Tạp chí
DOANH NGHIỆP & Tiếp thị

SỐ: 66 (106) THỨ NĂM, 16.12.2021

CƠ QUAN CỦA TW HỘI MARKETING VIỆT NAM

TRANG 20

CHUYỂN ĐỔI SỐ – ĐỊNH HƯỚNG CỦA DOANH NGHIỆP HẬU COVID-19

ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỂ CHĂM LO AN SINH XÃ HỘI TỐT HƠN CHO NGƯỜI DÂN

TRANG 2

XUẤT KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN VỀ ĐÍCH SỚM BẤT CHẤP ĐẠI DỊCH

TRANG 10

HƯỚNG DẪN TIÊM MŨI 2 VẮC XIN DO MODERNA SẢN XUẤT VỚI CÁC VẮC XIN PHÒNG COVID-19 KHÁC

TRANG 23

VIỆT NAM KÊU GỌI CÁC NƯỚC G7 HỖ TRỢ ASEAN TIẾP CẬN VÀ PHÂN PHỐI VACCINE AN TOÀN

TRANG 5

BỘ TRƯỞNG BỘ TTTT: VIỆT NAM NHẮM LỌT TOP 30 THẾ GIỚI VỀ HẠ TẦNG SỐ VÀO 2025

TRANG 3

TRANG 12

QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU DOANH NGHIỆP: CUỘC CHƠI CỦA "LIÊN MINH" MARKETING – NHÂN SỰ

TRANG 22

NÂNG CAO KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỂ GIẢM RỦI RO PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

TRANG 17

THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN ĐANG TÁI DIỄN KỊCH BẢN SÔI ĐỘNG NHƯ 10 NĂM TRƯỚC...

Tạp chí Doanh nghiệp & Tiếp thị phát hành vào thứ Năm hàng tuần

NHIỀU DƯ ĐỊA ĐỂ CÁC ĐỊA PHƯƠNG VIỆT NAM ĐẨY MẠNH HỢP TÁC VỚI EU

VIỆT NAM LÀ NƯỚC DUY NHẤT TRONG ASEAN CÙNG VỚI SINGAPORE CÓ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VỚI LIÊN MINH CHÂU ÂU (EU). ĐÂY LÀ CƠ HỘI ĐỂ QUAN HỆ GIỮA HAI BÊN ĐI VÀO THỰC CHẤT. TUY NHIÊN, MỨC ĐỘ XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM SANG EU CÒN KHIÊM TỐN, MỚI CHIẾM 2% TRONG TỔNG KIM NGẠCH NHẬP KHẨU CỦA EU, THU HÚT ĐẦU TƯ CÒN CHƯA TƯƠNG XỨNG VỚI TIỀM NĂNG.

Thu Phương

Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Vũ phát biểu tại tọa đàm

Lễ ký Bản ghi nhớ về hợp tác giữa UBND tỉnh Bến Tre và Đại sứ quán Việt Nam tại Bỉ và Luxembourg, Phái đoàn Việt Nam tại EU.

Đó là chia sẻ của Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Vụ tại Tọa đàm "Đẩy mạnh hợp tác giữa một số địa phương Việt Nam và Liên minh châu Âu" nhằm tiếp tục khai thác hiệu quả Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) và thúc đẩy hợp tác giữa địa phương Việt Nam với khu vực châu Âu được tổ chức chiều ngày 12/12. Sự kiện được tổ chức nhân dịp trưởng các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài về nước tham dự Hội nghị Ngoại giao 31 và Hội nghị Ngoại vụ 20.

Phát biểu khai mạc, Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Vũ nhận định, Việt Nam có vị trí quan trọng trong các chính sách toàn cầu và khu vực của EU. Hiệp định EVFTA chính thức có hiệu lực vào tháng 8/2020 đã mang lại cho Việt Nam nhiều lợi thế lớn trong thúc đẩy hợp tác với EU vì tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam là nước duy nhất trong ASEAN cùng với Singapore có hiệp định thương mại tự do với EU. Đây là thuận lợi và cơ hội chưa từng có để quan hệ giữa hai bên đi vào thực chất.

"*Tuy nhiên, mức độ xuất khẩu của Việt Nam sang EU còn khiêm tốn, mới chiếm 2% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của EU, thu hút đầu tư còn chưa tương xứng với tiềm năng*", Thứ trưởng Nguyễn Minh Vũ đánh giá và cho rằng, dư địa để Việt Nam đẩy mạnh hợp tác với châu Âu còn rất lớn. Trên cơ sở đó, Thứ trưởng đề nghị các địa phương có những đề nghị rất cụ thể để Bộ Ngoại giao và các Đại sứ cùng trao đổi, hỗ trợ các địa phương triển khai.

"*Trên cơ sở các đề xuất, cơ quan đại diện và địa phương cần cụ thể hoá thành các thoả thuận, kế hoạch, chương trình hợp tác trung và dài hạn, thiết lập các cơ chế trao đổi thông suốt, đúng với tinh thần mà Đại hội Đảng lần thứ XIII đã đề ra là xây dựng nền ngoại giao phục vụ phát triển, lấy người dân, địa phương, doanh nghiệp làm trung tâm phục vụ*", Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Vũ nhấn mạnh.

Trao đổi tại toạ đàm, các đại biểu có chung nhận định Việt Nam có tiềm năng và dư địa hợp tác với EU trong nhiều lĩnh vực, trong đó có xuất khẩu và thu hút đầu tư trong lĩnh vực nông sản, thích ứng biến đổi khí hậu và phát triển năng lượng tái tạo. Các nước EU có thế mạnh về nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ, đi đầu về thích ứng biến đổi khí hậu và phát triển năng lượng tái tạo. Nhu cầu của EU về thúc đẩy hợp tác trong các lĩnh vực này là rất lớn.

Tuy nhiên, nguyên nhân khiến hợp tác giữa Việt Nam và EU vẫn chưa xứng với tiềm năng chủ yếu là do Việt Nam chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn lao động, môi trường, chi phí hậu cần, vận chuyển lớn, nhận thức về tiềm năng thị trường còn hạn chế, chất lượng sản phẩm và tiến độ chưa đáp ứng yêu cầu của một thị trường khắt khe như EU...

Để nâng cao hợp tác giữa các địa phương và Liên minh châu Âu, các đại biểu nhận định, trước mắt cần phải thay đổi tư duy về cách tiếp cận, tăng cường đầu tư vào nghiên cứu thị trường để xây dựng được định hướng chiến lược xuất khẩu và thu hút đầu tư từ EU một cách bài bản. Các địa phương cần chủ động tìm hiểu tiềm năng về thị trường châu Âu, xác định được các lĩnh vực thế mạnh phù hợp với nhu cầu của thị trường, trao đổi cụ thể với Cơ quan đại diện Việt Nam tại EU về hướng đi và cách làm cụ thể.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng, mẫu mã bao bì, đảm bảo đúng số lượng và tiến độ, phát triển hệ thống kho lạnh, kỹ thuật bảo quản nông sản tiên tiến, thúc đẩy xây dựng hệ thống logistics một cách đồng bộ.

Tại tọa đàm, các đại sứ khẳng định, các cơ quan đại diện Việt Nam tại EU sẽ đóng vai trò là cầu nối, cung cấp cho địa phương các thông tin hữu ích về thị trường, các dự án tiềm năng và phối hợp chặt chẽ với các địa phương thúc đẩy hợp tác giữa các địa phương và khu vực châu Âu.

Các đại biểu nhận định, tọa đàm là bước đi đầu tiên nhằm tìm hiểu nhu cầu và khả năng hợp tác hai bên. Thời gian tới, Bộ Ngoại giao sẽ tiếp tục phối hợp chặt chẽ với các địa phương để thúc đẩy xuất khẩu và đầu tư từ châu Âu; khẳng định quyết tâm cao đồng hành cùng địa phương, doanh nghiệp trong thúc đẩy triển khai công tác ngoại giao phục vụ phát triển, tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính thực chất của công tác ngoại giao kinh tế, đặc biệt là công tác phối hợp trong cung cấp thông tin.

Trong khuôn khổ tọa đàm, đã diễn ra Lễ ký Bản ghi nhớ về hợp tác giữa UBND tỉnh Bến Tre và Đại sứ quán Việt Nam tại Bỉ và Luxembourg, Phái đoàn Việt Nam tại EU nhằm hỗ trợ thúc đẩy thương mại và thu hút đầu tư của EU và Bến Tre trong một số lĩnh vực, đặc biệt là nông nghiệp công nghệ cao, năng lượng tái tạo, công nghệ xử lý nước mặn phục vụ nông nghiệp, du lịch...

LÒNG TIN VÀ TÍN NHIỆM CỦA NGƯỜI DÂN LÀ "CHÌA KHÓA" ỨNG PHÓ VỚI COVID-19 THÀNH CÔNG

ĐÓ LÀ ĐÁNH GIÁ CỦA TRƯỞNG ĐẠI DIỆN THƯỜNG TRÚ CỦA CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN LIÊN HỢP QUỐC (UNDP) TẠI VIỆT NAM, BÀ CAITLIN WIESEN, SAU KHI KHẢO SÁT NGƯỜI DÂN NƯỚC TA TRONG ỨNG PHÓ VỚI COVID-19.

Thương Huyền

Thủ tướng Phạm Minh Chính động viên những người canh chốt kiểm dịch. (Nguồn: TTXVN)

Mặc dù phải chịu những tác động kinh tế tiêu cực, hầu hết những người được hỏi đều ưu tiên sức khỏe hơn kinh tế. Có tới 83% số người được hỏi đồng ý rằng: "Ưu tiên cao nhất của Nhà nước hiện nay là cứu người dân khỏi COVID-19 cho dù phải hy sinh phát triển kinh tế", theo vị Trưởng đại diện.

Có tới 84% số người được hỏi đánh giá công tác ứng phó của Chính phủ Trung ương là tốt hoặc rất tốt (so với 97% vào năm 2020), 89% đánh giá công tác ứng phó của chính quyền cấp tỉnh là tốt hoặc rất tốt (94% vào năm 2020). Người dân thể hiện sự ủng hộ mạnh mẽ với hầu hết các biện pháp phòng, chống dịch. Đóng cửa chợ dân sinh và trường học là các biện pháp ít được ủng hộ hơn. Trong đợt dịch COVID-19 lần thứ tư, đa số người trả lời vẫn đánh giá cao mức độ hiệu quả trong công tác ứng phó với COVID-19 của các cấp chính quyền, cho dù tỷ lệ này thấp hơn năm 2020.

So với năm 2020, tác động của đại dịch trong năm 2021 được đánh giá là nghiêm trọng hơn. Người dân rất lo lắng về tình hình sức khỏe cá nhân của họ (68% số người được hỏi) và việc học tập của con cháu (76%). Tác động tiêu cực lên việc làm và thu nhập do COVID-19 năm 2021 cũng trở nên rõ rệt hơn, với 77% người được hỏi cho biết thu nhập bị giảm, đặc biệt là đối với những người thuộc hộ nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số, lao động tự do...

Ngay từ khi đại dịch xuất hiện, xác định "cuộc chiến" có khả năng sẽ kéo dài, Chính phủ Việt Nam đã triển khai hàng loạt chủ trương, ban hành nhiều nghị quyết hướng tới người dân, đảm bảo sức khỏe, tính mạng và an sinh cho người dân như triển khai các gói hỗ trợ 62.000 tỷ đồng (2020) và 26.000 tỷ đồng (2021); tổ chức các chuyến bay đón kiều bào về nước...

Năm 2021, trong tình hình chung của toàn cầu, với làn sóng đại dịch hoành hành mạnh hơn bao giờ hết, Việt Nam bước vào đợt dịch thứ 4, có thể coi là khốc liệt nhất, với hầu hết các địa phương đều có ca nhiễm, thậm chí tổng số ca mắc mỗi ngày vượt 10.000 người, cùng những mất mát lớn về tính mạng của người dân, là nỗi đau của toàn dân tộc. Bên cạnh đó, đại dịch còn tác động nặng nề tới tiến trình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam, có nguy cơ gây tác động tiêu cực, lâu dài tới sức khỏe và tinh thần của người dân, ảnh hưởng tới việc học hành của cả một thế hệ học sinh.

Trước những thách thức trên, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo tiến hành cuộc họp trực tuyến toàn quốc, đích thân chủ trì cuộc họp với 63 tỉnh, thành phố về công tác phòng, chống đại dịch, sát sao đến tận từng xã, phường nơi có số ca mắc cao.

Đồng thời, Chính phủ ban hành Nghị quyết 128/NQ-CP về "Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19", vừa chống dịch vừa đưa hoạt động kinh tế - xã hội, cuộc sống của nhân dân trở lại bình thường, tạo điều kiện cho người dân được làm việc, được học hành, phát triển. Cùng với đó, Việt Nam nỗ lực triển khai quyết liệt, đồng bộ và bài bản "Chiến lược vaccine", trong đó ngoại giao vaccine được coi là mũi nhọn, nhằm thực hiện mục tiêu tiêm chủng miễn phí toàn dân.

"Năm 2022 đang đến với những thách thức không thể lường trước vì đại dịch vẫn tồn tại và đang bùng phát ở nhiều nơi trên thế giới. Nhưng với chiến dịch tiêm vaccine COVID-19 thần tốc ở Việt Nam trong những tháng gần đây, cùng với sự ủng hộ của người dân đối với biện pháp đeo khẩu trang và các biện pháp ứng phó nhanh và linh hoạt của Chính phủ, tôi tin rằng Việt Nam sẽ vượt qua những thách thức của đại dịch và sớm phục hồi" - bà Caitlin Wiesen nhấn mạnh.

Thông qua khảo sát, các chuyên gia của UNDP cũng đưa ra một số gợi ý cho các nhà hoạch định chính sách trong thời gian tới.

Thứ nhất, cảm nhận và sự ủng hộ của người dân cần được các cấp chính quyền xem xét kỹ lưỡng khi thiết kế các chính sách, biện pháp ứng phó trong thời gian tới. Sự tin tưởng của người dân là động lực quan trọng quyết định mức độ hiệu quả trong việc ứng phó với đại dịch của các cấp chính quyền.

Bà Cherie Russell, Tham tán Phát triển, Đại sứ quán Australia tại Việt Nam nhận định: "Thông qua kết quả khảo sát này, chúng ta có cơ hội được lắng nghe tiếng nói và trải nghiệm của người dân Việt Nam. Nghiên cứu thực chứng sẽ cung cấp thông tin cho các quyết định chính sách và xây dựng lòng tin hơn nữa trong cộng đồng đối với việc thực hiện các chính sách này...".

Thứ hai, cần tập trung hơn triển khai gói hỗ trợ cho nhóm người nghèo, lao động không có tay nghề, lao động thời vụ, và người làm việc trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ.

Thứ ba, hỗ trợ của cộng đồng và các tổ chức phi chính phủ, tổ chức xã hội và các nhóm/cá nhân từ thiện trong thời gian dịch bệnh hoặc các khủng hoảng tương tự cần được coi trọng và chính thức ghi nhận. Việc đơn giản hóa thủ tục tiếp nhận gói hỗ trợ sẽ giúp người dân nhận hỗ trợ kịp thời hơn.

Thứ tư, các dịch vụ công trực tuyến cần được đánh giá lại và cải thiện nhằm bảo đảm tính thân thiện với người dùng, qua đó, khuyến khích người dân sử dụng các biện pháp không tiếp xúc trong quá trình làm việc với chính quyền.

Tạp chí DOANH NGHIỆP & Tiếp thị
CƠ QUAN CỦA TW HỘI MARKETING VIỆT NAM

Giấy phép hoạt động báo chí số 72 /GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 26/2/2020.

Tổng Biên tập:
PGS. TS. HOÀNG XUÂN LÂM

Phó Tổng Biên tập:
NHỮ THÚY HƯƠNG QUỲNH

Thư ký tòa soạn:
TRẦN NGỌC KHA

Trình bày:
NHỮ ĐỨC HIẾU

● **Tòa soạn:** Tầng 6, tòa nhà MB số 144 Đội Cấn, phường Đội Cấn, quận Ba Đình, Hà Nội.
● Điện thoại: 024. 6682 5543
● Email: tkts@doanhnghieptiepthi.vn
● In tại Công ty TNHH MTV in Ba Đình - Bộ Công an.
● **Văn phòng đại diện phía Nam:** Phòng 1.11A, Cao ốc Ruby Garden, số 2A Nguyễn Sỹ Sách, phường 15, Q Tân Bình, TP.HCM
● Điện thoại: 028.66849307
● Fax: 028.66849307

www.doanhnghieptiepthi.vn

ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỂ CHĂM LO AN SINH XÃ HỘI TỐT HƠN CHO NGƯỜI DÂN

LÀM VIỆC VỚI BẢO HIỂM XÃ HỘI VIỆT NAM, THỦ TƯỚNG PHẠM MINH CHÍNH NHẤN MẠNH YÊU CẦU ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ, ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ ĐỂ CHĂM LO AN SINH XÃ HỘI TỐT HƠN CHO NGƯỜI DÂN, VỪA TẠO THUẬN LỢI CHO NGƯỜI THỤ HƯỞNG CHÍNH SÁCH, VỪA PHÒNG CHỐNG TRỤC LỢI CHÍNH SÁCH, TIÊU CỰC, THẤT THOÁT, LÃNG PHÍ...

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính.

Hà Văn

Sáng ngày 8/12, tại trụ sở Chính phủ, Thủ tướng Phạm Minh Chính làm việc với Bảo hiểm xã hội (BHXH) Việt Nam về tình hình thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn trong thời gian qua và các định hướng lớn trong thời gian tới.

Cùng dự cuộc làm việc có Phó Thủ tướng Lê Minh Khái, Bộ trưởng Bộ Tài chính Hồ Đức Phớc, Bộ trưởng Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội Đào Ngọc Dung, Bộ trưởng, Chủ nhiệm Ủy ban Dân tộc Hầu A Lềnh, Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ Trần Văn Sơn.

