danh mục điều kiện đầu tư áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài. “Để nâng cao tính minh bạch, công khai của hệ thống pháp luật và bảo đảm thực hiện những cải cách quan trọng của Luật Đầu tư về vấn đề này, chúng tôi đề nghị khẩn trương công bố danh mục điều kiện đầu tư đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của các luật, pháp lệnh, nghị định và điều ước quốc tế về đầu tư,” ông Đức nói.

Yêu cầu của ông Đức trong cuộc đối thoại thường niên giữa doanh nghiệp và các cơ quan Chính phủ không có gì là quá đáng, nhất là khi các nhà đầu tư nước ngoài đang hàng ngày mong ngóng danh mục đó được ban hành. Nhưng bản thân Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Bùi Quang Vinh cũng phải thừa nhận, đó là một yêu cầu khó thực hiện một sớm một chiều. “Cải này hiện đại, minh bạch nhưng vô cùng khó làm. Vì nó tốt như vậy, mong đợi và kỳ vọng của doanh nghiệp là rất lớn. Chính vì vậy, khi Chính phủ chậm ban hành thông tư hướng dẫn, chúng tôi đã nhận được nhiều yêu cầu từ các hiệp hội doanh nghiệp,” ông Vinh nói.

MÂU THUẬN GIỮA LUẬT TRONG NƯỚC VÀ CAM KẾT QUỐC TẾ

Cải khó mà ông Vinh đề cập đến ở đây là những điểm bất đồng giữa những quy định của

Luật Đầu tư mới và các quy định Việt Nam đã cam kết trong các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương.

Cụ thể, trong danh mục 267 ngành nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện có 72 ngành, nghề pháp luật Việt Nam đã quy định về điều kiện đầu tư và kinh doanh, 46 ngành nghề điều ước quốc tế đã quy định điều kiện đầu tư áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài, 128 ngành nghề chưa qui định điều kiện đầu tư đối với nhà đầu tư nước ngoài và 21 ngành nghề chưa qui định cả điều kiện đầu tư và điều kiện kinh doanh. Kết quả rà soát của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy, có 35 ngành, nghề trong điều ước quốc tế qui định hạn chế mở cửa thị trường đối với nhà đầu tư nước ngoài, nhưng pháp luật Việt Nam lại không hạn chế. Đây là điểm khó mà ông Vinh nói chưa thể dung hòa được trong danh mục điều kiện đầu tư sẽ ban hành trong tương lai. “Dường như luật của chúng ta đã thông thoáng hơn cả những quy định cam kết trong nhiều hiệp định thương mại,” ông Vinh bình luận. Thực tế thì kết quả rà soát của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng chưa phản ánh đầy đủ sự khác biệt giữa các quy định trong nước và cam kết quốc tế. Hiện tại Việt Nam đã ký kết khoảng 10 hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương. Và sắp tới sẽ là những hiệp định mới như TPP hay các hiệp định giữa Việt Nam và EU mới được ký kết gần đây có hiệu lực. Như vậy, sẽ lại phải mất một quá trình tiếp tục rà soát thêm hai hiệp định này để tìm ra sự khác biệt về điều kiện đầu tư.

Ảnh: T.L

NHÀ ĐẦU TƯ PHẢI CHỜ TỚI BAO GIỜ?

Bất đồng giữa luật pháp trong nước và những cam kết trong các hiệp định thương mại tự do đã ký kết dường như khiến cho thời điểm ban hành danh mục các điều kiện đầu tư áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài trở nên khó xác định. **Linh Ngọc**

Vẫn còn nhiều câu hỏi được đặt ra với các ngành nghề có điều kiện khác chưa có lời giải. Ví dụ, quy định pháp luật trong nước đưa ra điều kiện kinh doanh dịch vụ khám chữa bệnh là đối với một bệnh viện đa khoa phải có ít nhất 30 giường bệnh trở lên, còn bệnh viện chuyên khoa phải có ít nhất 20 giường bệnh. Nhưng quy định về điều kiện kinh doanh này trong các hiệp định thương mại tự do thì vẫn chưa được rà soát. Liệu có phải điều chỉnh những điều kiện này hay không và điều chỉnh như thế nào vẫn còn là câu hỏi. Đứng ra, danh mục trên đã phải được ban hành từ trước thời điểm Luật Đầu tư mới có hiệu lực, tức là trước ngày 1/7/2015. Ngay từ đầu năm, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng đã có công văn hỏi thúc các bộ, ngành có liên quan cùng rà soát và cho ý kiến về danh mục các điều kiện đầu tư. Câu hỏi bây giờ là khi nào thì danh mục sẽ được hoàn tất và ban hành? Bản thân Bộ trưởng Vĩnh cũng không thể đưa ra một lời hứa cụ thể để làm được điều này cần phải có sự phối hợp giữa rất nhiều nhiều bộ, ngành.

"Chúng tôi đã mất nhiều tháng để làm điều này, nhưng nhiều bộ, ngành vẫn chưa làm được", ông Vĩnh nói và giải thích chính vì vậy mà khi Nghị định 118/2015/NĐ-CP ra đời tháng 11 vừa qua, nhưng danh mục điều kiện đầu tư vẫn chưa được ban hành. Người đứng đầu Bộ Kế hoạch và Đầu tư chỉ có thể hứa rằng danh mục điều kiện kinh doanh cho một số ngành nghề sẽ được giải quyết khi Nghị định 118/2015/NĐ-CP có hiệu lực cuối tháng

THIẾU VẮNG
DANH MỤC
ĐẦU TƯ THÌ
CÁNH CỬA
DÀNH CHO
NHÀ ĐẦU TƯ
NƯỚC NGOÀI
VẪN HẸP

12 này. Nhưng phần lớn ngành nghề còn lại sẽ vẫn còn bị vướng mắc. Có lẽ, việc rà soát lại những điểm khác biệt về quy định điều kiện đầu tư giữa luật pháp trong nước và cam kết quốc tế là "khó" đối với nhiều bộ, ngành, giống như lời Bộ trưởng Vĩnh nói.

CỬA VẪN HẸP

Trong khi Bộ Kế hoạch và Đầu tư, cùng với các bộ, ngành có liên quan, vẫn tiếp tục rà soát, mà chưa biết đến bao giờ mới xong, các nhà đầu tư dần cảm thấy nản lòng khi phải chờ đợi đến mỗi mòn. "Luật đã mở thông thoáng hơn, nhưng điều chúng tôi lo ngại nhất là thực thi và chậm trễ ban hành văn bản hướng dẫn luật đang dần thành sự thật," ông Hong Sun, Tổng thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp Hàn Quốc, nói.

Dù tính đến thời điểm này, đã có 3 nghị định và 6 thông tư hướng dẫn Luật Đầu tư và Luật Doanh nghiệp mới đã được ban hành, nhưng nếu vẫn thiếu vắng danh mục đầu tư nên cánh cửa đầu tư dành cho nhà đầu tư nước ngoài vào nhiều lĩnh vực vẫn rất hẹp. Không chỉ vậy, mục đích thu hút thêm nhiều dòng vốn nước ngoài vào các doanh nghiệp trong nước của Chính phủ cũng khó thực hiện.

Ông Dominic Scriven, Giám đốc điều hành Công ty Quản lý quỹ Dragon Capital cho rằng, việc Chính phủ chưa công bố danh mục điều kiện đầu tư đã làm vô hiệu hóa phần lớn quy định về tăng sở hữu nước ngoài mới được nâng lên tại các doanh nghiệp trong nước. **DN**

BUỒN VUI LẼN LỘN

Tại VBF 2015 - cơ hội để doanh nghiệp đề đạt trực tiếp nguyện vọng đến lãnh đạo Chính phủ, họ đã “kêu” những gì? **CẨM HÀ**



ĐẠI DIỆN NHIỀU DN CHO RẰNG, VIỆC HẠN CHẾ NHẬP KHẨU THIẾT BỊ VÀ MÁY MÓC ĐÃ QUA SỬ DỤNG SẼ LÀM KHÓ CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ

Kể cũng hơi quá lời khi có tờ báo giật tít: “Doanh nghiệp kêu như vạc” khi tường thuật về Diễn đàn Doanh nghiệp cuối kỳ 2015 (VBF 2015). Bởi trong số những nhận định mà cộng đồng doanh nghiệp đưa ra cũng có nhiều ghi nhận tích cực về sự chuyển biến của nền kinh tế, trong đó có những đóng góp về hoàn thiện thể chế.

NHIỀU TIN VUI...

Phát biểu khai mạc, bà Virginia B.Foote, Đồng Chủ tịch Liên minh Diễn đàn Doanh

nh nghiệp cho biết, tổng hợp từ các Nhóm công tác của Diễn đàn ghi nhận “có nhiều tin vui để thông báo”. Đó là việc toàn bộ 6 nghị định hướng dẫn Luật Đầu tư và Luật Doanh nghiệp đã được ban hành (dù chậm hơn 5 tháng so với thời điểm Luật có hiệu lực). Đó là việc theo Báo cáo Doing Business 2016 do Ngân hàng Thế giới (WB) vừa công bố, Việt Nam đã tăng 3 bậc trong bảng xếp hạng, từ thứ 93 của năm trước lên 90. Tới đây, khi những thay đổi mang tính tư duy về tạo thuận lợi hóa tới đa cho hoạt động sản xuất kinh doanh và đầu tư của Luật Doanh nghiệp và Luật

Đầu tư được thể hiện rõ nét hơn trên thực tế, Việt Nam có khả năng “thăng hạng” cao hơn nữa.

Bên cạnh đó, Việt Nam đang đứng thứ hai trong số 10 nước ASEAN theo Biểu chấm điểm về thực thi các cam kết trong Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC), với 92%, chỉ sau Singapore (đạt 95%). Đặc biệt, với việc hoàn tất đàm phán Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), Việt Nam có khả năng “đón” được. Theo đó, nhiều tập đoàn quốc tế trong lĩnh vực sản xuất đang cân nhắc dịch chuyển hoạt động kinh doanh đến Việt Nam, với tiềm năng tạo ra hàng triệu việc làm, tiền thuế và chuyển giao công nghệ.

Đặc biệt, nhiều kiến nghị cụ thể tại Diễn đàn giữa kỳ hồi tháng 6/2015 cũng đã được triển khai trong thực tế. Chẳng hạn, với thị trường vốn, đó là việc công bố danh sách các doanh nghiệp thuộc diện cổ phần hóa; giảm mạnh tỷ lệ vốn Nhà nước tại các doanh nghiệp mà Nhà nước không cần nắm giữ...

CÒN ĐÓ “NỖI CÔ ĐƠN” CỦA DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN

Đó là cách nói của Chủ tịch Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI) Vũ Tiến Lộc. Chủ tịch VCCI cho biết, cơ quan này vừa khảo sát về cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực thuế và hải quan. Kết quả cho thấy, doanh nghiệp tư nhân càng lớn thì chi phí tuân thủ thủ tục hành chính càng cao; doanh nghiệp quy mô càng lớn và kinh doanh càng thành công thì bị thanh tra, kiểm tra càng nhiều...

Rất nhiều bất hợp lý khác cũng đã được cộng đồng doanh nghiệp nêu rõ tại VBF 2015. Như mới lo ngại trước các quy định của Việt Nam liên quan đến việc hạn chế nhập khẩu thiết bị và máy móc đã qua sử dụng sẽ làm khó các dự án đầu tư, đặc biệt là các dự án trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ vẫn chưa được giải tỏa, dù Thông tư 23/2015/TT-BKHCN của Bộ Khoa học - Công nghệ đã được ban hành thay thế một thông tư trước đó (bị hoãn thi hành vì vấp phải sự phản đối dữ dội từ cộng đồng nhà đầu tư và doanh nghiệp).

Hay trong lĩnh vực cơ sở hạ tầng, tiến độ cổ phần hóa (cả về số lượng và chất lượng) được coi là còn cách xa so với kỳ vọng. Dù công tác cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước (DNNN) đã và đang được đặc biệt chú trọng, song trên thực tế, lại không có ý nghĩa nhiều lắm về mặt kinh tế, vì chỉ có một số lượng nhỏ cổ phần của DNNN cũ được bán. Trong một số trường hợp, một tỷ lệ đáng kể cổ phần được bán cho các nhà đầu tư thụ động, bao gồm cả các ngân hàng - vốn không quá quan tâm đến việc cải thiện hiệu quả quản lý. Danh mục các công ty đã có

92%

VIỆT NAM ĐANG ĐỨNG THỨ HAI TRONG SỐ 10 NƯỚC ASEAN THEO BIỂU CHẤM ĐIỂM VỀ THỰC THI CÁC CAM KẾT TRONG CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN (AEC), VỚI 92%, CHỈ SAU SINGAPORE (ĐẠT 95%)

DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN Càng THÀNH CÔNG THÌ Càng BỊ THANH TRA, KIỂM TRA NHIỀU

giao dịch bán cổ phần của DNNN song Nhà nước (hoặc DNNN) vẫn sở hữu trên 75% vốn chủ sở hữu (và do vậy Nhà nước hoặc DNNN vẫn nắm quyền kiểm soát hoàn toàn đối với hoạt động của doanh nghiệp) cũng còn khá dài.

Bên cạnh đó còn phải kể đến một “khoảng mờ”, bao gồm các doanh nghiệp có tình hình cổ phần hóa hoặc giao dịch bán không rõ ràng, không được công khai như Tổng công ty Cảng hàng không Việt Nam (AVC); Tổng công ty Đường sắt Việt Nam (VNR); MobiFone...

...VÀ “NỖI ĐAN” CỦA KHỐI FDI

Theo Nhóm công tác thuế của Diễn đàn, cơ quan thuế đang có cách nhìn khá khắt khe đối với các khoản chi phí của doanh nghiệp FDI, luôn nghi ngờ doanh nghiệp có hành vi chuyển giá. Dù ngành thuế đã kiểm tra và phát hiện rất nhiều trường hợp doanh nghiệp có dấu hiệu chuyển giá; nhưng trên thực tế, cũng có khá nhiều doanh nghiệp FDI hoạt động tại Việt Nam chỉ là một mắt xích trong chuỗi kinh doanh của các công ty toàn cầu, các tập đoàn đa quốc gia. Để tối đa hóa hiệu quả sản xuất kinh doanh, các tập đoàn đa quốc gia thường thành lập các công ty thành viên để đảm nhiệm một chức năng nhất định trong chuỗi giá trị gia tăng toàn cầu và nhận dịch vụ từ một trung tâm cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp tại vùng từ công ty mẹ hay trụ sở chính trong khu vực.

Cách làm này mang lại nhiều lợi ích như: đảm bảo tính thống nhất, tạo lợi thế khi đàm phán hợp đồng kinh tế với bên thứ ba, tiết kiệm chi phí, và quan trọng là tăng khả năng cạnh tranh. Khi sử dụng dịch vụ từ công ty mẹ hoặc trụ sở chính, công ty con tại Việt Nam phải chịu phần chi phí tương ứng với giá trị dịch vụ nhận được, điều này hoàn toàn phù hợp với thông lệ quốc tế. Tuy nhiên, theo Nhóm công tác về thuế của VBF, cơ quan thuế đang có cách nhìn khá khắt khe đối với các khoản chi phí này, đồng thời đưa ra các yêu cầu bất hợp lý về chứng từ, tài liệu để không chấp nhận chi phí này là chi phí hợp lý, hợp lệ cho công ty con khi tính thuế tại Việt Nam.

Đó là chưa kể việc một số doanh nghiệp FDI đầu tư vào Việt Nam được hưởng nhiều ưu đãi của Chính phủ, quy định cụ thể trên Giấy phép đầu tư hoặc Giấy chứng nhận đầu tư của mỗi doanh nghiệp nhưng không được địa phương công nhận, theo kiểu “phép vua thua lệ làng” (?); dẫn đến tình trạng xử lý thiếu nhất quán khiến doanh nghiệp giảm sút lòng tin vào môi trường đầu tư... **DN**

SẼ DỄ THỎ HƠN

Một số chính sách của Chính phủ được ban hành trong thời gian gần đây ít nhiều đã mang lại sự lạc quan cho cộng đồng doanh nghiệp. **Nguyễn Thái Sơn (*)**



Trong năm 2016, chính sách thuế áp dụng cho doanh nghiệp có một số điểm đáng lưu ý, đặc biệt là với những doanh nghiệp nhỏ và vừa.

CẮT GIẢM NHIỀU DÒNG THUẾ

Trong năm 2016, chính sách thuế áp dụng cho doanh nghiệp có một số điểm đáng lưu ý. Những doanh nghiệp nhỏ và vừa đang thuộc đối tượng áp dụng mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) là 22% thì kể từ ngày 1/1/2016 trở về sau, thuế suất thuế TNDN sẽ giảm xuống còn 20%. Ngoài ra, doanh nghiệp hiện có dự án đầu tư đang được áp dụng thuế suất ưu đãi 20% trong thời gian 10 năm theo quy định, thì từ ngày 1/1/2016, mức thuế suất thuế TNDN chỉ còn 17% cho khoảng thời gian còn lại. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu hàng hóa sẽ được hưởng nhiều ưu đãi về mặt thuế quan khi trong năm 2016 tới đây, Việt Nam và các nước ký kết các Hiệp định Thương mại tự do (FTA) với Việt Nam có thể sẽ cắt giảm thuế quan theo cam kết.

Tuy nhiên, tin không vui đối với các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh mà

CÁC DOANH
NGHIỆP SẢN
XUẤT KINH
DOANH CHỦ
YẾU DỰA VÀO
VỐN VAY CÓ
THỂ PHẢI
CHỊU THUẾ
TNDN CAO

không có nhiều vốn chủ sở hữu, chủ yếu dựa vào vốn vay và ý tưởng kinh doanh là chi phí thuế TNDN có khả năng sẽ tăng cao. Theo dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế được Chính phủ trình lên Quốc hội, chi phí trả lãi tiền vay vốn của doanh nghiệp vượt quá nhiều lần vốn chủ sở hữu sẽ không được xem là khoản chi được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN. Chẳng hạn, nếu chi phí trả lãi tiền vay vốn tương ứng với khoản vay vượt quá năm lần vốn chủ sở hữu (5:1) đối với lĩnh vực sản xuất; vượt quá bốn lần vốn chủ sở hữu (4:1) đối với các lĩnh vực còn lại thì được xem là khoản chi không được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế.

ĐẨY MẠNH KHAI NỘP THUẾ ĐIỆN TỬ

Từ năm 2015 trở về trước, việc quản lý thuế đối với hộ kinh doanh (HKD) chỉ áp dụng phương pháp khoán. Việc xác định tổng doanh thu khoán để tính thuế đối với HKD bao gồm cả doanh thu bán hàng không cần xuất hóa đơn (X1) và doanh thu bán hàng có xuất hóa đơn (X2). Trường hợp HKD xuất hóa đơn thực tế vượt quá doanh thu X2, cơ quan thuế sẽ truy thu phần doanh thu chênh lệch tăng. Theo Thông tư 92/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính, từ năm 2016, ngoài mức thuế khoán, HKD phải kê khai hóa đơn sử dụng để tính thuế theo quy định chung, nhằm kiểm soát tình trạng gian lận thuế thông qua việc sử dụng hóa đơn để hợp thức hóa chi phí đầu vào của các doanh nghiệp, đơn vị sử dụng tiền ngân sách nhà nước.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thuế, đến ngày 2/12/2015 đã có 472.032 doanh nghiệp đăng ký nộp thuế điện tử tại cơ quan thuế, đạt tỷ lệ 91,28%. Theo đánh giá bước đầu của nhiều doanh nghiệp đã kê khai, nộp thuế điện tử thì cải cách thuế này đã đem lại nhiều thuận lợi cho doanh nghiệp. **DN**

(*Giám đốc Công ty Tư vấn thuế Sài Gòn, nguyên Trưởng phòng Pháp chế, Cục Thuế TP.HCM)

Ảnh: P.V



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 TRỊNH / 0978 355 452 / email: hautv.sales@lemediavn.com

Ms. BẢO CHIÊU / 0903 546 012 / email: chieunnb.sales@lemediavn.com

Hà Nội: Ms. HẢI VỄN / 0903 546 003 / email: yennh@lemediavn.com

NHÀ TỔ CHỨC

LêMedia[®]

**THỂ THAO
VĂN HÓA
ĐÀN ÔNG**

LêBros[®]

ĐỒNG TÀI TRỢ



PAMAS
Beauty Group



Thế giới xanh
The green world



BẢO TRỢ
THÔNG TIN

AUTOCAR
VIETNAM

Đẹp

DOANH NHÂN

Vietnam+

Đẹp ONLINE
dep.com.vn

GỐC RỄ LÀ TRAU DỒI KỸ NĂNG LAO ĐỘNG



Đầu tháng 12/2015, tại Diễn đàn Đối tác phát triển Việt Nam, một lần nữa vấn đề nâng cao năng suất lao động của Việt Nam lại được đưa ra mổ xẻ. **Cẩm Hà**

Ảnh: T.L

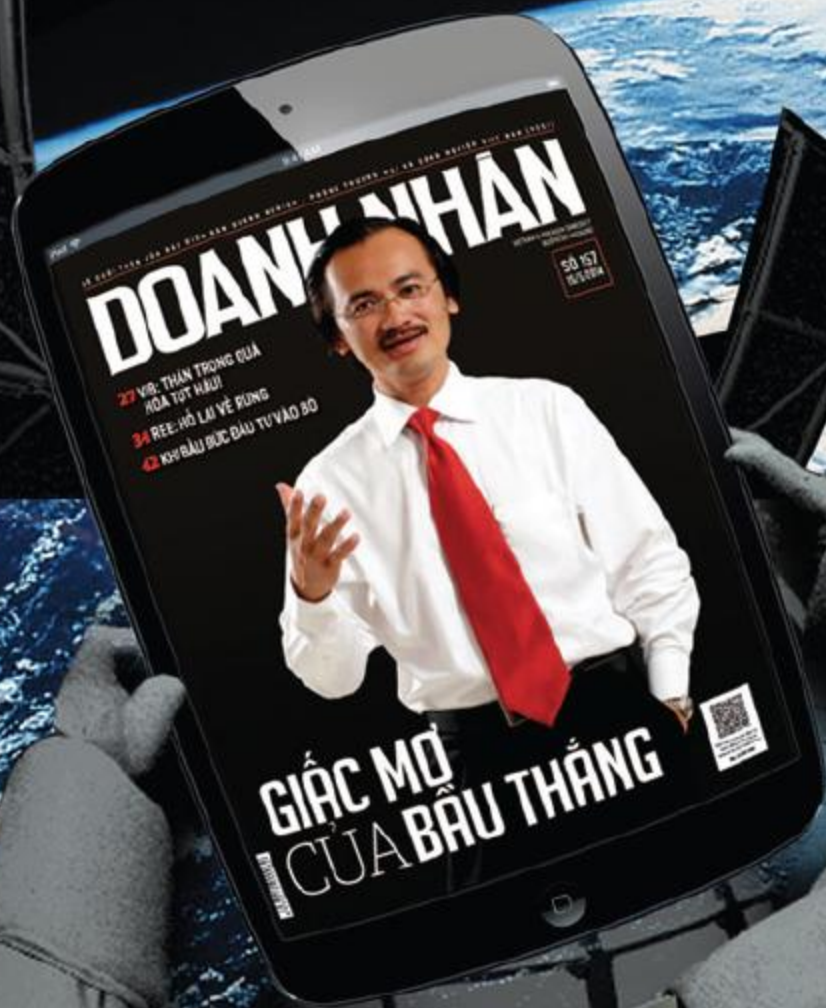
Tại Diễn đàn, nhóm nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới (WB) nhận định, cho đến nay, lực lượng nhân công giá rẻ, tay nghề thấp nhưng có khả năng học tập nhanh chóng đang là nhân tố chính đóng góp vào thành công trong tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Vai trò của họ vẫn tiếp tục tăng lên, nhất là trong các ngành có lợi thế sau khi TPP và các hiệp định thương mại tự do có hiệu lực và thuế quan bị bãi bỏ. Chẳng hạn, theo tính toán, tăng trưởng từ ngành

dệt may và phụ kiện sẽ tạo ra thêm 250.000 việc làm mới trên mỗi tỷ đô la đầu tư.

Tuy nhiên, hiện đã xuất hiện các chỉ dấu cho thấy trình độ tay nghề của người lao động Việt Nam bắt đầu trở thành tác nhân cản trở khả năng phát triển. Tờ Wall Street Journal cho hay, Lever Style đã chuyển 25% năng lực sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam. Quá trình này không thể nhanh hơn như mong muốn, vì người lao động trong các nhà máy của Việt Nam chưa nắm được cách sản xuất sản phẩm áo jacket hoặc áo sơ mi có độ phức tạp cao. Vẫn theo nguồn tin này, một nhà sản xuất khác nhận xét, công đoạn hoàn tất vải vẫn chưa đạt trình độ cao và chỉ chiếm 1,7% tổng doanh thu, mà lý do chính là công đoạn dệt và nhuộm đòi hỏi công nghệ cao, vốn đầu tư lớn và lao động lành nghề. TPP đồng thời cũng quy định một số nội dung buộc Việt Nam phải thay đổi cơ cấu tay nghề thì mới đáp ứng được. Chẳng hạn, TPP sẽ mang lại cơ hội phát triển ngành dịch vụ, nhưng Việt Nam phải nhanh chóng nâng cao năng lực ngành này, trong đó có ngành du lịch. Ví dụ dễ thấy hơn cả là kỹ năng ngoại ngữ.

Có thể thấy ở đây một lời nhắc nhở đáng giá dành cho doanh nghiệp: khi Việt Nam đã hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới thì yếu tố nào sẽ giúp tăng năng suất lao động, sau khi lợi ích ban đầu mà TPP mang lại đã tới hạn? Công nghệ có thể mua bằng giá rẻ của ngày hôm nay cộng với một số lượng ít hơn lao động tay nghề thấp? Tiếp tục sử dụng những gì đang có với lực lượng lao động tay nghề thấp đông và rẻ (nhưng chi phí cũng đang dần dần tăng lên)? Hay (có vẻ như phương án đáng theo đuổi nhất, bền vững nhất) là lực lượng lao động có tay nghề và trình độ cao, tạo ra năng suất lao động cao hơn, ngay cả khi chi phí trước mắt sẽ tăng lên?