Báo cáo của BHXH Việt Nam và các ý kiến tại cuộc họp nhận định, ngành BHXH đã đạt những kết quả nổi bật trong tham gia xây dựng chính sách, pháp luật về bảo hiểm; giải quyết, chi trả chế độ, chính sách bảo hiểm; quản lý tài chính, đầu tư quỹ; thanh tra, kiểm tra; cải cách hành chính; chuyển đổi số...

Đặc biệt, số người tham gia BHXH đã tăng so với kế hoạch Thủ tướng Chính phủ giao, nhất là BHXH tự nguyện, vượt chỉ tiêu đề ra tại Nghị quyết của Trung ương (trong 2 năm gần đây tăng gấp 3 lần so với giai đoạn 10 năm từ 2008-2018); BHYT cơ bản hoàn thành mục tiêu bao phủ toàn dân, về đích trước thời hạn so với mục tiêu đề ra tại Nghị quyết của Trung ương.

Đến hết tháng 11/2021, số người tham gia BHXH tiếp tục tăng trưởng so với năm 2020, đạt 16,202 triệu người (tăng 38,7 nghìn người), BHXH tự nguyện đạt gần 1,3 triệu người, đạt 2,6% lực lượng lao động trong độ tuổi là nông dân và lao động khu vực phi chính thức (vượt 1,6% chỉ tiêu được giao); 88 triệu người tham gia BHYT, đạt hơn 90% dân số.

Công tác chuyển đổi số được đặc biệt chú trọng, giúp nâng cao hiệu quả nhiều mặt hoạt động của BHXH Việt Nam. Ngành đã xây dựng, hoàn thiện kho cơ sở dữ liệu hơn 98 triệu dân, là nền tảng cơ sở dữ liệu quốc gia về bảo hiểm.

Việc kết hợp giữa thanh tra, kiểm tra, giám sát theo phương thức truyền thống với thanh tra, kiểm tra, giám sát theo phương thức điện tử giúp tăng hiệu quả, chất lượng, giảm nhân lực, thời gian thanh tra, kiểm tra, giảm số cuộc thanh tra, kiểm tra, nhưng phát hiện, xử lý được nhiều vi phạm hơn; từ năm 2017 tới nay đã từ chối thanh toán, giảm chi quỹ BHYT hơn 9.359 tỷ đồng.

Các thủ tục giải quyết chính sách hỗ trợ người lao động, người sử dụng lao động được rút ngắn thời gian từ 5 ngày xuống chỉ còn 1 ngày làm việc. Đặc biệt, BHXH Việt Nam đã có rất nhiều nỗ lực, cố gắng trong hỗ trợ người dân và doanh nghiệp trong bối cảnh dịch bệnh.

Nêu một số kiến nghị, đề xuất tại cuộc làm việc, BHXH đặt mục tiêu đến hết năm 2025, số người tham gia BHXH là 23,1 triệu, đạt 45% lực lượng lao động trong độ tuổi; tham gia bảo hiểm thất nghiệp (BHTN) là 18 triệu người, đạt 35% lực lượng lao động trong độ tuổi; tham gia BHYT là 95 triệu người, bao phủ 95% dân số.

Tổng Giám đốc BHXH Việt Nam Nguyễn Thế Mạnh phát biểu ý kiến tại cuộc làm việc, báo cáo những kết quả nổi bật trong tham gia xây dựng chính sách, pháp luật về bảo hiểm - Ảnh: VGP/Nhật Bắc

Phát biểu kết luận buổi làm việc, Thủ tướng Phạm Minh Chính đánh giá báo cáo của BHXH Việt Nam và các ý kiến là trách nhiệm, tâm huyết, sát thực tế, các đề xuất, kiến nghị rất rõ tại cuộc họp. Thống nhất cao với các ý kiến, Thủ tướng ghi nhận, biểu dương, đánh giá cao sự nỗ lực, cố gắng của BHXH trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao, nhất là trong thực hiện Nghị quyết số 28 của Trung ương khoá XII về cải cách chính sách bảo hiểm xã hội.

Thủ tướng nhấn mạnh một số kết quả trong mở rộng độ bao phủ BHXH, BHYT; hỗ trợ người dân và doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19, nhất là trong triển khai chính sách hỗ trợ từ Quỹ BHTN - đây là vấn đề chưa được pháp luật quy định nhưng các cơ quan chức năng đã đề xuất cấp có thẩm quyền xử lý kịp thời, giải quyết yêu cầu cấp bách phát sinh trong thực tiễn. Cùng với đó, Quỹ BHXH kết dư tốt, đạt gần 1 triệu tỷ đồng, bảo đảm an toàn, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội, ổn định kinh tế vĩ mô. BHXH cũng đạt nhiều kết quả trong sắp xếp lại bộ máy, tinh giản biên chế...

Tuy nhiên, các ý kiến tại cuộc họp cũng nêu rõ, một số quy định của chính sách, pháp luật về BHXH, BHTN, BHYT trong quá trình tổ chức thực hiện đã bộc lộ bất cập, cần tiếp tục được điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung. Tốc độ gia tăng người tham gia BHXH, BHTN, BHYT còn chậm; tỷ lệ người tham gia BHXH tự nguyện còn thấp so với tiềm năng; số người đề nghị hưởng BHXH một lần vẫn có chiều hướng gia tăng. Tình trạng lạm dụng, trục lợi quỹ, chậm đóng, trốn đóng, nợ đọng bảo hiểm vẫn còn xảy ra. Việc giải quyết các chế độ, quyền lợi đối với người lao động còn khó khăn khi doanh nghiệp nợ BHXH, BHYT nhưng giải thể, phá sản, chủ là người nước ngoài bỏ trốn do chưa có cơ chế xử lý đối với nợ của các doanh nghiệp này. Việc quản lý quỹ khám chữa bệnh BHYT gặp khó khăn do cơ chế, chính sách...

Thủ tướng nêu rõ một số bài học rút ra trong hoạt động của BHXH thời gian qua, như luôn bám sát, thực hiện nghiêm đường lối, chủ trương của Đảng, các quy định của pháp luật, các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; luôn nỗ lực cao nhất trong khả năng có thể; phối hợp chặt chẽ với các bộ, cơ quan, địa phương; giữ vững đoàn kết, thống nhất.

Về công việc sắp tới, Thủ tướng nhấn mạnh một số định hướng lớn như tiếp tục bám sát chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, các chỉ đạo của Chính

phủ, Thủ tướng Chính phủ để thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao.

Cùng với đó, phải nhận thức thật sâu sắc, đầy đủ, toàn diện về vai trò của an sinh xã hội trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, chúng ta dứt khoát không hy sinh tiến bộ và công bằng xã hội, an sinh xã hội để chạy theo tăng trưởng kinh tế đơn thuần, lấy người dân là chủ thể, là trung tâm, là mục tiêu và là động lực phát triển; góp phần vào sự ổn định chính trị, sự lành mạnh của xã hội và sự phát triển của đất nước.

Định hướng lớn khác là trong công việc phải bám sát, dựa trên 3 trụ cột chính của an sinh xã hội gồm phòng ngừa rủi ro, giảm thiểu rủi ro và khắc phục rủi ro; đồng thời tôn trọng thực tiễn, bám sát thực tiễn, xuất phát từ thực tiễn, lấy thực tiễn làm thước đo, linh hoạt, chủ động để tham mưu, đề xuất các cấp có thẩm quyền các giải pháp xử lý hiệu quả các vấn đề đặt ra.

Về công việc cụ thể, Thủ tướng đề nghị cần tập trung cho công tác hoàn thiện thể chế, xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch; trong bối cảnh nguồn lực, thời gian có hạn, tình hình phức tạp, công việc có những khó khăn, phải có quyết tâm cao, nỗ lực lớn, hành động quyết liệt, hiệu quả, có trọng tâm trọng điểm, làm việc nào dứt điểm việc đó. Thủ tướng lưu ý, có thể lập tổ công tác để rà soát các vướng mắc của cơ chế, chính sách, pháp luật về BHXH, BHTN, BHYT để đề xuất, tham mưu các cấp có thẩm quyền.

Về công tác xây dựng Đảng, công tác tổ chức - cán bộ, bộ máy, biên chế, phải quán triệt và thực hiện nghiêm các quy định của Đảng, các Nghị quyết Trung ương 4 khóa XI, XII và Kết luận Hội nghị Trung ương 4 khóa XIII về xây dựng, chỉnh đốn Đảng; các Nghị quyết số 18, 19 về tổ chức, bộ máy, Nghị quyết số 26 về xây dựng đội ngũ cán bộ... Thủ tướng nhấn mạnh, việc xây dựng đội ngũ cán bộ đủ phẩm chất, năng lực và uy tín ngang tầm nhiệm vụ có ý nghĩa quyết định.

Đồng thời, đẩy mạnh phân cấp, phân quyền, cá thể hóa trách nhiệm đi đôi với tăng cường kiểm tra, giám sát theo quy định của pháp luật, phòng chống tham nhũng, tiêu cực, lãng phí, thất thoát, lợi ích nhóm, tình trạng trốn đóng, chậm đóng, nợ đọng bảo hiểm...

Trong các hoạt động chuyên môn, Thủ tướng lưu ý việc quản lý, sử dụng Quỹ BHXH phải vừa bảo đảm quyền lợi của người đóng bảo hiểm, vừa bảo đảm an toàn, tăng trưởng và phát triển, đóng góp vào ổn định kinh tế vĩ mô, vì lợi ích chung.

Thủ tướng yêu cầu tập trung, làm tốt hơn nữa công tác chuyển đổi số và xây dựng, kết nối cơ sở dữ liệu; nâng cao năng lực, trình độ quản trị theo hướng hiện đại, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin để vừa tạo nhanh chóng, thuận lợi cho người thụ hưởng chính sách, vừa phòng chống trục lợi chính sách. Ông nhấn mạnh, bối cảnh dịch bệnh thời gian vừa qua đã khẳng định điều này là hết sức quan trọng, khi chúng ta phải bảo đảm an sinh xã hội cho hàng chục triệu người trong thời gian rất ngắn thì phải đẩy mạnh ứng dụng công nghệ để bảo đảm công việc nhanh chóng, chính xác.

Thủ tướng cũng yêu cầu rà soát lại, xây dựng lộ trình khắc phục hiệu quả các tồn tại, hạn chế; chú trọng nâng cao hiệu quả công tác truyền thông để dân hiểu, dân biết, dân tin, dân nghe, dân theo, dân làm trong thực hiện chính sách BHXH.

Thủ tướng giao các cơ quan chức năng tổng hợp các kiến nghị của BHXH Việt Nam, đề xuất các cấp có thẩm quyền giải quyết theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, tinh thần chung là ủng hộ, không để ách tắc công việc, tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc, nâng cao năng lực, tạo điều kiện tốt hơn cho BHXH Việt Nam, đặt lợi ích dân tộc quốc gia lên trên hết, trước hết.

Bộ trưởng Bộ TTTT:
VIỆT NAM NHẮM LỌT TOP 30 THẾ GIỚI VỀ HẠ TẦNG SỐ VÀO NĂM 2025

"ĐỂ PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ, HẠ TẦNG PHẢI ĐI TRƯỚC", BỘ TRƯỞNG BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG NGUYỄN MẠNH HÙNG NHẤN MẠNH. VIỆT NAM ĐẶT MỤC TIÊU CAO LÀ LỌT VÀO TOP 30 THẾ GIỚI VỀ HẠ TẦNG SỐ VÀO NĂM 2025. MỖI NGƯỜI DÂN 1 ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH, MỖI HỘ GIA ĐÌNH 1 ĐƯỜNG INTERNET CÁP QUANG...

Ông Nguyễn Mạnh Hùng - Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông

Bộ Thông tin và Truyền thông đang xây dựng Dự thảo chiến lược phát triển hạ tầng số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Chia sẻ tại *Diễn đàn cấp cao thường niên về Công nghiệp 4.0*, ông Nguyễn Mạnh Hùng - Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông đã chia sẻ quan điểm về việc làm thế nào để phát triển kinh tế số ở Việt Nam.

Theo Bộ trưởng Hùng, nói đến kinh tế là nói đến sản xuất, trao đổi, phân phối và tiêu dùng, nói đến kinh tế số là nói đến sản xuất số, trao đổi số, phân phối số và tiêu dùng số.

"*Cái mới bao giờ cũng cần thể chế mới - Thể chế số, đóng vai trò kiến tạo, phát triển số, đảm bảo các hoạt động giao dịch số được hợp pháp và được pháp luật bảo vệ, như thể chế về định danh và xác thực một con người trên không gian mạng, thể chế cho chữ ký số, thanh toán số...*", Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Mạnh Hùng nêu quan điểm.

Bên cạnh Thể chế số, ông Nguyễn Mạnh Hùng nêu 3 yếu tố "CẦN" khác để phát triển nền kinh tế số gồm:

Hạ tầng mới - Hạ tầng số

"Hạ tầng phải đi trước. Chúng ta đặt ra mục tiêu cao là lọt vào top 30 thế giới về hạ tầng số vào năm 2025, đó là hạ tầng viễn thông băng thông rộng. Mỗi người dân 1 điện thoại thông minh, mỗi hộ gia đình 1 đường Internet cáp quang...".

"Hạ tầng dữ liệu thì được coi như hạ tầng đất đai mới. Dữ liệu như đất đai mới và canh tác trên đất đai này sẽ sinh giá trị mới. 34 nền tảng số quốc gia được ưu tiên phát triển để tạo nền móng cho sự thúc đẩy kinh tế số và xã hội số, đặc biệt là chuyển đổi số các ngành", ông Hùng nói.

Công cụ sản xuất mới - Công nghệ số

Đó là AI, Big Data, IOT, Robotics... Nhà nước với tầm nhìn dài hạn sẽ đầu tư vào nghiên cứu cơ bản các công nghệ số cốt lõi.

Các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam biến các công nghệ số nền tảng thành dịch vụ thông qua các nền tảng số. Tất cả doanh nghiệp thuộc mọi lĩnh vực thì sử dụng các dịch vụ công nghệ này để tạo ra sản phẩm trong lĩnh vực của mình.

"Mọi doanh nghiệp đều có thể và đều phải trở thành doanh nghiệp công nghệ. Một chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ được Chính phủ hỗ trợ", Bộ trưởng Hùng nói.

Thị trường mới - công dân số, xã hội số

Việc đào tạo kỹ năng số cho toàn dân, việc giới thiệu và hướng dẫn sử dụng nền tảng số an toàn cho người dân tin tưởng, tiêu xài các sản phẩm và dịch vụ số sẽ tạo ra thị trường số, và là động lực cho nền kinh tế số.

Các nền tảng đào tạo trực tuyến mở (MOOC) sẽ là lời giải cho đào tạo kỹ năng số, nhân lực số Việt Nam.

Bên cạnh đó, Bộ trưởng Hùng cũng chỉ ra cái mới bao giờ cũng đi với nguy cơ mới. Đảm bảo an toàn thông tin trên không gian mạng cũng như các giải pháp để giảm thiểu các tác động tiêu cực của công nghệ số là một phần quan trọng của chiến lược, và Việt Nam phải bảo vệ được sự thịnh vượng của mình trên không gian mạng.

"*Cái gì muốn quản lý, thúc đẩy được cũng phải đo lường và đánh giá được. Chúng ta sẽ ban hành bộ chỉ số đo lường kinh tế số, và xã hội số trong năm nay, tức tháng 12 này, và từ năm sau sẽ đánh giá và công bố*", Bộ trưởng Hùng nói.

Theo Dự thảo chiến lược phát triển hạ tầng số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, nền kinh tế số sẽ chiếm 20% GDP vào 2025, và 30% vào 2030.

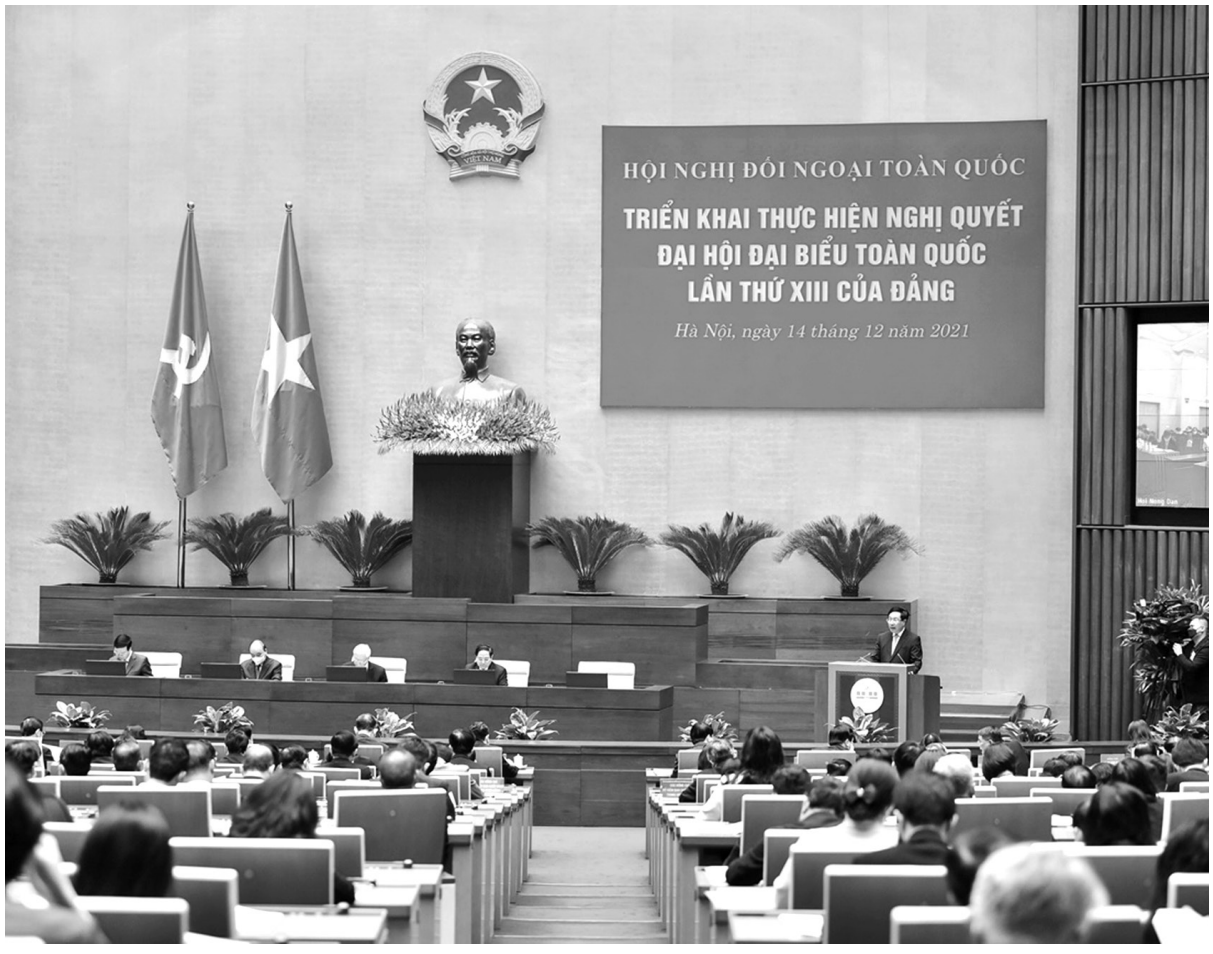
"*Nếu chúng ta làm tốt, làm mạnh mẽ, thì con số có thể cao hơn rất nhiều*", ông Hùng tin tưởng.