Dễ thấy tất cả những phân tích này sẽ dẫn đến một hệ quả là phải cải thiện hệ thống giáo dục và đào tạo theo hướng trau dồi kỹ năng. Hệ thống giáo dục và đào tạo Việt Nam được coi là đã trang bị tương đối tốt cho người học những kỹ năng cơ bản. Nhưng từ kỹ năng cơ bản đến kỹ năng làm việc của người lao động, tiếc thay, còn là một quãng đường dài. Khuyến nghị đưa ra từ đối tác phát triển WB là rất đáng suy nghĩ: "Việt Nam hiện có một khung chính sách về phát triển kỹ năng vào hàng tốt nhất, nhưng nhiều nghị quyết, luật, quyết định tuy đã được soạn thảo công phu và có thể giúp khắc phục lỗ hổng kỹ năng lại không được thực hiện thỏa đáng và không mang lại kết quả như mong muốn". **DN**



Ngày hôm nay, đã có thể đọc

Đẹp **THỂ THAO VĂN HOẠ** **DOANH NHÂN**
DAN ONG

mọi lúc, mọi nơi

trên điện thoại di động và máy tính bảng
bằng cách truy cập App Store (iOS)
hoặc Google Play (Android) để cài các ứng dụng

Truy cập địa chỉ <http://subs.limedia.vn>
để đọc thử và có thêm thông tin chi tiết



Đẹp

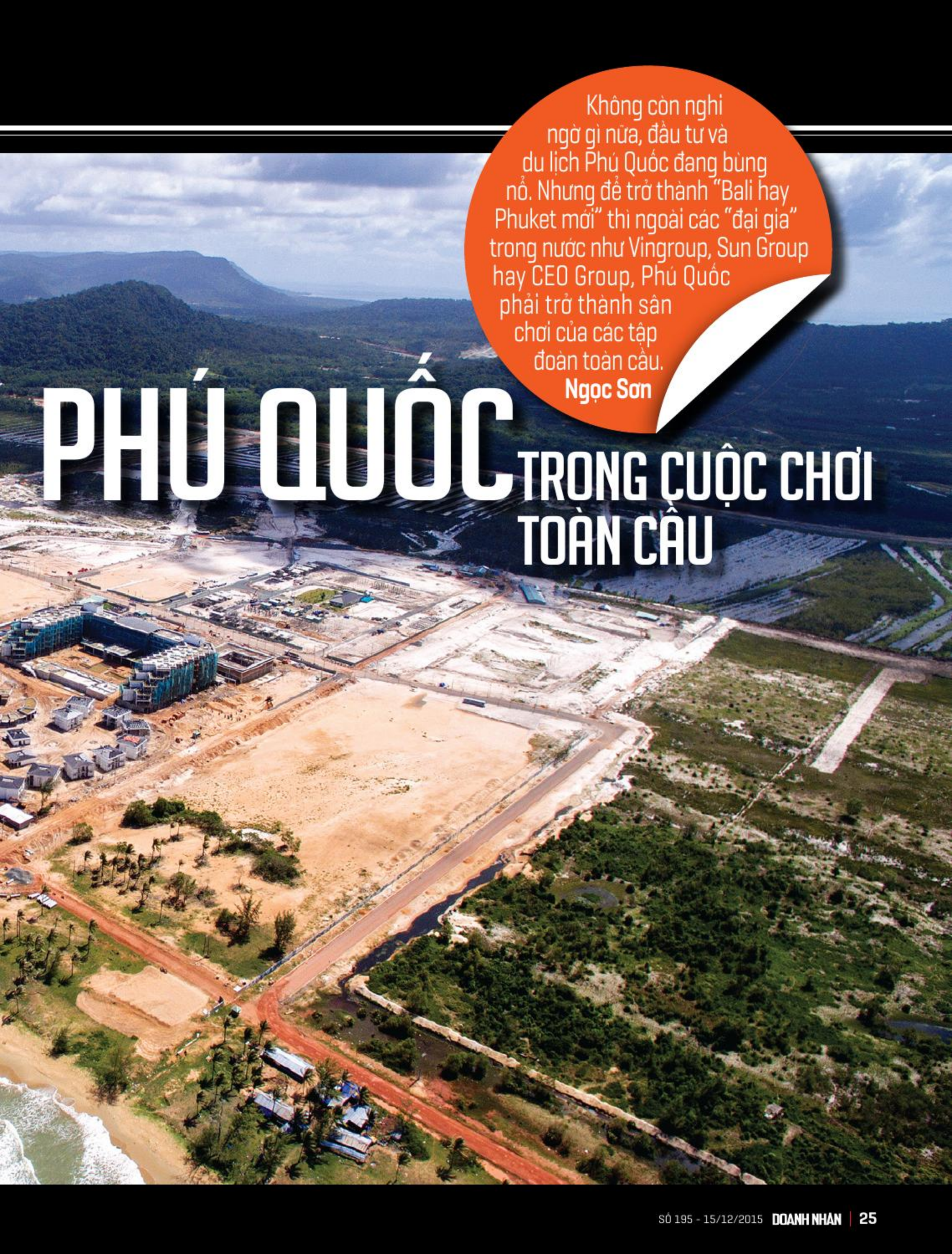


TTVH &
Dân Ông



Doanh
Nhân





Không còn nghi ngờ gì nữa, đầu tư và du lịch Phú Quốc đang bùng nổ. Nhưng để trở thành “Bali hay Phuket mới” thì ngoài các “đại gia” trong nước như Vingroup, Sun Group hay CEO Group, Phú Quốc phải trở thành sân chơi của các tập đoàn toàn cầu.
Ngọc Sơn

PHÚ QUỐC TRONG CUỘC CHƠI TOÀN CẦU

1.873 TỶ ĐỒNG

TRONG 11 THÁNG ĐẦU NĂM NAY, PHÚ QUỐC ĐÃ ĐÓN 1,52 TRIỆU LƯỢT DU KHÁCH, TĂNG 45% SO VỚI KẾ HOẠCH ĐẶT RA CHO CẢ NĂM, MANG LẠI DOANH THU TỚI 1.873 TỶ ĐỒNG.

Không ít bạn bè ngạc nhiên khi chị Nhài rời Hà Nội phồn hoa đến sinh sống ở nơi đảo xa như Phú Quốc. Nhưng là người nhạy bén trong kinh doanh, chị nhận thấy Phú Quốc đang mở ra cơ hội kiếm tiền không thua kém gì Hà Nội. Các nhà đầu tư từ phía Bắc đang đổ xô vào Phú Quốc mua đất, nhưng lại thiếu thông tin nên phải nhờ cậy những nhà môi giới am hiểu thị trường như chị.

Cũng như chị Nhài, vợ chồng anh Hoàng bỏ việc tại những ngân hàng lớn ở TP.HCM để chuyển đến Phú Quốc sinh sống và mở nhà hàng chuyên phục vụ khách du lịch. Nói tiếng Anh lưu loát nên nhà hàng của anh luôn tấp nập khách Tây. Anh Hoàng còn đang lên kế hoạch thành lập công ty lữ hành, kỳ vọng sẽ đón đầu sự bùng nổ của du lịch Phú Quốc.

Những người ở nơi khác chuyển đến đảo sinh sống và kinh doanh như anh Hoàng, chị Nhài không hiếm. Theo ước tính của chị Nhài, khoảng 70-80% khách sạn, nhà hàng ở thị trấn Dương Đông do người Hà Nội sở hữu, số còn lại là của người bản địa và TP.HCM. Dân di cư đến Phú Quốc sinh sống và làm việc ngày một đông nên nhu cầu nhà ở, mua sắm cũng tăng lên.

ĐẠI CÔNG TRƯỜNG TỶ ĐÔ

Một trong những dự án mà chị Nhài kỳ vọng sẽ tác động tích cực đến công việc kinh doanh của chị là tổ hợp Sonasea Villas & Resort. Tọa lạc trên diện tích 80ha với tổng vốn đầu tư 4.500 tỷ đồng, dự án này sẽ tạo sức bật cho Phú Quốc. Chỉ trong vòng một năm kể từ khi khởi công, diện mạo của một khu nghỉ dưỡng đẳng cấp và quy mô nhất Bãi Trường đang hình thành. Trong đó, khách sạn Novotel với 400 phòng nghỉ sẽ khai trương đầu tháng 1/2016, 78 căn biệt thự nghỉ dưỡng tiếp theo dự kiến sẽ đi vào hoạt động vào dịp lễ 30/4/2016. Ngoài ra, chủ đầu tư cũng bắt đầu triển khai những căn nhà đầu tiên của khu phố thương mại và chuẩn bị đầu tư khu căn hộ nghỉ dưỡng. Ông Đoàn Văn Bình, Chủ tịch CEO Group cho biết, tập đoàn sẽ đẩy nhanh tiến độ thi công toàn bộ dự án để đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng và mua bất động sản ngày càng tăng.

Không những thế, đại hội cổ đông bất thường mới đây của CEO Group còn thông qua kế hoạch tăng vốn lên hơn 1.000 tỷ đồng, trong đó sẽ dành một phần đầu tư dự án tiếp theo tại Bãi Trường là Sonasea Residences với gần 800 biệt thự để bán và cho thuê.

Không riêng gì CEO Group mà những doanh nghiệp “đầu đàn” ở Phú Quốc như Vingroup, BIM Group và Sun Group cũng đang thần tốc triển khai những đại dự án, biến Phú Quốc thành công trường tỷ đô. Trong đó, Vingroup là nhà đầu tư lớn nhất trên Đảo Ngọc, cùng lúc triển khai nhiều dự án như



khu nghỉ dưỡng Vinpearl Resort & Villas với diện tích 300ha, vốn đầu tư gần 1 tỷ USD tại Bãi Dài. Giai đoạn 1 của vườn thú safari lớn nhất Đông Nam Á cũng chuẩn bị đưa vào hoạt động. Ngoài ra, Vingroup đang xây dựng cảng hành khách quốc tế và chuỗi sân golf lớn nhất cả nước tại Phú Quốc.

Sun Group cũng đang “tấn công” mạnh vào Đảo Ngọc với những dự án “khủng” không thua kém gì Vingroup. Trong tháng 12 này, Sun Group sẽ giới thiệu ra thị trường 200 căn hộ nghỉ dưỡng Premier Residences Phu Quoc Emerald Bay và 118 căn biệt thự nghỉ dưỡng Premier Village. Nhưng đây mới là bước khởi đầu cho đại kế hoạch đầu tư của Sun Group. Tập đoàn còn đang xây dựng khu nghỉ dưỡng JW Marriott tại Bãi Khem và khu nghỉ dưỡng vào loại sang trọng nhất thế giới The Ritz-Carlton Reserve và tuyến cáp treo vượt biển dài 6km tại Hòn Thơm.

Các nhà đầu tư khác cũng đang đổ vốn vào Đảo Ngọc. Mới đây, Công ty cổ phần Ngôi sao Cửa Dương đã ký kết với Tập đoàn khách sạn Movenpick để vận hành khu nghỉ dưỡng Movenpick Resort Phú Quốc với 250 phòng khách sạn, 100 căn hộ nghỉ dưỡng, 50 biệt thự cao cấp và các tiện ích nổi bật như khu bán lẻ theo chủ đề “Làng Thụy Sĩ”.

Các nhà đầu tư cá nhân cũng không muốn bỏ lỡ cơ hội. Mặc dù thị trường bất động sản nghỉ dưỡng ở đây mới phát triển được khoảng một năm, nhưng Đảo Ngọc đã vươn lên vị trí dẫn đầu trong việc thu hút dòng tiền của các nhà đầu tư. Cụ thể, theo thống kê sơ bộ của Công ty Tư vấn bất động sản CBRE, trong 10 tháng đầu năm nay, Phú Quốc đã bán được 524 căn biệt thự nghỉ dưỡng, trong khi đó, Đà Nẵng bán được có 87

THEO THỐNG KÊ SƠ BỘ CỦA CÔNG TY TƯ VẤN BẤT ĐỘNG SẢN CBRE, TRONG 10 THÁNG ĐẦU NĂM NÀY, PHÚ QUỐC ĐÃ BÁN ĐƯỢC 524 CĂN BIỆT THỰ NGHỈ DƯỠNG



căn, còn Nha Trang bán được 341 căn. Sức mua tiếp tục tăng cao sau khi Ceo Group chào bán khu nhà phố thương mại và biệt thự nghỉ dưỡng thuộc tổ hợp Sonasea Villas & Resort.

Dốc hàng chục nghìn tỷ đồng vào Phú Quốc, các nhà đầu tư đều kỳ vọng đón đầu sự bùng nổ du lịch tại đây. Không thể phủ nhận tiềm năng du lịch rất lớn của Phú Quốc. Với nhiều bãi biển đẹp, nắng ấm quanh năm, 62% diện tích là rừng nguyên sinh, chi cách các trung tâm du lịch khu vực 1-2 giờ bay nên Phú Quốc được coi là một trong 3 hòn đảo lý tưởng ở Đông Nam Á để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, sánh ngang với Phuket của Thái Lan và Bali của Indonesia. Nhưng đầu tư và du lịch Phú Quốc chỉ bùng nổ sau khi “những nút thắt” về giao thông và điện lưới được tháo gỡ.

BỨT PHÁ VƯỢT KỶ VỌNG

Sau khi sân bay mới khai trương, các tuyến đường chính trên đảo được xây mới và mở rộng, cộng với việc xuất hiện của các nhà đầu tư lớn có tên tuổi, du lịch Phú Quốc đã bùng nổ vượt kỳ vọng. Theo Số Văn hóa - Thể thao - Du lịch Kiên Giang, số lượng du khách đến Phú Quốc năm ngoái gấp 2,5 lần kế hoạch, đạt 1,05 triệu lượt. Doanh thu du lịch cũng tăng 75% so với kế hoạch và đạt 1.226 tỷ đồng. Trong 11 tháng đầu năm nay, Phú Quốc đã đón 1,52 triệu lượt du khách, tăng 45% so với kế hoạch đặt ra cho cả năm, mang lại doanh thu tới 1.873 tỷ đồng.

Khách ngày càng đông, nhưng lượng phòng khách sạn vẫn còn khiêm tốn (khoảng 4.000 phòng) nên chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách, đặc biệt trong mùa cao

điểm. Nhưng theo ông Đoàn Văn Bình, tương lai của Phú Quốc không phải là câu chuyện của riêng Việt Nam, mà làm sao phải đưa Phú Quốc tham gia được vào sân chơi toàn cầu. Bởi đã kinh doanh du lịch nghỉ dưỡng thì không thể chỉ dựa vào du khách trong nước. Mặc dù lượng khách du lịch nội địa ngày càng tăng cao và chiếm ưu thế trong tổng số du khách đến Phú Quốc, nhưng về lâu dài muốn thu được nhiều ngoại tệ, tổng doanh thu từ du lịch lớn hơn, Phú Quốc phải hướng đến các thị trường quốc tế.

Hiện tại, số lượng khách quốc tế đến Phú Quốc vẫn khiêm tốn, mới đạt khoảng 160.000 lượt vào năm ngoái. Số lượng du khách quốc tế trong 11 tháng đầu năm nay đã tương đương với con số của cả năm ngoái, nhưng vẫn còn kém xa những địa danh du lịch trong nước khác như Nha Trang và Đà Nẵng và dĩ nhiên chưa thể so sánh với Phuket và Bali.

Còn bà Lê Thị Hải Châu, Giám đốc điều hành Dự án Movenpick Resort Phú Quốc thì kỳ vọng, với kinh nghiệm và thương hiệu của mình, Tập đoàn Movenpick sẽ giúp tạo nên tiêu chuẩn khách sạn mới cũng như đưa Phú Quốc lên bản đồ du lịch quốc tế.

Khi bắt tay với các nhà quản lý khách sạn quốc tế, những nhà đầu tư như ông Bình và bà Châu đều nhận ra sự cần thiết đưa Phú Quốc tham gia vào sân chơi toàn cầu. Bởi để thu hút được khách quốc tế, trước hết phải phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, hệ thống khách sạn và sản phẩm du lịch. Nhiệm vụ tiếp theo là quảng bá hình ảnh của Phú Quốc ra thế giới như một điểm đến đầy quyến rũ. Nhưng ai sẽ gánh trách nhiệm này? Câu trả lời dễ dàng nhất là cơ

PHÚ QUỐC SẼ PHÁT TRIỂN NHANH HƠN NẾU TRỞ THÀNH ĐẶC KHU KINH TẾ VỚI NHỮNG CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI VƯỢT TRỘI HƠN HIỆN NAY



quan quản lý nhà nước về du lịch. Nhưng trong bối cảnh ngân sách eo hẹp, quảng bá cho du lịch Việt Nam nói chung còn yếu kém thì Phú Quốc chưa thể trông đợi vào sự hỗ trợ của ngành du lịch.

Rốt cuộc, các doanh nghiệp đầu tư vào Phú Quốc sẽ phải đảm nhiệm vai trò là đại sứ quảng bá thương hiệu Đảo Ngọc ra thế giới. Trong đó, các doanh nghiệp đầu tư và kinh doanh khách sạn danh tiếng thế giới sẽ là kênh quảng bá nhanh chóng và hữu hiệu nhất. Đáng mừng là bắt đầu hiện diện những thương hiệu khách sạn quốc tế đầu tiên ở Phú Quốc như Novotel, JW Marriott, InterContinental, The Ritz-Carlton, Movenpick. Tuy nhiên, để trở thành một điểm đến tầm cỡ quốc tế, Phú Quốc cần thêm nhiều tập đoàn quản lý khách sạn toàn cầu, đặc biệt là những tập đoàn hàng đầu thế giới.

Nhưng cũng từ phương diện này đã lộ diện điểm yếu của Phú Quốc: đó là chưa thu hút được các nhà đầu tư quốc tế lớn. Có ý kiến lập luận rằng, doanh nghiệp Việt đủ khả năng phát triển những dự án quy mô lớn thì không cần đến doanh nghiệp nước ngoài. Nhưng, với định hướng trở thành trung tâm du lịch tầm cỡ khu vực, sân chơi Phú Quốc không thể thiếu những nhà đầu tư nước ngoài có tiềm lực mạnh, vì họ sẽ là chim đầu đàn, kéo theo du khách và các nhà đầu tư khác đến với Phú Quốc. Nghịch lý là mặc dù đã có nhiều tập đoàn quốc tế đến khảo sát cơ hội đầu tư, nhưng cho đến nay, vẫn chưa có dự án du lịch nghỉ dưỡng quy mô lớn có vốn đầu tư nước ngoài được xây dựng.

Có thể, các tập đoàn quốc tế ngại đầu tư vào địa điểm mà cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng yêu cầu của họ. Hoặc có thể khi thấy Việt Nam cần thu hút đầu tư vào Phú Quốc, họ đưa ra những điều kiện mặc cả mà Việt Nam không thể đáp ứng.

ĐÒI HỎI BỨC BÁCH

Mặc dù chưa là đặc khu kinh tế, nhưng Phú Quốc đã có những chính sách ưu đãi vượt trội cho nhà đầu tư. Chẳng hạn, các doanh nghiệp đầu tư và kinh doanh ở Phú Quốc chỉ phải chịu thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 10%; các cá nhân, nhà đầu tư cũng được giảm 50% thuế thu nhập cá nhân, khách quốc tế đến Phú Quốc trong vòng 30 ngày không phải xin thị thực. Mặc dù những ưu đãi này đã tạo ưu thế cho Phú Quốc so với các địa phương khác trong việc thu hút đầu tư, nhưng vẫn chưa tạo được niềm tin vững chắc cho các nhà đầu tư, nhất là các nhà đầu tư nước ngoài. Hiện đã có hơn 200 dự án đầu tư tại Phú Quốc với tổng vốn đầu tư đăng ký hơn 6 tỷ USD, nhưng số lượng dự án triển khai xây dựng trên thực tế không nhiều, phần lớn các dự án vẫn chỉ hoành tráng ... trên giấy. Phú Quốc chỉ có thể trở thành một trung tâm du lịch lớn khi những dự án này trở thành hiện thực và điều đó chỉ xảy ra khi loại bỏ được các nhà đầu tư năng lực yếu, đồng thời phải có những chính sách vượt trội hơn nữa về thuế, tài chính, ngân hàng, nhà ở, đầu tư, thương mại và thu hút nguồn nhân lực để thu hút các nhà đầu tư lớn, có tiềm năng.

Bãi biển đẹp thôi chưa đủ. Phú Quốc phải tạo ra sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao. Sắp tới sẽ có thêm nhiều khu nghỉ dưỡng mới, vườn thú safari, cáp treo vượt biển, nhưng vẫn cần thêm những sản phẩm nặng ký hơn. Chuỗi 15 sân golf được giới du lịch kỳ vọng sẽ tạo điểm nhấn và sự khác biệt cho Phú Quốc nên cần được hỗ trợ triển khai nhanh. Hoặc khu nghỉ dưỡng có casino đã được đề cập từ lâu vẫn chưa nhà đầu tư nào "chăm" dự án này. Một trong những nguyên nhân khiến các nhà đầu tư chưa rót vốn vào casino ở Việt Nam nói chung và Phú Quốc nói riêng là họ kỳ vọng người Việt Nam sẽ được phép vào casino chơi bạc, nhưng quy định hiện tại không cho phép. Sẽ chỉ có sự đột phá về thu hút đầu tư vào casino ở Phú Quốc nếu luật chung hoặc quy chế đặc khu kinh tế cho phép người Việt Nam được phép vào sòng bài. Khi đó, giới tư vấn cho rằng, không cần mời gọi thì cũng sẽ có rất nhiều nhà đầu tư quốc tế lớn đổ về Phú Quốc.

Một nhà đầu tư cho rằng, Nhà nước phải thấy được sức ép nhanh chóng tạo sức bật cho Phú Quốc, bởi Nhà nước cũng là nhà đầu tư. Hàng nghìn tỷ đồng vốn ngân sách đã rót vào xây dựng sân bay, đường giao thông, cáp điện ngầm xuyên biển. Những đồng vốn này chi phát huy hiệu quả kinh tế khi có tác dụng biến những dự án tư nhân trên giấy thành hiện thực. **DN**

CHUẨN BỊ RA MẮT KHU NGHỈ DƯỠNG SIÊU SANG TẠI PHÚ QUỐC

Sở hữu vị trí tuyệt đẹp hiếm thấy trên thế giới cùng phong cách thiết kế sang trọng, tinh tế và sáng tạo, Premier Village Phu Quoc Resort được đánh giá là một trong những khu nghỉ dưỡng siêu sang trên bản đồ du lịch toàn cầu.



bởi những lối mòn lát gỗ thô mộc vô cùng tinh tế, độc đáo, thể hiện sự giao hòa tối đa với thiên nhiên.

Premier Village Phu Quoc Resort còn được tạo tác một dấu ấn cảnh quan vô cùng độc đáo đó là hệ thống bể bơi tràn bờ với nhiều cao độ, nối liền từ bờ biển phía Bắc sang bờ biển Nam. Hệ thống bể bơi này được các nhà thiết kế lấy cảm hứng từ chính lối kiến trúc ruộng bậc thang rất đặc trưng của người dân vùng Tây Bắc Việt Nam. Ngoài không gian riêng, chủ biệt thự và du khách còn được tận hưởng những tiện ích vui chơi, giải trí chung đẳng cấp 5 sao sang trọng như: spa có bể bơi riêng hòa với thiên nhiên, CLB giải trí biển hiện đại, hệ thống khu vui chơi trẻ em tiện ích, bến du thuyền, khu thể thao bãi biển...

“VÙNG ĐẤT CỦA NỮ HOÀNG BIỂN KHƠI”

Tọa lạc tại Mũi Ông Đội, phía Nam Phú Quốc, Premier Village Phu Quoc Resort là dự án duy nhất tại Đảo Ngọc có hai mặt song song hướng biển, mang lại trải nghiệm đặc biệt cho du khách khi được chiêm ngưỡng mặt trời mọc và lặn trên biển ở cùng một vị trí. Đây cũng là nơi được thiên nhiên ban tặng một địa hình biển đảo tuyệt đẹp mà theo các chuyên gia về du lịch là địa điểm lý tưởng hiếm thấy trên thế giới để có thể tạo dựng những khu nghỉ dưỡng siêu sang. Với những triền cát trắng mịn, xen giữa triền đồi thoải thoải hút tầm mắt và những ghềnh đá hùng vĩ, được bao bọc bởi cảnh rừng nguyên sinh thơ mộng cùng vùng biển sở hữu làn nước xanh ngọc bích... thật không khó để hiểu tại sao nơi đây lại được gọi là “vùng đất của nữ hoàng biển khơi”.

Để phát huy hết những giá trị tuyệt mỹ của thiên nhiên và nhằm tạo lập những tuyệt tác nghỉ dưỡng bậc nhất thế giới tại đây, Tập đoàn Sun Group (chủ đầu tư dự án) đã mời những kiến trúc sư hàng đầu của hãng thiết kế lừng danh SALA (Anh Quốc) hợp tác đồng hành. Trên tổng diện tích 73 ha, Premier Village Phu Quoc Resort chỉ có 118 căn biệt thự. Các căn biệt thự được xây dựng trên nhiều cao độ với các loại hình như: Biệt thự trên mặt nước, biệt thự song lập trên đồi, biệt thự hướng biển, biệt thự ven đồi và biệt thự trên đá... Với tài năng của những chuyên gia thiết kế hàng đầu thế giới, hệ thống biệt thự và các phân khu chức năng tại Premier Village Phu Quoc Resort được kết nối với nhau

CƠ HỘI ĐẦU TƯ HIẾM CÓ

Premier Village Phu Quoc Resort không chỉ đem lại cho du khách những kỳ nghỉ trong mơ mà còn đem đến cơ hội đầu tư hiếm có. Với phương thức hợp tác đầu tư, khai thác, chủ đầu tư cam kết mang lại cho chủ nhân các căn biệt thự những lợi ích vượt trội, điển hình là cam kết lợi nhuận tối thiểu 9% trong 10 năm đầu sở hữu. Đây là mức cam kết sinh lời vượt trội trên thị trường bất động sản nghỉ dưỡng.

Được quản lý bởi đơn vị quản lý chuyên nghiệp hàng đầu thế giới, Premier Village Phu Quoc Resort cũng đồng thời đem lại sự an tâm cho các chủ nhân về khả năng sinh lời và sự bảo toàn, gia tăng giá trị bất động sản theo thời gian. Thêm vào đó, chủ nhân biệt thự sẽ được nghỉ 15 đêm miễn phí ngay tại biệt thự mình sở hữu hay chọn quy đổi ra số phòng tại các khu nghỉ dưỡng đẳng cấp tương đương do Sun Group là chủ đầu tư. Ngoài ra, chủ nhân biệt thự nghỉ dưỡng sẽ trở thành thành viên Câu lạc bộ Sol Club dành cho các khách hàng thân thiết của Sun Group với cơ hội miễn phí, giảm giá các dịch vụ vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng trong hệ thống do Sun Group làm chủ đầu tư.

Đặc biệt, ngay sau khi hoàn tất ký hợp đồng, chủ sở hữu được tặng một chương trình “Trải nghiệm tuyệt tác cùng Sun Group” với tổng giá trị lên tới 250 triệu đồng.

Được biết, Premier Village Phu Quoc Resort sẽ được ra mắt ngay trong trung tuần tháng 12 tới.

CƠ HỘI CHỈNH ĐÓN NGÀNH LÚA GẠO

Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam được Chính phủ ký tháng 5/2015. Phải chăng đây là một cơ hội tốt để chuẩn hóa thương hiệu gạo Việt Nam? Anh hùng lao động Hồ Quang Cua thẳng thắn chia sẻ câu chuyện xây dựng thương hiệu gạo quốc gia. **Vân Anh**





**CHÚNG TA
SẼ DẦN PHÁT
TRIỂN GẠO CÓ
THƯƠNG HIỆU
ĐỂ GIA TĂNG
THU NHẬP
VÀ ĐIỀU NÀY
CHỈ CÓ THỂ
LÀM ĐƯỢC
KHI TẠO DỰNG
ĐƯỢC UY TÍN
TRÊN THƯƠNG
TRƯỜNG TRONG
NƯỚC CŨNG
NHƯ QUỐC TẾ**

Từng bị xem là “lệch pha” khi theo đuổi giống lúa thơm, Anh hùng Lao động Hồ Quang Cua, người sáng lập doanh nghiệp tư nhân Hồ Quang đã xây dựng một ê kíp để hợp lực tạo ra một loạt giống lúa thơm ST. Gạo ST20 từng được doanh nghiệp xuất khẩu với giá 900 USD/tấn, sau đó cạnh tranh giảm giá dần còn hơn 700 USD/tấn, với những tên gọi khác nhau ở ngoài nước lẫn trong nước. Phải chăng do thiếu một tiêu chuẩn quốc gia, một danh mục giống lúa quốc gia để xây dựng thương hiệu nên các doanh nghiệp tùy tiện hạ giá như vậy?

ĐỪNG SO SÁNH VỚI GẠO THÁI

Việt Nam đã có Luật Sở hữu trí tuệ (SHTT) và ông từng thẳng thắn phát biểu rằng nếu không thực thi Luật SHTT thì mọi nỗ lực nghiên cứu tạo ra giá trị mới cho giống lúa sẽ sụp đổ. Thưa ông, liệu tiếng nói ấy có lạc lõng khi nhiều công ty chỉ muốn khai thác những gì hiện có chứ không muốn tạo ra giá trị mới?

Tôi nói đến việc thực thi Luật SHTT (bảo hộ quyền tác giả giống) là muốn nói đến dựa theo luật để phát triển chứ không phải là tạo độc quyền. Ai muốn sản xuất kinh doanh hạt giống được bảo hộ thì phải có hợp đồng, chia sẻ với chủ sở hữu và tác giả. Mục đích là để tiếp nhận giống gốc ban đầu của tác giả đó với các tính năng đúng như đã được công nhận. Vì đây là hợp đồng kinh tế kỹ thuật nên phải trả thù lao, nhờ vậy thị trường sẽ được thụ hưởng gạo đúng phẩm cấp và không suy giảm phẩm cấp ở những lần mua sau. Với thời gian các đặc tính hình thành nên phẩm chất cao của gạo như mùi thơm, độ mềm, độ thon đều suy giảm theo quá trình canh tác vì vậy cần phải có bố mẹ nó (tác giả) chăm lo, bồi dưỡng để giữ cho nó được lâu dài.

Trước nay, Viện lúa đồng bằng sông Cửu Long từng đưa ra rất nhiều giống cao sản ngắn ngày và cũng không quan tâm tới quyền sở hữu lâm. Mạnh ai nấy sản xuất giống nên giống nào phù hợp là phát triển rất nhanh, nhờ vậy phần nào cũng giúp ích cho sản xuất phát triển. Nhưng với lúa thơm ngon mà làm tùy tiện thì khi phẩm chất suy giảm, từng đưa ra thương hiệu cũng tiêu tan! Hơn nữa, việc chọn, tạo giống có phẩm chất thật cao thì cần đầu tư tiền bạc rất nhiều và thời gian rất dài. Nếu không được bảo vệ quyền sở hữu

trí tuệ để có thể thu hồi vốn đầu tư thì ai dám bỏ công sức, thời gian, tiền của để nghiên cứu? Hiện nay, đã có 1/2 lãnh thổ Việt Nam (phía Bắc và Bắc Trung bộ) được chính quyền tổ chức bảo hộ cho các tác giả. Phần còn lại chẳng mấy lúc cũng làm thôi. Còn các doanh nghiệp sẽ xem thái độ của chính quyền địa phương ra sao để hoạt động kinh doanh chứ không phải họ không biết luật.

Đã có chuyên gia nói rằng, thị trường lúa thơm là của người Thái, mỗi năm chỉ 3-4 triệu tấn do những tên tuổi như Khao Dawk Mali, Basmati... thống trị. Trong khi đó cung cách làm gạo theo kiểu “đầu trộn” ở ta tồn tại quá lâu. Có bao giờ ông thay đổi suy nghĩ và chuyển nỗ lực làm gạo ngon, gạo thuần sang... đầu trộn nhiều thứ miễn sao tầm che phủ rộng là được?

Chúng ta đừng bao giờ đòi hỏi có được lúa thơm như người Thái. Bối diện tích đất mỗi nông hộ của họ lớn hơn Việt Nam 10 lần nên họ có thể quảng canh mà không sợ đói, vì vậy họ có gạo Khao Dawk Mali an toàn để bán cho người tiêu dùng. Gạo thơm có nhiều phân khúc thị trường khác nhau. Người châu Á trên thế giới có thu nhập trung bình ổn định, chọn ăn gạo Thái, còn tầng lớp trung lưu mới nổi trên thế giới chọn mua gạo Jasmin 85 của Việt Nam có giá chỉ hơn 50% giá gạo Thái. Ngành xuất khẩu gạo Việt Nam đã chọn hướng đi đúng với gần 1 triệu tấn gạo Jasmin 85 xuất khẩu năm vừa qua.

Tuy nhiên, muốn nâng cao giá trị gạo Việt hơn nữa thì không thể làm như thế. Hạt gạo có giá trị cao sẽ được khách hàng “nhận diện hạt gạo”, phát hiện và nhận diện những “dấu ấn thương hiệu”. Đừng quên người Thái đã đầu tư cho cây lúa Khao Dawk Mali rất lâu, kiên trì và sáng tạo trong cách làm thương hiệu mới tạo được giá trị hạt gạo và chỗ đứng trong lòng người tiêu dùng như ngày hôm nay. Dầu ta có giống ngon bằng Khao Dawk Mali, tôi chắc khách hàng vẫn trả giá rẻ hơn. Chính vì vậy, hiện nay trong các cánh đồng lớn, ít có doanh nghiệp nào dám đầu tư ST20, bởi vì giá xuất khẩu hiện nay không cao bằng giá các doanh nghiệp nhỏ kinh doanh nội địa nhảy vào cạnh tranh mua. Còn đối với thị trường cấp thấp, theo tôi đừng quá quan trọng chuyện đầu trộn, bởi người mua lẫn người bán đều xem là chuyện bình thường.

Theo Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam theo quyết định 706/QĐ-TTg ngày 21/5/2015 của Thủ tướng Chính phủ, lần đầu tiên thương

hiệu gạo được bàn thảo trong hệ thống các cơ quan quản lý có sự tham gia của doanh nghiệp. Theo ông, với tư cách là điểm tựa công nghệ của Doanh nghiệp tư nhân Hồ Quang, ông đã làm gì để cân bằng lợi ích của nông dân, chủ nhà máy xay xát và doanh nghiệp kinh doanh gạo?

Chuỗi giá trị dài, nói nôm na là độ sai biệt lớn giữa giá lúa ban đầu tại ruộng và giá người tiêu dùng phải trả là cơ sở để các đối tác tham gia chuỗi giá trị, chia sẻ lợi ích với nhau một cách hài hòa (cân bằng lợi ích) giữa nông dân - thương lái - chủ nhà máy xay xát - thành gạo. Muốn có chuỗi giá trị dài cho một giống lúa cần có những yếu tố như: được nhiều người tiêu dùng ưa chuộng; dễ trồng, chống chịu sâu bệnh tốt, năng suất cao... làm cho giá thành sản xuất thấp.

ĐI SAU NHƯNG LẠI THÍCH LÝ TƯỞNG HÒA

Theo ông, gạo ST thực sự có giá trị khác biệt hay vượt trội để chinh phục người tiêu dùng?

Năm 2000, khi chọn giống chính thức là ST3, chúng tôi có đưa vào báo cáo bảng so sánh phẩm chất của giống lúa này với giống Khao Dawk Mali của Thái Lan. Khi đó mình biết giống của mình yếu nên nhìn theo họ để phấn đấu. Dần dần với nỗ lực và kinh nghiệm học hỏi được, tôi phát hiện ra sự khác biệt giữa ta với họ.

Thứ nhất, lúa thơm của ta có thêm mùi cơm của đồng bằng Bắc bộ, chưa thấy giống của Thái Lan có mùi cơm, chỉ thấy có mùi dứa. Giống của Sóc Trăng nếu tinh ý sẽ nhận ra có pha trộn hai mùi. Thứ hai, các giống lúa nổi tiếng của Thái Lan như Khao Dawk Mali trắng, đó là lúa mùa sớm, hầu hết chỉ trồng một vụ nên cơm có nhựa chỉ nửa năm, nửa năm còn lại rão cơm. Thứ ba, trên thế giới có rất nhiều giống gạo tẻ thơm nhưng cơm khô, vị nhạt. Gạo thảo được ST tìm Sóc Trăng vừa có hàm lượng Anthocyanin rất cao, vừa thơm, mềm, dễ ăn nên nhận được phản hồi tốt của người tiêu thụ.

Tóm lại, chúng tôi đi sau nên học hỏi thế giới rất nhiều ở khâu chất lượng và luôn nỗ lực để giống lúa lần sau có chất lượng tốt hơn. Tinh khác biệt thì như trên đã nêu rõ, còn điểm nào vượt trội hay không sẽ do người tiêu dùng đánh giá.

Theo ông, giữa một bên là nhà làm giống đúng chuẩn còn một bên là mua gom trên diện rộng, trộn lẫn để bán cho thị trường giá thấp và cũng không cần giống đúng chuẩn, có nên xem



Ở GÓC ĐỘ DOANH NGHIỆP, TÔI QUAN TÂM CÁCH LÀM THƯƠNG HIỆU VỚI CHI PHÍ THẤP VÀ CAM KẾT NỘI BỘ DOANH NGHIỆP VỚI CHUỖI GIÁ TRỊ DO MÌNH DÀY CÔNG XÂY DỰNG

đó là “đôi chân hội nhập” của lúa gạo Việt Nam?

Chúng ta đi sau nhiều nước trên lĩnh vực xuất khẩu gạo, nhưng lại hay lý tưởng hóa. Ngoài các nhà nghiên cứu, cũng ít người phân biệt được hạt gạo nếu chúng không khác nhau quá lớn. Tiêu chuẩn A của gạo thơm Thái là lẫn không quá 10% và tiêu chuẩn C là không quá 25%. Họ quá thừa kinh nghiệm để không khát khe trong xây dựng tiêu chuẩn. Tuy nhiên, doanh nghiệp nào cẩn thận dừng để lẫn lộn cao thì sẽ tạo được uy tín với người tiêu dùng và dĩ nhiên họ bán hàng được giá hơn.

Do đó, “đôi chân hội nhập” là tất yếu. Nhưng như đề án phát triển thương hiệu gạo đã nêu, chúng ta sẽ dần phát triển gạo có thương hiệu để gia tăng thu nhập và điều này chỉ có thể làm được khi tạo dựng uy tín ở thị trường trong nước và quốc tế.

Trong đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam có nhắc tới “cam kết quốc gia”. Theo ông nên làm gì để thực hiện cam kết này?

Tôi nghĩ đề án đã nói hết cam kết của một quốc gia về giá trị, đặc tính và những yếu tố về sản phẩm nhằm xây dựng lòng tin với người tiêu dùng. Riêng tôi thì quan tâm cách làm thương hiệu với chi phí thấp và cam kết nội bộ doanh nghiệp với chuỗi giá trị do mình dày công xây dựng.

Ông Huỳnh Minh Huệ, Tổng thư ký Hiệp hội Lương thực Việt Nam cho rằng, bất cập về chất lượng ảnh hưởng tới quá trình làm thương hiệu. Có khi nào ông nản chí khi Luật Bảo hộ sở hữu trí tuệ chưa trở thành sức mạnh để xóa bỏ nạn hàng giả?

Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam lấy doanh nghiệp làm chủ thể để xây dựng thương hiệu và cho tới nay không ít doanh nghiệp đã thành công nhờ họ có vùng nguyên liệu. Bản thân tôi tới nay đã giúp nhiều doanh nghiệp xây dựng thương hiệu được 4 năm, đặc biệt là gạo càng có giá trị cao thì họ càng chú ý vùng nguyên liệu. Khi xây dựng vùng nguyên liệu họ luôn chú ý đầu vào là giống. Việc thi hành luật do cấp tỉnh thực hiện, nhưng cần có sự đôn đốc nhắc nhở sát sao từ phía Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Chắc chắn Nhà nước sẽ quan tâm quản lý giống tốt hơn trong thời gian tới.

Xin cảm ơn ông! DN



Bí quyết vàng cho cơ thể • Tinh chất làm nên những hương hoa kinh điển • Thành dược náu 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)

MỌI THÔNG TIN CHI TIẾT, VUI LÒNG TRUY CẬP: DEP.COM.VN

TÀI TRỢ LỄ TRAO GIẢI



WILLENDROF

Paradise of Beauty

ĐỒNG TÀI TRỢ

BẢO TRỢ THÔNG TIN



**50 TRIỆU
USD**

Hệ thống ILA được bán cho một
doanh nghiệp với giá trị khoảng 50 triệu USD

KINH DOANH



Ảnh: T.L

ĐẦU TƯ VÀO GIÁO DỤC QUA M&A, KHÔNG DỄ

Sự bùng nổ của loại hình đầu tư vào giáo dục thông qua M&A, một mặt tạo ra “cú hích” cần thiết với chất lượng nguồn nhân sự tương lai của Việt Nam, nhưng cũng gây ra hệ lụy nếu nhà đầu tư có tư duy “ăn xổi”, muốn kiếm lời nhanh. **Thành Trung**

NẾU CHỦ ĐẦU TƯ CHỦ TRỌNG CHẤT LƯỢNG VÀ CÔNG NGHỆ
GIẢNG DẠY, M&A SẼ GIÚP CÂN BẰNG GIỮA BÀI TOÁN GIÁO DỤC VÌ MỤC
TIÊU "TRỒNG NGƯỜI" VÀ GIÁO DỤC TẠO RA LỢI NHUẬN CHÍNH ĐÁNG



Thị trường giáo dục giàu tiềm năng của Việt Nam thực sự là “mỏ vàng” thu hút sự quan tâm đặc biệt của các nhà đầu tư, cả trong nước lẫn nước ngoài. Dễ dàng chỉ ra những yếu tố chủ chốt tạo ra “mỏ vàng” ấy nếu phân tích các lợi thế của Việt Nam: cơ cấu dân số trẻ, truyền thống hiếu học của người Việt, sự tăng trưởng ổn định của nền kinh tế, thu nhập của người dân được nâng cao rõ rệt cũng như nhận thức của các bậc phụ huynh về vai trò thiết yếu của giáo dục đối với tương lai con cái họ.

TRÂM HOA ĐUA NỮ

Giống với nhiều ngành kinh doanh khác, mua bán và sáp nhập doanh nghiệp (M&A) được nhiều nhà đầu tư coi là con đường ngắn nhất cách “đánh nhanh thắng nhanh” hiệu quả nhất, để mở rộng hoặc lấn sân vào lĩnh vực béo bở này mà không cần xin giấy phép đầu tư mới. Nhìn lại các thương vụ M&A lớn trong khoảng 5 năm trở lại đây, sẽ nhận ra các thương vụ đầu tư này trải rộng trong các lĩnh vực từ giáo dục phổ thông tới đại học và giáo dục thường xuyên. Thị trường giáo dục Việt Nam đầy tiềm năng, khi nhiều gia đình sẵn sàng chi ra những khoản tiền rất lớn để đầu tư cho con cái theo học tại các ngôi trường quốc tế danh giá từ bậc mầm non, tiểu học cho đến trung học phổ thông và đại học (du học tại chỗ). Nguyên nhân sâu xa nhất có lẽ nằm ở việc xã hội đang mất niềm tin vào hệ thống giáo dục công.

Cách đây 6 năm, trong một bài viết “dậy sóng” có tiêu đề:

“Giáo dục: Xin cho tôi nói thẳng” được đăng trên tạp chí Tia Sáng, GS Hoàng Tụy đã quyết liệt “điểm mặt chỉ tên” ba căn bệnh nặng nề nhất, dai dẳng nhất của hệ thống giáo dục nước nhà. Theo GS Hoàng Tụy, căn bệnh thứ nhất là khả năng quản lý kém, mang tính hệ thống của ngành giáo dục. Ông cho rằng, sự sa sút này đặc biệt dễ nhận thấy ở kỳ thi tốt nghiệp trung học phổ thông (THPT) và đại học - cao đẳng (ĐH - CĐ) trước kia, bởi nó kéo dài, gây ra nhiều hệ quả và sự lãng phí tiền của của xã hội. Thứ hai, theo phân tích của vị giáo sư nặng lòng với giáo dục nước nhà, ngành giáo dục từ lâu đã rơi như canh hẹ, nhưng không được bắt đúng bệnh, dẫn tới việc không có phương thuốc đặc trị đủ mạnh mà sự đổi mới chủ yếu mang tính chấp vá. Cuối cùng, điều khiến ông lo ngại là ngành giáo dục tiến hành quá nhiều những thay đổi mang tính thử nghiệm, hết chương trình này tới đề án khác, chẳng hạn như mười mấy năm liên tiếp thí nghiệm các chương trình phân ban THPT rất tốn kém, nhưng kết quả không tích cực.

Sở dĩ cần nhắc lại những ý kiến thẳng thắn và xác đáng của GS Hoàng Tụy là bởi những “di chứng” mà giáo dục để lại chẳng khác gì vết thương chưa lành da trong lòng xã hội. Nó khiến các bậc phụ huynh dần mất niềm tin vào hệ thống giáo dục công lập, buộc phải tự tìm giải pháp khả dĩ cho con em mình. Kết quả là “cái phao cứu sinh” mang tên giáo dục ngoài công lập nói chung, hệ thống các trường quốc tế và dân lập chất lượng cao nói riêng ra đời, ngày càng phát triển mạnh và là giải pháp tối ưu của không ít cha mẹ đối với tương lai con cái.

RIÊNG ĐỐI VỚI LĨNH VỰC M&A TRONG HỆ THỐNG GIÁO DỤC NGOÀI CÔNG LẬP, CÓ THỂ LIỆT KÊ RẤT NHIỀU THƯƠNG VỤ TỪ NHỎ TỚI LỚN



Riêng đối với lĩnh vực M&A trong hệ thống giáo dục ngoài công lập, có thể liệt kê rất nhiều thương vụ từ nhỏ tới lớn, một số trường hợp đã đạt được thành công, chẳng hạn như hệ thống trường quốc tế ISHCMC (*International School of Ho Chi Minh City*) - trường học quốc tế đầu tiên tại TP.HCM - do nhà đầu tư người Úc Alex McKinnon và các cộng sự hợp tác với hai tập đoàn dầu khí đa quốc gia BP và Shell cùng với Saigon Petro, hiện nay nằm dưới sự sở hữu của Tập đoàn Giáo dục quốc tế Cognita Holdings.

Cuối năm 2013, Cognita Holdings tiếp tục đầu tư vào Trường quốc tế Saigon Pearls ISSP, sau khi đã mua lại trường quốc tế ISHCMC năm 2011. Trường Quốc tế Việt - Úc thì bán cổ phần cho quỹ đầu tư MAJ Investment năm 2012 (sau khi bán cho các quỹ Mekong Capital và FPT Capital năm 2010)... Một trường hợp khác chưa được kiểm chứng là hệ thống Anh ngữ có tiếng ILA được bán cho một doanh nghiệp khá lớn với tổng giá trị thương vụ vào khoảng 50 triệu USD (theo các nguồn tin không chính thức). Trong số các thương vụ đó, một thương vụ có quy mô lớn, hiếm hoi do nhà đầu tư trong nước là nhóm cổ đông Ismart Education, TNK Capital và EQuest Academy tiến hành mua lại Tổ chức Giáo dục Hoa Kỳ (IAE, có bề dày 15 năm hoạt động tại TP.HCM), bao gồm Trường cao đẳng Broward College Việt Nam (được cấp chứng chỉ của trường Broward College, Mỹ) và Hệ thống Cao đẳng nghề Việt Mỹ (VATC) từ quỹ đầu tư Mỹ Blackhorse Asset Management (BAM) vào quý IV/2013. Sau giao dịch này,

nhóm chủ sở hữu mới đang tiến hành những bước đi đột phá nhằm tạo ra diện mạo mới cho IAE.

TIỀN KHÔNG PHẢI CHÌA KHÓA VẠN NĂNG

Khi có ý định M&A, các nhà đầu tư đã nghiên cứu, thẩm định rất kỹ "con mồi" của mình. Bên cạnh đó, tài chính cũng là yếu tố then chốt quyết định sự thành, bại của một giao dịch. Trong thực tế, có nhiều trường chưa được chủ sở hữu bán lại, dù đã có những trao đổi, nhưng phát triển mạnh mẽ như Đại học Hoa Sen, Đại học Hutech, Đại học RMIT, trường phổ thông quốc tế BIS, SSIS... Có kẻ thắng ắt có người thua. Một số mô hình trường tư thục quốc tế và trong nước gặp nhiều vấn đề trong hoạt động, lấy ví dụ là German International School (trường quốc tế Đức). Cũng phải kể tới các trường song ngữ và trường thuần túy Việt Nam cũng rơi vào khó khăn, ví dụ như Olympia, Global International School hay Hanoi Academy (ở Hà Nội). Hanoi Academy có một trong các cổ đông là Công ty IDJ, cách đây nhiều năm từng "làm mưa làm gió" trong phân khúc trường phổ thông quốc tế tại Hà Nội, hiện nay dù vẫn hoạt động, song gặp khó khăn trong việc thu hút học sinh do nhiều nguyên nhân.

Theo một chuyên gia tư vấn M&A, một trong những yếu tố cơ bản để một thương vụ mua bán trường học thành công chính là tư duy của cả bên bán lẫn bên mua. Vị chuyên gia này cho biết, hiện nay đã qua thời đầu tư "ăn xổi", "luot sóng", thành công trong lĩnh vực đầu tư giáo dục phải gắn

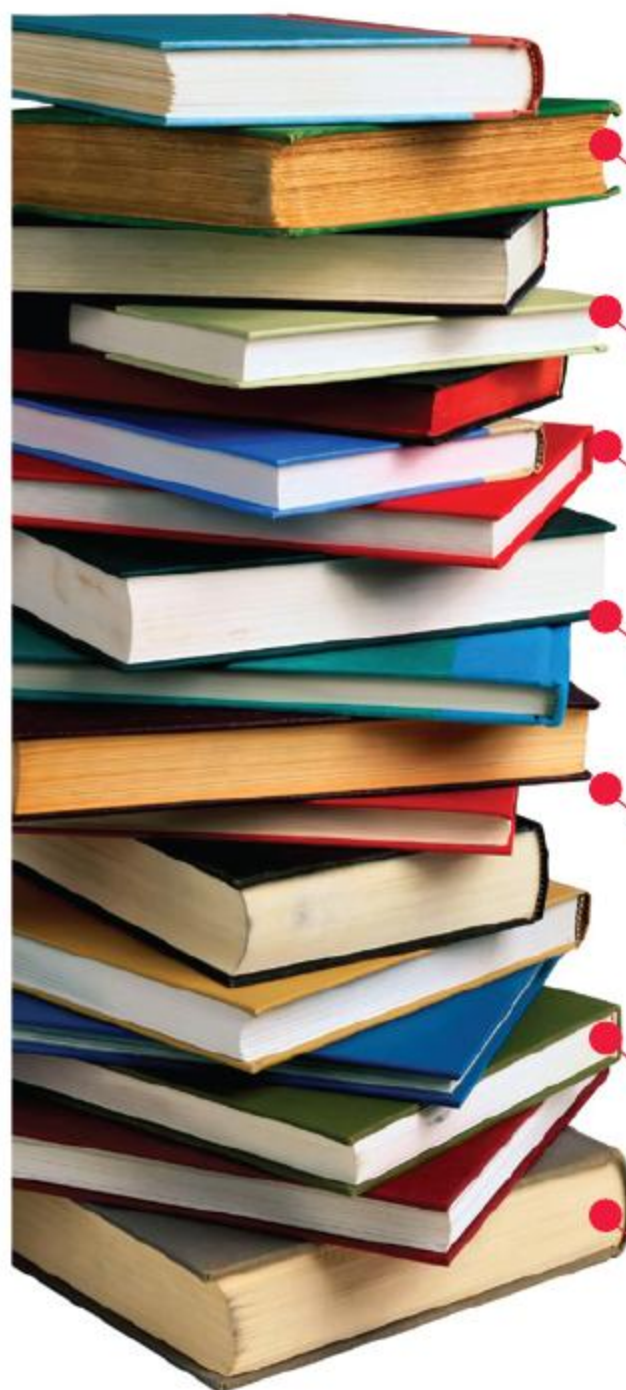
► chất với chất lượng đào tạo dài hạn của ngôi trường. Do vậy, một doanh nghiệp hay quỹ đầu tư dù có trong tay lượng tiền mặt dồi dào chưa chắc đã đảm bảo cho một thương vụ mua lại trường thành công. Lý do tiếp theo, theo phân tích của vị chuyên gia nói trên là hiệu ứng từ vòng xoáy khủng hoảng bất động sản.

“Nếu đầu tư trong giáo dục mà gấn quá nhiều vào bất động sản thì dễ “ngã ngựa”, có thể do một trong các nguyên nhân như chi phí đầu tư bất động sản quá cao, khả năng sinh lời của trường kém, không thu hút được đủ số lượng học sinh để duy trì chi phí hoạt động rất cao của bộ máy điều hành trường cũng như giáo viên”, ông nói.

Trên thế giới có không ít mô hình trường học thành công nhờ nói không với đầu tư bất động sản. Tại Mỹ, nhiều người đã nghe nói tới hệ thống đại học quốc tế Laureate - mạng lưới quốc tế hàng đầu thế giới của các trường đại học chất lượng và có tinh đổi mới. Hệ thống Laureate có hơn 60 trường được kiểm định và giảng dạy các chương trình đại học và sau đại học cho hơn 675.000 sinh viên trên toàn thế giới. Hệ thống đại học lớn này kiên quyết không đầu tư vào địa ốc mà chỉ tập trung cho chất lượng giảng dạy cũng như đầu ra của sinh viên.

Theo chia sẻ của vị chuyên gia có nhiều kinh nghiệm trong các thương vụ M&A giáo dục, một trường quốc tế hoặc tư thục muốn thành công trong M&A, cần “né” việc cạnh tranh trực tiếp với các trường công và nên tập trung vào phân khúc chất lượng cao, nhất là phân khúc quốc tế. Điều đó lý giải tại sao các nhà đầu tư khi “ngắm nghía” những trường phù hợp để tiến hành mua lại thường chọn các trường quốc tế. Chưa hết, sau khi mua thành công, chủ đầu tư mới cần nhanh chóng triển khai những công nghệ đột phá trong giảng dạy, ví dụ như bài giảng số - một thị trường ước tính có giá trị tới 500 triệu USD, theo một bài báo xuất bản hồi tháng 9/2014 trên tạp chí Forbes Việt Nam. Một trong những công ty thành công khi áp dụng bài giảng số vào giảng dạy là Ismart tại TP.HCM, hiện đang được triển khai vào giảng dạy tại hơn 30 trường học tại hai thành phố lớn là Hà Nội và TP.HCM.

Theo một nguồn tin trong giới đầu tư giáo dục tại Hà Nội, hệ thống giảng dạy Anh ngữ Apollo hiện đang triển khai tìm hiểu một số đối tác giáo dục trong nước (giáo dục đại học và cao đẳng) để tìm kiếm cơ hội đầu tư. Tương tự, một công ty Việt Nam có tiếng trong ngành hàng tiêu dùng được cho là đang xúc tiến xây dựng một trường học quốc tế giữa trung tâm Hà Nội. Trong một lần trả lời phỏng vấn DOANH NHÂN, TS. Trần Vinh Dự, Tổng giám đốc TNK Capital kiêm Phó chủ tịch IAE, cho rằng: “Xu hướng M&A trong giáo dục sẽ tiếp tục sôi động. Hình thức này sẽ giúp các nhà đầu tư giảm bớt gánh nặng tài chính và những trường học đã có uy tín, hệ thống cơ sở vật chất tại các thành phố lớn có nhu cầu giáo dục cao có



MỘT SỐ THƯƠNG VỤ M&A ĐIỂN HÌNH

HIỆN TẠI:

Apolo Education Group (APOL) đang triển khai tìm hiểu nhiều đối tác trong nước

Q IV/2013:

TNK Capital, Ismart và EQuest đầu tư vào Tổ chức giáo dục Hoa Kỳ (IAE)

Q IV/2013:

VIG đầu tư vào hệ thống trường Wellspring

Q III/2013:

Viet Capital đầu tư vào hệ thống trường quốc tế Canada (CISC)

Q III/2013:

Vingroup đầu tư xây dựng hệ thống trường liên cấp Vinschool

Q III/2013:

Cognita Holdings đầu tư vào trường quốc tế Saigon Pearls ISSP (sau khi đầu tư vào trường quốc tế Thành phố Hồ Chí Minh - ISHCMC năm 2011)

Q III/2013:

[một doanh nghiệp] [...] mua lại hệ thống trung tâm Anh ngữ ILA tại Việt Nam

NGUỒN: TỔNG HỢP

thể tạo ra các giá trị tăng thêm cho học sinh, học viên... sẽ là đích nhắm tiềm năng của các nhà đầu tư giáo dục”.

Trong thực tế, một số trường đại học chất lượng cao như Đại học Phan Châu Trinh cũng liên tục phải bù lỗ. Năm 2013, tổng số tiền lỗ của trường là 12 tỷ đồng, năm 2014 lỗ giảm xuống khoảng 3,5 tỷ đồng. Đứng trước nguy cơ bị đóng cửa, ngôi trường ở Hội An này đã phải chuyển đổi sang mô hình đào tạo phi lợi nhuận và sống sót nhờ lòng hảo tâm của một doanh nhân với hình thức tài trợ vĩnh viễn một tỷ đồng không hoàn lại và bảo lãnh ngân hàng cho trường vay 5 triệu USD. Thê thảm không kém là Đại học Văn Hiến (TP.HCM) lại rơi vào tình trạng thua lỗ mặc dù đã có nhà đầu tư mới.