Bảo Bảo

THỰC HIỆN ĐỒNG BỘ, ĐỔI MỚI TƯ DUY TRONG CÔNG TÁC ĐỐI NGOẠI

SÁNG 14/12, HỘI NGHỊ ĐỐI NGOẠI TOÀN QUỐC TRIỂN KHAI THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI ĐẠI BIỂU TOÀN QUỐC LẦN THỨ XIII CỦA ĐẢNG ĐÃ DIỄN RA THEO HÌNH THỨC TRỰC TIẾP KẾT HỢP TRỰC TUYẾN.

Quỳnh Anh



Quang cảnh Hội nghị. Ảnh: VGP, Nhật Bắc

Đây là lần đầu tiên kể từ khi thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam cũng như từ khi nước Việt Nam dân chủ Cộng hòa ra đời, Đảng ta tổ chức một Hội nghị chuyên sâu về công tác đối ngoại với quy mô toàn quốc.

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã tham dự và phát biểu chỉ đạo Hội nghị. Tham dự Hội nghị trực tiếp tại Hội trường Diên Hồng (Nhà Quốc hội) và các điểm cầu tại các tỉnh ủy, thành ủy, các ban, bộ, ngành và cơ quan trực thuộc Trung ương có các đồng chí: Uỷ viên Bộ Chính trị, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc; Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính; Ủy viên Bộ Chính trị, Thường trực Ban Bí thư Võ Văn Thưởng; Ủy viên Bộ Chính trị, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Bình Minh.

Ngoài ra có các Ủy viên Bộ Chính trị, Ban Bí thư; Ủy viên Ban chấp hành Trung ương Đảng; Ủy viên dự khuyết Trung ương Đảng; lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan, ban Đảng, các bộ, ngành Trung ương và địa phương; cán bộ thực hiện công tác đối ngoại của các cơ quan, tổ chức; các Đại sứ, Tổng Lãnh sự; cán bộ các cơ quan liên quan và các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài.

Tại Hội nghị, thay mặt Bộ Chính trị, Ban Bí thư, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Bình Minh trình bày báo cáo về thành tựu trong công tác đối ngoại của Đảng và Nhà nước, tập trung vào giai đoạn 5 năm vừa qua (2016 - 2021), từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm, xác định phương hướng, nhiệm vụ ưu tiên để thực hiện thắng lợi đường lối đối ngoại của Đại hội Đảng lần thứ XIII.

Hội nghị cũng sẽ nghe tham luận của các đồng chí lãnh đạo Bộ Ngoại giao, Ban Đối ngoại Trung ương, Bộ Quốc phòng, Bộ Công an, Bộ Công Thương, Chủ tịch Liên hiệp các tổ chức hữu nghị Việt Nam cùng các lãnh đạo thành phố Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Thành ủy Đà Nẵng.

Hội nghị đánh giá toàn diện những thành tựu của công tác đối ngoại trong 35 năm đổi mới; nhìn lại những bài học kinh nghiệm và nhận diện rõ hơn những vấn đề lớn đặt ra trong thời gian tới. Đồng thời, phân tích rõ tình hình khu vực và thế giới, làm sâu sắc hơn đường lối đối ngoại mà Đại hội XIII của Đảng đã xác định, từ đó, đề ra nội dung, nhiệm vụ, giải pháp công tác đối ngoại thời gian tới.

Đây là hội nghị có ý nghĩa rất quan trọng, là một trong số một loạt các hội nghị nhằm triển khai đường lối Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng. Hội nghị sẽ tạo ra sự thống nhất trong nhận thức, quán triệt đường lối đối ngoại và thực hiện triển khai đồng bộ trong toàn Đảng, toàn dân, toàn quân; qua đó tạo sự đồng thuận trong xã hội, sự đồng lòng của người Việt Nam ở trong nước cũng như nước ngoài và sự ủng hộ của cộng đồng quốc tế.

Với quy mô đó, Hội nghị sẽ đánh giá toàn diện kết quả công tác đối ngoại thời gian qua, đánh giá đúng tình hình khu vực và thế giới, giúp nhận thức sâu sắc hơn đường lối đối ngoại mà Đại hội XIII của Đảng đã xác định. Từ đó, đề ra nội dung, nhiệm vụ, giải pháp công tác đối ngoại thời gian tới, trên cơ sở phát huy vai trò, trách nhiệm, sự phối hợp chặt chẽ giúp các cấp ủy, tổ chức Đảng, các ngành, các cấp trong công tác đối ngoại.

Nhiệm vụ đặt ra là thực hiện đồng bộ, nâng cao chất lượng, hiệu quả cả ba trụ cột đối ngoại, đó là đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân, đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện của Đảng và quản lý thống nhất của Nhà nước; tích cực góp phần tạo dựng và gìn giữ môi trường hòa bình, ổn định tranh thủ điều kiện thuận lợi để phát triển đất nước, nâng cao vị thế Việt Nam.

Chính phủ đã có nhiều Nghị định hướng dẫn, tổ chức triển khai công tác đối ngoại và hội nhập quốc tế trong các lĩnh vực. Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chiến lược hội nhập quốc tế đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Các bộ, ban, ngành, địa phương đã xây dựng nhiều đề án, chương trình hành động để thực hiện các nhiệm vụ đối ngoại và hội nhập quốc tế.

Công tác đối ngoại đã góp phần củng cố môi trường hòa bình, tranh thủ điều kiện quốc tế thuận lợi để phát triển đất nước. Phó Thủ tướng Phạm Bình Minh cho biết, đến nay, Việt Nam đã có quan hệ ngoại giao với 189/193 quốc gia thành viên Liên Hợp quốc (LHQ), trong đó có quan hệ Đối tác chiến lược và Đối tác toàn diện với 30 nước, bao gồm 5 nước thành viên thường trực Hội đồng bảo an (HĐBA) LHQ, toàn bộ Nhóm Các nước công nghiệp phát triển hàng đầu (G7) và tất cả các thành viên ASEAN. Đảng ta đã thiết lập quan hệ với 247 chính đảng ở 111 quốc gia, Quốc hội Việt Nam có quan hệ với quốc hội, nghị viện của hơn 140 nước. Các tổ chức hữu nghị nhân dân có quan hệ với 1200 tổ chức nhân dân và phi chính phủ nước ngoài.

Hoạt động đối ngoại đóng vai trò quan trọng trong bảo vệ chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc. Việt Nam đã cơ bản xây dựng được đường biên giới trên tinh thần hòa bình, hữu nghị, hợp tác với các nước láng giềng. Trên biển, chúng ta kiên quyết bảo vệ chủ quyền, quyền chủ quyền, quyền tài phán và các lợi ích chính đáng của đất nước; kiên trì giải quyết tranh chấp bằng biện pháp hòa bình, tôn trọng luật pháp quốc tế.

Công tác về người Việt Nam ở nước ngoài cũng đạt nhiều kết quả quan trọng, thể hiện rõ chủ trương đại đoàn kết dân tộc cũng như tình cảm, trách nhiệm của Đảng, Nhà nước trong việc chăm lo cho cộng đồng và phát huy mạnh mẽ nguồn lực của kiều bào. Công tác bảo hộ công dân được triển khai đồng bộ và hiệu quả.

VIỆT NAM KÊU GỌI CÁC NƯỚC G7 HỖ TRỢ ASEAN TIẾP CẬN VÀ PHÂN PHỐI VACCINE AN TOÀN

Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Bùi Thanh Sơn dự Hội nghị Bộ trưởng Ngoại giao ASEAN-G7.

HƯỚNG TỚI TƯƠNG LAI, BỘ TRƯỞNG BÙI THANH SƠN KÊU GỌI CÁC NƯỚC G7 HỖ TRỢ ASEAN TIẾP CẬN VÀ PHÂN PHỐI VACCINE AN TOÀN, HIỆU QUẢ MỘT CÁCH KỊP THỜI VÀ ĐỒNG ĐỀU CŨNG NHƯ CHUYỂN GIAO CÔNG NGHỆ VACCINE.

HM

Mới đây, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Bùi Thanh Sơn đã dự Hội nghị Bộ trưởng Ngoại giao ASEAN-G7 theo hình thức trực tuyến. Đây là Hội nghị đầu tiên giữa Bộ trưởng Ngoại giao ASEAN và các Bộ trưởng Ngoại giao và Phát triển G7.

Bộ trưởng các nước đánh giá cao ý nghĩa của hoạt động này, mở ra cơ hội mới cho hai bên tăng cường đối thoại, hợp tác và phối hợp ứng phó với các vấn đề và thách thức khu vực và toàn cầu. Các nước G7 khẳng định ủng hộ vai trò trung tâm của ASEAN, nhấn mạnh coi trọng quan hệ với ASEAN và cam kết sẽ tham gia đóng góp tích cực cho các cơ chế do ASEAN dẫn dắt. Nhiều nước bày tỏ sẵn sàng tăng cường hợp tác phù hợp với các khuôn khổ được đề cập tới trong Tài liệu quan điểm của ASEAN về Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương.

Các nước G7 cam kết tiếp tục cung cấp vaccine an toàn, hiệu quả, giá thành phù hợp cho các nước ASEAN, hỗ trợ nâng cao năng lực y tế cộng đồng, tăng cường khả năng cảnh báo sớm, và chuyển giao công nghệ sản xuất vaccine cho ASEAN. Thêm vào đó, G7 cam kết sẽ cùng ASEAN huy động các nguồn lực cho xây dựng cơ sở hạ tầng bền vững, thân thiện môi trường, phát triển các nguồn năng lượng sạch và tái tạo, ủng hộ tăng cường hợp tác biển và bảo vệ môi trường biển bền vững.

Các nước ASEAN và G7 cũng nhất trí tiếp tục tăng cường hợp tác ứng phó COVID-19, thúc đẩy phục hồi toàn diện, bền vững, tập trung duy trì mở cửa thị trường, củng cố và ổn định chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu, đầu tư công nghệ mới và đổi mới sáng tạo để tạo động lực mới cho phục hồi và tăng trưởng, phát triển kinh tế số, kinh tế xanh, ứng phó hiệu quả biến đổi khí hậu.

Các nước cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của nỗ lực duy trì hòa bình, ổn định, an ninh, an toàn, tự do hàng hải và hàng không tại Biển Đông, ủng hộ đối thoại và xây dựng lòng tin, tự kiềm chế, giải quyết hòa bình tranh chấp bằng biện pháp hòa bình, trên cơ sở luật pháp quốc tế, trong đó có Công ước Liên Hợp Quốc về Luật Biển (UNCLOS) 1982.

Hướng tới tương lai, Bộ trưởng Bùi Thanh Sơn kêu gọi các nước G7 hỗ trợ ASEAN tiếp cận và phân phối vaccine an toàn, hiệu quả một cách kịp thời và đồng đều cũng như chuyển giao công nghệ vaccine, giúp nâng cao khả năng tự cường tự chủ của ASEAN và khu vực. Bên cạnh đó, Bộ trưởng Sơn cũng đề nghị các nước duy trì mở cửa thị trường, đầu tư nhiều hơn vào cơ sở hạ tầng bền vững, thúc đẩy chuyển đổi số và tăng trưởng xanh hơn và sạch hơn.

Nhấn mạnh quan hệ đối tác ASEAN-G7 trong triển khai các cam kết tại Hội nghị COP 26 tại Glasgow. Bộ trưởng Sơn đề nghị G7 cần đi đầu trong cắt giảm khí thải, tăng cường hợp tác với Việt Nam và các nước ASEAN nhằm thực hiện các cam kết giảm mức phát thải ròng bằng không thông qua đầu tư tài chính xanh và công nghệ sạch, đồng thời hỗ trợ thu hẹp khoảng cách phát triển trong ASEAN.

Bộ trưởng Sơn đề nghị G7 ủng hộ các nỗ lực của ASEAN nhằm bảo đảm Biển Đông là vùng biển hòa bình, ổn định, hợp tác và thịnh vượng, đồng thời triển khai đầy đủ Tuyên bố DOC và nỗ lực đạt được Bộ Quy tắc COC hiệu lực, hiệu quả, phù hợp với luật pháp quốc tế, trong đó có UNCLOS 1982.

Đề cập tới quan hệ giữa hai nhóm nước, Bộ trưởng Sơn đề xuất hai bên cần nghiên cứu hình thức tăng cường đối thoại thường xuyên cấp Bộ trưởng giữa ASEAN và G7.

Hội nghị đã ra Tuyên bố của Chủ tịch Hội nghị ghi nhận các kết quả cuộc họp.

ASEAN và G7 tiếp tục tăng cường hợp tác ứng phó với đại dịch COVID-19.

2022: DỰ BÁO MỘT NĂM BÙNG NỔ CỦA M&A

Diễn đàn Mua bán - Sáp nhập (M&A) 2021 với chủ đề "Cơ hội trong thị trường bùng nổ".

SAU TỔN THƯƠNG MẤT MÁT DO ĐẠI DỊCH COVID-19, CÁC DOANH NGHIỆP TRONG NƯỚC THUỘC CÁC LĨNH VỰC DU LỊCH, BÁN LẺ, TIÊU DÙNG... SẼ TÌM VỐN TỪ HOẠT ĐỘNG MUA BÁN VÀ SÁP NHẬP (M&A). TỪ ĐÓ, CÁC CHUYÊN GIA DỰ BÁO M&A SẼ BÙNG NỔ TRONG NĂM 2022.

Hoài Thương

Nhiều cơ hội "bùng nổ" M&A trong năm 2022

Đại dịch COVID-19 diễn ra trên toàn cầu cũng như ảnh hượng nặng nề tại Việt Nam đã thúc đẩy hoạt động M&A gia tăng mạnh trong năm 2021 với con số hàng tỉ USD. Các lĩnh vực M&A hoạt động nhiều nhất liên quan đến tài chính, tiêu dùng, năng lượng tái tạo.

Đến cuối tháng 11/2021, tổng vốn đầu tư đăng ký cấp mới, điều chỉnh và góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt vẫn 26,46 tỉ USD, tăng 0,1% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, đầu tư thông qua góp vốn, mua cổ phần đạt gần 4,4 tỉ USD.

Điều này chứng tỏ, bất chấp COVID-19, thị trường M&A Việt Nam vẫn là một kênh đầu tư hấp dẫn cho cả các nhà đầu tư trong và ngoài nước, cho thấy các doanh nghiệp vẫn đặt niềm tin vào nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư - kinh doanh cũng như các giải pháp phòng, chống dịch bệnh quyết liệt, linh hoạt của Chính phủ.

Các chuyên gia dự báo, năm tới, hoạt động M&A sẽ bùng nổ mạnh mẽ.

Dự báo này dựa trên nhiều yếu tố thuận lợi, tạo cú huých cho thị trường M&A trong năm 2022. Đó là, các nền kinh tế lớn trên thế giới như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU... đang bơm một lượng tiền lớn để phục hồi, kích thích nền kinh tế phát triển. Theo đó, dòng vốn rẻ, dồi dào đang được nhiều tập đoàn, quỹ đầu tư sử dụng trong các chiến lược tái cơ cấu, hoàn thiện hệ sinh thái, chuỗi giá trị toàn cầu, đầu tư cho các mô hình phát triển mới vào các doanh nghiệp, dự án có tiềm năng trong tương lai và Việt Nam sẽ là điểm đến hấp dẫn để các nhà đầu tư lựa chọn giải ngân dòng vốn này.

Ngoài ra, Việt Nam đã tham gia 17 hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, trong đó có những FTA lớn như: Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP); Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); FTA Việt Nam – Vương quốc Anh (UKVFTA)...

Bên cạnh đó, khung khổ pháp lý cải cách thể chế và môi trường đầu tư kinh doanh đang ngày càng hoàn thiện, sẽ tạo bàn đạp vững chắc, tạo niềm tin cho nhà đầu tư. Theo đó, nhiều đổi mới, cải cách trong thủ tục gia nhập thị trường, thực hiện đầu tư - kinh doanh trong sửa đổi các Luật Doanh nghiệp năm 2020, Luật Đầu tư 2020... đã có hiệu lực và đi vào cuộc sống, tạo hiệu ứng tích cực lên M&A trong năm 2022 và các năm tiếp theo.

Đặc biệt, chương trình phục hồi và phát triển kinh tế đang được Chính phủ trình Quốc hội. Chương trình này không chỉ là gói kích thích phục hồi kinh tế được lượng hoá bằng vốn lớn, mà còn là việc điều chỉnh chính sách vĩ mô, cải thiện môi trường kinh doanh, nhằm tháo gỡ khó khăn, tạo không gian phát triển mới cho doanh nghiệp, kích cầu nền kinh tế, thúc đẩy cải cách kinh tế sâu, rộng hơn.

Cùng với đó, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đang hoàn thiện chiến lược thu hút FDI trong thời kỳ mới, mục tiêu là ưu tiên thu hút các dự án sử dụng công nghệ cao, công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ sạch, quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao... cam kết hỗ trợ cho doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào chuỗi sản xuất, gắn với đào tạo nguồn nhân lực. Điều này đồng nghĩa, hạng mục đầu tư nước ngoài vào Việt Nam sẽ được rộng mở hơn, nhiều sự lựa chọn.

Một yếu tố khác đang trợ lực cho thị trường M&A là sự trỗi dậy mạnh mẽ của các doanh nghiệp trong nước tham gia vào M&A. Nếu như trước đây M&A chủ yếu là các thương vụ của các doanh nghiệp FDI, thì những năm gần đây vai trò của các doanh nghiệp trong nước đối với hoạt động M&A đang gia tăng mạnh mẽ. Trong đó, có 5 doanh nghiệp trong nước năm 2021 đã tích cực hoạt động với các thương vụ M&A như: VinGroup, HPGroup, Vinamilk; Masan; Novaland.

Ngành nào sẽ hút vốn?

Tại Diễn đàn Mua bán - Sáp nhập (M&A) 2021 với chủ đề "Cơ hội trong thị trường bùng nổ", các chuyên gia đã đưa ra nhiều nhận định về lĩnh vực M&A thu hút các nhà đầu tư trong năm 2022.

Ông Masataka "Sam" Yoshida, Giám đốc toàn cầu dịch vụ mua bán sáp nhập xuyên quốc gia Reof Corporatione, nhận xét trước, trong và sau COVID-19, các công ty Nhật Bản và các quốc gia Đông Nam Á đã có nhiều thay đổi trong xu hướng đầu tư. Các lĩnh vực mà Nhật Bản vẫn muốn rót vốn vào Việt Nam gồm xây dựng hạ tầng, logistics, bán lẻ tiêu dùng và năng lượng sạch.

Còn theo ông Warrick Cleine, Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc KPMG Việt Nam và Campuchia, các lĩnh vực thu hút sự chú ý từ các nhà đầu tư Hàn Quốc bao gồm thương mại điện tử, công nghệ tài chính và hậu cần.

Sự quan tâm ngày càng tăng đối với lĩnh vực thương mại điện tử và công nghệ tài chính là nhờ sự phát triển của các doanh nghiệp "không tiếp xúc" (thuật ngữ được tạo ra trong đại dịch COVID, ám chỉ các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực không yêu cầu phải có sự tiếp xúc trực tiếp với khách hàng) triển vọng kinh tế trong dài hạn và số lượng người dùng Internet và điện thoại thông minh ngày càng tăng.

Ngoài ra, vì các doanh nghiệp Hàn Quốc có chuyên môn cao trong các lĩnh vực này, đặc biệt là công nghệ tài chính, họ tin rằng có thể đóng góp cho các đối tác trong chuỗi giá trị và thị trường nói chung.

Bên cạnh đó, các lĩnh vực mà nhà đầu tư Hàn Quốc vẫn dành nhiều sự quan tâm bao gồm tài chính, ô tô - cả bán lẻ và sản xuất, bảo hiểm ô tô, xây dựng và bất động sản.

Ngành năng lượng sẽ là một trong những ngành năng động, có nhiều thay đổi về quy định pháp lý. Bà Võ Hà Duyên, Chủ tịch Công ty Luật VILAF cho rằng, sẽ có thể thu hút thêm nhiều nguồn vốn hơn cho lĩnh vực này nếu các chính sách hỗ trợ tư nhân trong đầu tư ngành điện, minh bạch và dễ đoán định hơn. Các tổ chức tài chính, ngân hàng cũng mong muốn tham gia lĩnh vực này.

Ngành ngân hàng, bất động sản, tiêu dùng sẽ luôn hấp dẫn nhà đầu tư. Các ngành mới hấp dẫn trong những năm tới dự báo là năng lượng tái tạo, dược phẩm, viễn thông, cơ sở hạ tầng.

Trong khi đó, ông Lê Khánh Lâm, Chủ tịch RSM Việt Nam, cho rằng sau đại dịch, ngành du lịch, hàng không, bán lẻ đã thiệt hại nặng nề, nhiều tổn hại cho bảng cân đối kế toán. Chính vì vậy, năm 2022, lĩnh vực này cần "vá" lại tổn thất trên bảng cân đối kế toán, dẫn đến nhu cầu tìm nguồn vốn sẽ gia tăng và cơ hội để các hoạt động M&A diễn ra sôi động hơn. Hiện tại, theo ông Lâm, nhiều dòng tiền từ nội địa và quốc tế tìm cách đổ vào Việt Nam nên các mảng này sẽ "nóng".

KHỦNG HOẢNG VẬN TẢI GÂY LẠM PHÁT TOÀN CẦU SẼ KÉO DÀI ĐẾN 2023

MỘT CUỘC KHỦNG HOẢNG VẬN CHUYỂN TRÊN TOÀN CẦU CÓ VẺ SẼ CÒN TIẾP DIỄN, KHÔNG CHỈ LÀM TRÌ TRỆ HOẠT ĐỘNG LƯU THÔNG HÀNG HÓA MÀ CÒN THÚC ĐẨY LẠM PHÁT TĂNG CAO, DỰ KIẾN TỚI TẬN NĂM 2023.

Vũ Ngọc Diệp

Vận chuyển hàng hóa khó khăn đã trở thành nỗi đau đầu của các nhà kinh tế bởi gây lạm phát "quá nóng". Bên cạnh vấn đề vận chuyển, các doanh nghiệp ngày càng lo lắng về nguyên liệu và chi phí lao động. Thậm chí nỗi lo về chi phí có thể sắp vượt qua cả nỗi lo về logistics.

Theo chỉ số Freightos FBX, chi phí vận chuyển một đơn vị container 40 feet (FEU) đã giảm khoảng 15% so với mức cao kỷ lục trên 11.000 USD chạm tới hồi tháng 9. Nhưng trước đại dịch, chi phí cho cùng một thùng hàng đó chỉ là 1.300 USD.

Với 90% hàng hóa trên thế giới được vận chuyển bằng đường biển, chi phí quá cao nguy cơ làm trầm trọng thêm lạm phát toàn cầu - vốn đang ngày càng rắc rối hơn nhiều so với dự đoán.

Peter Sand, nhà phân tích trưởng của Hãng tư vấn vận tải biển Xeneta, khẳng định không có hy vọng chi phí vận chuyển container sẽ bình thường trở lại trước năm 2023.

Theo ông Sand: "Điều đó có nghĩa là chi phí logistics tăng không phải là hiện tượng nhất thời", và "Đối với lạm phát, điều đó có nghĩa là rắc rối... Yếu tố vận chuyển, trong giá cả tổng thể, dù nhỏ nhưng đã, đang và có thể sẽ còn tiếp tục lớn hơn nhiều so với trước đây, thậm chí có thể hình thành mặt bằng giá mới vĩnh viễn từ nay về sau".

Chi phí vận tải đường biển ban đầu tăng vọt sau khi kênh Suez bị tắc nghẽn kéo dài 6 ngày vào tháng 3 gây ra tình ùn ứ trên toàn thế giới. Thị trường thuê tàu vốn đã bị thắt chặt càng trở nên căng thẳng do sự không chắc chắn về những quy định về sử dụng nhiên liệu và khí thải trong tương lai, khiến các đơn đặt hàng đóng tàu mới giảm xuống mức thấp kỷ lục.

Sau đó, nhu cầu hàng hóa của người tiêu dùng tăng vọt trong bối cảnh khắp nơi trên thế giới thực hiện các biện pháp giãn cách/phong tỏa để ngăn chặn sự lây lan virus COVID-19, trong khi các xưởng đóng tàu chật vật khó khăn vì tình trạng thiếu lao động liên quan đến COVID-19.

Các nhà phân tích của Ngân hàng Berenberg hồi đầu tháng 11 ước tính khoảng 11% khối lượng container chở đầy hàng hóa trên toàn cầu bị tắc nghẽn ở ở các cảng biển hoặc trên đường đi, giảm so với mức cao điểm hồi tháng 8, song vẫn cao hơn rất nhiều so với mức 7% trước khi xảy ra đại dịch COVID-19.

Rắc rối sẽ còn kéo dài đến 2023

Vào cuối tháng 10/2021, tại Los Angeles/Long Beach, một trong những cảng container lớn nhất thế giới, các con tàu mất thời gian gấp đôi so với trước khi đại dịch để có thể được bốc dỡ/bốc xếp hàng và ra khỏi cảng, theo ước tính của RBC Capital Markets.

Mặc dù giai đoạn tồi tệ nhất có thể đã qua, nhưng nhà phân tích Michael Tran của RBC cho rằng trong vài năm tới, giá vận chuyển hàng hóa sẽ chưa thể quay trở lại mức như trước đại dịch. Theo đó, ngay cả khi kế hoạch dỡ thêm 3.500 container mỗi tuần được thực hiện, thì sự ách tắc ở Los Angeles/Long Beach khó có thể giải quyết xong trước năm 2023.

"Giá vận tải giảm vào cuối tháng 9 là một tia sáng sớm lụi tàn. Những gì chúng tôi thấy từ góc độ dữ liệu tổng thể là mọi thứ trên thực tế chưa hề tốt lên".

Một báo cáo của Liên Hợp Quốc vào tháng trước cho biết giá cước vận tải cao đang đe dọa sự phục hồi toàn cầu, cho rằng cước vận tải cao có thể khiến chi phí nhập khẩu trên toàn cầu tăng 11%, và làm giá tiêu dùng tăng thêm 1,5% từ nay đến năm 2023.

Ảnh hưởng không chỉ dừng lại ở đó. Cước vận tải container tăng 10% khiến sản lượng công nghiệp của Mỹ và châu Âu mất đi hơn 1%.

Giá hàng hóa trở nên "méo mó"

Liên Hợp Quốc lưu ý rằng sau khi cộng cước vận tải, giá những mặt hàng giá thành rẻ hơn sẽ bị tăng nhiều hơn so với những mặt hàng giá đắt hơn, và những nước nghèo vốn sản xuất những mặt hàng có giá trị gia tăng thấp, như đồ nội thất hay hàng dệt may, sẽ bị ảnh hưởng rất nhiều tới khả năng cạnh tranh.

Ben May, người phụ trách bộ phận nghiên cứu vĩ mô của Oxford Economics, cho biết giá bán lẻ một chiếc tủ lạnh chất lượng thấp sẽ tăng 24%, trong khi một chiếc tủ lạnh có thương hiệu và đắt tiền hơn sẽ tăng khoảng 6,5%. "Các công ty có thể dừng xuất khẩu những chiếc tủ lạnh giá rẻ, bởi họ không có lãi từ những sản phẩm đó", ông May nói.

Tình trạng "bùng nổ" cước vận chuyển dự kiến sẽ giảm bớt khi các nền kinh tế mở cửa trở lại, cho phép mọi người tiêu dùng chi tiêu vào các hoạt động đi lại và ăn uống hơn là quần áo hoặc đồ dùng. Nhưng lý thuyết đó đang gặp thách thức bởi các biến thể mới của virus COVID-19 và số tiền tiết kiệm của người tiêu dùng tăng vọt trong giai đoạn đại dịch, khiến cho mọi người có thể cần mua nhiều hàng hóa hơn nữa.

Trong mùa thu nhập vừa qua, Hãng sản xuất bánh mì Hasbro, nhà bán lẻ Dollar Tree và Hãng hàng tiêu dùng khổng lồ Nestle nằm trong số các công ty than phiền về chi phí vận chuyển hàng hóa tăng vọt và đã quyết định phải tăng giá.

Với tỷ lệ hàng tồn kho trên doanh số bán hàng ở Mỹ hiện gần mức thấp kỷ lục, các doanh nghiệp cũng sẽ cần phải bổ sung thêm lượng hàng dự trữ.

"Điều này sẽ hỗ trợ nhu cầu hàng hóa trong nửa đầu năm tới". các nhà phân tích của Unicredit cho biết.

James Gellert, Giám đốc điều hành của Công ty phân tích RapidRatings, cho biết: "Những quả bom hẹn giờ này 'xuyên thủng' chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp lớn và sẽ gây ra nhiều vấn đề cho những khách hàng tin cậy đối với hàng hóa và dịch vụ của họ. Tình hình chỉ có thể cải thiện vào mùa xuân tới".

Đơn đặt hàng đóng tàu đã tăng đáng kể trong năm nay. Nhà kinh tế cấp cao Rico Luman của ING dự đoán phải mất ba năm để chế tạo và chuyển giao một chiếc tàu, và như vậy phải đến năm 2024 những chiếc tàu năm nay đặt mua mới có thể hạ thủy.

ĐỀ XUẤT GIẢM TỶ LỆ DỰ TRỮ BẮT BUỘC VỚI SỐ DƯ "XANH", ÁP DỤNG TRẦN TÍN DỤNG CAO HƠN

Thanh Bình

NHNN CÓ THỂ KHUYẾN KHÍCH CÁC NGÂN HÀNG TRÊN HÀNH TRÌNH XANH NHƯ NÂNG TRẦN TĂNG TRƯỞNG TÍN DỤNG CHUNG CAO HƠN CHO NHỮNG NGÂN HÀNG ĐẠT HOẶC VƯỢT CHỈ TIÊU; GIẢM TRẦN TĂNG TRƯỞNG TÍN DỤNG CHO NHỮNG ĐƠN VỊ KHÔNG ĐẠT CŨNG LÀ MỘT BIỆN PHÁP CÓ THỂ CÂN NHẮC ÁP DỤNG.

Theo Tổng Giám đốc HSBC Việt Nam Tim Evans, năm 2021 chứng kiến những bước tiến tích cực trên thị trường tài chính xanh của Việt Nam với nhiều giao dịch lớn liên quan đến bền vững. Tuy nhiên, thị trường này mới đang ở giai đoạn non trẻ và còn nhiều tiềm năng để phát triển. Việt Nam là quốc gia đón nhận lượng FDI lớn nhất ở ASEAN xét trên tỷ trọng với GDP. Các tập đoàn toàn cầu ngày càng chú trọng đến ESG và bền vững, họ sẽ đòi hỏi một nguồn lực bền vững tốt hơn cả về chất lẫn lượng ở các quốc gia họ có hoạt động.

Đặc biệt, Việt Nam tiếp nhận giá trị đầu tư vào năng lượng tái tạo cao nhất ở khu vực ASEAN và có tiềm năng nhất về khả năng phát triển năng lượng tái tạo trong khu vực đi kèm với tăng trưởng nhờ đầu tư nước ngoài.

Ngân hàng Nhà nước đã năng động phát triển nhiều sáng kiến hỗ trợ phát triển tài chính xanh. Tháng 10 vừa qua, NHNN đã triển khai lấy ý kiến của các tổ chức tài chính góp ý vào Dự thảo Thông tư Hướng dẫn thực hiện quản lý rủi ro môi trường trong hoạt động cấp tín dụng của TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài. Thông tư trên sẽ có hiệu lực thi hành 1/1/2022, các ngân hàng phải ban hành Quy định nội bộ về quản lý rủi ro môi trường trong hoạt động cấp tín dụng và gửi về NHNN, chính thức tạo ra khuôn khổ pháp lý chung cho tài chính xanh ở Việt Nam. Đến năm 2025, NHNN đặt mục tiêu phấn đấu ít nhất 10-12 ngân hàng có đơn vị/bộ phận chuyên trách về quản lý rủi ro môi trường và xã hội và 60% ngân hàng tiếp cận được nguồn vốn xanh và triển khai cho vay các dự án tín dụng xanh. NHNN khuyến khích tổ chức tín dụng xây dựng chiến lược tài chính xanh độc lập hoặc lồng ghép vào kế hoạch phát triển hàng năm của mình.

Đây là một động thái quan trọng nhằm thúc đẩy nỗ lực phát triển tài chính xanh của Việt Nam. Theo khảo sát do IFC và NHNN Việt Nam tiến hành, không nhiều ngân hàng Việt Nam có chính sách, quy trình hoặc hệ thống chính thức để quản lý rủi ro môi trường và xã hội của khách hàng. Một trong những rào cản lớn nhất là thiếu hướng dẫn cụ thể về xác định và quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong tài trợ dự án.

Theo quan sát của HSBC Việt Nam, thị trường còn cần vượt qua một số trở ngại khác trong vài năm tới, trong đó bao gồm thiếu nhân sự có chuyên môn và kỹ năng, thị trường chưa có tiêu chuẩn thống nhất về tài chính "xanh" và phân loại đúng nghĩa, các đơn vị có tầm ảnh hưởng trên thị trường không thể hiện cam kết rõ ràng và mạnh mẽ, độ "vênh" về thời hạn giữa nhu cầu tài chính với nguồn vốn và dữ liệu ESG minh bạch không có.

HSBC Việt Nam cũng đưa ra một vài đề xuất để NHNN có thể cân nhắc triển khai:

- Đối với thị trường tín dụng, NHNN có thể ban hành yêu cầu cụ thể cho từng công cụ tín dụng để ngân hàng phát triển khung tài chính xanh tốt hơn và ngân hàng chủ động lên kế hoạch.

- Cần phải có một khung pháp lý rõ ràng cho các công cụ thị trường vốn. Sổ tay hướng dẫn phát hành trái phiếu xanh của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước không phải là quy định chính thức.