Theo bà Nguyễn Thị Kiều Oanh, Chủ tịch Tập đoàn Giáo dục Khởi Nguyên - đơn vị sở hữu và vận hành hệ thống trường quốc tế Canada tại TP.HCM (bao gồm CIS Việt Nam, BCIS, CVK, hệ thống trường tiểu học, trung học cơ sở và THPT Albert Einstein), không thể mong thu lợi nhuận sớm khi đầu tư vào giáo dục. Một khi đã xác định đây là hình thức đầu tư, doanh nghiệp nên có tầm nhìn dài hạn, trung bình khoảng 10 năm, đầu tư bài bản và cam kết chất lượng với phụ huynh. **DN**

LƯU PHỐI THI VÀ GIÁC MƠ GIÚP PHỤ NỮ VIỆT NAM LÀM ĐẸP

Đến với ngành thẩm mỹ như một cái duyên, sau khi tốt nghiệp ngành xuất nhập khẩu, cô gái sinh ra ở vùng đất Bình Dương và tự lập ở Sài Gòn từ năm lớp 9 Lưu Phối Thi dự tuyển vào vị trí nhân viên xuất nhập khẩu cho một công ty thẩm mỹ ở Sài Gòn.

Với niềm đam mê cháy bỏng được giúp những người phụ nữ Việt Nam trong lĩnh vực làm đẹp, Tina (tên gọi thân mật của cô) dần trở thành người bạn, người tư vấn và đồng hành cùng các khách hàng muốn đầu tư vào bệnh viện, thẩm mỹ viện, phòng điều trị thẩm mỹ một cách chuyên nghiệp. Với những kiến thức và kinh nghiệm học hỏi được qua nhiều năm lăn lộn trên thị trường, Tina tự tin vươn xa ra thị trường ngoài nước và đã dành được sự tin tưởng, ủy nhiệm của các hãng danh tiếng như Asclepion (Đức), tập đoàn Quadra - That'so (Ý)... Hiện tại, Tina là người sáng lập viên kiêm giám đốc điều hành của công ty Pacific Ocean.

Ngoài việc phát triển kinh doanh, cô không hề quên đi niềm trân trọng lúc mới vào nghề. Chứng kiến nhiều phụ nữ gặp rất nhiều hạn chế trong việc chăm sóc sức khỏe, làm đẹp và giữ hạnh phúc gia đình, cô tâm niệm sẽ tạo nên một cộng đồng phụ nữ được tiếp cận với thông tin trung thực, sản phẩm hiệu quả, an toàn để chăm sóc bản thân. Với Tina, " Phụ nữ là đề yêu, nhưng trước tiên phải biết yêu bản thân mình. Mình đẹp, mình là người vui đầu tiên".

Hiện trên thị trường tràn lan các loại sản phẩm làm trắng nhưng lại có vô vàn trường hợp người sử dụng phải chịu hậu quả khôn lường vì sử dụng sản phẩm kém chất lượng. Nhưng làm đẹp luôn là nhu cầu chính đáng của phụ nữ. Vì thế, That'so - dòng sản phẩm cao cấp làm trắng sáng da nhanh - an toàn - hiệu quả được cam kết từ tập đoàn Quadra đã được cô nghiên cứu suốt thời gian qua và chính thức đưa về thị trường Việt Nam mới đây.

Trong thời gian tới, That'so sẽ được đưa vào tất cả trung tâm chăm sóc thẩm mỹ dành cho phụ nữ để thực hiện ước mơ này của cô.



Ảnh: P.V

XE ĐẦU KÉO MỸ
THƯƠNG HIỆU INTERNATIONAL

“CỔ XE” HOÀNG HUY CÓ THÊM ĐỘNG CƠ

Là tên tuổi được giới phân tích chứng khoán nhắc đến nhiều nhất trong thời gian gần đây, Công ty CP Đầu tư Hoàng Huy đã rơi vào tầm ngắm của không ít nhà đầu tư. **Phương Linh**

Được thành lập từ năm 2008 tại Hải Phòng với xuất phát điểm là một doanh nghiệp xã hội, tạo công ăn việc làm cho thương binh, người tàn tật, Công ty Hoàng Huy (mã CK: HHS) đăng ký ngành nghề kinh doanh chính là bán buôn, bán lẻ ô tô con, xe máy. Tuy nhiên, doanh nghiệp sau đó lại bén duyên với xe tải và phát lên nhờ buôn bán xe tải.

THAY ĐỔI ĐỂ ĐÓN ĐẦU

HHS được Tập đoàn Dongfeng (Trung Quốc) ủy quyền là nhà phân phối các dòng xe tải hạng nặng của họ tại Việt Nam. Đứng ngay sau Volvo, DongFeng là tập đoàn sản xuất xe lớn thứ hai thế giới về các dòng xe tải hạng trung và nặng. Cùng với sự bùng nổ của thị trường xe tải, HHS đã có những bước tăng trưởng ấn tượng. Nếu như năm 2012, công ty còn ghi nhận tốc độ tăng trưởng doanh thu âm 26,1% thì đến năm 2013 đã phục hồi về mức dương 7,8% và năm 2014 đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu lên đến 186%.

Vốn là một công ty gia đình, trong đó gia đình doanh nhân Đỗ Hữu Hạ, Chủ tịch HHS sở hữu cổ phần ở mức chi phối, HHS từng rất... thủ cựu. Ông Hạ là doanh nhân cùng thế hệ và có cùng xuất phát điểm (*buôn bán kinh doanh xe máy - PV*) với những doanh nhân tên tuổi của Việt Nam như Vũ Văn Tiền, Nguyễn Thị Nga, Đỗ Quang Hiến... song vì thủ cựu nên đường

như ông đã chậm một nhịp so với những đại gia này. Tuy nhiên, trong vòng 2 năm trở lại đây, người ta đã chứng kiến sự thay đổi rất lớn ở doanh nhân này, thể hiện ở những thay đổi liên tục tại HHS, mặc dù ông Hạ là doanh nhân rất kín tiếng và hầu như không xuất hiện trên thị trường. Trong khoảng thời gian này, từ quy mô vốn điều lệ 90 tỷ đồng, HHS đã tăng vốn lên hơn 300 tỷ đồng và niêm yết cổ phiếu trên HOSE. Việc đưa cổ phiếu vào giao dịch tập trung với một loạt các quy định chặt chẽ về công bố thông tin được coi như cuộc cách mạng về tư duy ở nhiều doanh nghiệp vốn đi theo mô hình quản trị công ty gia đình. Không dừng lại ở đó, HHS sau đó đã liên tục tăng vốn và hiện đã đạt quy mô vốn điều lệ 2.330 tỷ đồng. Rất nhiều chuyên gia phân tích tại các CTCK đặt câu hỏi, tại sao HHS vốn hoạt động thương mại thuần túy lại không sử dụng vốn vay ngân hàng?

Ảnh: T.L

Tuy nhiên, một nguồn tin thân cận với doanh nghiệp cho biết, nhờ không dùng vốn vay ngân

hàng, HHS đã vững vàng qua giai đoạn sóng gió của nền kinh tế hồi những năm 2011-2012, nên nguyên tắc này vẫn được công ty tuân thủ trong quá trình hoạt động. Không phụ thuộc vào vốn vay ngân hàng, ban điều hành sẽ bớt chịu áp lực và có thể lựa chọn được phương án có lợi nhất với doanh nghiệp. Song với giới chuyên kinh doanh xe, động thái tăng vốn của HHS có thể còn ẩn chứa nước cờ táo bạo khác. Cụ thể, các hãng xe tên tuổi nước ngoài, nhất là các tập đoàn lớn của Mỹ sẽ chỉ đặt mối quan hệ đối tác với những doanh nghiệp lớn, đạt đến yêu cầu nhất định về quy mô vốn, năng lực tài chính... Nhận định này đã được chứng minh là đúng trong chiến lược mở rộng kinh doanh của HHS trong năm 2015.

Từ đầu năm 2015, HHS đã thực hiện thương vụ hợp nhất táo bạo với CTCP Hoàng Giang, nhờ đó mở rộng thêm 2 dòng sản phẩm xe tải mới là Howo và Freighliner. Howo là dòng xe chuyên chở vật liệu xây dựng, do đó HHS đã gặp thời khi

590 TỶ ĐỒNG

**LỢI NHUẬN SAU
THUẾ 2015 CỦA HHS
ĐƯỢC CÁC CTCK ƯỚC
ĐẠT 590 TỶ ĐỒNG**



Hotel Equatorial
Ho Chi Minh City.
The best place
to celebrate.

3 Days 2 Nights NewYear Celebration for two at VND6,255,000++.

Complimentary upgrade to Premier room • NewYear's Eve buffet dinner at Chit Chat at the Café • Countdown party at Flo Lounge

Rate is exclusive of 10% VAT and 5% service charge • Terms & conditions apply



hotel Equatorial
HO CHI MINH CITY

► thị trường bất động sản sôi động trở lại. Đặc biệt, từ quý III/2015, HHS bắt đầu phân phối dòng xe đầu kéo Mỹ thương hiệu International loại đã qua sử dụng. Đây là dòng xe tải có giường nằm cho người lái, thích hợp cho việc vận chuyển hàng hóa các tuyến đường dài như Bắc - Nam. Xét về giá thành sản phẩm, 1 chiếc xe đang được HHS chào bán ở mức giá là 1,2 tỷ đồng (thấp hơn 40% so với 1 chiếc xe hoàn toàn mới), và được coi là mức giá khá cạnh tranh trên thị trường xe đầu kéo đã qua sử dụng. Doanh thu từ việc phân phối riêng dòng xe này được ước tính lên tới 800 tỷ đồng trong năm 2015. Tính chung, doanh thu và lợi nhuận sau thuế 2015 của HHS được các CTCK ước đạt lần lượt 4.636 và 590 tỷ đồng. Ngoài việc hoàn thiện, mở rộng hệ thống phân phối và đa dạng hóa các dòng xe mới, một động thái đáng chú ý khác của HHS là đầu tư mạnh cho mảng dịch vụ bảo trì bảo dưỡng. Hiện nay doanh nghiệp đã bắt đầu triển khai kế hoạch đầu tư dịch vụ bảo hành sửa chữa, bảo trì bảo dưỡng theo hình thức cuốn chiếu.

Cụ thể, doanh nghiệp đang tiến hành đầu tư cho 5 showroom đầu tiên và sẽ triển khai theo hình thức cấp số nhân trong các năm tiếp theo, tập trung chủ yếu ở các tỉnh thành lớn. Nếu chỉ nhìn về lợi nhuận trong ngắn hạn, đây không phải là con gà đẻ trứng vàng, do dịch vụ chỉ mang lại dòng tiền thấp và ổn định.

Song nếu nhìn xa hơn, thì cùng với hệ thống phân phối sản phẩm, dịch vụ bảo trì bảo dưỡng sẽ góp phần tạo ra chuỗi dịch vụ khép kín trong lĩnh vực ô tô. Năm 2016, HHS dự kiến sẽ thu về từ 375 tỷ đồng đến trên 750 tỷ đồng bằng cách phát hành thêm cổ phiếu cho các đại lý trong năm tới.

Tài chính chi là một đích nhắm đến, song cái đích xa hơn, nói như lời lãnh đạo HHS trong buổi giao lưu với các nhà đầu tư tại Sở Giao dịch chứng khoán TP HCM, là tạo ra sự gắn kết, cùng làm, cùng ăn với các đại lý.

CỔ XE CÓ THÊM ĐỘNG CƠ

Với tốc độ tăng vốn như vậy, một câu hỏi đặt ra với giới đầu tư là liệu HHS có thể đảm bảo được tốc độ tăng doanh thu và lợi nhuận tương ứng? Với một doanh nghiệp niêm yết, quy mô không quan trọng bằng hiệu quả kinh doanh. "Chỉ số EPS 2016 sẽ giảm đáng kể do bị pha loãng bởi đợt phát hành trong tháng 9 vừa qua cũng như kế hoạch phát hành mới trong năm tới", CTCK Rồng Việt nhận định.

Tuy nhiên, như đã đề cập, HHS đã lột xác, trong đó quan trọng nhất là tư duy của những người lãnh đạo doanh nghiệp đã có sự thay đổi.

ĐỘNG THÁI
TĂNG VỐN
CỦA HHS CÓ
THỂ CÒN ẮN
CHỮA NƯỚC
CỜ TÁO
BẠO KHÁC

Những động thái dồn dập của HHS trong năm 2015 khiến cho những ai tình ý có thể đoán định về một kế hoạch táo bạo trong tương lai. Nếu không có những chiến lược mới như hợp nhất với Hoàng Giang (giúp tăng hệ thống của hàng từ 40 lên trên 80 và mở rộng phân phối thêm 2 dòng xe mới) hay phân phối thêm dòng xe đầu kéo của Mỹ, năm 2015 HHS sẽ không thể tiếp tục đi nhanh như thế.

Vậy năm 2016, HHS sẽ có gì mới? Đến thời điểm này, HHS chưa công bố gì về kế hoạch năm 2016, ngoại trừ một phần thông tin liên quan đến kế hoạch phát hành thêm cổ phiếu cho các đại lý.

Tuy vậy, đó có thể là một chiến lược gắn với sự kiện quan trọng trong năm 2015 của CTCP Đầu tư Dịch vụ Tài chính Hoàng Huy (HHF), công ty con của Tập đoàn Hoàng Huy. Ngày 14/5/2015, Tập đoàn Hoàng Huy tổ chức đón nhận giấy chứng nhận là đại lý độc quyền duy nhất của hãng xe đầu kéo Mỹ Navistar tại Việt Nam (với thương hiệu International). Hãng này đang chiếm khoảng 20% thị phần xe tải hạng trung và hạng nặng tại Bắc Mỹ với tổng doanh thu năm 2014 đạt hơn 10 tỷ USD và tốc độ tăng trưởng các năm gần đây đều đạt 2 con số. Là đại diện chính hãng và duy nhất tại Việt Nam của Navistar, Hoàng Huy có thể phân phối xe đầu kéo mới hoặc đã qua sử dụng, dịch vụ và linh kiện thay thế. Đáng chú ý, Navistar sẽ chuyển giao công nghệ với sự hỗ trợ trực tiếp từ các chuyên gia người Mỹ sang Việt Nam để xử lý khi thải.

Bên cạnh đó, chuyên gia còn giúp cài đặt và nâng cấp phần mềm để các sản phẩm đầu kéo International tới tay người tiêu dùng Việt Nam hoạt động ổn định và tiết kiệm nhiên liệu nhất.

HHS đã có thế mạnh về phân phối, nếu có thêm mảng sản xuất và lắp ráp, Công ty sẽ hoàn thiện chuỗi dịch vụ giá trị trong ngành công nghiệp ô tô.

Tại Việt Nam, Trường Hải đã vươn lên một cách thần kỳ, vượt qua tất cả các hãng xe nổi danh nước ngoài tại Việt Nam nhờ chuỗi sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh. Khi cánh cửa hội nhập đã mở rộng, đặc biệt tới đây Việt Nam gia nhập TPP, các sản phẩm sản xuất trong nước được hưởng lợi thế về thuế khi xuất khẩu. Rất có thể Việt Nam sẽ trở thành cứ điểm của những tên tuổi nước ngoài khác trong lĩnh vực sản xuất ô tô.

Còn trước mắt, việc cả Hoa Kỳ và Việt Nam đều là thành viên của TPP sẽ giúp cho việc kinh doanh xe đầu kéo International thêm thuận lợi và hiệu quả hơn nhờ việc cắt giảm thuế quan giữa các nước thành viên. **DN**



TRI ÂN DẪN LỐI, SẢI BƯỚC THÀNH CÔNG.

Sự thành công của mỗi người không chỉ có nỗ lực bản thân, mà đằng sau đó luôn có dấu ấn của những nhân vật đặc biệt hỗ trợ dẫn lối. **Minh Phương**

Ông Shivam Misra, Tổng giám đốc Công ty TNHH Diageo Việt Nam đã chia sẻ quan điểm về hành trình chinh phục thử thách để đi đến thành công. Thú vị hơn, ông nhấn mạnh đến việc phải biết thể hiện lòng biết ơn những người đã đi đầu, hỗ trợ hết mình...

Thưa ông, ông có thể chia sẻ vì sao sự tri ân lại là yếu tố quan trọng để dẫn bước thành công?

Hãy để tôi chia sẻ một chút về việc phát động chiến dịch “Tri ân dẫn lối, sải bước thành công” tại Việt Nam. Xuất phát từ một triết lý sống, tuy đơn giản nhưng chính xác là “không ai có thể thành công một mình”, chúng tôi hiểu rằng phía sau thành công và vinh quang của mỗi người luôn có sự hiện diện của những nhân vật đặc biệt đã góp phần định hướng, nâng đỡ, truyền cảm hứng. Đó có thể là một người thân, người thầy, bạn bè, cấp trên hoặc người cộng sự - song dù đóng vai trò nào trong cuộc sống, họ đều xứng đáng nhận được sự tri ân. Trên toàn cầu, Diageo đã khởi động chiến dịch với tên gọi “*Joy will take you further*”, song tại Việt Nam, sau quá trình nghiên cứu về triết lý sống và văn hóa của người Việt, chúng tôi đã được truyền cảm hứng và tạo nên thông điệp “Tri ân dẫn lối, sải bước thành công”. Mọi mối quan hệ được xây đắp từ sự tôn trọng và lòng tri ân luôn mang giá trị bền vững, sẵn sàng đồng hành cùng mỗi người để sẵn sàng bước tới, vượt qua những thử thách dù là khó khăn nhất.

Ông kỳ vọng gì khi chọn Việt Nam cho chiến dịch “Tri ân dẫn lối, sải bước thành công”?

Suốt 15 năm qua, dự án “*Keep Walking*” (Không ngừng bước tới) của Johnnie Walker được xem là một biểu trưng cho quan điểm về sự thành công của mỗi cá nhân và hàm chứa nhiều giá trị triết lý. Giờ đây, với sự mở rộng yếu tố

“tri ân”, chúng tôi muốn tìm kiếm nhiều câu chuyện thành công dựa trên sự giúp đỡ lẫn nhau ở Việt Nam. Và chúng tôi kỳ vọng rằng, chiến dịch này khi khởi động sẽ truyền cảm hứng giúp mỗi người nhận diện và tri ân người đã, đang và sẽ giúp đỡ họ đi đến con đường thành công, từ đó, khơi nguồn cảm hứng cho nhiều câu chuyện thành công hơn tại Việt Nam trong tương lai.

Vì sao ông lại chọn Tết truyền thống Việt Nam để khởi động chiến dịch này?

Tại Việt Nam, Tết là thời điểm thuận tiện bày tỏ lòng biết ơn một ai đó đã giúp bạn tạo ra hoặc trở nên thành công. Đây cũng là ý nghĩa của sự tri ân dẫn dắt doanh nghiệp của bạn đi xa hơn trên con đường phát triển. Trên nền tảng chiến dịch mới, chúng tôi cũng giới thiệu tại thị trường Việt Nam bộ sưu tập hộp quà Tết đẳng cấp, được trau chuốt đến từng chi tiết, trong đó nổi bật là 3 tuyệt phẩm: Vàng Sơn Phú Quý, Thượng Đình Thịnh Vượng và Vạn Điều Tuyệt Mỹ. Đây xứng đáng là những món quà hoàn hảo để mọi người gửi gắm lời tri ân trong dịp Tết nguyên đán.

Ông đánh giá thế nào về cộng đồng doanh nhân Việt Nam?

Tôi thích cái cách thể hiện mối quan hệ của các doanh nhân Việt. Mối quan hệ này không đơn thuần là giao dịch kinh doanh hay tìm kiếm lợi nhuận nào đó, mà chính cái cách xây dựng tầm nhìn lâu dài thông qua tạo ra mối quan hệ sâu sắc. Và quan trọng hơn, cộng đồng doanh nhân Việt Nam có tinh thần kinh doanh dựa trên sự nắm bắt các giá trị trong mối quan hệ và chăm sóc nó như những người thân trong gia đình.

Cảm ơn ông.

THỦY SẢN HÙNG VƯƠNG CHỜ ĐỢI PHÉP MÀU

Mở rộng quy mô và lĩnh vực đầu tư, song lợi nhuận của Thủy sản Hùng Vương lại đang có xu hướng suy giảm. Vì sao? **Minh Phương**



929 TỶ ĐỒNG

LỢI NHUẬN GỘP
9 THÁNG ĐẦU NĂM
2015 CỦA THỦY
SẢN HÙNG VƯƠNG
LÀ 929 TỶ ĐỒNG

Công ty cổ phần Thủy sản Hùng Vương (mã CK: HVG) kết thúc quý III/2015 với mức doanh thu 5.855 tỷ đồng, tăng 52% so với cùng kỳ năm trước và là con số cao nhất từ trước đến nay. Số liệu này cho thấy rằng, sau chiến lược M&A, cả quy mô lẫn tốc độ tăng trưởng của Hùng Vương đã tăng lên đáng kể. Tuy nhiên, hàng loạt sức ép về chi phí, khó khăn thị trường lẫn gánh nặng nợ đầu tư đã kéo lợi nhuận của công ty này đi xuống...

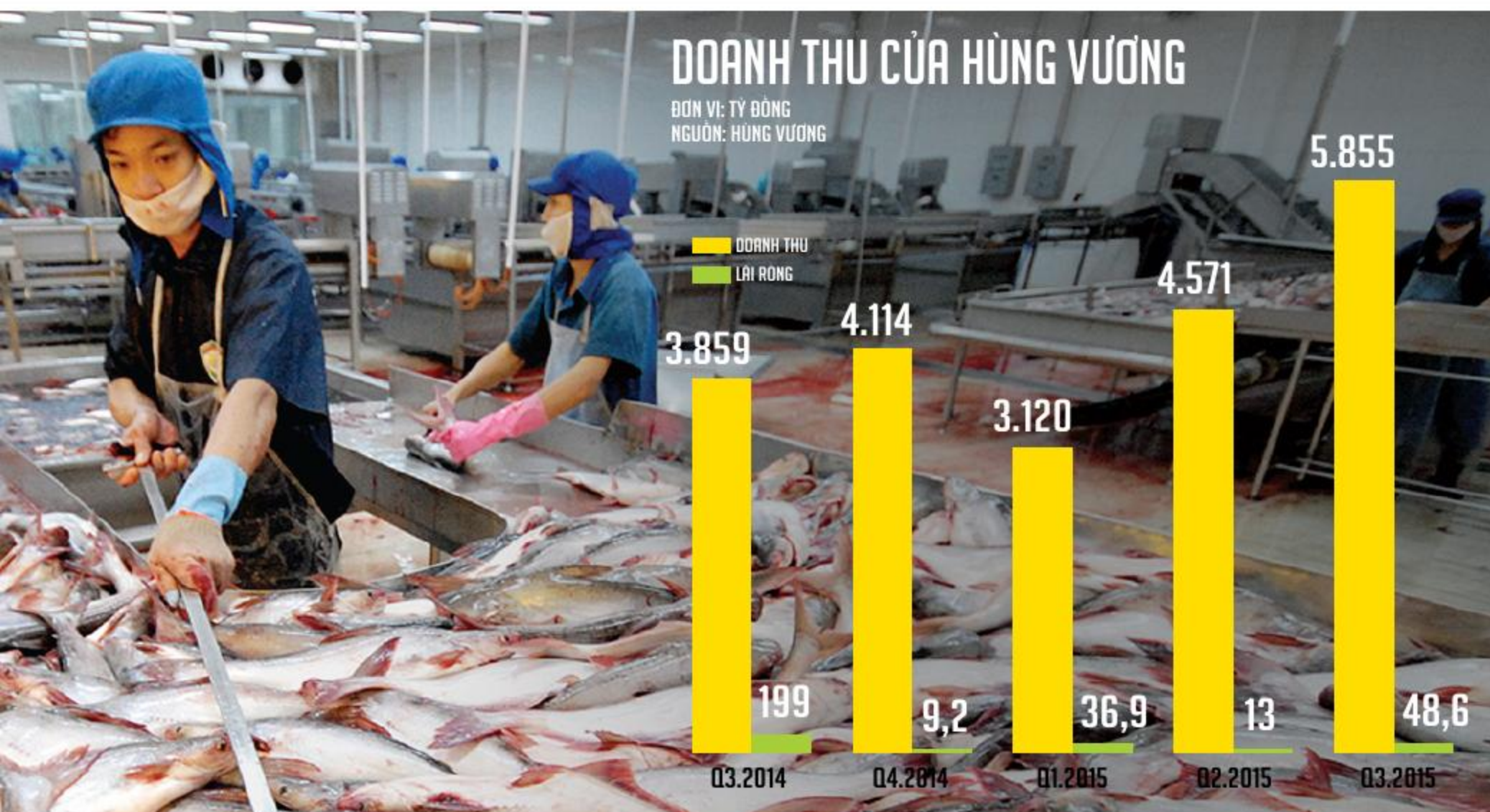
HỤT HƠI HIỆN TẠI...

Theo báo cáo tài chính của HVG, lũy kế doanh thu 9 tháng đầu năm 2015 của công ty đạt hơn 13.000 tỷ đồng, tăng hơn 3.000 tỷ đồng so với cùng kỳ và gần bằng mục tiêu đề ra trong năm 2015 là 14.000 tỷ đồng (Hùng Vương thay đổi niên độ kế toán tài chính kết thúc vào ngày 30/9/2015). Tuy nhiên, sự tăng trưởng về mặt doanh thu không đồng nghĩa lợi nhuận tăng tương ứng. Mặc dù cơ cấu doanh thu cho thấy, chiến lược chuyển hướng kinh doanh thức ăn chăn nuôi của Hùng Vương đang đi đúng hướng khi doanh thu từ nguyên liệu và thành phẩm thức ăn chăn nuôi với giá trị 7.300 tỷ đồng đã chiếm hơn một nửa doanh thu lũy kế 9 tháng. Cơ cấu doanh thu từ hoạt động xuất khẩu đạt hơn 3.800 tỷ đồng cũng đóng góp 30% trong

doanh thu lũy kế 9 tháng đầu năm 2015.

Mặc dù vậy, hàng loạt sức ép về chi phí, khó khăn thị trường cộng với gánh nặng nợ đầu tư đã kéo lợi nhuận Hùng Vương đi xuống. Doanh thu quý III/2015 rất ấn tượng, nhưng lãi ròng lại gây thất vọng khi chỉ đạt chưa đầy 50 tỷ đồng, giảm 76% so với cùng kỳ năm 2014 là 199 tỷ đồng. Kéo theo đó, lũy kế lãi ròng 9 tháng đầu năm 2015 chỉ đạt 64 tỷ đồng, con số quá nhỏ so với cùng kỳ năm trước là 344 tỷ đồng, giảm tới 81,3%. Nguyên nhân chính dẫn đến sự hụt hoi của lợi nhuận là do giá vốn hàng bán của Hùng Vương tăng nhanh không thua gì tốc độ tăng trưởng doanh thu. Tổng doanh thu 9 tháng của công ty là 13.015 tỷ đồng thì giá vốn hàng bán đã là 11.975 tỷ đồng, kéo lợi nhuận gộp chỉ còn 929 tỷ đồng.

Mặc dù mảng doanh thu từ hoạt động xuất khẩu tốt, nhưng Hùng Vương đang chịu sức ép lớn từ Mỹ khi thị trường này áp dụng thuế chống phá giá. Giá bán cá tra tại thị trường Mỹ không đổi, nhưng phải gánh thêm các khoản thuế gia tăng nên đã kéo biên lợi nhuận của mảng này suy giảm. Tại AGF, công ty con của Hùng Vương, chuyên xuất khẩu cá tra mà thị trường chủ yếu là Mỹ, do biên lợi nhuận suy giảm, trong khi lãi ròng quý I là 2,7 tỷ đồng, quý II là 6,8 tỷ đồng thì quý III phải gánh khoản lỗ gần 5 tỷ đồng. Trong khi đó, doanh thu từ hoạt động tài chính, vốn đóng góp rất lớn vào lãi ròng cho Hùng Vương



năm 2014 đã suy giảm đáng kể, năm nay chỉ còn 33 tỷ đồng so với 210 tỷ đồng. Đồng thời, các khoản chi phí bán hàng và chi phí lãi vay cũng tăng mạnh lần lượt là 409 tỷ đồng và 230 tỷ đồng đã “ăn” đáng kể vào lợi nhuận.