- NHNN nên đặt ra mục tiêu rõ ràng về kết quả tài chính xanh cho từng ngân hàng, ví dụ như tỷ lệ số dư xanh chưa kết trên tổng số sách.

- NHNN có thể cân nhắc áp dụng trần tăng trưởng tín dụng cao hơn cho những ngành thuộc nhóm xanh hoặc hỗ trợ tài chính cho tín dụng xanh.

- Thêm ưu đãi để khuyến khích các ngân hàng trên hành trình xanh như nâng trần tăng trưởng tín dụng chung cao hơn cho những ngân hàng đạt hoặc vượt chỉ tiêu. Giảm trần tăng trưởng tín dụng cho những đơn vị không đạt cũng là một biện pháp có thể cân nhắc áp dụng.

- Không áp dụng hoặc giảm Tỷ lệ Dữ trữ Bắt buộc đối với số dư xanh.

- Áp dụng kiểm tra giới hạn rủi ro khí hậu trên sổ sách ngân hàng, việc này có thể cho ra nhiều kết quả yêu cầu vốn khác nhau phụ thuộc vào tỷ trọng khoản cho vay xanh của từng ngân hàng.

- Áp dụng công bố thông tin về môi trường trong báo cáo tài chính nhằm tăng trách nhiệm của các ngân hàng và công khai với các bên liên quan cách quản lý rủi ro tài chính.

- Thiết lập diễn đàn chia sẻ để kết nối hai khối công và tư cùng hợp tác xây dựng một hành lang pháp lý hiệu quả cho tài chính xanh và các vấn đề về biến đổi khí hậu ở Việt Nam.

MỘT TỔ CHỨC QUỐC TẾ HẠ DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2021 CÒN 2%

"CÁC ĐỢT BÙNG PHÁT MỚI TRONG QUÝ 3 ĐÃ KHIẾN TĂNG TRƯỞNG TỔNG SẢN PHẨM QUỐC NỘI BỊ CHỮNG LẠI, VÀ SỰ XUẤT HIỆN CỦA BIẾN THỂ OMICRON ĐANG DẪN ĐẾN TÌNH TRẠNG BẤT ĐỊNH MỚI", ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC NÀY NHẬN ĐỊNH.

Hà Trần

Vừa qua, Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) đã điều chỉnh dự báo của mình về triển vọng tăng trưởng kinh tế của các nước đang phát triển tại châu Á đang phát triển xuống 7% trong năm 2021 và 5,3% trong năm 2022. Nguyên nhân điều chỉnh được cho là các đợt bùng phát mới của đại dịch COVID-19 dẫn tới mức tăng trưởng chậm hơn trong quý 3/2021.

Dự báo tăng trưởng kinh tế của Việt Nam cho năm 2021 đã bị hạ xuống mức 2% cho năm 2021 từ mức 3,8% dự báo tháng 9, nhưng vẫn giữ nguyên mức 6,5% vào năm 2022.

Ước tính mới nhất của ADB được trình bày trong ấn bản bổ sung thường kỳ của báo cáo Triển vọng Phát triển châu Á (ADO) 2021, so với dự báo của ngân hàng trong tháng 9 với mức tăng trưởng 7,1% cho năm 2021 và 5,4% cho năm 2020. Triển vọng cho năm nay đã được điều chỉnh giảm nhẹ đối với tất cả các tiểu vùng, ngoại trừ Trung Á.

Quyền Chuyên gia Kinh tế trưởng của ADB, ông Joseph Zveglich, Jr., cho hay: "Tiến triển đều đặn của châu Á đang phát triển trong việc ứng phó COVID-19, thông qua các đợt tiêm chủng được tiếp tục triển khai và việc ứng dụng các biện pháp ngăn chặn có tính chiến lược hơn, đã giúp thúc đẩy triển vọng tăng trưởng hồi đầu năm. Song, các đợt bùng phát mới trong quý 3 đã khiến tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội bị chững lại, và sự xuất hiện của biến thể Omicron đang dẫn đến tình trạng bất định mới. Những nỗ lực phục hồi gần đây sẽ phải tính đến các diễn biến này".

Rủi ro chính đối với triển vọng tăng trưởng vẫn là sự gia tăng lại số ca mắc COVID-19. Số ca nhiễm trung bình mỗi ngày trên toàn cầu đã tăng lên tới gần 573.000 ca vào ngày 30/11, so với 404.000 ca vào ngày 15/10.

Tỷ lệ tiêm chủng của các nước châu Á đang phát triển đã gia tăng đáng kể, lên tới 48,7% (được tiêm chủng đầy đủ) tính đến ngày 30/11, mặc dù vẫn thấp hơn Mỹ với mức 58,1% và Liên minh châu Âu với mức 67,2%. Tỷ lệ người dân được tiêm chủng đầy đủ cũng rất khác nhau trong khu vực, từ mức rất cao là 91,9% tổng dân số như ở Singapore cho tới mức rất thấp, chỉ 2,2%, như ở Papua New Guinea.

Triển vọng tăng trưởng năm 2021 của Đông Nam Á được điều chỉnh giảm 0,1%, xuống còn 3,0%, khi các nền kinh tế trong tiểu vùng áp đặt những hạn chế có trọng điểm để ứng phó với biến thể Delta.

Dự báo tăng trưởng cho năm 2022 được tăng lên 5,1%, khi các nền kinh tế dự kiến sẽ tiếp tục nới lỏng hạn chế nói chung và phục hồi các hoạt động kinh tế. Dự báo tăng trưởng của Thái Bình Dương được duy trì ở mức -0,6% trong năm nay và điều chỉnh giảm nhẹ xuống còn 4,7% cho năm 2022.

Triển vọng tăng trưởng của Đông Á đã bị giảm 0,1% cho cả năm 2021 và 2022, lần lượt xuống còn 7,5% và 5,0%, trong bối cảnh có sự điều chỉnh giảm nhẹ đối với dự báo của Trung Quốc - nền kinh tế lớn nhất khu vực. Kinh tế Trung Quốc hiện được dự kiến tăng trưởng 8% trong năm nay và 5,3% vào năm tới.

Trái ngược với xu hướng chung của các nước đang phát triển tại châu Á, nền kinh tế Trung Á dự kiến sẽ tăng trưởng 4,7% trong năm nay, phản ánh giá cả hàng hóa cao hơn và chi tiêu công gia tăng. Dự báo cho năm tới cũng được nâng từ mức 4,2% vào tháng 9 lên tới 4,4%.

Nam Á được dự báo sẽ tăng trưởng 8,6% vào năm 2021, so với mức dự báo 8,8% hồi tháng 9. Triển vọng năm 2022 của tiểu vùng vẫn duy trì ở mức 7,0%. Ấn Độ, nền kinh tế lớn nhất Nam Á, hiện được dự kiến tăng trưởng 9,7% trong năm tài khóa 2021, kết thúc vào ngày 31 tháng 3 năm 2022.

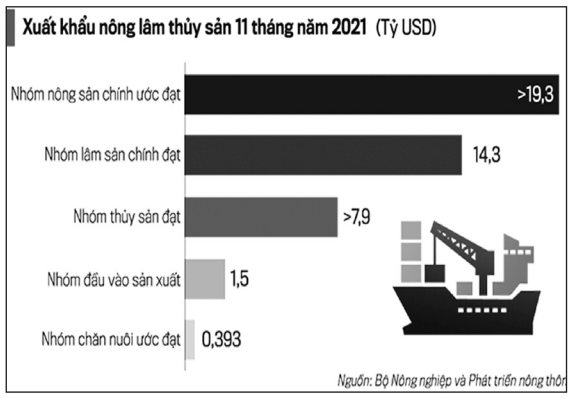
Mức giảm 0,3% diễn ra trong bối cảnh các vấn đề về chuỗi cung ứng đang ảnh hưởng đến ngành công nghiệp. Triển vọng của Ấn Độ cho năm tài khóa 2022 được duy trì ở mức 7,5%, do nhu cầu trong nước dự kiến sẽ quay trở lại mức bình thường.

Cuối cùng, báo cáo ước tính lạm phát trong khu vực vẫn nằm trong tầm kiểm soát, đạt mức 2,1% vào năm 2021 và 2,7% vào năm 2022. Điều này cho phép các nước thực hiện chính sách tiền tệ thích ứng hơn và hỗ trợ phục hồi đại dịch.

XUẤT KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN VỀ ĐÍCH SỚM BẤT CHẤP ĐẠI DỊCH

ĐỨNG TRƯỚC NHỮNG THÁCH THỨC CHƯA TỪNG CÓ DO TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19, XUẤT KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN ĐÃ VỀ ĐÍCH SỚM 1 THÁNG, MANG VỀ 43,48 TỶ USD VÀ VƯỢT CHỈ TIÊU CHÍNH PHỦ GIAO 1,48 TỶ USD. NẾU PHONG ĐỘ NÀY ĐƯỢC GIỮ VỮNG TRONG THÁNG 12 THÌ CẢ NĂM TOÀN NGÀNH SẼ LẬP KỶ LỤC VỚI 47 TỶ USD...

Khánh Ly



Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tháng 11/2021, xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt 4,2 tỷ USD, tăng 5,8% so với tháng 10/2021 và tăng 8,9% so với cùng kỳ năm 2020. Tính chung 11 tháng năm 2021, toàn ngành đạt 43,48 tỷ USD, tăng 14,2% so với cùng kỳ năm trước.

Nhiều mặt hàng xuất khẩu vượt chỉ tiêu sớm

Xét về thị trường, giá trị xuất khẩu nông lâm thủy sản 11 tháng của Việt Nam tới các khu vực châu Á chiếm 43,1% thị phần; châu Mỹ chiếm 29,6%; châu Âu chiếm 11,5%; châu Phi chiếm 1,9%; châu Đại Dương chiếm 1,6% thị phần.

Xét về xuất khẩu từng ngành hàng, kim ngạch nhóm nông sản từ trồng trọt đạt trên 19,3 tỷ USD, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm trước. Nhiều sản phẩm có giá trị xuất khẩu tăng gồm: cà phê, cao su, gạo, nhóm hàng rau quả, hồ tiêu, hạt điều, sắn và sản phẩm từ sắn.

Cụ thể: cao su tăng 11,7% về khối lượng, tăng 40,5% giá trị; gạo tăng 0,8% về khối lượng, tăng 7,3% giá trị, hạt điều tăng 14,3% về khối lượng, tăng 14,6% về giá trị: sắn và sản phẩm từ sắn tăng 7,9%, tăng 23,0%.

Riêng hồ tiêu, dù khối lượng xuất khẩu giảm (đạt 247 nghìn tấn, giảm 6,7%) nhưng nhờ giá xuất khẩu bình quân tăng 54,4% nên giá trị xuất khẩu vẫn tăng 44,0%. Với ngành hàng cà phê, khối lượng xuất khẩu giảm 4,4% nhưng giá trị kim ngạch vẫn tăng 5,9%.

Xuất khẩu nông lâm thủy sản trong 11 tháng, thị trường xuất khẩu lớn nhất là Hoa Kỳ đạt trên 11,9 tỷ USD (chiếm 27,5% thị phần). Đứng thứ 2 là thị trường Trung Quốc gần 8,4 tỷ USD (chiếm 19,2% thị phần). Đứng thứ 3 là thị trường Nhật Bản với giá trị xuất khẩu đạt gần 3 tỷ USD (chiếm 6,9%).

Những mặt hàng khác tăng giá trị như: rau quả tăng 8,6%; sản phẩm chăn nuôi tăng 4,0%; gỗ và sản phẩm gỗ tăng 20,0%; mây, tre, cói thảm tăng 42,2%; quế tăng 14,7%. Riêng mặt hàng chè giảm cả khối lượng (giảm 6,4%) và giá trị xuất khẩu (giảm 2,3%), dù giá xuất khẩu bình quân tăng.

Xuất khẩu lâm sản năm nay đã đạt được kết quả vô cùng ngoạn mục, với kim ngạch 14,3 tỷ USD trong 11 tháng năm 2021, tăng 20,9% so với cùng kỳ năm trước. Không chỉ đồ gỗ đạt được tăng trưởng cao, mà xuất khẩu mây, tre, cói thảm; quế... cũng tăng mạnh rất ấn tượng.

Dự báo cả năm 2021, ngành lâm sản sẽ đem về trên 15,5 tỷ USD. Trong khi đó, mục tiêu xuất khẩu lâm sản đặt ra ban đầu cho cả năm nay chỉ khoảng trên dưới 13 tỷ USD, như vậy toàn ngành sẽ vượt 2,5 tỷ USD so với kế hoạch được Chính phủ giao.

Đối với ngành thủy sản, kim ngạch xuất khẩu trong 11 tháng vừa qua đạt tăng trưởng 3,5% so với cùng kỳ năm ngoái, với con số 7,9 tỷ USD. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn dự tính nếu tháng 12/2021 xuất khẩu đạt trên 800 triệu USD thì xuất khẩu thủy sản cả năm sẽ đạt mức 8,6-8,7 tỷ USD.

Ngoài ra, xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi ước đạt 393 triệu USD trong 11 tháng, tăng 4,0%; xuất khẩu nhóm đầu vào sản xuất (phân bón, thức ăn chăn nuôi..) cũng đạt trên 1,5 tỷ USD, tăng 25,9% so với cùng kỳ năm trước.

Bài học từ đại dịch toàn cầu

Năm 2021 đại dịch COVID-19 làm chuỗi cung ứng toàn cầu đứt gãy; thiên tai, biến đổi khí hậu dị thường, thế nhưng ngành nông lâm ngư nghiệp vẫn "lập đỉnh" về xuất khẩu.

Đúc rút bài học thành công, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Phùng Đức Tiến cho biết, ngay từ những tháng đầu năm 2021, Bộ đã chỉ đạo thực hiện các chiến lược của từng ngành, từ đó tạo ra dư địa xuất khẩu lớn.

Trong tháng 7, 8, 9 khi tiêu thụ nông sản gặp khó do tác động của dịch COVID-19, hai tổ công tác đặc biệt của Bộ đã kịp thời được thành lập, trực tiếp giải quyết các khó khăn của doanh nghiệp, đồng thời thúc đẩy sản xuất, chuẩn bị cho giai đoạn phục hồi sau dịch, nhờ đó, tháng 10, xuất khẩu nông lâm thủy sản đã tăng trưởng trở lại.

Các vùng nuôi, trồng được quản trị theo chuỗi từ cây giống, con giống, quy trình canh tác, thuốc bảo vệ thực vật, thu hoạch, sơ chế, chế biến, tem nhãn mác và xúc tiến thương mại.

Trong hoàn cảnh dịch COVID-19 phải đa dạng hoá các hình thức thương mại như thương mại điện tử, trực tiếp kết hợp trực tuyến. Việt Nam đang thực hiện 16 Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới. Đây là lợi thế so sánh rất lớn, phải tập trung khai thác.

Ngoài ra, phải kể tới sự phối hợp của các bộ, ngành như Bộ Công Thương, Bộ Giao thông vận tải, các hội đoàn thể như Hội Phụ nữ, Hội Nông dân... và với các địa phương trong hỗ trợ tiêu thụ nông sản rất chặt chẽ.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã và đang tiếp tục đàm phán mở rộng thị trường xuất khẩu với các sản phẩm, đặc biệt là những thị trường có tỷ trọng xuất khẩu cao như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Trong quá trình xuất khẩu, khi có vướng mắc tại các thị trường, gặp phải các rào cản kỹ thuật, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông cũng chỉ đạo các đơn vị, địa phương phối hợp chặt chẽ để tháo gỡ ngay khó khăn.

Một yếu tố quan trọng khác là thời gian qua, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư vào chế biến nông sản với 68 nhà máy quy mô lớn đã được xây dựng trong 5 năm qua với giá trị gần 3 tỷ USD. Các doanh nghiệp đã nhanh nhạy, uyển chuyển trong xúc tiến thương mại, đã "lăn xả" vào chào hàng, xúc tiến thương mại trực tuyến khi thấy không thể ra nước ngoài để tham gia các hội chợ hay xúc tiến thương mại trực tiếp.

Để đảm bảo phát triển xuất khẩu nông lâm thủy sản bền vững và tận dụng tốt cơ hội từ các FTA thế hệ mới, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho rằng, phải đảm bảo duy trì tất cả các tiêu chuẩn, quy chuẩn từ khâu tổ chức sản xuất như giống, vật tư đầu vào, quy trình nuôi, quy trình canh tác, quy trình trồng trọt, mã số vùng nuôi, mã số vùng trồng, đến vận chuyển chế biến cũng như xuất khẩu.

Các doanh nghiệp cần tham gia đầy đủ toàn chuỗi sản xuất nông nghiệp, nhất là những mắt xích còn thiếu và yếu như cơ giới hóa, nghiên cứu sản xuất giống, bảo quản nông sản, hạ tầng logistics...

Thời gian tới, các địa phương cần triển khai hiệu quả các chính sách về phát triển doanh nghiệp, công nghiệp hỗ trợ, tín dụng cho nông nghiệp, nông nghiệp công nghệ cao... đã ban hành.

Ông Phùng Đức Tiến, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá: "Dù xuất khẩu tăng trưởng mạnh, nhưng điều không vui là xuất siêu của toàn ngành nông lâm ngư nghiệp trong 11 tháng lại giảm tới hơn 56,5% so với cùng kỳ năm trước. Do tổng trị giá nhập khẩu toàn ngành là 39,1 tỷ USD, tăng 39% so với cùng kỳ năm trước, khiến xuất siêu chỉ còn 4,3 tỷ USD. Năm 2021, lượng con giống, các loại vật tư phục vụ sản xuất đều có nhu cầu tăng cao do nguồn cung trong nước thiếu hụt. Mặt khác, điểm đáng chú ý trong nhập khẩu nữa là giá cả vật tư, thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, thức ăn thuỷ sản, thức ăn chăn nuôi tăng lên, chi phí logistics cũng tăng mạnh trong năm nay".

Nhằm kiềm chế nhập khẩu, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đang thực thi nhiều giải pháp: Thực hiện đề án về thức ăn chăn nuôi, thức ăn thuỷ sản, về quy trình sử dụng phân bón; tăng sử dụng phân bón hữu cơ, giảm áp lực nhập khẩu; có quy trình chăn nuôi, canh tác trồng trọt thật hợp lý khi sử dụng vật tư đầu vào.

ĐIỀU BẤT NGỜ VÀ KỶ LỤC BẤT THƯỜNG TẠI THỊ TRƯỜNG Ô TÔ VIỆT

DOANH SỐ BÁN XE CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU TẠI VIỆT NAM TRONG THÁNG 11 CÓ NHIỀU CON SỐ GÂY BẤT NGỜ.

Pha Lê

Ảnh minh họa.

Số liệu bán hàng của VAMA (Hiệp hội Các nhà sản xuất ô tô Việt Nam) trong tháng 11 vừa công bố cho thấy, doanh số bán xe ô tô trong tháng 11 tăng đột biến.

Cụ thể, tháng 11 đã có 38.656 xe được bán ra thị trường, cao nhất từ trước đến nay và chỉ thấp hơn tháng 12/2020 (bán 47.865 xe) - vốn là tháng cuối cùng người dân được ưu đãi 50% phí trước bạ (áp dụng từ tháng 6/2020 - 12/2020).

Trong số 38.656 xe tiêu thụ, bao gồm 27.764 xe du lịch (tăng 40%); 10.280 xe thương mại (tăng 8%) và 612 xe chuyên dụng (tăng 39%) so với tháng trước.

Doanh số bán của xe lắp ráp trong nước đạt 20.965 xe, tăng 37% so với tháng trước và doanh số xe nhập khẩu nguyên chiếc là 17.691 xe, tăng 22% so với tháng trước.

Luỹ kế từ đầu 2021, lượng xe bán trên toàn thị trường theo số liệu của VAMA đạt 257.390 xe, tăng 3,46% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong số xe bán ra trên thị trường, Toyota là thương hiệu có mức xe tiêu thụ nhiều nhất, đạt 9.978 xe, tăng 41% so với tháng 10. Hyundai ở vị trí số 2 với 7.529 xe. Vị trí số 3 thuộc về Kia với 6.011 xe (tăng 32%), vị trí số 4 là Mazda bán 3.635 xe (tăng 85%) và vị trí số 5 là Mitsubishi bán 3.222 xe (tăng 40%).

Ở phân khúc xe hạng A giá rẻ, dẫn đầu vẫn là VinFast Fadil với 2.489 xe. Mẫu hatchback cỡ A bán chạy nhất phân khúc và nhiều khả năng sẽ trở thành xe bán chạy nhất năm 2021.

Ở phân khúc sedan hạng B, Toyota đứng đầu bảng khi bán 2.739 xe Vios, gấp 2,7 lần so với đối thủ sừng sỏ Hyundai Accent (1.057 xe). Honda City chỉ bán được 658 xe trong tháng.

Phân khúc xe gầm cao đô thị Toyota Corolla Cross đứng đầu bảng với 3.346 xe, Kia Seltos 1.957 xe.

Ở phân khúc xe đa dụng (MPV), Mitsubishi Xpander 1.407 xe. Ở phân khúc SUV 7 chỗ, Ford Everest đứng ở vị trí đầu bảng.

Theo nhận định của nhiều chuyên gia, thị trường ô tô trong tháng 12 này sẽ có nhiều biến động, sức tiêu thụ ô tô trong nước có thể sẽ lập đỉnh mới.

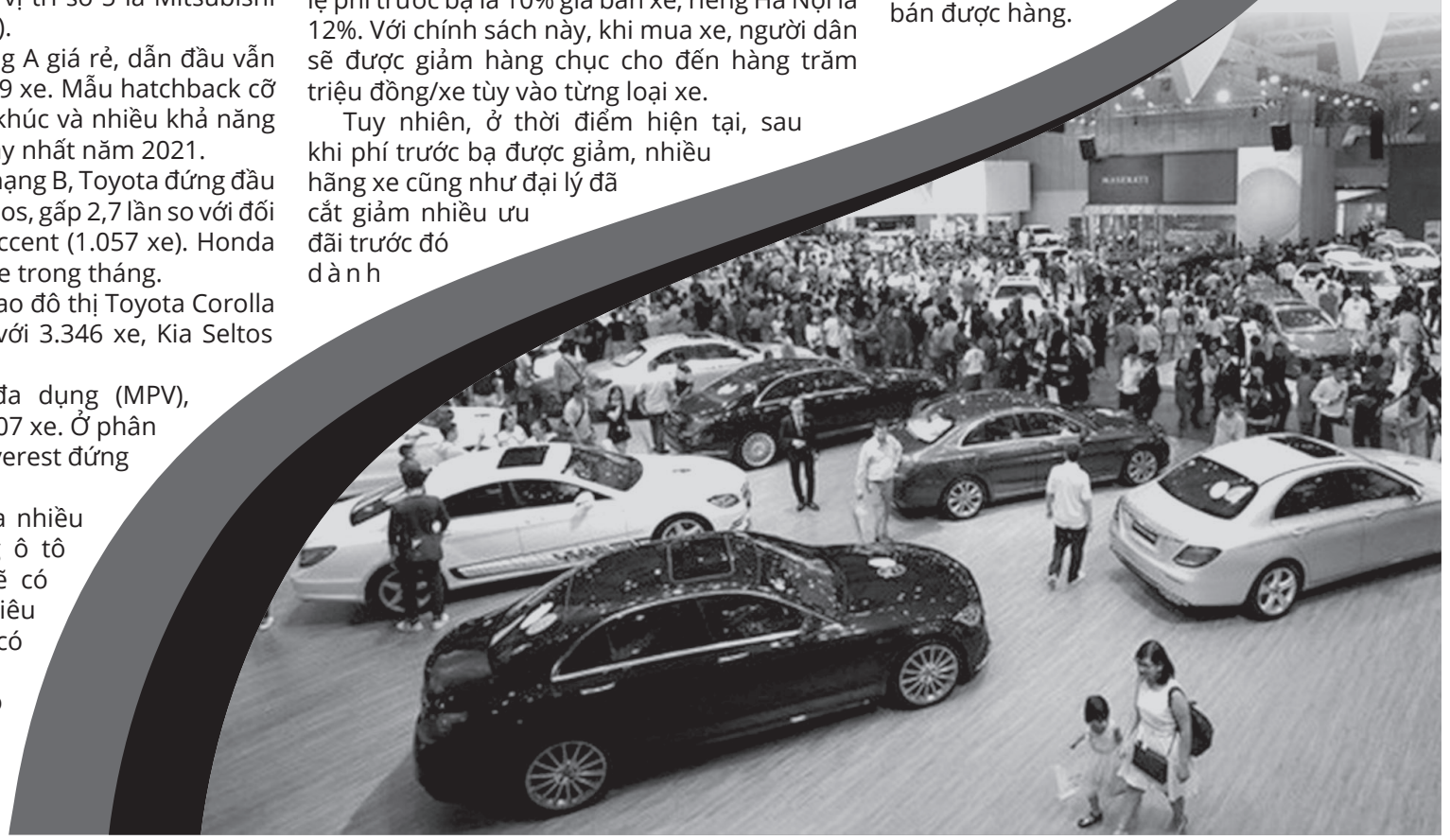
Nguyên nhân là do dịp này cũng cận kề với Tết Nguyên đán cổ truyền của người Việt nên nhu cầu mua sắm tài sản tăng cao. Cùng với đó, ưu đãi 50% phí trước bạ bắt đầu từ ngày 1/12/2021 cũng là một nhân tố giúp thị trường xe trong nước sôi động hơn.

Cụ thể, theo Nghị định số 103 quy định mức thu lệ phí trước bạ với ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước được Chính phủ ban hành, từ 1/12/2021 - 31/5/2022, lệ phí trước bạ cho ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước được giảm 50%.

Hiện nay, ô tô 9 chỗ ngồi trở xuống có mức lệ phí trước bạ là 10% giá bán xe, riêng Hà Nội là 12%. Với chính sách này, khi mua xe, người dân sẽ được giảm hàng chục cho đến hàng trăm triệu đồng/xe tùy vào từng loại xe.

Tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại, sau khi phí trước bạ được giảm, nhiều hãng xe cũng như đại lý đã cắt giảm nhiều ưu đãi trước đó dành cho khách hàng. Theo đánh giá của ông Đào Khai Ngọc, chủ cửa hàng Minh Tiến ô tô, chính sách ưu đãi này chỉ có lợi cho hãng xe và đại lý.

Nhiều đại lý cũng xác nhận nếu không có chính sách giảm phí trước bạ từ Nhà nước thì các hãng xe, đại lý cũng phải tiếp tục duy trì ưu đãi loại phí này cho người mua thì mới bán được hàng.



Quảng bá thương hiệu trên thị trường: CUỘC CHƠI CỦA "LIÊN MINH" MARKETING - NHÂN SỰ

TRƯỚC ĐÂY, QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU LÀ "LÃNH ĐỊA" ĐỘC QUYỀN CỦA PHÒNG MARKETING. TUY NHIÊN, TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY, KHI KHÁI NIỆM THƯƠNG HIỆU TUYỂN DỤNG DẦN TRỞ NÊN PHỔ BIẾN, PHÒNG NHÂN SỰ NGÀY CÀNG KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ TRONG CUỘC CHƠI QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU DOANH NGHIỆP.

Thanh Bình

Bà Nguyễn Thị An Hà - Giám đốc Marketing kiêm Hợp tác Chiến lược Công ty Tư vấn nhân sự Talentnet

Là một chuyên gia marketing với gần 18 năm kinh nghiệm và đang làm việc trong lĩnh vực tư vấn nhân sự, bà Nguyễn Thị An Hà - Giám đốc Marketing kiêm Hợp tác Chiến lược Công ty Tư vấn nhân sự Talentnet - đã có những đúc kết quan trọng khi nhận xét về vai trò của phòng Nhân sự trong việc quảng bá thương hiệu doanh nghiệp giữa hiện thực mới.

Khi phòng nhân sự làm thương hiệu

"Đại dịch COVID-19 là minh chứng cho những bất định trong thời đại này khi bất kỳ điều gì cũng có thể xảy ra và không ngừng biến đổi. Điều này tạo áp lực cho phòng Marketing khi phải liên tục ứng biến để phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng. Rất may, trong lúc này, phòng Nhân sự đã tham gia cuộc chơi, trở thành người đồng đội kề vai sát cánh cùng phòng marketing xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp từ trong ra ngoài", bà An Hà nhận định.

Nếu phòng Marketing hợp tác với những người có tầm ảnh hưởng, sử dụng các kênh truyền thông đại chúng và xây dựng chiến dịch truyền thông để quảng bá dịch vụ, xây dựng thương hiệu trong lòng công chúng, thì phòng Nhân sự chú tâm xây dựng mỗi nhân viên trở thành một đại sứ đích thực thông qua từng chiến lược nhân sự, từ đó quảng bá thương hiệu một cách tự nhiên đến người lao động.

Nhắc đến vai trò của 2 phòng ban này, bà An Hà đã có một sự ví von thú vị: "Nếu ví doanh nghiệp là một triều đình với vua là những nhà lãnh đạo, thì marketing sẽ là vị quan đối ngoại, giúp "triều đại" được nhiều người biết đến thông qua việc quảng bá ra bên ngoài. Trong khi đó, nhân sự sẽ là vị quan đối nội giúp lan toả giá trị và tinh thần đến từng thành viên.

Đặc biệt, trong bối cảnh biến động như hiện tại, nếu chỉ dựa vào phòng Marketing để quảng bá thương hiệu có thể khiến doanh nghiệp đuối sức. Việc tận dụng thêm nguồn lực của phòng Nhân sự có thể đem đến hiệu quả bất ngờ, giúp thương hiệu được quảng bá một cách tự nhiên, khéo léo thông qua các đại sứ "người lao động". Điều này cũng phù hợp với xu hướng quản trị con người hiện nay khi lấy nhân viên làm trọng tâm".

Nuôi dưỡng "đại sứ thương hiệu" nhân viên: Bắt đầu từ đâu?

Vậy làm sao để phòng nhân sự có thể đảm đương tốt trọng trách mới này? Từ góc nhìn của chuyên gia có chuyên môn kép trong cả hai lĩnh vực marketing và nhân sự, bà An Hà đưa ra lời khuyên: "Hãy quan sát cách làm của phòng Marketing: Để người tiêu dùng có thể chia sẻ thông tin về sản phẩm, trước tiên phải có 'food' - tức thông tin để họ lan truyền. Với nhân sự nội bộ, 'food' chính là những điều họ có thể 'khoe' về công ty với cộng đồng xung quanh.

Tuy nhiên, không giống marketing có thể 'book' (trả tiền) để những người có ảnh hưởng quảng bá thương hiệu, người lao động chỉ đi 'khoe' về công ty mình nếu phòng Nhân sự và lãnh đạo có thể mang đến cho họ niềm vui, sự tự hào và cảm giác được trân trọng". Để làm được điều đó, bà An Hà gợi ý 3 khía cạnh sau:

1. Nhân viên hạnh phúc khi được thấu hiểu

Một khảo sát gần đây của Talentnet với 483 người tham gia cho thấy, sếp thiếu tâm lý và thấu hiểu là một trong hai nguyên nhân chính khiến nhân viên không hào hứng khi làm việc. Có thể thấy, niềm vui của nhân viên không chỉ phụ thuộc vào chính sách lương thưởng, phúc lợi cạnh tranh... mà còn cần được thấu hiểu và quan tâm.

"Cũng giống như phòng Marketing tung ra thông điệp chạm đúng tâm lý khách hàng, phòng Nhân sự cũng cần tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng của người lao động để hiểu họ thật sự cần gì, từ đó có những chính sách nhân sự 'đắc nhân tâm', chạm đúng tâm lý nhân viên", Giám đốc Marketing kiêm Hợp tác chiến lược Talentnet gợi ý.

2. "Nở mày nở mặt" khi sếp làm việc tốt:

Bà An Hà khẳng định, việc công ty sở hữu nhiều giải thưởng uy tín, sản phẩm dịch vụ được cộng đồng đánh giá cao là những "food" ngon lành khiến nhân viên cảm thấy tự hào và sẵn sàng chia sẻ. Bà bổ sung: "Không dừng lại ở tiếng tăm công ty và uy tín của sản phẩm/dịch vụ trên thị trường, việc các lãnh đạo thể hiện tốt trách nhiệm xã hội - ví dụ như tương trợ người dân khó khăn do tác động của dịch bệnh - sẽ khiến lòng tự hào, niềm tin yêu của nhân viên tăng lên đáng kể. Đó cũng là những thông tin tích cực mà bất kỳ ai cũng muốn lan toả giữa thời buổi này".

3. Cảm thấy được trân trọng, người cũ cũng trở thành "đại sứ thương hiệu"

Người làm nhân sự cần hiểu rằng quy luật đào thải cũng là một phần trong việc quảng bá thương hiệu.

Bà An Hà cho rằng, mỗi cá thể trong công ty đều được xem như một "người tiêu dùng" của doanh nghiệp. Nhiệm vụ của HR là xây dựng nhóm "khách hàng trung thành" và thu hút các ứng viên - nhóm "khách hàng mới". Đặc biệt, nhóm "khách hàng cũ" - những người rời đi để đến với một nơi phù hợp hơn, cũng có thể trở thành "đại sứ thương hiệu" cho doanh nghiệp, nếu trong thời gian hợp tác và đặc biệt ở khoảnh khắc quyết định rời đi, họ được đối đãi bằng sự trân trọng.

Có thể nói, việc xây dựng thương hiệu đòi hỏi người làm marketing phải nắm bắt tâm lý khách hàng mục tiêu, trong khi thương hiệu tuyển dụng yêu cầu người làm nhân sự cần thấu hiểu tâm lý lực lượng lao động. Nếu như làm tốt, mỗi nhân viên, dù là mới hay cũ, đều có thể trở thành các kênh truyền thông hiệu quả để quảng bá thương hiệu tuyển dụng.

"Giữa bối cảnh hiện thực mới, khi COVID-19 đã tái định nghĩa nhiều thói quen của người tiêu dùng, doanh nghiệp cần có sự phối hợp của hai phòng ban Marketing và Nhân sự để đạt được hiệu quả tối ưu trong quảng bá thương hiệu. Sự 'liên minh' này không những giúp doanh nghiệp tối ưu nguồn lực sẵn có mà còn giúp xây dựng thương hiệu doanh nghiệp vững mạnh từ trong ra ngoài, đảm bảo thương hiệu có thể tồn tại bền vững hơn trong một hiện thực mới đầy biến động", bà An Hà tổng kết.

Mở cửa du lịch: KHÓ KHĂN NHƯNG KHÔNG THỂ TRÌ HOÃN

TỔNG CỤC THỐNG KÊ CHO RẰNG, MỞ CỬA DU LỊCH, ĐÓN KHÁCH QUỐC TẾ LÀ MỘT TRONG NHỮNG GIẢI PHÁP QUAN TRỌNG GÓP PHẦN PHỤC HỒI KINH TẾ, TẠO VIỆC LÀM CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG.

Phương Nam

Thông tin từ Tổng cục Thống kê, sau 20 tháng đóng băng do đại dịch COVID-19, bắt đầu từ tháng 11/2021, Chính phủ cho phép thí điểm đón khách quốc tế theo các chương trình du lịch trọn gói, thông qua các chuyến bay thuê chuyến và thương mại quốc tế tại các khu vực, cơ sở dịch vụ du lịch được lựa chọn.