Tất nhiên, chi phí tài chính tăng mạnh một phần là do Hùng Vương đẩy mạnh đầu tư, mở rộng xây dựng nhiều dự án mới, mà gần đây nhất là đầu tư vào mảng chăn nuôi với tổng giá trị lên đến 2.000 tỷ đồng. Hùng Vương cũng có gánh nặng nợ vay khá lớn, đặc biệt các khoản nợ vay ngắn hạn ngày càng phình to. Chỉ trong vòng 9 tháng đầu năm nay, doanh nghiệp đã vay thêm gần 4.000 tỷ đồng, nâng tổng nợ vay ngắn hạn lên hơn 11.000 tỷ đồng. Bán được hàng nhưng HVG lại vất vả trong việc... thu tiền, khi khoản phải thu của khách hàng lên đến 5.310 tỷ đồng. Điều này khiến Hùng Vương mất nhiều chi phí cơ hội đầu tư, do nguồn tiền mặt bị khách hàng chiếm giữ khiến công ty phải vay vốn để đầu tư và gánh chịu lãi vay. Ngoài ra, hàng tồn kho của Hùng Vương cũng lên tới gần 5.000 tỷ đồng (tính đến 30/9/2015)...

TƯƠNG SÁNG TƯƠNG LAI?

Mặc dù gặp nhiều khó khăn hiện tại, nhưng các nhà phân tích cho rằng, tương lai của doanh nghiệp này có nhiều điểm sáng. Nếu như kinh doanh cá tra đang gặp khó thì việc thu mua được

THEO CÔNG TY CHỨNG KHOÁN MAYBANK KIMENG, CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ MỚI SẼ NÂNG CAO KHẢ NĂNG CHỦ ĐỘNG SẢN XUẤT CHO DOANH NGHIỆP, NHẤT LÀ TỪ NĂM 2016

Công ty cổ phần Thực phẩm Sao Ta (FMC) - một doanh nghiệp hàng đầu về tôm đang ăn nên làm ra - đã đem lại nhiều lợi ích lớn trong việc hợp nhất lợi nhuận. Lãi ròng quý III/2015 của FMC đạt gần 45 tỷ đồng, mức tăng rất cao so với các quý trước (chi dao động quanh con số 10 tỷ đồng). FMC cũng đặt kế hoạch lợi nhuận sau thuế năm 2016 là 110 tỷ đồng. Sự tự tin của FMC có cơ sở là các ưu đãi thuế quan bắt đầu có hiệu lực.

Bên cạnh đó, các hiệp định FTA như: Liên minh Hải quan giữa Việt Nam với EU và Việt Nam với Nga -Belarus -Kazakhstan cũng sẽ tác động tích cực đến sản lượng xuất khẩu của cá tra Việt Nam. Thị trường Nga vốn là thị trường xuất khẩu quan trọng của Hùng Vương trong thời gian gần đây, chiếm 9% doanh thu xuất khẩu trong năm 2014, tương đương 19,7 triệu USD, chỉ sau thị trường Hoa Kỳ. Hùng Vương đã đầu tư nhà máy sản xuất cá tra ngay tại Nga nhằm gia tăng biên lợi nhuận, do tiết giảm được nhiều chi phí.

Bên cạnh đó, trong năm 2015, Hùng Vương cũng hoàn tất đầu tư xây mới và mở rộng thêm 3 nhà máy chế biến cá tại Tiền Giang, Sa Đéc và Bến Tre, 2 nhà máy chế biến tôm ở Sóc Trăng và 1 kho lạnh tại Bạc Liêu. Theo phân tích của Công ty Chứng khoán Maybank Kimeng, các dự án này khi hoàn thành sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực và chủ động sản xuất, nhất là từ năm 2016 trở đi. **DN**

KHOI MẠCH BẤT ĐỘNG SẢN CÔNG NGHIỆP

Nếu như trước đây, phân khúc bất động sản công nghiệp được xem là khúc xương khó nhằn đối với các nhà đầu tư vì khả năng sinh lời không cao thì nay, những quỹ đất rộng để phát triển công nghiệp đang được chú ý. **Bình Nguyên**

Những thông tin dồn dập đến từ việc ký kết các hiệp định thương mại tự do, trong đó Việt Nam là một thành viên đã thổi luồng gió mới vào phân khúc bất động sản công nghiệp, nhằm đón đầu làn sóng đổ bộ của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI).

KÍCH HOẠT NHỜ TPP

Theo nhận định của Cushman & Wakefield Việt Nam, nước ta đang nhanh chóng trở thành điểm đến công nghiệp hàng đầu trên thế giới, do chi phí nhân công thấp và nằm trong khu vực lưu thông hàng hải huyết mạch giữa châu Âu và châu Mỹ. Nhiều doanh nghiệp nước ngoài đang tìm đến Việt Nam do tốc độ công nghiệp hóa nhanh chóng, tạo điều kiện để hình thành một xu thế bất động sản mới; trong đó bao gồm sự xuất hiện phổ biến của lĩnh vực cho thuê nhà máy, kho bãi. Các đơn vị sản xuất cũng như logistics cũng sẽ chuyển mình nên quỹ đất dành cho hoạt động này đang thực sự cần thiết. Ông Jonathan Tizzard, Giám đốc bộ phận Nghiên cứu và Thẩm định giá của Công ty Cushman & Wakefield Việt Nam, phân tích: "Nếu chúng ta nhìn vào các thị trường mới nổi trong khu vực như Indonesia, Philippines và Thái Lan thì Việt Nam đã nhận được 17% trong tổng vốn đầu tư nước ngoài trực tiếp (FDI) đổ vào bất động sản. Indonesia chỉ nhận được 10% do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, Philippines và Thái Lan có tỷ lệ lần lượt là 29% và 45%. Tôi tin rằng, Việt Nam

ĐỂ PHÂN
KHÚC BẤT
ĐỘNG SẢN
CÔNG NGHIỆP
THỰC SỰ
THU HÚT ĐẦU
TƯ THÌ CÒN
NHIỀU ĐIỂM
NGHẸN PHẢI
KHƠI THÔNG



vẫn là thị trường rất tiềm năng để đầu tư và tỷ lệ thu hút vốn đầu tư trong lĩnh vực này sẽ được cải thiện trong thời gian không xa”.

Điều này cho thấy, chỉ trong 10 tháng đầu năm 2015, nhiều doanh nghiệp lớn trong khu vực và thế giới đã ồ ạt chuyển dòng vốn đầu tư sang Việt Nam mà trước hết là TP.HCM - trung tâm vùng kinh tế trọng điểm phía Nam phát triển rất sôi động. Các chuyên gia bất động sản nhận định, nhiều tập đoàn đa quốc gia đang chuyển hướng đầu tư rời khỏi Trung Quốc và cân nhắc một địa điểm đầu tư mới trong đó có Việt Nam. Nếu như trước đây các doanh nghiệp quốc tế đầu tư vào bất động sản chủ yếu lựa chọn Indonesia hay Malaysia, thì đến nay họ đã để ý thêm Việt Nam. Nguyên nhân là nền kinh tế Việt Nam đang phục hồi, cùng với chính sách mở cho bất động sản đã khiến cơ hội phát triển loại hình này cũng rõ ràng hơn.

17%

TỶ LỆ VỐN FDI ĐỔ VÀO
BẤT ĐỘNG SẢN
CHIẾM 17% TỔNG VỐN
ĐẦU TƯ ĐĂNG KÝ

NHỮNG MÀN KHỞI ĐỘNG ẮN TƯỢNG

Thống kê của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy đang có sự "bùng nổ" các khu công nghiệp với 87 dự án mới đang trong giai đoạn xây dựng, tương đương khoảng 41% số khu công nghiệp hiện hữu (212 khu công nghiệp với tổng diện tích 60.000 ha). "Siêu" dự án bất động sản công nghiệp của Becamex đã được khởi công xây dựng trước khi thông tin về vòng đàm phán cuối cùng của TPP được công bố vài tuần. Đó là Dự án Khu liên hợp Công nghiệp và Đô thị Becamex - Bình Phước với quy mô hơn 4.633 ha, tổng mức đầu tư hơn 21.000 tỷ đồng. Bên cạnh đó, dự án Khu công nghệ môi trường xanh cũng đã được UBND tỉnh Long An cấp phép cho triển khai với tổng vốn giai đoạn I là 450 triệu USD (khoảng 9.900 tỷ đồng).

Không chỉ các doanh nghiệp nội địa tận dụng quỹ đất của mình, các nhà đầu tư nước ngoài có thâm niên hoạt động ở Việt Nam cũng nhanh chóng vào cuộc. Đáng kể nhất là dự án khu công nghiệp rộng 410 ha, trị giá 282 triệu USD tại Long Thành (Đồng Nai), do Tập đoàn Amata (Thái Lan) làm chủ đầu tư. Trước đó, Tập đoàn Sumitomo (Nhật Bản) cũng đã ký biên bản ghi nhớ đầu tư Khu công nghiệp Thành Long III (Vĩnh Phúc) với quy mô gần 300 ha, vốn đầu tư dự kiến 135 triệu USD. Tập đoàn Mapletree (Singapore) đã cam kết đầu tư khoảng 1 tỷ USD cho việc phát triển các khu công nghiệp, tòa nhà văn phòng và căn hộ tại Việt Nam trong thời gian tới...

Điều đặc biệt là ngoài những đơn vị có kinh nghiệm trong lĩnh vực đầu tư bất động sản công nghiệp thì các doanh nghiệp chuyên phát triển nhà ở thương mại cũng bắt đầu lấn sân qua phân khúc bất động sản công nghiệp. Diễn biến mới nhất trên thị trường bất động sản TP.HCM là việc Công ty cổ phần Đầu tư và Kinh doanh Nhà Khang Điền (mã CK: KDH) đã hoàn tất vụ thầu tóm Công ty cổ phần Đầu tư xây dựng Bình Chánh (mã CK: BCI) chỉ trong thời gian ngắn, khiến dư luận khá bất ngờ. Tuy nhiên, giới thạo tin cho hay, quỹ đất lớn của BCI là miếng mồi ngon với KDH. Cũng phải nói thêm, KDH đang có tham vọng mở rộng quỹ đất để có thể gia tăng các dự án trong thời gian tới. Và khi trở thành cổ đông lớn nhất của BCI, KDH có điều kiện thuận lợi nhất để hưởng lợi từ quỹ đất lớn tại khu vực Tây Nam TP.HCM của BCI, trong đó có Khu Công nghiệp Lê Minh Xuân, để mở rộng danh mục đầu tư. **DN**



PHÚ LONG VÀ HÀNH TRÌNH "BIẾN ĐÀM LẦY THÀNH KHU ĐÔ THỊ HIỆN ĐẠI"

Dải đất hoang sơ, bạt ngàn lau sậy dân cư thưa thớt đã được hồi sinh, thay đổi diện mạo với những công trình nguy nga, hiện đại, những căn biệt thự sang trọng, cao ốc tài chính văn phòng nhộn nhịp, những dãy căn hộ cao cấp mọc lên san sát...

"LỊCH SỬ" HÌNH THÀNH CỦA THÀNH PHỐ RỒNG

Một thập kỷ trước, Công ty CP Địa ốc Phú Long đã ra đời với sứ mệnh "đánh thức năng công chúa ngủ quên", biến vùng đất Nam Sài Gòn thành một khu đô thị đáng sống nhất Việt Nam với tên gọi Dragon City - Thành phố mới tại Nam Sài Gòn.

Cuối năm 2007, Công ty Phú Long chính thức công bố ra thị trường khu đô thị Dragon City có quy mô 65ha, nằm trải dài 7km mặt tiền đường Nguyễn Hữu Thọ, bao gồm 5.000 căn hộ, 600 căn biệt thự và khu văn phòng, trung tâm thương mại, công viên cây xanh với hệ thống hạ tầng kỹ thuật đồng bộ hiện đại, được thiết kế bởi các chuyên gia tư vấn hàng đầu của Singapore. Thời điểm đó, thị trường bất động sản đang nóng sốt và nhiều người vẫn đặt câu hỏi, liệu Dragon City có thể cạnh tranh được với những dự án đã tạo dựng được tên tuổi hay không? Nhưng Phú Long đã bỏ ra nhiều tâm huyết, tri tuệ để phát triển, chăm chút tỉ mỉ từ phương án thiết kế theo các chuẩn mực quốc tế về kiến trúc, kết cấu, cơ điện, môi trường, công trình xanh, đến chất lượng xây dựng phải đảm bảo như cam kết cũng như các hoạt động quản lý, vận hành, hậu mãi một cách bài bản, chuyên nghiệp. Sau 10 năm kiến tạo, Phú Long đã biến vùng đất sinh lầy năm xưa thành miền đất lành với không gian thanh bình, ấm cúng, môi trường sống lý tưởng, đáp ứng nhu cầu nhà ở của hơn 20.000 cư dân.

Giờ đây, khu đô thị Dragon City thay đổi diện mạo từng ngày với nhiều công trình nguy nga, hiện đại, đã và đang hoàn thành, đưa vào sử dụng như: Khu biệt thự cao cấp Kim Long, Khu biệt thự phố kinh doanh Ngân Long, Cao ốc tài chính văn phòng PVGas Tower, Khu căn hộ Phú Hoàng Anh, Khu phức hợp căn hộ Dragon Hill Residence and Suites 1, Khu biệt thự song lập vườn Dragon Parc 1 cùng một số dự án đang triển khai xây dựng như: Khu căn hộ Dragon Hill Residence and Suites giai đoạn 2, Dragon Parc Villas 2...

Dragon City không chỉ thu hút cư dân về sinh sống tập nập mà còn tập trung các doanh nghiệp, tổng công ty lớn về hoạt



NHỮNG CƯ DÂN TƯƠNG LAI CỦA DRAGON CITY

động kinh doanh như: Tổng công ty khí Việt Nam (PVGas), Tổng công ty tư vấn thiết kế dầu khí (PVE), các công ty con trong tập đoàn dầu khí Việt Nam và hệ thống các ngân hàng lớn: Agribank, Vietcombank, Sacombank, BIDV... tạo nên sự sầm uất và nhộn nhịp cho cả khu vực.

ĐẦU AN 10 NĂM VÀ HÀNH TRÌNH ĐI TỚI

Với sự đóng góp tích cực của Công ty CP Địa ốc Phú Long, khu đô thị Nam Sài Gòn đã trở thành khu vực phát triển năng động nhất của Thành phố Hồ Chí Minh.

Ông Phùng Chu Cường, Tổng giám đốc Công ty Phú Long chia sẻ: "Là một doanh nghiệp chuyên hoạt động



RẤT NHIỀU KHÁCH HÀNG QUAN TÂM ĐẾN DỰ ÁN CỦA PHÚ LONG TẠI DRAGON CITY FESTIVAL 2015



trong lĩnh vực bất động sản, mục tiêu của Phú Long là mang lại cho khách hàng môi trường sống, làm việc và nghỉ dưỡng hiện đại, sang trọng, tiện nghi thông qua những dự án bất động sản được thiết kế, xây dựng một cách chuẩn mực, tiêu chuẩn quốc tế, có kiến trúc đẹp, sang trọng, giao hòa với thiên nhiên, có chất lượng cao thực sự với mức giá hợp lý để mỗi căn nhà vừa là nơi cư trú lý tưởng, vừa mang lại giá trị gia tăng bền vững, lâu dài”

Không chỉ tập trung cho công tác thiết kế, xây dựng, Phú Long còn chú trọng công tác dịch vụ hậu mãi, chăm sóc khách hàng, chọn các đơn vị chuyên nghiệp như CBRE, Savill để tham gia công tác quản lý vận hành các dự án sau khi hoàn

thành đưa vào sử dụng. Với mong muốn kiến tạo nên một cộng đồng dân cư có dân trí cao, văn minh, nâng cuộc sống đến một tầm cao mới, năng động mà vẫn mang đậm tinh nhân văn, Phú Long cũng thường xuyên tổ chức các hoạt động văn hóa, đem đến những giá trị tinh thần phong phú và tạo sự gắn kết trong cư dân đang sinh sống tại KĐT Dragon City như: Đại Lễ Vu Lan, Đêm hội trăng rằm, lễ hội Giáng sinh và Năm mới, chợ Tết, Sài Gòn những ngày chay ngon...

Sau 10 năm hoạt động, Phú Long đã và đang khẳng định uy tín thương hiệu trên thị trường bất động sản. Nhắc đến Phú Long là nhắc đến nhà phát triển bất động sản có tâm,



BÀ PHAN THỊ MỸ LINH, THỦ TRƯỞNG BỘ XÂY DỰNG TRAO BẰNG KHEN CHO CÔNG TY CP ĐỊA ỐC PHÚ LONG TẠI LỄ KỶ NIỆM 10 NĂM THÀNH LẬP. THỦ TRƯỞNG ĐÁNH GIÁ CAO CHẤT LƯỢNG CÁC CÔNG TRÌNH CỦA PHÚ LONG VÀ TIN TƯỜNG RẰNG PHÚ LONG SẼ TIẾP TỤC ĐÓNG GÓP NHIỀU HƠN NỮA CHO SỰ PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG, XÃ HỘI.

có tâm với triết lý "xây nhà không chỉ là nơi để ở mà còn là nơi tạo dựng cuộc sống với giá trị mãi sinh sôi", sản phẩm được khách hàng yêu thích, tin cậy lựa chọn.

Đánh dấu chặng đường 10 năm phát triển, Phú Long cam kết sẽ tiếp tục xây dựng và hoàn thiện đồng bộ khu đô thị Dragon City trở thành môi trường sống lý tưởng nhất cho khách hành. Bên cạnh đó, Phú Long sẽ tập trung nguồn lực để "bước tới" giai đoạn mới, mở rộng đầu tư sang phân khúc bất động sản nghỉ dưỡng mà tâm điểm là khu nghỉ dưỡng Sài Gòn Sovico Phú Quốc rộng 205ha. Tại đây Phú Long cùng các đối tác sẽ phát triển một khu nghỉ dưỡng theo tiêu chuẩn quốc tế nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn và hướng thụ ngày càng tăng của du khách, đón đầu cơ hội phát triển du lịch đang cực kỳ sôi động trên hòn đảo xinh đẹp bậc nhất châu Á này. Với những định hướng phát triển sắp tới, Phú Long sẽ tiếp tục ghi thêm nhiều dấu ấn đậm nét trên thị trường, để vươn mình hướng tới mục tiêu trở thành một trong những nhà phát triển dự án bất động sản hàng đầu Việt Nam.

CÔNG TY CP ĐỊA ỐC PHÚ LONG

- 41 Nguyễn Văn Linh, Quận 7, Tp.HCM
- Hotline: 08 54 12 18 18

HẠT ĐIỀU VIỆT LÀM CHỦ SÂN CHƠI THẾ GIỚI

Trong khi nhiều mặt hàng nông sản gặp khó thì ngành điều Việt Nam không chỉ gia tăng về sản lượng và giá trị xuất khẩu, mà còn là ngành chế tạo được máy móc thiết bị chế biến trong nước và xuất khẩu ra nước ngoài. **Minh Phương**

Hiện nay, cả nước có khoảng 10 doanh nghiệp Việt Nam đã xuất khẩu được máy móc thiết bị trong ngành điều ra thị trường nước ngoài. Những doanh nghiệp này chủ yếu xuất khẩu sang các nước sản xuất hạt điều tại châu Phi. Đáng chú ý, trước đây Việt Nam nhập khẩu máy móc từ Ấn Độ, nhưng giờ nước này lại mua máy móc của Việt Nam.

LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ

Nếu như cách đây 4-5 năm, đa số doanh nghiệp Việt Nam phải nhập khẩu máy móc chế biến điều từ nước ngoài thì giờ đây, nhiều doanh nghiệp đã làm chủ được công nghệ sản xuất máy móc phục vụ cho ngành điều sản xuất và kinh doanh. So về giá thành, giá máy móc Việt Nam chỉ bằng 50-80% giá máy móc nhập khẩu. Ông Nguyễn Xuân Khôi, Giám đốc Công ty Khuôn máy Việt, công ty sản xuất máy móc của ngành điều cho biết, nếu trước đây một cái máy bóc vỏ lụa mua từ Ý có giá tới 27.000 Euro (tương đương gần 650 triệu đồng tính theo tỷ giá hiện nay) thì hiện tại, doanh nghiệp chế biến điều xuất khẩu chỉ phải bỏ ra 250 triệu đồng cho một chiếc máy do Việt Nam chế tạo.

Theo ông Nguyễn Đức Thanh, Chủ tịch Hiệp hội Điều Việt Nam (Vinacas), nhiều loại máy móc chế biến hạt điều được Công ty Khuôn máy Việt chế tạo có những tính năng không thua kém các máy móc hiện đại của Ý, Ấn Độ. Chẳng hạn, máy bóc vỏ lụa đạt tỷ lệ hạt tróc vỏ cao hơn, thời gian sạch hơn máy nhập từ Ý. Máy cắt vỏ hạt điều trong nước có độ bung nhân đạt tỷ lệ cao nhất hiện nay 90%, 10% còn



lại là do hạt điều bị dị dạng, như vậy có thể nói đạt độ chính xác đạt xấp xỉ 100%.

Doanh nghiệp chế tạo máy móc ngành điều còn chế tạo được những máy móc có độ khó, độ chính xác cao như máy sấy, máy đo độ ẩm, máy dò kim loại, máy xử lý hạt, ngâm ủ, cắt vỏ lấy nhân, sấy nhân từ độ ẩm 9% còn 3%, bóc vỏ lụa, phân tách màu, phân tách cỡ hạt, khử trùng, đóng gói thành phẩm... Đồng thời những máy móc phục vụ chế biến sâu những sản phẩm có giá trị gia tăng cao như máy rang, máy

VIỆT NAM
XUẤT KHẨU
NHÂN ĐIỀU
LỚN NHẤT
THẾ GIỚI VÀ
SẢN XUẤT
MÁY MÓC CHẾ
BIẾN NHÂN
ĐIỀU CHO
NHIỀU NƯỚC



GIÁ MÁY BÓC VỎ
LỤA ĐIỀU CỦA VIỆT
NAM CHỈ BẰNG
50-80% SO VỚI GIÁ
MÁY NHẬP NGOẠI

chiến để làm những
sản phẩm hạt điều
rang muối, điều chiên,
điều snack... “Không chỉ

thỏa mãn nhu cầu chế tạo phục
vụ sản xuất, kinh doanh trong

nước, hiện nay có khoảng 10 doanh nghiệp Việt
Nam đã xuất khẩu được máy móc thiết bị ngành
điều ra nước ngoài. Chủ yếu xuất khẩu sang các
nước sản xuất hạt điều tại châu Phi. Đáng chú ý,
trước đây Việt Nam nhập khẩu máy móc từ Ấn
Độ, nhưng giờ nước này lại mua máy móc Việt
Nam”, ông Thanh cho biết.

VƯƠN RA CHIẾM LĨNH THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Theo ông Phạm Văn Công, Phó chủ tịch
Vinacas, khoa học công nghệ giữ vai trò rất quan
trọng trong quy trình sản xuất hạt điều. Để hoàn
thiện quy trình chế biến điều bằng máy, ngành
điều Việt Nam đã và đang tiếp tục cải tiến, hoàn
thiện công nghệ phù hợp cho từng công đoạn để
đạt hiệu quả cao. Với công nghệ và sự ra đời của
các thiết bị bóc vỏ lụa, máy cắt tách vỏ hạt điều,

VỚI CÔNG NGHỆ,
THIẾT BỊ MÁY
MÓC HỖ TRỢ,
NGÀNH ĐIỀU
VIỆT NAM
CÓ NHỮNG LỢI
THẾ VƯỢT TRỘI

GIẢM LAO ĐỘNG

70 - 80%

GIẢM CHI PHÍ SẢN XUẤT

30 - 40%

GIẢM THỜI GIAN CHẾ BIẾN

30 - 50%

máy phân loại màu, máy phân loại kích cỡ...
doanh nghiệp ngành điều đã giảm được hơn 70
- 80% lao động, nâng công suất chế biến tăng
thêm 1,5 lần, giảm chi phí sản xuất 30 - 40% so
với thủ công, giảm 30 - 50% thời gian trong các
công đoạn chế biến, giúp chủ động thời gian
sản xuất, đảm bảo việc giao hàng, tỷ lệ nhân vỏ
giảm còn 5% so với gần 20% trước đây.

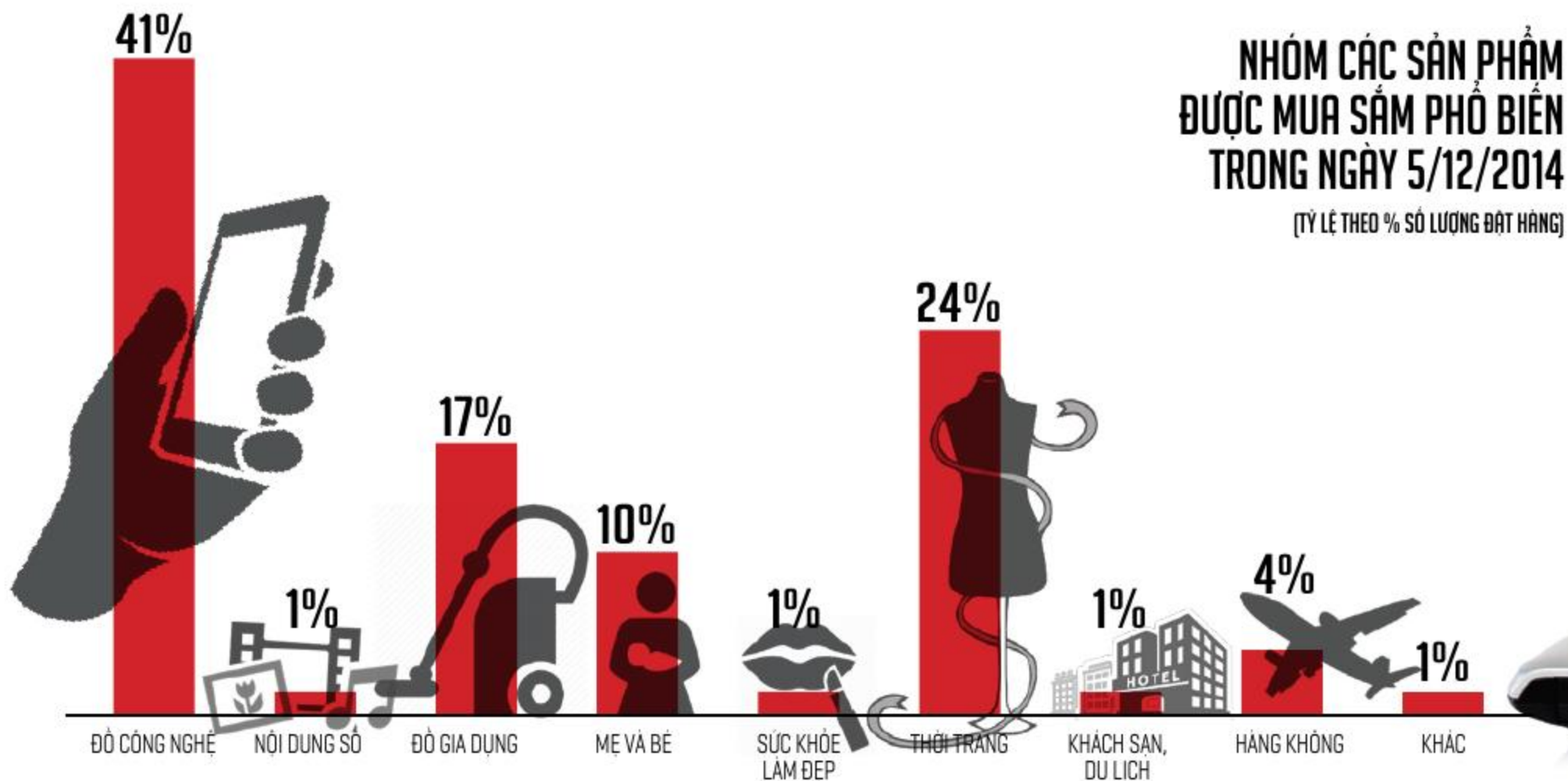
Sự phát triển của ngành công nghệ máy
móc cho điều Việt Nam là do doanh nghiệp chế
biến hạt điều đã liên kết với các doanh nghiệp
cơ khí trong nước để nghiên cứu chế tạo thành
công máy móc, thiết bị. Chẳng hạn, Vinacas
còn có ban khoa học công nghệ để liên kết
với các doanh nghiệp ngành cơ khí, các viện,
trường đào tạo... để nghiên cứu cải tiến máy
móc, thiết bị, công nghệ trong chế biến hạt
điều. Ngoài ra lợi thế của doanh nghiệp Việt
Nam là nước có ngành điều phát triển nên có
thể nghiên cứu chế tạo công nghệ phù hợp với
các công đoạn sản xuất chế biến hạt điều, giúp
gia tăng giá trị sản phẩm, giá thành cạnh tranh
hơn và nâng cao hiệu quả kinh tế.

Ông Babatola Faseru, Phó chủ tịch Liên hiệp
hội Điều châu Phi khẳng định, Việt Nam là trung
tâm của cộng đồng doanh nghiệp điều toàn cầu.
Bởi Việt Nam không chỉ là nước chế biến nhân
điều xuất khẩu lớn nhất thế giới mà quan trọng
hơn, Việt Nam còn là nước sản xuất các thiết
bị giúp cơ giới hóa ngành chế biến nhân điều
cho nhiều nước. Năm 2015, trong lúc nhiều mặt
hàng nông sản gặp khó khi xuất khẩu thì sản
phẩm nhân điều vẫn gia tăng về sản lượng và
kim ngạch xuất khẩu. Theo Trung tâm Thông tin
công nghiệp và thương mại (Bộ Công Thương),
tính đến 9 tháng đầu năm 2015, kim ngạch xuất
khẩu điều cả nước ước đạt 1,78 tỷ USD, tăng
20,62% so với cùng kỳ năm trước. Thị trường
xuất khẩu chính của hạt điều Việt Nam gồm:
Hoa Kỳ, Hà Lan và Trung Quốc, chiếm lần lượt
36,29%, 12,56% và 12,32% tổng giá trị xuất khẩu.

Các thị trường có tốc độ tăng kim ngạch
xuất khẩu mạnh là Đức với 79,7%, Thái Lan
51,38%, Hoa Kỳ 35,33%, Hà Lan 33,67% và Các
tiểu Vương quốc Ảrập thống nhất 22,01%.
Theo Vinacas, năm nay kim ngạch ngành điều
xuất khẩu sẽ đạt 2,5 tỷ USD, bao gồm nhân
điều 2,3 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay,
còn lại là dầu điều và sản phẩm chế biến sâu.
Không chỉ 10 năm liên tục dẫn đầu về xuất
khẩu, ngành điều còn duy trì thị phần trên
50% tổng giá trị thương mại nhân điều toàn
cầu trị giá khoảng 5 tỷ USD/năm. **DN**

BÙNG NỔ MUA SẮM TRỰC TUYẾN

Việt Nam đang ở giai đoạn khởi đầu của kỷ nguyên thương mại điện tử và nhiều doanh nghiệp đang đầu tư vào lĩnh vực còn nhiều dư địa tăng trưởng này. **Lê Dung**



“Năm ngoài, chiến dịch mua sắm trực tuyến đã mang về doanh số 7,5 triệu USD cho các doanh nghiệp. Chúng tôi đặt kỳ vọng con số này sẽ tăng lên 25 triệu USD trong mùa thứ 2 này”, ông Nguyễn Ngọc Dũng,

Phó tổng thư ký Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, Vecom, Trưởng đại diện tại TP.HCM, chia sẻ.

DOANH SỐ TĂNG CHÓNG MẶT

Dù chưa có báo cáo doanh số cuối cùng của ngày hội mua sắm trực tuyến 2015, nhưng nhiều

doanh nghiệp tỏ ra lạc quan bởi lẽ, nếu căn cứ vào ngày mua sắm trực tuyến năm 2014 (5/12/2014), đã có hơn 1.000 doanh nghiệp tham gia với 3.226 sản phẩm khuyến mãi. Tổng giá trị hàng hóa giao dịch trong ngày này ước tính đạt 154 tỷ đồng (7,5 triệu USD), tăng 2,48 lần so với ngày trung bình trong năm. Tổng số đơn hàng ước tính khoảng 160.055 đơn hàng, tăng 3,18 lần so với ngày trung bình trong năm. Rất nhiều doanh nghiệp tham gia Ngày mua sắm trực tuyến năm 2014 đã gặt hái được những kết quả kinh doanh vượt ngoài mong đợi. Bà Jung Su Eui, Giám đốc điều hành trang Thương mại điện tử Yes24 Việt Nam cho biết, mặc dù chưa có sự chuẩn

bị chu đảo trong mùa 2014, nhưng trang web này đã ghi nhận doanh số tăng gấp đôi ngày thường.

Nhận thấy hiệu quả của chiến dịch này, năm nay, Yes24 đã có sự chuẩn bị chu đáo hơn để sẵn sàng hái trái ngọt. Trang thương mại điện tử này đã chủ động đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi và nhiều ưu đãi hấp dẫn như tặng coupon mua hàng, miễn phí vận chuyển rồi nhân đôi điểm tích lũy. “Chỉ riêng ngày 4/12/2015, doanh số của chúng tôi đã tăng gấp 4 lần so với ngày thường”, bà Jung Su Eui chia sẻ. Cho đến thời điểm hiện tại (ngày 9/12), lượng truy cập vào Yes24 đã tăng 73%, doanh số tăng 6,5 lần so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong khi đó, ông Jose Finch, Giám đốc điều hành Zalora Việt Nam, cho biết: “Chương trình Online Fever năm đầu tiên 2014 đã mang lại những thành quả vượt trên mong đợi, với số lượt truy cập và doanh số bán hàng của riêng ngày 12/12/2014 đã gấp 10 lần một ngày bán lẻ trực tuyến thông thường”. Với kết quả kinh doanh vượt mong đợi này, năm 2015, Zalora đã tổ chức chương

trình Online Fever với sự hợp tác của hơn 50 đối tác về thương mại điện tử và bán lẻ tại Việt Nam, cung cấp hơn 1.000 chương trình khuyến mãi khác nhau trong 4 ngày cao điểm của đợt mua sắm. Ngày 9/12, phía Zalora cho biết, chỉ sau 10 tiếng của ngày đầu tiên của Online Fever, số lượng order đã tăng gấp 10 lần so với cùng thời điểm của ngày bình thường. “Trên website zalora.vn nhận thấy có 2 đợt tăng đột biến về lượng truy cập, đó là vào lúc nửa đêm và tầm khoảng 10 giờ sáng. Ngoài ra, một điểm thú vị nữa là lượng truy cập chỉ tăng khoảng 60%, điều này chứng tỏ khả năng chuyển hóa thành đơn hàng trên lượng truy cập là cao”, ông Jose Finch cho hay.

NGÀY 9/12,
CHỈ SAU
10 TIẾNG,
SỐ LƯỢNG
ORDER ĐÃ
TĂNG GẤP 10
LẦN SO VỚI
CÙNG THỜI
ĐIỂM CỦA
NGÀY BÌNH
THƯỜNG

CÙNG MỘT CHIẾN TUYẾN

Có thể nói, ngày mua sắm trực tuyến là hoạt động thường niên lớn nhất, quy mô nhất trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam. Trong sự kiện này, các website thương mại điện tử không nhìn nhau như những đối thủ cạnh tranh mà xem nhau như những người bạn cùng chiến tuyến để hướng đến một mục tiêu chung. Ông Trần Hải Linh, Giám đốc điều hành trang Thương mại điện tử sendo.vn cho rằng, thị trường thương mại điện tử Việt Nam còn rất nhiều không gian để các công ty phát triển cũng như phục vụ khách hàng tốt hơn. “Thị phần thương mại điện tử còn rất lớn và chúng ta có thể cùng nhau để phát triển, đẩy mạnh mảng kinh doanh này phát triển hơn”, ông Linh nói.

Ông Nguyễn Ngọc Dũng, Vecom cũng khẳng định, kết quả thu được sau mùa khuyến mãi trực tuyến đầu tiên rất khả quan nên năm nay phía Bộ Công Thương và Vecom đã có sự chuẩn bị sớm hơn, truyền thông rộng rãi hơn, các đơn vị tham gia rộng khắp hơn và có sự chuẩn bị quy mô hơn. Cụ thể, từ tháng 6/2015, đơn vị này đã họp báo công bố sự kiện và từ tháng 6 đến tháng 12/2015 đã tổ chức 7 hội thảo và một chương trình giao lưu trực tuyến nhằm quảng bá mạnh mẽ hơn về chương trình và có các hoạt động hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia.

Tuy nhiên, theo khuyến cáo của ông Dũng: “Thương mại điện tử là một trong những ngành đào thải rất nhanh và công nghệ thay đổi chóng mặt. Các thiết bị di động ngày càng phổ cập mạnh mẽ và bản thân các website cũng phải thay đổi mỗi ngày để thích ứng với các tính năng thiết bị di động”.

Báo cáo của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin (Vecita) thuộc Bộ Công Thương cho thấy, tổng giá trị giao dịch trực tuyến B2C tại Việt Nam trong năm 2014 đạt 2,97 tỷ USD và đóng góp 2,12% vào tổng doanh thu ngành bán lẻ. Con số này được dự đoán trong năm 2015 sẽ đạt mức 4 tỷ USD. Đó là một tín hiệu rất tích cực. Tuy nhiên, nếu quan sát những thị trường khác ở trong khu vực, ví dụ như Trung Quốc, nơi mà thương mại điện tử chiếm hơn 10% trong tổng giá trị ngành bán lẻ, Việt Nam thật ra mới chỉ ở giai đoạn khởi đầu của kỷ nguyên thương mại điện tử với nhiều thuận lợi lẫn thách thức.

“Chiến lược phát triển thương mại điện tử của Bộ Công Thương trong giai đoạn 5 năm tới là xã hội hóa, phổ biến đại trà kênh mua sắm trực tuyến như các kênh thương mại truyền thống khác”, ông Trần Hữu Linh, Cục trưởng Vecita khẳng định. **DN**



Chủ một doanh nghiệp sản xuất gỗ lớn tại TP.HCM kể, trước nhu cầu tìm người kế vị, bà đã từng nghĩ tới việc sẽ thuê CEO người nước ngoài, nhưng cuối cùng lại thôi. Bà sẵn sàng bỏ ra một số tiền lớn để "săn" người tài, nhưng có rồi thì tiếp theo là gì mới là điều quan trọng.

DỪNG TIỀN HÚT NHÂN TÀI

Trong cuộc chiến thu hút nhân tài, đương nhiên, tài chính là công cụ hữu hiệu. Nhiều công ty sẵn sàng chi mức thù lao hấp dẫn để "săn" được "con mồi" họ muốn. Lấy dẫn chứng từ dữ liệu lương của Robenny Corporation sẽ thấy, công ty chuyên cung cấp nhân sự cấp cao (cấp C) với giá thuê dao động trong khoảng 250.000 USD đến cả triệu USD/năm. Thực tế, đã có những công ty Việt Nam sẵn sàng chi những gói lương "khủng" như vậy để hút bằng được nhân tài. Mục đích của việc dùng tiền thu hút nhân sự giỏi không phải bao giờ cũng giống nhau. Có công ty muốn "săn" nhân tài nhằm nâng cấp đội ngũ nhân viên của công ty. Có công ty thực

CÓ THỂ DÙNG
TIỀN ĐỂ
HÚT NHÂN
TÀI NHƯNG,
KHÔNG THỂ
CHỈ DÙNG
TIỀN ĐỂ GIỮ
CHÂN HỌ

dụng hơn, muốn học hỏi cái hay của nhân sự đó trong thời gian ngắn và sau đó cho nghỉ. Cũng có công ty "săn" người giỏi từ các công ty đối thủ, hòng lôi kéo cả bộ phận mà nhân tài đó nắm giữ về làm cho công ty mình.

Trong một vài trường hợp khác, nhân sự giỏi chỉ là công cụ để doanh nghiệp "PR" tên tuổi hoặc để tạo uy tín khi đi vay tiền ngân hàng. Thậm chí, lãnh đạo một công ty chuyên cung cấp nhân sự cho hay, có doanh nghiệp dù chẳng muốn trọng dụng nhân tài đó, nhưng sẵn sàng chi nhiều tiền để lôi kéo, sau đó "đồng băng" để nhân tài đó không còn hoặc dần dần mất "phép thuật", không còn "quây" việc kinh doanh của họ nữa...

Mục đích tuyển dụng nhân tài khác nhau, việc nhân tài có thích ứng được với guồng quay mới của công ty không cũng khác. Đó là lý do không ít doanh nghiệp sẵn sàng bỏ ra khoản tiền lớn để thu hút nhân tài, với mong muốn có thể "lật ngược tình thế" nhưng rút cuộc lại... ném trái đắng.

"Chúng tôi không dùng tiền để tuyển người giỏi bằng mọi giá. Giỏi thôi thì chưa đủ mà quan



NHÂN TÀI, ANH Ở ĐÂU?

Dù là công ty lớn hay nhỏ đều cần có nhân sự giỏi. Tìm kiếm người giỏi ở đâu, bằng cách nào là vấn đề khiến nhiều doanh nghiệp đau đầu. **Lê Dung**

trọng hơn cả là người đó phải phù hợp với doanh nghiệp. Người giỏi mà không phù hợp với văn hóa công ty, không hòa hợp được với bộ máy nhân sự hiện có để cùng nhau đưa công ty đi lên thì tuyên về làm gì", bà Văn Thị Anh Thư, Phó tổng giám đốc nhân sự cao cấp, Công ty Suntory Pepsico Vietnam, nói.

CÓ NHÂN TÀI, LÀM SAO GIỮ?

Thu hút được nhân tài đã khó, giữ chân họ lại là một thử thách khác. Rất nhiều doanh nghiệp đồng tình rằng, nếu chỉ dùng tài chính để giữ chân nhân tài sẽ là không đủ. "Cũng có lúc chúng tôi dùng tiền để "săn" người, song chúng tôi ý thức phải xây dựng nguồn nhân lực của chính mình, đầu tư cho đào tạo và tạo ra một văn hóa ở công ty. Bởi nếu chúng tôi có thể dùng tiền để tuyển được nhân sự giỏi thì công ty khác cũng có thể làm chuyện đó", bà Tô Hồng Trang, Phó tổng giám đốc Digiworld Corp cho biết.

Nếu không giữ người bằng tiền thì đâu là những "vũ khí" lợi hại khác mà các doanh nghiệp có thể sử dụng? Xây dựng được một môi trường làm việc tốt để nhân tài có thể phát huy hết thế mạnh của mình, chỉ rõ cho họ thấy định hướng

công ty và cơ hội thăng tiến của họ khi cống hiến, tinh thần đội nhóm, văn hóa doanh nghiệp... là những công cụ "mềm" lợi hại mà các doanh nghiệp không mạnh về tài chính có thể sử dụng. Bà Văn Thị Anh Thư chia sẻ một trường hợp mà bà và ban lãnh đạo công ty đã phối hợp với nhau để "cảm hóa" một nhân tài, khi người này muốn dứt áo ra đi sau khi nhận được lời chào mời hấp dẫn từ một doanh nghiệp khác.

"Nếu dùng tiền, chúng tôi sẽ không "đấu" lại được, bởi ở Suntory Pepsico, tùy từng cấp bậc, chức vụ đã có mức lương, thưởng nhất định. Chúng tôi đã tìm và chỉ ra cho nhân sự này thấy những điểm mạnh ở công ty mà khi đi đến môi trường khác, bạn ấy sẽ không có được. Kết quả, người này đã quyết định ở lại cùng chúng tôi", bà Anh Thư chia sẻ.

Nhiều công ty, dù tài chính không mạnh nhưng vẫn cố gắng chi đậm để hút được nhân sự giỏi. Họ hy vọng người này sẽ giúp họ xoay chuyển tình thế, vực dậy tình hình kinh doanh. Nhưng thực tế không hoàn toàn như vậy. Cùng

► có công ty, người giỏi có thể phát huy được thế mạnh của mình và trở thành linh hồn của doanh nghiệp đó. Tuy nhiên, rất nhiều nhân tài bị “gây cảnh” khi gặp đúng ông chủ doanh nghiệp độc tài, chi lo “chém gió”, các quyết định đưa ra đều không thể thực hiện. Lúc này, dù có nhân tài, công ty cũng không thể đi lên được.

“Ông chủ doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn tham gia rất sâu vào việc điều hành công ty. Vì vậy với quy mô kinh doanh nhỏ và vừa, chủ doanh nghiệp nên tự điều hành cùng với một người cố vấn nội bộ hoặc thuê ngoài những công ty tư vấn chiến lược dài hạn theo dạng đối tác”, ông Robert Trần, Giám đốc Robenny Corporation, khuyến nghị.

CHẤP NHẬN LÀM MỘT CÁI “LÒ”

Đứng trước quyết định ra đi của nhân tài, chủ doanh nghiệp sẽ xử lý thế nào cho thỏa đáng? Đương nhiên, việc tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng và đưa ra những lý lẽ để giữ chân nhân tài là hết sức cần thiết, nếu doanh nghiệp thực sự muốn. Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp nào cũng quyết tâm giữ người bằng mọi giá. Thực tế, nhiều doanh nghiệp chấp nhận biến mình thành một “lò” đào tạo nhân sự chứ không để bị cuốn vào cuộc đua dùng tiền để giữ chân nhân sự giỏi. Trong cuộc chiến thu hút và giữ chân nhân tài, việc các công ty cùng ngành lấy người của nhau là điều không phải hiếm. Thậm chí, việc “săn” người của đối thủ đã trở thành khẩu vị ưa

CÓ ĐẦU TƯ MỚI MONG HẢI QUẢ

Cuộc cạnh tranh trên thị trường nhân sự ngày càng khắc nghiệt đòi hỏi doanh nghiệp phải năng động, sâu sát với thị trường. Làm sao có được nhân sự giỏi và phù hợp là mối quan tâm của nhiều doanh nghiệp. **Dung Thủy**



Khi Việt Nam chính thức gia nhập AEC, TPP... cũng là lúc mỗi doanh nghiệp đón nhận cả cơ hội lẫn thách thức mới, với mức độ cạnh tranh mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Do vậy, bài toán nhân sự nếu không được chuẩn bị kỹ sẽ khiến nhiều doanh nghiệp “hụt hơi” ngay trên sân nhà. Một doanh nhân kể rằng, anh vừa bị một vố đau vì một nhân viên chủ chốt của công ty nghỉ việc, kéo theo một vài thành viên kỹ cụ. Chuyện này công ty có thể lường được, nhưng “đau” vì

công ty mất việc vào tay đối thủ khiến anh “méo mặt”. Hậu quả không mong muốn đã khiến doanh nhân này phải chỉnh đốn lại nội bộ và tự trách mình quá chủ quan. Thực tế, câu chuyện nhân sự luôn hao tốn nhiều tâm sức của doanh nghiệp, dù không được đề cập công khai, rộng rãi.

Đầu tư cho nhân sự ở mức độ nào? Tiền bao nhiêu là đủ? Đầu là điều kiện cần bản để có nguồn lực phù hợp với sự phát triển của doanh nghiệp? Doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể dùng công cụ tài chính nào hữu hiệu mà không bị “đứt tay”? Doanh

thích của không ít doanh nghiệp.

Ở một góc độ khác, nếu doanh nghiệp quyết tâm giữ chân nhân tài bằng mọi giá sẽ là việc làm chỉ nghĩ cho bản thân doanh nghiệp mà không nghĩ cho nhân viên. Bà Tô Hồng Trang, Digiworld, cho rằng: "Mọi người đều có đam mê, khát khao của riêng mình và chúng tôi khuyến khích mọi người sống, làm việc, thực hiện khát khao đó". Cả Pepsico và Digiworld đều chấp nhận chuyện doanh nghiệp trở thành nơi đào tạo nhân sự lý tưởng mà không sợ việc bị mất người. Thực tế, có nhiều nhân sự giỏi sau thời gian thử thách ở bên ngoài đã quay trở lại đầu quân cho doanh nghiệp cũ và vẫn được chào đón. Suy cho cùng, thu hút

và giữ chân nhân tài là một phần không thể thiếu trong chiến lược nhân sự của công ty. Nếu người lãnh đạo không biết đắc nhân tâm, chỉ lo "soi" cấp dưới và chấp vật, bộ máy nhân sự xáo trộn, nhân viên thiếu gắn kết, quản lý cấp trung không ổn định... sẽ đẩy doanh nghiệp vào thế bị "mất sức" trong cuộc chạy đua đường dài. Điều này đáng lo ngại hơn khi hội nhập quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ, nhiều doanh nghiệp xuất hiện và cũng có doanh nghiệp lặn lẽ biến mất. Câu chuyện nhân sự sẽ dễ hình dung hơn khi doanh nghiệp chấp nhận đầu tư để hái quả. **DN**



THU HÚT ĐƯỢC NHÂN TÀI ĐÃ KHÓ, GIỮ CHÂN HỌ LẠI LÀ MỘT THỬ THÁCH KHÁC

ngành Việt nên chuẩn bị những gì để đáp ứng nhu cầu hội nhập mới? Đó là những câu hỏi được nhiều doanh nghiệp quan tâm và được giải đáp tại hội thảo "Nhân sự 2016 - Vũ khí tối ưu trong cuộc chiến thu hút và giữ chân nhân tài" do DOANH NHÂN tổ chức vào ngày 15/12 tại TP.HCM. Ông Bùi Ngọc Quốc Hưng, Giám đốc điều hành Career Builder Việt Nam mang đến hội thảo một cái nhìn toàn diện về "Bức tranh nhân sự ở Việt Nam - Những nhân tố tạo nên nhà tuyển dụng lý tưởng và công việc lý tưởng". Ông Hưng nhấn mạnh báo cáo này giúp doanh nghiệp có cơ hội so sánh thứ hạng đối với các doanh nghiệp khác, và hiểu được những mong muốn của ứng viên, từ đó có kế hoạch phát triển thương hiệu và hình ảnh công ty. Ở một góc độ khác, Công ty Tư vấn nhân sự Navigos mang đến hội thảo một cách đánh giá sâu về "Nhân sự trung và cao cấp tại Việt Nam - Những thách thức của doanh nghiệp trong tuyển dụng và giữ chân nhân sự". Bên cạnh đó, các diễn giả của Khuê Văn Academy, Suntory Pepsico, Digiworld, Robenny... sẽ mang đến cho khán giả những góc nhìn thực tiễn, bài học từ chính câu chuyện thực tế về chiến lược tuyển dụng, thu hút, giữ chân người tài. Mỗi doanh nghiệp có một cách tiếp cận nhân sự khác nhau, nhưng đều có chung mối quan tâm: làm sao có được người giỏi nhất, phù hợp nhất đi cùng mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp. **DN**

Ảnh: T.L

CÁC DIỄN GIẢ NÓI GÌ ?



LÊ QUỐC VINH, CHỦ TỊCH HĐQT LE GROUP CO.

Thị trường đang thay đổi rất nhanh đòi hỏi doanh nghiệp phải khẩn trương cập nhật, củng cố chính mình để tiến vào năm mới với chuẩn bị và chinh phục mục tiêu mới.



VĂN THỊ ANH THƯ, PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC NHÂN SỰ CAO CẤP, CÔNG TY SUNTORY PEPSICO VIỆT NAM

Công ty dù lớn hay nhỏ vẫn có tình trạng mất người như thường. Khi nhân viên quyết định ra đi, nếu đó là điều tốt hơn cho họ thì công ty không ngăn cản. Nếu họ đi qua đối thủ cạnh tranh, chúng tôi luôn có một mức độ cảnh báo rõ ràng.



NGUYỄN THỊ VĂN ANH, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH NAVIGOS SEARCH

Đến cuối tháng 12 này, cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) được thành lập sẽ cho phép sự tự do luân chuyển lao động tại 10 nước ASEAN trong 8 ngành nghề. Đội ngũ quản lý người Việt sẽ đứng trước thách thức lớn khi phải cạnh tranh với nhân sự có thể mạnh tiếng Anh từ nước ngoài.



TÔ HỒNG TRANG, PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC DIGI WORLD CORP.

Cùng có lúc chúng tôi dùng tiền để "săn" người. Song chúng tôi

ý thức phải xây dựng nguồn nhân lực của chính mình, đầu tư cho đào tạo và tạo ra văn hóa công ty. Chúng tôi khuyến khích mọi người hiện thực hóa khát khao của mình.



TRẦN ĐÌNH DŨNG, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH KHUÊ VĂN ACADEMY

"Làm hết sức, chơi kiệt sức!"



BÙI NGỌC QUỐC HƯNG, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH CAREER BUILDER VIỆT NAM

Chỉ khi hiểu được những kỳ vọng của nhân viên, các cấp quản lý, doanh nghiệp mới có thể lên kế hoạch liên quan đến tạo nguồn lực, phát triển thương hiệu và hình ảnh của công ty nhằm thu hút nhân tài trong hiện tại và tương lai.



PHẠM THỊ VIỆT NGA, TỔNG GIÁM ĐỐC DƯỢC HẬU GIANG

Ở một công ty không nên có ngôi sao. Công ty phải xây dựng được văn hóa chung để mọi người đều tâm huyết, dấn thân vì một mục tiêu chung.



ROBERT TRẦN, GIÁM ĐỐC ROBENNY CORPORATION

Trong cuộc chiến thu hút nhân tài, tiền thực sự là một vũ khí lợi hại. Một mức thù lao "khủng" sẽ hấp dẫn bất cứ ứng viên nào. Nhưng bạn có thể dùng tiền để hút nhân tài mà không thể chỉ dùng tiền để giữ chân họ.

ĐƯỜNG DÀI MỚI BIẾT NGỰA HAY!

Với khoảng 50 triệu người trong độ tuổi lao động, Việt Nam đang là nước có nguồn nhân lực khá dồi dào so với nhiều quốc gia trong khu vực và thế giới. Sức trẻ, tinh thần chăm chỉ, cần mẫn là ưu điểm. Tuy nhiên, đó là câu chuyện của vài năm về trước, còn bây giờ, khi AEC và mới nhất là TPP bắt đầu có hiệu lực, lao động Việt Nam sẽ phải đối mặt với những vấn đề gì? **Thùy Trang**

NHỮNG CON SỐ BIẾT NÓI

Theo Tiến sĩ Hoàng Trung (Đại học Kinh tế TP.HCM) thì hiện nay, nguồn nhân lực Việt Nam đang hình thành hai loại: nhân lực phổ thông và nhân lực chất lượng cao, trong đó nhân lực chất lượng cao chiếm tỷ lệ rất thấp. Theo số liệu thống kê năm 2010, trong tổng số 48,8 triệu lao động đang trong độ tuổi làm việc, nước ta có khoảng 20,1 triệu lao động đã qua đào tạo, số người từ 15 tuổi trở lên được dạy nghề và chuyên môn kỹ thuật chưa đạt tới 50%. Nếu xét về bằng cấp, chứng chỉ do các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước cấp chỉ có khoảng 8,4 triệu người đạt được.