Trong giai đoạn này có 5 địa phương đón khách du lịch quốc tế gồm:Thành phố Phú Quốc (Kiên Giang), Khánh Hòa, Quảng Nam, Đà Nẵng và Quảng Ninh. Mặc dù còn băn khoăn, lo ngại cũng như phải đối mặt với rất nhiều khó khăn, thách thức, không chỉ với cơ quan quản lý mà còn cả với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, lữ hành nhưng việc mở cửa du lịch là vô cùng cấp thiết, không thể trì hoãn thêm. Mở cửa du lịch, đón khách quốc tế là một trong những giải pháp quan trọng góp phần phục hồi kinh tế, tạo việc làm cho người lao động.

Trong 2 năm qua, đại dịch COVID-19 đã gây hệ lụy, ảnh hưởng tiêu cực đến các ngành kinh tế trên phạm vi toàn cầu, trong đó có ngành du lịch. Theo Báo cáo của Liên Hiệp Quốc, lượng khách du lịch quốc tế đã giảm khoảng 1 tỉ lượt, tương đương giảm 73% trong năm 2020; quý đầu tiên của năm 2021, mức giảm đã là 88%. Các khu vực bị ảnh hưởng nhiều nhất là Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Châu Đại Dương, Bắc Phi và Nam Á.

Báo cáo của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) ngày 18/11/2021 cho biết, Philippines, Việt Nam, Thái Lan, Brunei và Mông Cổ đã ghi nhận 1/3 số việc làm mất do dịch COVID-19 thuộc ngành du lịch; mức tổn thất việc làm trong các ngành liên quan đến du lịch trong năm 2020 cao hơn gấp 4 lần so với các ngành khác. Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) ước tính đại dịch COVID-19 gây thiệt hại cho nền kinh tế toàn cầu năm 2021 khoảng 2,4 nghìn tỷ USD do sự sụp đổ của ngành du lịch quốc tế. Việt Nam cũng không nằm ngoài tầm ảnh hưởng này.

Tính chung cả năm 2020 và 11 tháng năm 2021, Việt Nam chỉ đón 7,6 triệu lượt khách quốc tế, rất thấp so với con số 18 triệu lượt khách của năm 2019, trong đó chủ yếu là chuyên gia, lao động kỹ thuật nước ngoài làm việc tại các dự án ở Việt Nam, du học sinh và lái xe vận chuyển hàng hóa tại cửa khẩu.

Việc đóng cửa du lịch quốc tế do dịch COVID-19 đã gây thiệt hại nghiêm trọng cho ngành du lịch. Tổng số lượt khách quốc tế do các cơ sở lưu trú phục vụ năm 2020 chỉ đạt 3,6 triệu lượt khách, do các công ty lữ hành phục vụ chỉ đạt 1,2 triệu lượt khách, giảm đến 80% so với năm 2019. Sang đến năm 2021 tình hình cũng chưa khả quan hơn. Các doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành đang đứng trước nguy cơ không thể vực dậy được.

Trong tháng 11, sau nhiều cân nhắc và chuẩn bị, chuyến bay đưa đoàn du khách từ Seoul, Hàn Quốc đến Việt Nam đã hạ cánh xuống Cảng hàng không quốc tế Đà Nẵng. Đây là những khách du lịch quốc tế đầu tiên trở lại Việt Nam theo chương trình thí điểm có hộ chiếu vắc-xin.

Sự kiện này có ý nghĩa quan trọng đối với ngành du lịch Việt Nam sau nhiều tháng khốn khó vì dịch bệnh. Thành công của chương trình thí điểm sẽ tạo tiền đề cho việc mở cửa du lịch quốc tế ở các địa phương khác, tiến tới mở lại hoàn toàn hoạt động du lịch quốc tế khi điều kiện cho phép.

Chỉ khi mở cửa trên diện rộng, du lịch mới hồi sinh hiệu quả. Tuy nhiên, các doanh nghiệp du lịch cần xác định, không phải cứ mở cửa là có khách. Việc đón khách quốc tế trong bối cảnh mới sau COVID-19 đòi hỏi nhiều điều kiện phải thay đổi, nhất là trong bối cảnh các nước trong khu vực đều có những chính sách riêng để thu hút khách.

Hiện tại, nước ta mới đang trong giai đoạn "thí điểm", số lượng khách quốc tế chưa nhiều. Tuy nhiên vẫn còn có nhiều vấn đề cần xem xét, nhiều rào cản cần được gỡ bỏ. Để du lịch quốc tế mở cửa thì hàng không cũng cần mở cửa, các chuyến bay thẳng quốc tế phải sẵn sàng để phục vụ du khách.

Mặt khác, cần có sự thống nhất về tiêu chí, điều kiện đón khách an toàn giữa các địa phương và sự liên kết vùng du lịch với những địa phương gần nhau hoặc có chung yếu tố dịch tễ.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Hướng dẫn tạm thời việc thực hiện Nghị quyết số 128/NQ-CP ngày 11/10/2021 của Chính phủ về quy định tạm thời "Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19" trong hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch, trong đó đối với hoạt động du lịch tập trung vào 6 nhóm nhiệm vụ, gồm: Đảm bảo an toàn tại điểm đến và an toàn cho khách du lịch; tăng cường hoạt động truyền thông và xúc tiến, quảng bá du lịch; phát triển đa dạng sản phẩm đáp ứng xu hướng mới của thị trường; đẩy mạnh quá trình chuyển đổi số trong ngành du lịch; hỗ trợ doanh nghiệp đẩy nhanh phục hồi hoạt động du lịch; hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phục hồi hoạt động du lịch.

Đây là những nỗ lực Chính phủ, Bộ, ngành và địa phương nhằm phục hồi du lịch theo hướng thích ứng an toàn, phù hợp với điều kiện bình thường mới.

Hôm 09/12/2021, tại trụ sở Văn phòng Chính phủ, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Bình Minh đã chủ trì cuộc họp về kế hoạch khôi phục lại các chuyến bay thương mại quốc tế thường lệ. Phó Thủ tướng đã đồng ý kế hoạch khôi phục các chuyến bay quốc tế thường lệ chở khách với các địa bàn có hệ số an toàn cao, trước mắt là Bắc Kinh/Quảng Châu (Trung Quốc), Tokyo (Nhật Bản), Seoul (Hàn Quốc), Đài Bắc (Đài Loan - Trung Quốc), Bangkok (Thái Lan), Singapore, Vientiane (Lào), Phnom Penh (Campuchia), San Francisco/Los Angeles (Hoa Kỳ), trên cơ sở có hướng dẫn của Bộ Y tế về các biện pháp y tế phòng dịch đối với người nhập cảnh, đảm bảo an toàn, hiệu quả và thông suốt. Thời gian thí điểm bắt đầu từ ngày 01/01/2022.

SẾP CBRE: NGƯỜI MUA SẴN SÀNG ĐI XA ĐỂ TÌM CĂN NHÀ CÓ DIỆN TÍCH LỚN, TIỆN NGHI TỐT VÀ SỐNG LÀNH MẠNH HƠN

Bà Dương Thùy Dung, Giám đốc Cấp cao CBRE Việt Nam.

BÀ DƯƠNG THUỲ DUNG, GIÁM ĐỐC CẤP CAO CBRE VIỆT NAM NHẤN MẠNH, KHI COVID-19 DIỄN RA, XU HƯỚNG NGƯỜI MUA NHÀ ĐÃ THAY ĐỔI RÕ NÉT. HỌ ĐỔI THAY SUY NGHĨ TRONG CÁCH SỞ HỮU CĂN NHÀ. NHIỀU NGƯỜI CHẤP NHẬN ĐI XA HƠN ĐỂ MUA CĂN NHÀ CÓ DIỆN TÍCH LỚN HƠN, SỐNG TIỆN NGHI, TIỆN ÍCH HƠN, ĐẶC BIỆT LƯU Ý ĐẾN YẾU TỐ XANH, SỐNG LÀNH MẠNH, SỨC KHOẺ.

Phương Nga

Theo bà Dung, không chỉ vì áp lực cuộc sống và do COVID-19 mà xu hướng người mua dịch chuyển ra khu vực xa trung tâm đã hình thành từ những năm gần đây. Lý do để họ dịch chuyển là trong trung tâm TP không còn nhiều quỹ đất để phát triển dự án quy mô lớn, có thể mang lại nhiều tiện ích, tiện nghi cho người mua.

Thứ hai, không gian sống tại các TP lớn không đảm bảo được không khí trong lành, nên nhiều gia đình sẵn sàng di chuyển xa hơn một chút nhưng có không gian sinh hoạt hoàn toàn thoải mái. Theo đó, thời gian gần đây các khu đô thị ven Sài Gòn đang rơi vào "tầm ngắm" của cả người mua thực lẫn nhà đầu tư.

Quả thực, thời gian gần đây, nhất là khi có dịch COVID-19, thị trường BĐS đã xuất hiện loại hình BĐS bảo vệ sức khoẻ. Tâm lý nhà đầu tư dễ nhận thấy là vẫn còn e ngại COVID-19, bởi đến nay dù đã "bình thường mới" nhưng dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp. Vì thế, người mua có xu hướng tìm đến những sản phẩm nhà ở khép kín, an toàn trong các khu biệt lập giúp hạn chế khả năng lây lan dịch bệnh, bảo vệ sức khỏe bản thân và gia đình. Đây là loại bất động sản đáp ứng được cả 2 tiêu chí: bảo vệ sức khỏe và an toàn cho dòng tiền.

Đây cũng là những sản phẩm đang "khuấy động" thị trường BĐS ở giai đoạn này. Vì nguồn cung mới khan hiếm, trong khi nhu cầu hậu COVID-19 với sản phẩm này tăng cao nên kéo theo sự sôi động ngay thời điểm nới giãn cách xã hội. Chẳng hạn như khu biệt lập The Standard của Tập đoàn An Gia, dù nằm ở địa phận Bình Dương nhưng sức mua "không phân biệt vùng miền" khi nhiều người mua đến từ TP.HCM. Dự án này đáp ứng đúng nhu cầu bảo vệ sức khỏe sau dịch nhờ quy hoạch khép kín, riêng tư và an ninh nên được người mua chú ý. Chưa kể, mức độ tăng giá của các căn nhà phố liền kề tại dự án khá ấn tượng ở các giai đoạn mở bán nên hút dòng tiền của nhà đầu tư cá nhân. Ngoài ra, điểm cộng "ăn khách" của dự án này còn nằm ở chỗ có chuỗi tiện ích khép kín và dịch vụ phục vụ quản gia "All in One", 24/7.

Một dự án khác cũng đang "làm mưa làm gió" tại thị trường BĐS vệ tinh TP.HCM là Waterpoint 335 ha của Nam Long Group (Bến Lức, Long An). Bên cạnh dòng sản phẩm nhà phố, biệt thự cho giới nhà giàu, thì các căn hộ giá trên dưới 1 tỉ đồng/căn tại khu đô thị đang gây sự chú ý mạnh với người mua ở thực lẫn nhà đầu tư. Ngay trong thời điểm dịch, người mua vẫn dồn về đây tìm hiểu dự án, đỉnh điểm là tháng 10 và tháng 11 sau khi nới lỏng giãn cách. Điểm nhấn của dự án này là mảng xanh rộng lớn, tiện nghi khép kín nên được khách hàng săn đón. Chính vì đáp ứng được yếu tố liên quan đến sức khoẻ vốn được người mua coi trọng sau dịch, nên dự án trở thành một điểm sáng trên thị trường BĐS hiện nay.

Hay một số dự án BĐS khu vực phía Nam như The Sol City, Mizukipark, Westgate, Izumi City, Vinhome Grand Park, Aqua City... cũng đang là những dòng sản phẩm bắt đúng "trend" (xu hướng) thị trường hậu COVID-19 nên được người mua quan tâm.

Theo bà Dương Thùy Dung, khoảng 20% khách mua căn hộ tại các khu đô thị vùng ven Sài

Theo các chuyên gia, hạ tầng giao thông di chuyển thuận tiện đang khiến xu hướng dịch về vùng ven TP.HCM sở hữu BĐS càng trở nên mạnh mẽ.

Gòn là người mua ở thực, khoảng 80% là mua để đầu tư (tức mua khoảng 2-3 năm sau bán lại cho người ở thực). Với các dự án BĐS tại vùng ven người mua sẽ được hưởng nhiều tiện nghi, tiện ích hơn, bởi quỹ đất còn nhiều và tạo được sự kết nối giao thông ngày càng thuận tiện.

Theo chuyên gia CBRE Việt Nam, giá BĐS trên thị trường thứ cấp luôn tăng tốt so với giá mua vào. Vì thế, nếu nhà đầu tư tìm được một dự án tốt thì giá trị cộng thêm sẽ tăng cao hơn.

"Xu hướng tìm kiếm BĐS vùng ven TP.HCM không phải là xu hướng nhất thời mà là dài hạn. Nhất là trong đợt dịch vừa qua, nhu cầu vừa làm việc tại văn phòng, vừa làm việc tại nhà tăng cao. Theo đó, đại bộ phận người mua mong muốn làm sao có được ngôi nhà mà họ cảm thấy thực sự thoải mái khi làm việc tại nhà. Vì thế, các dự án BĐS vùng ven sẽ tiếp tục được người mua tìm đến", bà Dương Thùy Dung nhấn mạnh.

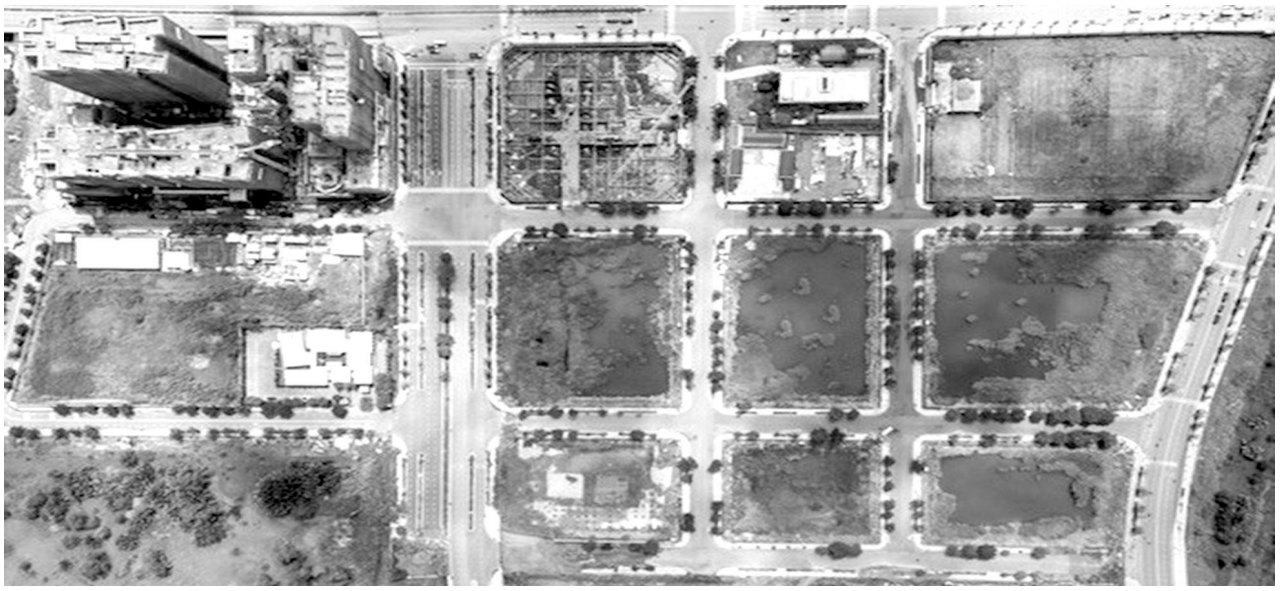
Cũng chia sẻ về câu chuyện, thị trường BĐS xuất hiện loại BĐS bảo vệ sức khỏe trước dịch bệnh, ông David Jackson, Tổng Giám đốc Colliers Việt Nam cho rằng, việc chúng ta ưu tiên sức khỏe là điều tất nhiên và với những nhà đầu tư thì việc đạt được "mục tiêu kép" bao gồm cả mục tiêu về sức khỏe lẫn duy trì dòng tiền là rất lý tưởng.

Vị chuyên gia này cho rằng, tâm lý của nhà đầu tư là luôn muốn nhìn thấy bất động sản của mình gia tăng giá trị theo thời gian. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 vẫn còn đó những diễn biến khó lường, họ sẽ chú trọng làm sao để bảo toàn tài sản trước đã và hướng đến các mục tiêu về dài hạn.

Khi giá nhà đất tại các thành phố lớn ngày càng đắt đỏ, các khu BĐS biệt lập càng được "săn đón" nhiều hơn. Đây là nơi cư dân có được trải nghiệm sống tạm thời tách biệt với đời sống đô thị náo nhiệt và tập trung vào các trải nghiệm tinh thần nhiều hơn.

"Những "ám ảnh" về các giai đoạn bùng phát lẫn lo lắng về diễn tiến tiếp theo của đại dịch càng khiến nhiều người tìm đến các khu BĐS biệt lập. Một mặt, có những lý do để tin rằng các BĐS dạng này "đề kháng" tốt hơn trước dịch bệnh, mặt khác cư dân vẫn cần các mối liên hệ với cuộc sống đô thị, bao gồm cả công việc, học hành hay y tế. Thêm vào đó, giá trị các BĐS dạng này cũng thường tăng lên theo thời gian dù mức tăng không quá cao so với một vài phân khúc khác. Tuy nhiên, nhìn chung, đây vẫn là giải pháp an cư "lợi đơn lợi kép". Đây là nhu cầu có thực và cũng cho thấy những thay đổi quan trọng trong tâm lý của khách hàng sau những tác động của đại dịch", ông David Jackson nhấn mạnh.

NƠI NÀO Ở TP.HCM ĐANG CÓ GIÁ ĐẤT CAO NHẤT?



Cuộc đấu giá lô đất 3-12 nằm trong Khu đô thị mới Thủ Thiêm đã phá vỡ mọi kỷ lục về giá bất động sản tại TP.HCM từ trước đến nay.