Nguồn nhân lực Việt Nam đang có sự mất cân đối về cơ cấu phân bố lao động theo các ngành, nghề. Trong đó, nguồn nhân lực nông dân có gần 63 triệu người (chiếm hơn 70% dân số), nguồn nhân lực công nhân là 9,5 triệu người (gần 10% dân số), nguồn nhân lực trí thức, tốt nghiệp từ đại học, cao đẳng trở lên là hơn 2,5 triệu người (chiếm khoảng 2,15% dân số), nguồn nhân lực từ các doanh nghiệp chỉ đạt khoảng 2 triệu người... Số liệu phân tích của Ngân hàng Thế giới cho thấy, Việt Nam đang rất thiếu lao động có trình độ tay nghề, công nhân kỹ thuật bậc cao và chất lượng nguồn nhân lực nước ta cũng thấp hơn so với nhiều nước khác. Nếu tính trên thang điểm 10 thì chất lượng nhân lực của Việt Nam chỉ đạt 3,79 điểm (xếp thứ 11/12 nước châu Á tham gia xếp hạng của Ngân hàng Thế giới - 2010), trong khi Hàn Quốc là 6,91; Ấn Độ là 5,76; Malaysia là 5,59; Thái Lan là 4,94... Ngoài ra, trên thế giới, tỷ lệ lao động đã qua đại học là 1, trung học chuyên nghiệp là 4 và công nhân kỹ thuật là 10. Trong khi đó, ở Việt Nam, tỷ lệ này đang là 1 - 1,3 - 0,92.

Các nguồn tuyển dụng nước ngoài đánh giá lao động Việt Nam khá cao ở sự thông minh, tinh nhanh nhạy trong việc nắm bắt và tiếp thu cái mới. Tuy nhiên, dù dồi dào về lượng nhưng nguồn nhân lực nước ta lại chưa đạt chuẩn về chất. Tại thời điểm các hiệp định thương mại toàn cầu được xúc tiến, lao động Việt Nam cần được nâng cao chất lượng hơn nữa để bắt kịp xu thế chung.

ĐỨNG YÊN, NGHĨA LÀ ĐANG THỤT LÙI!

Khi AEC có hiệu lực, lao động của các nước trong khối ASEAN sẽ có thể tự do di chuyển trong khu vực. Điều này sẽ mang đến nhiều cơ hội việc làm cho lao động Việt Nam. Nguồn



nhân lực nước ta có điều kiện ra nước ngoài làm việc, giao lưu trong cộng đồng ASEAN đa văn hóa, học tập thêm nhiều điều bổ ích, nâng cao năng lực cho chính mình. Tuy nhiên, sự cạnh tranh trong quá trình tìm kiếm cơ hội làm việc đòi hỏi người lao động cần có trình độ ngoại ngữ tốt, tích lũy được nhiều kiến thức, kinh nghiệm và kỹ năng làm việc, có tinh thần và khả năng hòa nhập tốt, sẵn sàng khám phá và chinh phục thử thách. Vô hình trung, cánh cửa AEC trở thành “chiếc máy lọc” đối với nguồn lao động hiện tại của Việt Nam, gia tăng cơ hội nghề nghiệp cho người có năng lực, giỏi ngoại ngữ, đồng thời giảm thiểu nhân lực yếu kém, không đủ điều kiện cung ứng cho thị trường việc làm trong khu vực ASEAN.

Mới đây, Hiệp định TPP đã hoàn tất đàm phán, chỉ còn chờ quốc hội/ngày viện các nước phê chuẩn, mở ra bước chuyển lớn

cho kinh tế Việt Nam, trong đó nguồn lao động nhận được nhiều sự quan tâm. Sở dĩ, TPP được trông chờ là bởi “TPP sẽ cho phép tạo ra những chuỗi sản xuất dựa trên công nghệ Mỹ hay Nhật, nguồn lực của Úc và lao động của Việt Nam” - Giáo sư Feng Wei, Đại học Phúc Đán (Thượng Hải - TQ) nhận định. Tuy nhiên, theo phân tích của các chuyên gia kinh tế, TPP chỉ mang lại cơ hội chứ không trực tiếp mang đến lợi ích. Vì vậy, TPP đòi hỏi lao động ở các nước thành viên, trong đó có Việt Nam phải chủ động nắm bắt cơ hội để tạo ra những lợi ích đáng mong đợi.

Thực tế cho thấy, nhân lực Việt Nam sẽ gặp khá nhiều khó khăn khi trình độ chuyên môn, kỹ năng chưa cạnh tranh được với lao động nước ngoài. Trong đó, ngoại ngữ vẫn là một trong những trở ngại lớn nhất. Chính điều này sẽ hạn chế khả năng tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp của nhân sự người Việt với các nước trong khu vực và trên thế giới khi Hiệp định TPP chính thức có hiệu lực.

ĐI TÌM MẪU CHÓT CỦA VẤN ĐỀ

Tiến sĩ Nguyễn Hữu Thảo đến từ Hội Khoa học phát triển nguồn nhân lực - Nhân tài Việt Nam (TPHCM) cho rằng, việc xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao phải bắt đầu từ giáo dục, đào tạo. Ngoài trình độ chuyên môn, lao động Việt Nam cần nâng cao khả năng giao tiếp tiếng Anh để có thể làm việc trong môi trường nước ngoài. Trên hành trình tìm kiếm cơ hội vàng từ các doanh nghiệp đa quốc gia, tiếng Anh sẽ là yếu tố cần thiết, giúp người Việt Nam hòa nhập và thích nghi tốt

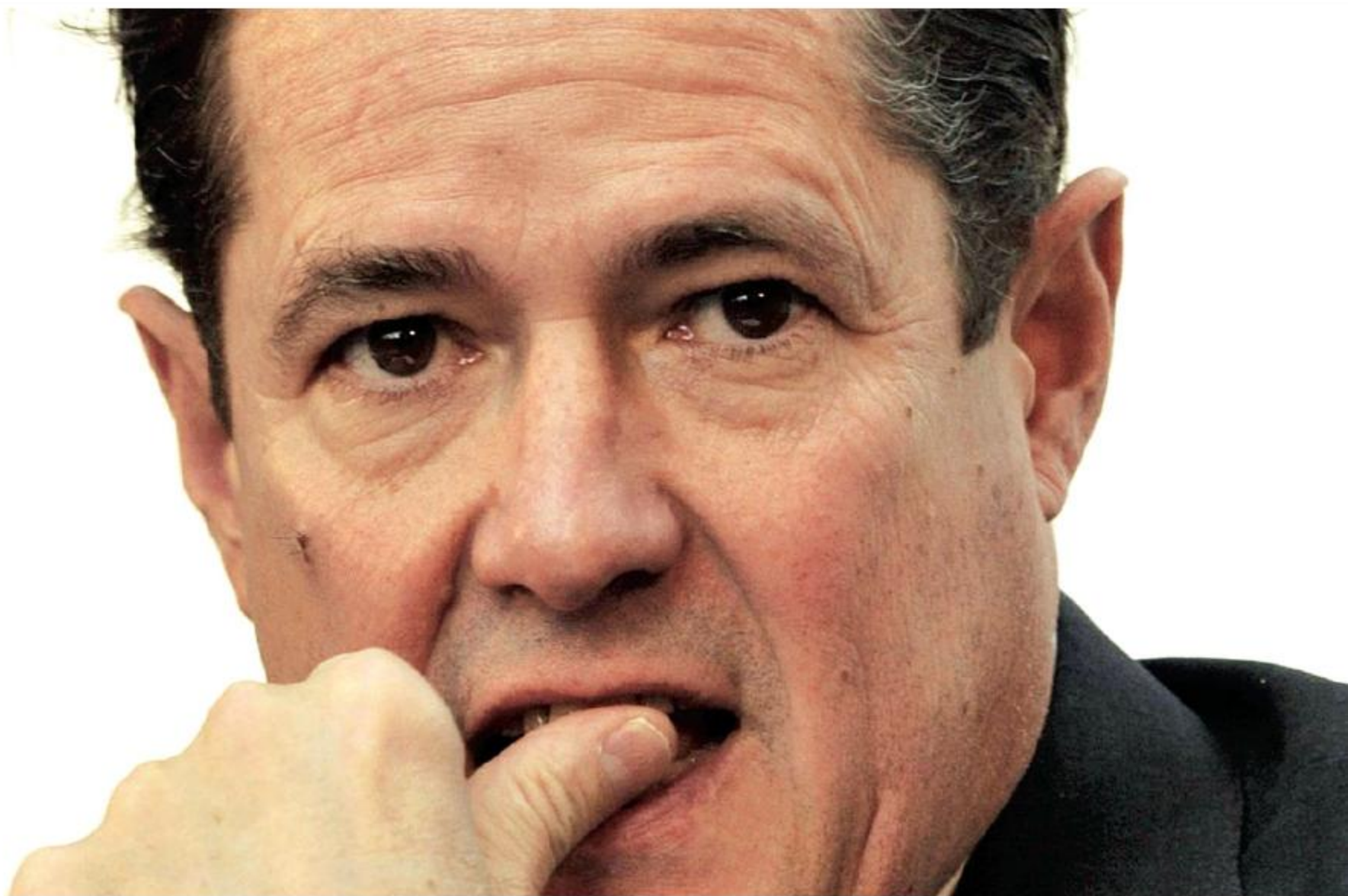
CHƯƠNG TRÌNH HARVARD MANAGEMENTOR

• Trong 13 năm qua, đã có hơn 1000 tổ chức, doanh nghiệp cùng 5 triệu học viên trên toàn thế giới thành công với Chương trình Harvard ManageMentor. Nếu bạn muốn nâng tầm thương hiệu cá nhân, hãy nhanh tay đăng ký Khóa học đẳng cấp này tại Wall Street English và nhận ngay cơ hội trúng thưởng Iphone 6S mỗi ngày cùng nhiều học bổng giá trị khác.

với điều kiện làm việc năng động, nhiều cạnh tranh nhưng cũng lắm trải nghiệm tuyệt vời. Hiểu được sự cần thiết này, Wall Street English đã chính thức đưa chương trình Harvard ManageMentor về Việt Nam. Chương trình được thiết kế bởi 38 vị cố vấn là các học giả trứ danh trong lĩnh vực nghiên cứu - giảng dạy và các nhà lãnh đạo tên tuổi trên thương trường quốc tế. Chính điều này đã tạo nên thương hiệu toàn cầu cho Chương trình Harvard ManageMentor, khiến nhiều người tìm đến Khóa học này như một cách nâng cao năng lực và thương hiệu bản thân. Với 40 chủ đề đa dạng, xuất phát từ những thách thức mà các nhà lãnh đạo doanh nghiệp trên thế giới đã và đang phải đối mặt hàng ngày, hàng giờ, Harvard ManageMentor sẽ giúp học viên trau dồi lý thuyết và ứng dụng vào thực tế một cách hiệu quả nhất. Không chỉ vậy, Harvard ManageMentor còn là cơ hội để người học nâng cao vốn tiếng Anh một cách tự nhiên và hiệu quả.



ĐẦU THÁNG 12 NÀY,
ÔNG JES STALEY CHÍNH
THỨC TRỞ THÀNH
"THUYỀN TRƯỞNG"
CỦA "CON TÀU" ĐANG
LÀO ĐÀO BARCLAYS



Barclays đã trở thành một trong những ngân hàng đầu tư lớn nhất thế giới khi thầu tóm một phần lớn của Lehman Brothers sau khi ngân hàng này sụp đổ vào năm 2008. Thế nhưng, tháng 7/2012, Barclays chìm vào khủng hoảng khi Thống đốc Ngân hàng Trung ương Anh quyết định buộc Bob Diamond rời khỏi vị trí CEO, trong bối cảnh cả thị trường bị rung động bởi vai trò của ngân hàng này trong vụ bê bối thao túng lãi suất Libor.

KẾT THÚC MỘT SAI LÂM?

Trong một cuộc họp khẩn cấp để quyết định ai sẽ thay thế Diamond, hầu hết các thành viên hội đồng quản trị đều đồng ý với các công ty "sẵn đầu người" rằng, ở thời điểm đó, ứng cử viên tốt nhất chính là Jes Staley, khi đó đứng đầu mảng ngân hàng đầu tư của JPMorgan Chase. Thế nhưng có vấn đề, Alan Parker đã khuyến cáo, sẽ có một sự phản đối ngầm từ các cơ quan quản lý, giới chính trị và truyền thông nếu Barclays lại mời về một ông chủ ngân hàng đầu tư Mỹ khác, đặc biệt là khi ngân hàng sẽ phải tốn khoảng 30 triệu USD để thanh toán hợp đồng của Jes Staley với công ty hiện tại.

Do đó, Hội đồng quản trị đã nghi đến một lựa chọn an toàn hơn là ông Anthony Jenkins, vốn đang điều hành bộ phận bán lẻ Anh của ngân hàng này.

Nhưng lựa chọn này đã khiến Barclays trả giá đắt: ngân hàng tiếp tục sa sút. Cuối cùng Jenkins đã bị sa thải vào tháng 7/2015. Người được chọn mặt gửi vàng lần này chính là Jes Staley.

CON ĐƯỜNG CHÔNG GAI

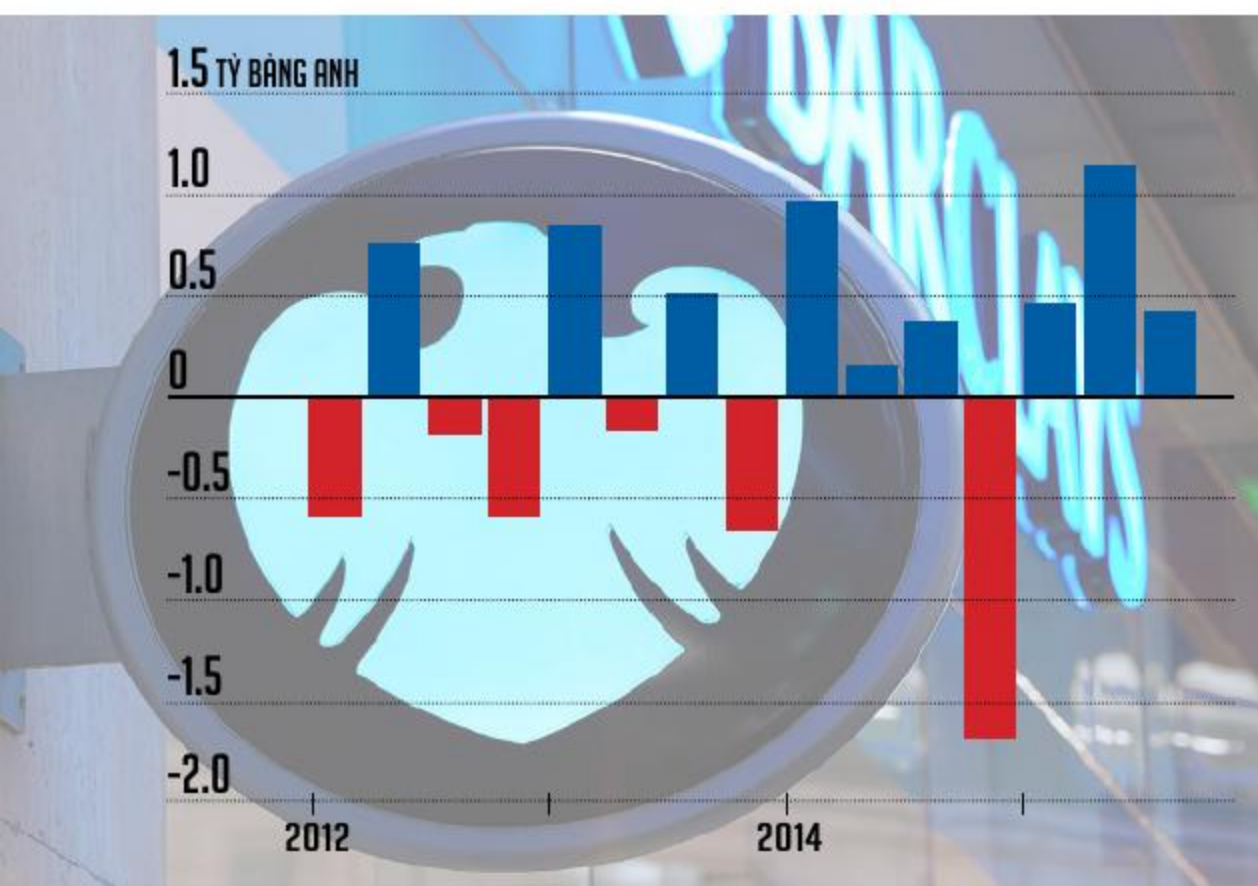
Liệu lần này Staley có là lựa chọn đúng cho Barclays? Staley đã có hơn 30 năm làm việc tại JPMorgan. Ông được giao vị trí điều hành mảng quản lý tài sản của ngân hàng này trước khi đảm nhận vai trò leo lái bộ phận ngân hàng đầu tư vào năm 2009. Sau đó, ông gia nhập quỹ đầu cơ BlueMountain Capital Management LLC. Kinh nghiệm của ông ở mảng ngân hàng đầu tư được nhiều chuyên gia tin rằng, sẽ là chìa khóa để Barclays tái cơ cấu bộ phận quan trọng này. Đó cũng là một lý do chính khiến ông được chọn.

"Ông ấy hiểu rõ về ngân hàng đầu tư và doanh nghiệp, trong khi việc tái định vị mảng này là một trong những ưu tiên hàng đầu của chúng tôi", Chủ tịch Hội đồng quản trị John McFarlane của Barclays cho biết.

Thực vậy, một trong số những thách thức của Staley là giảm quy mô ngân hàng đầu tư của Barclays, vốn đã phình to dưới thời của người tiền nhiệm Bob Diamond. Staley sẽ phải vạch ra một kế hoạch để đưa tài sản của ngân hàng đầu tư từ mức hơn 50% xuống mức không cao hơn 30% tổng tài sản có rủi ro của Ngân hàng. Staley cho biết: "Chúng

JES STALEY CÓ LÀM NÊN CHUYỆN TẠI BARCLAYS?

Jes Staley đã có hơn 30 năm làm việc tại ngân hàng JPMorgan. Đầu tháng 12 này, ông chính thức trở thành "thuyền trưởng" của "con tàu" đang lao đao Barclays. **Thành Lợi**



tôi sẽ hoàn tất quá trình chuyển mình và tái định vị ngân hàng đầu tư sang một mô hình ít thâm dụng vốn hơn". Các đồng nghiệp tin rằng, hiểu biết của Staley về tính phức tạp của ngân hàng đầu tư sẽ giúp ông hóa giải thách thức này.

Tuy nhiên, các chuyên gia phân tích cũng khuyến cáo Staley không nên thực hiện mục tiêu một cách quá ráo riết. Ngân hàng hiện đang đi hơn nửa đường trong kế hoạch 3 năm nhằm cắt giảm 19.000 việc làm, trong đó có 7.000 việc làm ở bộ phận ngân hàng đầu tư và vẫn còn đối mặt với nhiều tranh chấp pháp lý, nghĩa là các chi phí liên quan sẽ còn gia tăng.

Đây là một thách thức vô cùng to lớn, vì ngân hàng đầu tư vẫn là một động cơ

LỢI NHUẬN RÒNG QUÝ III/2015 CỦA BARCLAYS THẤP HƠN DỰ KIẾN CỦA GIỚI PHÂN TÍCH

NGUỒN: BARCLAYS

tăng trưởng chính, xét về doanh thu. Julian Chillingworth, Giám đốc Đầu tư tại Rathbone Brothers Plc, vốn quản lý 41 tỷ USD giá trị tài sản và sở hữu cổ phiếu Barclays, nhận xét.

GHỀ NÓNG VÀ LƯỚI HẢI

Không chỉ phải xử lý vấn đề ở ngân hàng đầu tư, Staley còn phải cắt giảm chi phí để cải thiện khả năng sinh lợi và quan trọng hơn là lấy lại tiếng tăm của ngân hàng sau hàng loạt vụ bê bối. Trước mắt, ông phải đối mặt với kết quả kinh doanh quý 3 năm nay thấp hơn dự kiến của giới phân tích. Dù các mảng kinh doanh cốt lõi đã làm ăn rất tốt: lợi nhuận tại mảng doanh nghiệp và cá nhân đã tăng 6%. Lợi nhuận của bộ phận Barclaycard tăng 16% trong khi mảng ngân hàng đầu tư tăng tới 31%. Tuy nhiên, giới phân tích vẫn cho rằng, các kết quả quý III là đáng thất vọng.

"Tỷ lệ chi phí/thu nhập vẫn rất cao. Trong khi đó, các khoản phải trích lập cho những hành động làm sai trong quá khứ một lần nữa đã "âm ảm" tập đoàn, mà chưa thể biết còn tồn kém bao nhiêu nữa mới chấm dứt", Richard Hunter, đứng đầu bộ phận cổ phiếu tại Hargreaves Lansdown, nhận xét. Trên thực tế, cổ phiếu của Barclays đã giảm 6,3% sau khi ngân hàng công bố báo cáo kết quả quý III vào ngày 29/10/2015 vừa qua. Jes Staley là người phải trả lời tất cả những câu hỏi này. Các nhà đầu tư cũng sẽ theo dõi sát sao để xem ông Staley sẽ làm việc thế nào với McFarlane, một người Scotland nóng tính, có tiếng độc đoán. Staley phải biết rằng, nếu ông thất bại, hậu quả đến từ người đàn ông có biệt danh là "Mac con dao" sẽ rất nặng nề, vì ông này nổi tiếng là thích... sa thải CEO. **DN**

LeMedia®

THỂ THAO
VĂN HÓA
ĐÀ NẴNG

LeBros®

MEN
OF THE
YEAR
2015

110th
YEAR

THỂ THAO VĂN HÓA & ĐÀN ÔNG

MEN OF THE DECADE
(2005-2015)

CÔNG BỐ & TRAO GIẢI
Ngày 17/12 tại GEM CENTER Số 8 Nguyễn Bình Khiêm Q.1

TÀI TRỢ CHÍNH



SAMSUNG

ĐỒNG TÀI TRỢ



ARISTINO®
— Menswear —



Murad. BETTER EVERY DAY

TÀI TRỢ PHỤ



BẢO TRỢ THÔNG TIN

Đẹp

DOANH NHÂN

Đẹp TV

Đẹp ONLINE
dep.com.vn

Vietnam+
MOBILE

www.danongmagazine.vn



CÚP CHIẾN THẮNG

Giải thưởng vinh danh các tài năng thể thao
xuất sắc của Việt Nam



Thể thao24h



Soạn:

BC <dấu cách> <mã số bình chọn>

gửi 6386

Tương đương 1 phiếu bình chọn/tin (3.000 đ/tin)

8 hạng mục đề cử và mã số bình chọn

1. Nam vận động viên xuất sắc nhất

MS bình chọn	Vận động viên
01	Lý Hoàng Nam
02	Đinh Phương Thành
03	Thạch Kim Tuấn
04	Vũ Thành An
05	Hoàng Xuân Vinh
06	Lê Quang Liêm

2. Nữ vận động viên xuất sắc nhất

MS bình chọn	Vận động viên
07	Nguyễn Thị Ánh Viên
08	Nguyễn Thị Huyền
09	Phan Thị Hà Thanh
10	Vương Thị Huyền
11	Nguyễn Thị Thật

3. Đội tuyển xuất sắc nhất

MS bình chọn	Vận động viên
12	Bơi
13	Điền kinh
14	Thể dục dụng cụ nam
15	Đấu kiếm
16	Bóng đá Becamex Bình Dương
17	Bóng đá nữ Việt Nam

4. Huấn luyện viên xuất sắc nhất

MS bình chọn	Vận động viên
18	Đặng Anh Tuấn
19	Vũ Ngọc Lợi
20	Trương Tấn Hiền
21	Nguyễn Thị Thanh Thúy
22	Nguyễn Lê Bá Quang

5. Vận động viên trẻ xuất sắc nhất

MS bình chọn	Vận động viên
23	Trần Đình Vương
24	Lê Trọng Hình
25	Nguyễn Lê Cẩm Hiền
26	Nguyễn Thị Tuyết Mai
27	Nguyễn Công Phượng
28	Nguyễn Diệp Phương Trâm

6. Hình ảnh thể thao ấn tượng nhất

MS bình chọn	Vận động viên
29	Hình ảnh Đào Văn Thủy đang thi nhảy cao dừng lại để chào cờ và hát quốc ca
30	Hoạt động cổ động của 10.000 CĐV Việt Nam tại Đài Loan trận vòng loại World Cup 2018
31	Công Phượng và đồng đội U23 đến thăm cựu VĐV Vũ Bích Hương
32	Hội CĐV Quảng Ninh quyên góp từ thiện giúp đồng bào lũ lụt trên sân Cẩm Phả trận Than Quảng Ninh gặp Hoàng Anh Gia Lai tại V-League
33	Cầu thủ Abass Adieng tha thứ và động viên Thanh Hào sau khi bị chấn thương

7. Vận động viên được yêu thích nhất: Phụ thuộc vào số lượng bình chọn của người hâm mộ

8. Thành tựu trọn đời: Do Ban tổ chức và Hội đồng chuyên môn bình chọn

Thời gian bình chọn: 15/11-31/12/2015

Thông tin chi tiết xem tại: www.cupchienthang.vn

TƯ DUY THIẾT KẾ DẪN TỚI THÀNH CÔNG MARKETING

Ngày nay, không ít trường đại học mở các chương trình thạc sĩ quản trị thiết kế song song với chương trình MBA. **Richard Moore – Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc sáng tạo, Richard Moore Associates**



Trong số báo trước tôi đã viết về cách thức PepsiCo nâng cao vị thế so với Coca-Cola bằng cách đưa thiết kế vào chiến lược phát triển toàn diện. Trong số này, tôi sẽ tiếp tục mở rộng sang cách thức mà “tư duy thiết kế” và “quản trị thiết kế” có thể mang đến lợi nhuận cho doanh nghiệp, cũng như những nguyên tắc mà một số doanh nghiệp đã áp dụng thành công để nâng cao vị thế cạnh tranh của mình thông qua thiết kế.

NGÀY Càng XUẤT HIỆN
NHIỀU HƠN NHỮNG
DOANH NHÂN AM HIỂU
THIẾT KẾ CŨNG NHƯ
NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ AM
HIỂU KINH DOANH

LỢI ÍCH CỦA QUẢN TRỊ THIẾT KẾ

Vậy đối với doanh nghiệp, thiết kế là gì? Có CEO của Apple, Steve Jobs đã miêu tả như sau: “Người ta nghĩ rằng, thiết kế là chú trọng vào trình bày. Nhưng lẽ dĩ nhiên, nếu bạn càng đào sâu thì bạn mới hiểu rõ nó vận hành như thế nào”. Nói cách khác, thiết kế là một quá trình được áp dụng vào mọi giai đoạn của doanh nghiệp. Những công ty từng áp dụng tư duy thiết kế đã ghi nhận thực tế tăng trưởng về doanh thu, nâng cao vị thế trên thị trường, nâng cao



lòng trung thành của khách hàng, củng cố bản sắc doanh nghiệp, tăng khả năng phát triển sản phẩm mới cũng như giảm được thời gian giới thiệu sản phẩm và dịch vụ mới ra thị trường. Vậy tư duy thiết kế đóng góp được bao nhiêu cho sự thành công của doanh nghiệp? Năm ngoái, Học viện Quản trị thiết kế (DMI) đã công bố kết quả nghiên cứu sau thời gian mười năm, được tài trợ bởi Microsoft về 15 công ty cổ phần có quản trị thiết kế khi đem so sánh giá cổ phiếu của công ty đó với chỉ số thị trường S&P. Con số của những công ty này cao hơn 210%.

THIẾT LẬP TƯ DUY THIẾT KẾ TRONG DOANH NGHIỆP

Năm nay tại Boston, DMI đã tổ chức một Hội nghị về Khởi đầu của đổi mới. Sự kiện thường niên này đã đưa vào cuộc thảo luận nhóm giữa các lãnh đạo của ba công ty có tiếng về đổi mới: hãng dược phẩm Pfizer, hãng tư vấn A Better View và công ty hàng tiêu dùng nhanh đa quốc gia P&G. Họ đã chia sẻ quan điểm về phát triển bền vững và đổi mới như sau: Thứ nhất là cần thiết lập sự thay đổi trong tư duy doanh nghiệp đối với đổi mới thông qua thực nghiệm và kết quả liên công ty. Để làm được điều này, Pfizer đã tuyển hơn 400 nhân tài có tư duy thiết kế chi để hiện thực hóa loại hình tư duy này cho mình. Một quan điểm khác là mặc dù nhà thiết kế là những người tiên phong trong loại hình tư duy này, nhưng thiết kế không phải lúc nào cũng chỉ nên được sử dụng bởi họ. Và ngày càng xuất hiện nhiều hơn những doanh nhân am hiểu thiết kế cũng như những nhà thiết kế am hiểu kinh doanh. Bộ ba ông lớn cũng nhấn mạnh vai trò của người đứng đầu doanh nghiệp trong việc hỗ trợ, đặc biệt khi mạo hiểm ra hiệu để các thành viên chớ nên chùn bước trước những cơ hội "khởi đầu nan".

BỐN GIAI ĐOẠN CỦA QUY TRÌNH THIẾT KẾ

Một trong những tổng kết toàn diện nhất về ứng dụng thiết kế là của Hội đồng Thiết kế Anh Quốc năm 2007 khi phân tích những thương hiệu nổi tiếng thế giới, bao gồm: Lego, Microsoft, Sony, Starbucks, Virgin Atlantic Airways, Whirlpool và những hãng khác đã từng có tiếng trong việc ứng dụng thành công sản phẩm và dịch vụ thiết kế, tổng cộng là 11 hãng. Mặc dù có những sai biệt nhỏ về cách dùng từ nhưng tựu trung, quá trình thiết kế thường bao gồm bốn giai đoạn:

1. Khám phá

Thời điểm bắt đầu dự án có yếu tố thiết kế thường bắt đầu với một ý tưởng sơ khởi (có thể đến từ bất kỳ đâu) để dự báo cầu tiêu

NHỮNG CÔNG
TY TỪNG ÁP
DỤNG TƯ
DUY THIẾT
KẾ ĐÃ GHI
NHẬN THỰC
TẾ TĂNG
TRƯỜNG VỀ
DOANH THU,
NÂNG CAO VỊ
THẾ TRÊN
THỊ TRƯỜNG

dùng xuất hiện theo sự thay đổi của kinh tế xã hội hoặc môi trường khi chưa có nghiên cứu thị trường. Ví dụ như thiết bị giao tiếp cá nhân Mylo của Sony mà cho phép kết nối Wifi đã được thiết kế ngay khi Wifi ra đời. Một điều quan trọng nữa là sự tham gia của các nhà thiết kế ngay từ giai đoạn nghiên cứu chứ không phải sau khi nghiên cứu hoàn thành. Starbucks Coffee có những nhà thiết kế làm việc như nhân viên pha cà phê trong vòng khoảng 1 tháng để trải nghiệm khách hàng, cũng như Microsoft cho phép không chỉ những nhà nghiên cứu mà những nhà thiết kế, nhà phát triển và nhà lập trình đều có thể tiếp cận người dùng. Điều này giúp nhà thiết kế hiểu rõ hơn về thế giới thực cũng như giúp người khác hiểu rõ hơn về thiết kế.

2. Định hình

Giai đoạn này bắt đầu với sự kết hợp của những ý tưởng trên. Chúng được nghiên cứu và tổng hợp để tạo ra những kế hoạch rõ ràng, được định hình bằng thiết kế và từ đó tạo ra sản phẩm và dịch vụ. Việc thiết kế tham gia vào bối cảnh rộng hơn cũng sẽ giúp hiểu thêm về giới hạn tài chính nội bộ, giới thiệu sản phẩm cạnh tranh và những vấn đề kinh tế - xã hội nổi cộm.

3. Phát triển

Khi phát triển kế hoạch trên, chỉ có quy trình thiết kế mới thiết lập và giám sát được nội dung trao đổi giữa những chuyên gia, quản lý và nhà thiết kế liên quan đảm bảo rằng, những ý tưởng thiết kế ban đầu đã ứng dụng được vào sản phẩm và dịch vụ. Một số phương pháp như phác thảo ý tưởng, liên hệ hình ảnh, thử nghiệm nguyên mẫu hay kể chuyện từng được sử dụng trong giai đoạn định hình vẫn có thể dùng đến ở đây để mang lại kết quả tốt nhất. Một lưu ý là phải đảm bảo kết quả không chỉ phù hợp với thị hiếu mà còn phù hợp với chiến lược lâu dài của thương hiệu. Nhà thiết kế được đặc biệt đào tạo để nhận ra cách thức mà suy nghĩ của khách hàng tương thích với hình ảnh thương hiệu đó.

4. Phân phối

Bên cạnh khâu kiểm tra chất lượng cho những sản phẩm mới, cần phải có sự phối hợp giữa các nhóm marketing, truyền thông, đóng gói và phát triển thương hiệu. Ý kiến phản hồi cũng rất quan trọng trong việc cung cấp bài học cho những lần cải tiến tiếp theo. Tư duy thiết kế và quản trị thiết kế không nên chỉ áp dụng cho những "ông lớn", những nguyên tắc này cũng sẽ phát huy hiệu quả khi được áp dụng ở ngay cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa. **DN**

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

TPHCM: Trần Anh Thư 090 494 5596

SÔI ĐỘNG CÙNG HÀNH TRÌNH “LĂN XẢ HƠN - PHONG ĐỘ HƠN”

Ngoài việc trở thành nhà tài trợ Kim Cương cho Giải bóng đá U.21 Quốc Tế Báo Thanh Niên lần thứ 9 năm 2015 - Cúp Clear Men, nhãn hàng còn tổ chức nhiều chương trình hấp dẫn song hành cùng giải.

Bên cạnh các hoạt động sôi nổi trên fanpage Facebook, Clear Men còn tổ chức hành trình “Lăn xả hơn - phong độ hơn” để người hâm mộ đồng hành cùng Giải bóng đá U.21 Quốc Tế Báo Thanh Niên lần thứ 9 năm 2015 - Cúp Clear Men tại nhiều địa phương trên cả nước.

Tâm điểm của hành trình là sự xuất hiện của đoàn xe “Lăn xả hơn - phong độ hơn” đi qua 3 tỉnh thành: Đà Nẵng, Đồng Nai và Cần Thơ. Tại mỗi điểm dừng chân, đoàn xe được thiết kế thành một sân khấu hoành tráng cùng màn hình LED khổng lồ, giúp người hâm mộ địa phương có cơ hội đồng hành và cổ vũ cho các cầu thủ tuyển U21 báo Thanh Niên và U21 HAGL JMG bằng việc truyền hình trực tiếp một số trận cầu được quan tâm của giải đấu.

Trong các buổi trực tiếp, những người yêu bóng đá đã hòa vào niềm đam mê và giao lưu, lắng nghe phần chia sẻ, bình luận về trận đấu cũng như thưởng thức những màn biểu diễn sôi động của nhiều nghệ sĩ như nhóm nhạc MTV, nhóm Microwave, ca sĩ Quốc Thiên... Ngoài việc tái hiện sinh động và chân thực không khí cuồng nhiệt giải đấu, hành trình còn mang đến nhiều trải nghiệm thú vị cho nam giới bằng các trò chơi tương tác để thử thách phong độ và sự lăn xả cùng quả bóng tròn, từ đó nhận nhiều phần quà hấp dẫn từ Clear Men - nhãn hàng đầu gọi dành cho phái mạnh hàng đầu thế giới.

Khởi hành từ ngày 20/11, đoàn xe “Lăn xả hơn, phong độ hơn” đã dừng chân tại Nhà văn hóa Cần Thơ với phần trực tiếp trận đấu giữa U21 HAGL và U19 Hàn Quốc. Cũng tại đây, các khán giả Cần Thơ đã có cơ hội giao lưu với nhóm nhạc MTV. Tiếp theo đó, đoàn xe đã mang sự cuồng nhiệt đến với các khán giả có mặt tại Biên Hòa vào ngày 22/11 cùng với sự xuất hiện của nhóm Microwave và trực tiếp

trận đấu giữa U21 báo Thanh Niên và U21 Thái Lan. Ngày 24/11, các khán giả tại Đà Nẵng đã có những phút giây cuồng nhiệt cùng bóng đá khi hội ngộ đoàn xe tại Bờ đông Cầu Rồng với sự góp mặt của ca sĩ Quốc Thiên trong trận đấu giữa U21 HAGL và U21 Myanmar.

Với niềm tin bóng đá là nơi đàn ông thể hiện nam tính và bản lĩnh của mình, nhãn hàng Clear Men đã nỗ lực không ngừng trong việc tạo ra nhiều sân chơi liên quan đến bóng đá cho các bạn trẻ. Với gương mặt đại diện là cầu thủ xuất sắc nhất thế giới năm 2014 Cristiano Ronaldo và là đối tác chiến lược của Manchester United tại Việt Nam, Clear Men mong muốn ngày càng gắn bó thương hiệu của mình với môn thể thao vua. Việc Clear Men trở thành nhà tài trợ Kim Cương cho giải bóng đá trẻ U.21 Quốc Tế Báo Thanh Niên lần thứ 9 năm 2015 - Cúp Clear Men đã và đang đem lại một luồng gió mới cho giải đấu này, với mục tiêu góp phần đáng kể trong việc thúc đẩy sự gắn kết giữa các cầu thủ và người hâm mộ trên cả nước.



TRUYỀN HÌNH CÁP VIỆT NAM



Gắn kết gia đình



Tổng đài (24/24h)

19001515

www.vtvcab.vn

DOANH NHÂN+



Ảnh: T.L

ĐẢO QUỐC CỦA NHỮNG **KIWI**

Ở New Zealand, dù đi thám hiểm, du lịch sinh thái; thậm chí đi ăn nhà hàng cũng đều mang lại niềm vui thích bất ngờ. **Quốc Bình**

ĐẢO QUỐC NEW ZEALAND

- Thủ đô: Wellington
- Diện tích: 268.021 km²
- Đơn vị tiền tệ: Đô la New Zealand
- Dân số hơn 4 triệu người, trong đó người Maori chiếm 13% còn lại là người châu Âu.



Là một quốc gia phát triển nằm ở tây nam Thái Bình Dương và nằm cách Australia 1.500 km về phía Đông, New Zealand từ những năm 1250 -1300 trở thành nơi định cư của người Polynesia với văn hóa Maori đặc trưng. Người New Zealand thường tự hào nói rằng: "tôi là Kiwis", có nghĩa: tôi là người New Zealand.

ĐẢO QUỐC TƯƠI ĐẸP

Truyền thuyết người Maori về con chim Kiwi là có con Kiwi một lần quyết leo lên cao, tung mình để được bay và sau một quãng ngắn nó rơi vào bụi gai. Giữa đám cành gai góc mặc những chiếc gai dài và nhọn đâm khiến máu chảy ướt đầm lòng ngực, nó vẫn sung sướng cất lên bài ca của mình rồi lịm dần đi. Đó là bài ca duy nhất trong đời của con Kiwi và phải đổi bằng tính mạng mới có được. Nhưng cả thế gian lạnh đi mỗi khi lắng nghe tiếng hót đầy khát khao, ca ngợi vẻ đẹp của cuộc sống. Đó là loài chim biểu tượng của New Zealand.

New Zealand có địa hình nhiều núi cao, chiếm 2/3 diện tích cả nước, khí hậu ôn đới mùa Đông ẩm ướt, mùa Hè ấm và khô, mật độ dân số trải đều trên cả nước. Quốc gia này có hai thành phố lớn nhất là Auckland và thủ đô Wellington. Toàn bộ lãnh thổ New Zealand nằm trên hai

đảo lớn: Đảo Bắc và Đảo Nam. Người New Zealand nổi tiếng tự tin, nồng nhiệt, cởi mở và hiếu khách. Hiện nay, người Maori vẫn có một địa vị đặc biệt trong xã hội và có những đóng góp to lớn trong cuộc sống, đặc biệt ở hai lĩnh vực văn hóa và chính trị. Kiri Te Kanawa là người con và niềm tự hào của dân tộc Maori, chị là một danh ca nhạc thính phòng (*soprano singer*) nổi tiếng thế giới. Ngoại trưởng Winston Peters của Chính phủ hiện tại cũng là người gốc Maori. Ở những cơ quan công quyền và xã hội, tiếng Anh và ngôn ngữ Maori đã La tinh hóa được dùng song song trong văn thư chính thức và trên những tấm biển chỉ dẫn.

New Zealand là một quốc gia đa văn hóa, được thiên nhiên ưu đãi ban tặng khí hậu hải dương ôn hòa với các rặng núi cao, bao quanh là rất nhiều hồ nước ngọt, vịnh biển với mặt nước xanh trong vắt. Gần như tất cả các thành phố ở New Zealand đều có biển. Bạn hãy tưởng tượng cảm giác đi trên những con đường nhỏ quanh co nằm giữa các rặng núi, bao quanh là những cánh rừng xanh mướt mắt; những bến cảng tấp nập với những chiếc du thuyền trắng bóng bệh trên mặt sóng, những chiếc cầu cảng được lắp ráp đơn giản, nhưng vô cùng chắc chắn, phô diễn nghệ thuật cách điệu được sơn nhiều màu sắc phong phú nhưng rất hài hòa với nhau. Trên cao luôn có từng đàn hải âu chao liệng kêu liu

NEW ZEALAND THƯỜNG XUYÊN ĐƯỢC BÌNH CHỌN LÀ QUỐC GIA THỊNH VƯỢNG, BÌNH AN VÀ DỄ SỐNG NHẤT THẾ GIỚI



NGƯỜI MAORI CHI CHIẾM
1/5 DÂN SỐ NEW ZEALAND

riu giữa bầu trời xanh ngắt, khiến bạn cảm tưởng khung cảnh nơi đây (dù lần đầu đặt chân tới) rất gần gũi với mình.

Bên cạnh đó, New Zealand cũng rất nổi tiếng với những thảo nguyên mênh mông, xanh ngút ngàn. Bạn có thể ngắm các đàn cừu thông dong gặm cỏ. Từ núi cao nhìn xuống sẽ dễ nhầm tưởng đàn cừu là một cảnh đồng bóng di động. Những chú cừu ngộ nghĩnh đáng yêu có mặt ở khắp mọi nơi, từ những dãy núi, đến thảo nguyên xanh bát ngát hay ở ngay trung tâm thành phố. Đặc biệt hơn, nếu may mắn bạn có thể thấy loài Alpaca hiền lành, cũng là một biểu tượng của New Zealand mà ít người biết tới. Đây là loài động vật có họ hàng với lạc đà và khuôn mặt lúc nào cũng như đang cười. Chúng rất thân thiện, hiền lành, bạn có thể cho chúng ăn mà không phải lo lắng. Tuy nhiên bạn đừng làm chúng tức giận, nếu không chúng sẽ phun nước bọt vào người bạn. Người New Zealand cũng coi chúng như là một trong những biểu tượng cho tinh cách của con người và đất nước New Zealand thân thiện, hiền lành và hiếu khách.

Ảnh: T.L



MUÔN MÀU LỄ HỘI

New Zealand thường xuyên được bình chọn là quốc gia có đời sống phát triển, bình an và dễ sống nhất thế giới. Nền văn hóa của New Zealand rất phong phú và đa dạng. Sự pha trộn của các nền văn hóa Polynesia, Á - Âu đã làm cho New Zealand trở thành một mảnh đất nhiều màu sắc, đầy sức sống với nhiều phong tục tập quán rất hấp dẫn. Một cộng đồng gồm những người yêu thiên nhiên rộng mở với khung cảnh thiên nhiên đẹp như tiên giới, với cả phê và nghệ thuật.

Nói đến New Zealand phải nói đến những lễ hội đa dạng và phong phú tại đây. Để thu hút hàng chục nghìn người đến với bãi biển New Brighton (New Zealand), người ta đã tổ chức lễ hội sáng tạo các tác phẩm điêu khắc từ chất liệu cát trên bãi biển. Liên tiếp hai năm 2014 và 2015, cuộc thi có tên gọi "Lâu đài tri tuệ" đã thu hút được 20.000 người tham dự mỗi năm. Các nghệ nhân đã kiên nhẫn, khéo léo tạo nên nhiều bức tượng cát sống động tái hiện hình ảnh của những con rái cá, cặp tình nhân yêu nhau, con rùa, lâu đài kỳ vĩ...

Nhưng đó chỉ là một trong vô số lễ hội tại New Zealand. Lễ hội Nghệ thuật cũng được tổ chức hai năm một lần, kéo dài 3 tuần từ tháng 7 đến tháng 8 vào các năm lẻ, diễn ra tại Christchurch. Ngoài ra còn có Lễ hội Mùa Đông Queenstown, Lễ hội Nông Nghiệp Auckland, Lễ kỷ niệm Waitangi, Lễ hội Đua thuyền trên sông Ngaruawahia...

Nhưng đặc biệt nhất phải nhắc tới Lễ hội Te Matatini truyền thống của người Maori. Mặc dù, người Maori chỉ chiếm 1/5 dân số New Zealand, nhưng nền văn hóa và nghệ thuật của họ vẫn luôn là yếu tố thu hút du khách đến với quốc đảo này. Nghệ thuật Maori bao gồm điêu khắc từ gỗ, từ xương; dệt và dĩ nhiên không thể thiếu âm nhạc, khiêu vũ. Số lượng người tham dự mỗi năm đã phần nào lý giải sức hút của lễ hội này với thế giới... Năm nay, lễ hội được tổ chức tại công viên Hagley tại Christchurch. Ước tính có hơn 30.000 người ở khắp nơi tham dự, trong đó có 45 đội của New Zealand và Australia tới để tham gia lễ hội. Các đội cạnh tranh với nhau và chỉ có duy nhất một đội giành chiến thắng. Tiêu chí đánh giá của cuộc thi biểu diễn nghệ thuật cơ thể truyền thống của người Maori dựa trên trang phục bắt mắt, ấn tượng, vũ đạo, hình xăm, nghệ thuật trình diễn và sự đầu tư công phu của đội đó. Người xem sẽ bắt gặp những bộ trang phục lộng lẫy, khuôn mặt đầy hình xăm và các vũ công nhún mình theo bước nhảy vô cùng ấn tượng khi tham gia lễ hội đặc biệt này. **DN**

TIN DOANH NGHIỆP & KHUYẾN MẠI

CÙNG ADIVA ĐI KHẮP THẾ GIỚI

Nhân hàng tinh chất làm đẹp Collagen Adiva tổ chức chương trình “Cùng Adiva đi khắp thế gian” với tổng giá trị giải thưởng hơn 1 tỷ VND. Đây được xem như một món quà tri ân gửi đến quý khách hàng, đặc biệt là chị em phụ nữ đã tin dùng và nhiệt tình ủng hộ nhân hàng Collagen Adiva trong hơn một năm vừa qua. Chương trình này có nhiều giải thưởng hấp dẫn diễn ra từ ngày 1/12/2015 đến 25/1/2016, khi quý khách hàng mua một hộp sản phẩm Collagen Adiva 14 lọ (30ml), sẽ nhận một thẻ cào đình kèm trên vỏ hộp và có cơ hội trúng các giải thưởng hấp dẫn sau: 8 giải “Bạn là Diva”: mỗi giải là một chuyến du lịch Maldives dành cho hai người, trị giá gần 78 triệu VND; 8 giải “Đẩy lùi khô sạm” mỗi giải là một chuyến du lịch Philippines dành cho hai người trị giá 37 triệu VND; 8 giải “Ngăn ngừa nếp nhăn” mỗi giải là một chuyến du lịch Hong Kong dành cho hai người trị giá gần 27 triệu VND.



KHAI TRƯƠNG BỆNH VIỆN THẨM MỸ KANGNAM

Bệnh viện thẩm mỹ tiêu chuẩn Hàn Quốc đầu tiên tại Việt Nam đã chính thức được khai trương tại 84A, Bà Huyện Thanh Quan, quận 3, TP.HCM. Đây là dấu mốc quan trọng trên chặng đường phát triển của Kangnam, bước chuyển mình từ thẩm mỹ viện công nghệ Hàn Quốc trở thành bệnh viện thẩm mỹ theo tiêu chuẩn Hàn Quốc đầu tiên tại Việt Nam. Bệnh viện sẽ mang đến những công nghệ thẩm mỹ hoàn hảo, đặc biệt là giúp người Việt có cơ hội sử dụng dịch vụ làm đẹp Hàn Quốc ngay tại Việt Nam, mang đến một vẻ đẹp tự nhiên như các ngôi sao xứ Hàn. Nỗ lực hoàn thiện sứ mệnh đồng hành cùng nhan sắc Việt, giúp phụ nữ Việt Nam đẹp hơn mỗi ngày, tự tin tỏa sáng, thương hiệu thẩm mỹ Kangnam đã không ngừng phát triển và lớn mạnh tạo dựng được lòng tin bền vững của khách hàng và đối tác.

RA MẮT THƯƠNG HIỆU PÉTROLE HAHN

Cùng như rất nhiều thương hiệu thời trang và sản phẩm làm đẹp hàng đầu khác trên thế giới – Pétrôle Hahn là một thương hiệu Pháp với sứ mệnh góp phần hoàn chỉnh sức hút của đàn ông Pháp qua mái tóc. Pétrôle Hahn chính thức có mặt tại Việt Nam từ tháng 11/2015 và được phân phối bởi Francia Beauty. Ra đời năm 1885 bởi dược sỹ Charles Hahn với sản phẩm ra mắt đầu tiên là “Nước dưỡng chăm sóc tóc” – sản phẩm ngay lập tức gây tiếng vang lớn nhờ sự độc đáo trong thành phần công thức và hiệu quả tuyệt vời tức thì cho mái tóc.

UBER CAM KẾT NGHIÊM TÚC CẢI THIỆN SỰ AN TOÀN

Uber cho biết vừa hợp tác cùng Ủy ban An toàn Giao thông quốc gia từ nay đến giữa năm 2016, theo đó góp phần tuyên truyền và nâng cao nhận thức của người dân, cũng như nhắc nhở người tham gia giao thông không điều khiển phương tiện khi đã sử dụng thức uống có cồn. Cụ thể, từ nay đến tháng 6/2016, Uber tiếp tục tài trợ cho 29 địa điểm có phục vụ bia rượu tại Hà Nội và TP.HCM để cung cấp các chuyến đi Uber miễn phí cho khách hàng. Uber dự tính sẽ còn mở rộng số lượng nhà hàng hợp tác trong thời gian sắp tới. Các địa điểm tham gia chương trình nói trên có khả năng cung cấp cho khách hàng có nhu cầu một mã khuyến mãi để nhận được chuyến đi Uber miễn phí. Ngoài ra, các nhà hàng cũng được cung cấp các tài khoản Uber riêng để nhân viên có thể trực tiếp hỗ trợ cho hành khách khi quá say.



TIỆC HẤP DẪN TẠI WINDSOR

Khách sạn Windsor Plaza Saigon, 18 An Dương Vương, Q.5, TP.HCM đang giới thiệu gói đặt tiệc cho dịp lễ cuối năm với tiệc tự chọn hoặc thực đơn chọn sẵn hương vị châu Á đặc sắc, miễn phí 2 tiếng đồ uống với bia và nước ngọt không giới hạn, miễn phí sử dụng máy chiếu và màn chiếu. Giá chỉ từ 4,38 triệu++VND/bàn/10 người. Tương tự, tại nhà hàng Café Central An Đông, đêm Noel 24 và 25/12 sẽ có bàn tiệc buffet thêm phong phú với thực đơn gà tây quay, nhạc sống và rút thăm trúng thưởng với nhiều quà tặng hấp dẫn. Giá chỉ từ 880.000VND++ bao gồm cả rượu vang không giới hạn. Các bạn nhỏ sẽ được gặp ông già Noel cho lời chúc Giáng sinh an lành và điều ước ngọt ngào.

SANCTUARY VILLAS HỒ TRÀM MỞ BÁN GIAI ĐOẠN 2

Chủ đầu tư Sapphire Việt Nam mở bán giai đoạn 2 dự án Sanctuary Hồ Tràm. Sanctuary là dự án bất động sản tiên phong ở Hồ Tràm Strip nằm giữa thành phố Vũng Tàu và Phan Thiết. Trong giai đoạn mở bán đầu tiên, các biệt thự gần như đã được bán hết. Giai đoạn thứ hai, với tên gọi Sanctuary Villas, gồm 44 biệt thự đẳng cấp, mỗi biệt thự đều có phòng khách rộng lớn, nhà bếp đầy đủ tiện nghi, phòng giải trí và 3 phòng ngủ đôi với ban công thoáng đãng. Mỗi biệt thự được xây dựng trên khuôn viên đất rộng hơn 420m², với vườn cảnh rộng lớn và hồ bơi riêng. Khu biệt thự cũng sẽ có một nhà hàng ngoài trời, sảnh tiếp tân và văn phòng quản lý. Các biệt thự có thể được cho thuê lại trong thời gian chủ nhân không sử dụng. Giá của biệt thự ở giai đoạn thứ 2 sẽ từ 6,9 tỷ VND (khoảng 305.000 USD).

"THE DÀLAT AT 1200" ĐẶT HÀNG TRONG NGÀY MỞ BÁN ĐẦU TIÊN

Chỉ trong 2 giờ đồng hồ của ngày mở bán ưu tiên đầu tiên, 11% các biệt thự cao cấp và 20% khu căn hộ nghỉ dưỡng của Dự án bất động sản sân golf "The Dàlat at 1200" đã có chủ. Với các đợt mở bán tiếp theo ở Đà Lạt, Hà Nội và TP.HCM, các nhà đầu tư kỳ vọng 30% bất động sản của dự án sẽ được bán hết vào cuối năm 2015. Đây là dự án bất động sản - sân golf cao cấp, được đầu tư bởi Tập đoàn Centurion của Singapore. Dự án The Dàlat at 1200 gồm ba loại biệt thự với diện tích đất rộng từ 1.100m² đến 4.800m² và tổng diện tích xây dựng từ 431m² đến 836m² bao gồm cả ban công trong và ngoài cùng hướng nhìn trực diện về rừng thông.



ỨNG DỤNG ĐẸPBLINK

CẦU NỐI TẠP CHÍ ĐẸP VỚI THẾ GIỚI SỐ

TỪ HÌNH ẢNH TĨNH CÓ GẮN ĐẸPBLINK, BẠN CÓ THỂ:

- * XEM VIDEO, ĐỒ HỌA ĐỘNG
- * KẾT NỐI NGAY VỚI CÁC WEBSITE VÀ CÁC CỬA HÀNG MUA SẮM ONLINE.
- * CẬP NHẬT THÔNG TIN HẤP DẪN TỪ CÁC CỬA HÀNG Ở GẦN BẠN (GPS LOCATION & MAP)
- * LƯU TRỮ NHỮNG THÔNG TIN BẠN YÊU THÍCH



3 BƯỚC ĐƠN GIẢN

1. Download app DepBlink từ Google Play* hoặc iTunes*
2. Scan những hình ảnh có icon DepBlink
3. Trải nghiệm xu hướng đọc đầy cảm hứng

- (*) hỗ trợ phiên bản 4.1 trở lên
- (*) hỗ trợ phiên bản 6 trở lên

Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ:

• **Quảng cáo:** Ms. Vân Khánh | ĐT: 0903.546.004
Email: khanhvn@lemediav.com
• **Ms. Thanh Lan** | ĐT: 0908.316.386
Email: landt@lemediav.com
• **Kỹ thuật:** Mr. Phú Đức | ĐT: 0909.880.069
Email: ducnp@lemediav.com

ĐÁNH THỨC

BIA TIGER VÀ TIGER CRYSTAL CHO M



MÙA XUÂN

MÙA XUÂN THÊM VUI VÀ SÁNG KHOÀI



LỄ HỘI ÂM NHẠC TIGER REMIX 2016

ĐÁNH THỨC MÙA XUÂN

ĐÀ NẴNG | 02 - 01  QUY NHƠN | 09 - 01  NHA TRANG | 16 - 01
HỒ CHÍ MINH | 23 - 01  CẦN THƠ | 30 - 01



 VÀO
CỬA
TỰ
DO