TRƯỚC KHI TÂN HOÀNG MINH CHI HƠN 2,4 TỶ ĐỒNG MUA 1M2 ĐẤT THỦ THIÊM, CÁC TUYẾN ĐƯỜNG TRUNG TÂM TP.HCM THUỘC PHƯỜNG BẾN NGHÉ, QUẬN 1 LÀ NƠI CÓ GIÁ ĐẤT CAO NHẤT.

Khu vực lõi trung tâm TP.HCM với các tuyến đường Nguyễn Huệ, Đồng Khởi, Lê Lợi, Đông Du, Công Trường Lam Sơn... từ trước đến nay vẫn là nơi có giá đắt đỏ nhất TP.HCM. Năm 2020, nghiên cứu của một công ty thị trường công bố top các tuyến đường có giá đất đắt đỏ nhất TP.HCM, đứng đầu là phố đi bộ Nguyễn Huệ. Ở thời điểm đó, giá đất tại đường Nguyễn Huệ bình quân là 1,1 tỷ đồng, đặc biệt tại nơi cao nhất, giao dịch ghi nhận lên đến 1,37 tỷ đồng.

Nơi có giá đất cao thứ 2 là các tuyến đường Mạc Thị Bưởi, Đông Du và Nguyễn Thiệp, với giá đất bình quân 1 tỷ đồng/m2.

Đồng Khởi, với điểm đầu từ Nhà thờ Đức Bà và điểm cuối giáp Võ Văn Kiệt, với rất nhiều ngân hàng, trung tâm thương mại lớn, khách sạn, nhà hàng... sầm uất, là tuyến đường có giá đất cao thứ 3 trong top những khu vực có giá đất cao nhất TP.HCM, với 980 triệu đồng/m2.

Thứ 4 là con đường Công xã Paris, nối giữa đường Đồng Khởi và đường Lê Duẩn cũng thuộc phường Bến Nghé, có mức giá trung bình 962 triệu đồng/m2.

Thứ 5 là đường Hồ Huấn Nghiệp, có giá trung bình 907 triệu đồng/m2.

Các đường Thi Sách, và Alexandre De Rhodes cũng thuộc phường Bến Nghé, với giá bình quân thời điểm đó là 868 triệu đồng/m2.

Tiếp theo là đường Lê Lợi thuộc phường Bến Thành, Quận 1, nơi có chợ Bến Thành và Nhà hát thành phố, có nhà ga số 1 của tuyến đường sắt Bến Thành – Suối Tiên, giá đất bình quân 863 triệu đồng/m2.

Đường Lê Anh Xuân cũng thuộc phường Bến Thành, có giá đất bình quân 852 triệu đồng/m2.

Đường Nguyễn An Ninh bên hông chợ Bến Thành đứng kế tiếp trong danh sách, với giá đất bình quân 845 triệu đồng/m2.

Ở thời điểm hiện tại, cập nhật của các công ty nghiên cứu bất động sản, các tuyến đường này vẫn là những nơi có giá đất đắt đỏ nhất TP.HCM, nhưng giá cao nhất cũng chỉ bằng hơn một nửa mức giá mà Tân Hoàng Minh chi để mua 1m2 đất Thủ Thiêm trong cuộc đấu giá ngày 10/12.

Cụ thể, theo cập nhật mới nhất trong tháng 11/2021 của Gạch Vàng, giá trị trung bình bất động sản tại khu vực phường Bến Nghé, Quận 1 là 683.592.000 đồng/m2. Đơn vị vị này dự báo xu hướng giá sẽ ổn định trong vòng 3 tháng tiếp theo đến tháng 2/2022. Khảo sát riêng từng tuyến đường, Đồng Khởi đang có giá cao nhất, với hơn 1,53 tỷ đồng/m2. Công Trường Lam Sơn giá khoảng 1,29 tỷ đồng/m2. Đường Nguyễn An Ninh khoảng 1,28 tỷ đồng/m2.

Đường Nguyễn Huệ vẫn ở mức giá hơn 1,16 tỷ đồng/m2. Đông Du có giá đất ngang ngửa Nguyễn Huệ, cũng ở mức hơn 1,16 tỷ đồng/m2.

Đường Lê Anh Xuân hơn 1,13 tỷ đồng/m2. Đường Mạc Thị Bưởi có giá hơn 1,1 tỷ đồng/m2. Đường Nguyễn Thiệp có giá hơn 1 tỷ đồng/m2.

Các tuyến đường như Lê Thánh Tôn gần 940 triệu đồng/m2, đường Thi Sách gần 830 triệu đồng/m2, đường Lê Lợi khoảng hơn 767 triệu đồng/m2, đường Tôn Thất Thiệp khoảng hơn 700 triệu đồng/m2...

Ngày 10/12, các kỷ lục về giá đất tại TP.HCM đã bị phá vỡ, khi tại buổi đấu giá 4 lô đất ở Khu đô thị mới Thủ Thiêm, ông Đỗ Anh Dũng, Chủ tịch Tập đoàn Tân Hoàng Minh, đã đưa ra mức giá hơn 2,4 tỷ đồng/m2 để chốt lô đất có ký hiệu 3-12.

Con số chính xác mà doanh nghiệp này đưa ra là 24.500 tỷ đồng để đấu giá thành công lô đất diện tích 10.059,7 m2. Từ mức giá này, thị trường bất động sản TP.HCM xác lập kỷ lục giá đất cao nhất trong lịch sử, với gần 2,45 tỷ đồng/m2.

Mức giá khiến nhiều doanh nghiệp thâm niên trên thị trường bất động sản nghi ngờ về hiệu quả đầu tư của lô đất, cũng như sản phẩm mà doanh nghiệp trúng đấu giá sẽ đưa ra thị trường.

Các chuyên gia kinh tế lo ngại bong bóng bất động sản, khi thị trường đang tạo ra mặt bằng giá mới quá cao.

M.Hằng

CUỐI NĂM, NÊN MUA BẤT ĐỘNG SẢN NGHỈ DƯỠNG?

NẾU CHỌN MUA BẤT ĐỘNG SẢN (BĐS) NGHỈ DƯỠNG, THEO CÁC CHUYÊN GIA NÊN HẠN CHẾ DÙNG ĐÒN BẨY TÀI CHÍNH TRONG GIAI ĐOẠN NÀY, ĐẶC BIỆT CHỌN DỰ ÁN CÓ ĐƠN VỊ VẬN HÀNH KHAI THÁC TỐT.

An Mai

Ảnh minh họa.

Theo TS Sử Ngọc Khương, Giám đốc cấp cao Savills Việt Nam, việc đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng hoàn toàn khác với bất động sản nhà ở. Chu kỳ hoàn vốn của một bất động sản nhà ở thường rơi vào 3-5 năm, nhưng với bất động sản nghỉ dưỡng như khách sạn hoặc resort thì thời gian hoàn vốn rơi vào 8-10 năm, tương ứng với tỷ suất sinh lời 10-12/năm.

Với những doanh nghiệp đầu tư vào bất động sản nghỉ dưỡng bằng đòn bẩy tài chính lớn thì 2020-2021 thực sự là những năm rất khó khăn với họ. Bởi vì nguồn thu không có nhưng họ vẫn phải trả lãi ngân hàng. Nhưng một dự án bất động sản nghỉ dưỡng thường có một phần chủ đầu tư tự khai thác kinh doanh và một phần bán cho nhà đầu tư cá nhân. Những nhà đầu tư thứ cấp này mua rồi sau đó gửi lại cho đơn vị vận hành để khai thác kinh doanh chung toàn dự án. Đối với những chủ đầu tư đã bán được một phần như vậy thì hầu như họ đã thu hồi được vốn. Khó khăn hiện tại là làm sao để khai thác kinh doanh với những khách sạn hoặc là condotel đó.

Theo ông Khương, một đối tượng khác cũng chịu ảnh hưởng từ dịch bệnh này này là những nhà đầu tư thứ cấp. Mua condotel hoặc bungalow rồi giao lại cho chủ đầu tư khai thác kinh doanh để kiếm lời. Với những nhà đầu tư có cái nhìn trung và dài hạn thì khó khăn này là bình thường. Vì chúng ta cũng phải xác định những khoản đầu tư vào bất động sản nghỉ dưỡng, cao ốc văn phòng hoặc căn hộ dịch vụ cần thời gian hoàn vốn lên đến 8-10 năm. Trong thời gian đó luôn có những biến động về kinh tế hoặc thị trường mà nhà đầu tư phải dự phòng trước cho những rủi ro. Những rủi ro như dịch bệnh, thiên tai, hỏa hoạn là bất khả kháng và sẽ gây ra nhiều thiệt hại nặng nề cho những nhà đầu tư sử dụng đòn bẩy tài chính quá lớn.

Cùng quan điểm, ông Võ Hồng Thắng, Trưởng phòng R&D DKRA Vietnam cho rằng, BĐS nghỉ dưỡng còn nhiều tiềm năng có cơ hội phát triển trong tương lai. BĐS nghỉ dưỡng và ngành du lịch gắn liền với nhau. Ngành du lịch là ngành được quan tâm, khi mở cửa kinh tế, ngành này có dấu hiệu phục hồi, là đòn bẩy cho thị trường BĐS phát triển.

Tuy nhiên, theo vị chuyên gia này, khi mua BĐS nghỉ dưỡng nên chọn các địa phương đã phát triển về du lịch, các chủ đầu tư xây dựng được hệ sinh thái lớn. Ở giai đoạn này, người mua nên hạn chế dùng đòn bẩy tài chính, đặc biệt chọn dự án có đơn vị khai thác vận hành 5-6 sao, để đảm bảo câu chuyện biên lợi nhuận.

Theo TS Khương, một dự án từ giai đoạn triển khai cho đến khi ra được sản phẩm thường mất 2-3 năm. Với những chủ đầu tư đã sẵn sàng quỹ đất, đây chính là thời cơ của họ. Hiện tại chúng ta đang ở thời điểm tháng 12/2021, nhưng những chủ đầu tư này phải mất 6 tháng đến một năm mới có giỏ hàng ra thị trường.

"Còn để các dự án này đi vào vận hành thì tôi nghĩ ít nhất phải đến cuối năm 2022, nên câu chuyện cũng không có gì bất ngờ lắm. Tại một số địa phương như Bình Thuận, Nha Trang, Tuy Hòa và Quy Nhơn... có một số dự án đang triển khai. Nhưng riêng khâu xin giấy phép xây dựng, làm cơ sở hạ tầng thường đã mất 6-9 tháng. Nhưng điều này cũng cho thấy sự năng động của các nhà phát triển bất động sản nghỉ dưỡng, đặc biệt là các doanh nghiệp trong nước. Bởi vì lĩnh vực bất động sản nghỉ dưỡng đa phần đều do các doanh nghiệp nội địa đầu tư và phát triển. Các doanh nghiệp nước ngoài chiếm một tỷ lệ rất nhỏ và thường chỉ tham gia vào khâu vận hành, quản lý. 70-80% vốn phát triển các dự án này đều đến từ trong nước", ông Khương nhấn mạnh.

Vị chuyên gia này cho rằng, đây là một cơ hội rất tốt nếu chúng ta sử dụng đòn bẩy tài chính hợp lý, bởi vì các nhà đầu tư sẽ mất 1-2 năm để chờ thị trường du lịch hồi phục. Với những nhà đầu tư có tiềm lực tài chính mạnh, đây là thời cơ tốt để lựa chọn sản phẩm đầu tư mà trước đây chúng ta không có cơ hội.

Trong bối cảnh bình thường, rất ít nhà đầu tư muốn bán hoặc chuyển nhượng bất động sản nghỉ dưỡng. Mặc dù mức sinh lời chỉ đạt 6-7%. Nếu nhìn ở góc độ tài chính, đây là một tài sản rất đắt bởi bỏ ra 100 đồng mà mỗi năm chỉ có thêm 6-7 đồng; nhưng muốn mua cũng không có ai bán. Nên đây chính là cơ hội cho những nhà đầu tư có tiềm lực tài chính và có tầm nhìn dài hạn về thị trường du lịch Việt Nam.

THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN ĐANG TÁI DIỄN KỊCH BẢN SÔI ĐỘNG NHƯ 10 NĂM TRƯỚC...

THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN ĐANG ĐƯỢC NHẬN ĐỊNH SÔI ĐỘNG VỀ HOẠT ĐỘNG MUA - BÁN NHƯ BỨC TRANH ĐỊA ỐC 10 NĂM TRƯỚC. DẪU VẬY, THỊ TRƯỜNG SẼ KHÔNG LẶP LẠI TÌNH TRẠNG BONG BÓNG RỒI ĐÓNG BĂNG NHƯ GIAI ĐOẠN 2010-2011.

Việt Khoa

Ông Cao Minh Thành, Tổng Giám đốc MLAND Pro.

Ảnh minh họa.

Thị trường bất động sản đang bước vào tháng cuối cùng của năm 2021 với tốc độ bức phá mạnh mẽ. Tại nhiều khu vực, lượng giao dịch mua - bán diễn ra khá sôi động. Mức giá bất động sản tại một số phân khúc ghi nhận tăng mạnh.

Ông Cao Minh Thành, Tổng Giám đốc MLAND Pro nhận định, gần 2 năm ảnh hưởng của dịch COVID-19, giá trị bất động sản được quan tâm nhiều hơn sau đợt dịch 1, 2, 3 với minh chứng lượng giao dịch tăng đột biến. Ở đợt dịch lần thứ 4, diễn biến của thị trường cũng không ngoại lệ khi nhu cầu đầu tư bất động sản đang ở mức rất cao, trong khi nguồn cung ngày càng hạn hẹp.

Lượng tiền rẻ trên thị trường lớn do có một lượng tiền được bơm vào thông qua kênh ngân hàng và gói hỗ trợ dẫn tới lạm phát đang có xu hướng gia tăng. Điều này khiến cho người dân lo sợ đồng tiền mất giá và coi bất động sản là kênh trú ẩn.

"Có thể nói, thị trường đang cho thấy một kịch bản quay trở lại thời điểm 10 năm về trước trong tốc độ giao dịch. Điều này được thể hiện qua nhiều phân khúc như nhà ở, shophouse, liền kề, biệt thự, bất động sản nghỉ dưỡng ven đô, bất động sản nghỉ dưỡng biển, đô thị biển đang giao dịch rất tốt".

Ông Thành chia sẻ, các dự án mà đơn vị ông phân phối đều ghi nhận số lượng hàng hết ngay sau khi giãn cách cho tới thời điểm hiện tại. Một số dự án đang tiếp tục chờ ra hàng trong thời gian trước Tết cũng đang được dự báo sớm hết hàng nhanh chóng trong 1-2 tuần bởi hiện tại, đã có khách hàng đặt cọc, chờ hàng ra khớp cọc.

Lý giải về sự "hưng phấn" của thị trường, ông Thành cho rằng, so với vàng, tiết kiệm, chứng khoán, bất động sản là kênh đầu tư an toàn nhất trong bối cảnh hiện tại. Kênh đầu tư vàng đang ở mức trần biên độ lợi nhuận thấp, chứng khoán thì rất bất ổn trong khi lãi suất tiền gửi tiết kiệm thấp. Đó là lý do người dân muốn kiếm tìm cơ hội đầu tư từ bất động sản.

Trong khi đó, tỷ lệ lạm phát đang có xu hướng tăng không chỉ tại Việt Nam mà trên toàn thế giới do ảnh hưởng của đại dịch. Vì vậy, giữ tiền mặt là quyết định rủi ro. Mặt khác, hoạt động kinh doanh triển khai trong giai đoạn hiện nay rất khó khăn. Nếu hoà vốn là quá giỏi và để có lợi nhuận tốt thì thực sự là rất xuất sắc.

"Hiện tại chỉ có bất động sản là kênh đầu tư ổn định với lợi nhuận tối thiểu ở mức 15-20% hàng năm. Đây cũng là kênh cất tiền an toàn vì sở hữu sổ đỏ lâu dài", ông Thành nói thêm.

Một lực đỡ khác trên thị trường chính là dòng vốn FDI và ngoại tệ nước ngoài đổ về Việt Nam ngày càng lớn, làm tăng nhu cầu bất động sản.

Ở chiều nguồn cung, ông Thành phân tích, dự án bất động sản ra đời mới rất hiếm do vấn đề thủ tục pháp lý vướng mắc dẫn tới sản phẩm hiện hữu khan hiếm. Trong vòng 2-3 năm tới để có được dự án mới là điều khó khăn.

Nguồn cung ngày càng khan hiếm, giá bất động sản ngày càng tăng mạnh trong khi dòng tiền đổ vào lĩnh vực này càng ngày càng lớn. Tất yếu của quá trình đó là sự sôi động của thị trường là điều hiển nhiên.

Theo ông Thành, một yếu tố quan trọng nhất khiến thị trường sôi động chính là tâm lý lạc quan của người dân đối với tình hình dịch bệnh do độ phủ vaccine cao. Họ cũng chấp nhận tâm lý sống chung với dịch bệnh.

"Hầu như dịch bệnh với chính sách giãn cách chỉ ảnh hưởng tới việc tiếp xúc và di chuyển trong giao dịch, chứ không ngăn cản được nhu cầu đầu tư của khách hàng. Thậm chí trong thời gian giãn cách lượng giao dịch có giảm nhưng một số phân khúc và dự án giao dịch vẫn tốt, thông qua bán hàng online để đáp ứng như cầu đầu tư cao".

Trước câu hỏi "liệu thị trường có rơi vào tình trạng bong bóng và tiếp đến là đóng băng như thời kỳ 2010-2011", ông Thành nhấn mạnh: Giai đoạn này và giai đoạn trước là hoàn toàn khác nhau.

Tại thời điểm này sẽ không xảy ra trường hợp bong bóng và đóng băng như giai đoạn 2010-2011 bởi rất nhiều nguyên nhân.

Thứ nhất, thị trường hiện nay đã minh bạch hơn rất nhiều, từ thông tin cho tới các sản phẩm. Các nhà đầu tư cũng đã thông thái hơn rất nhiều.

Thứ hai, các sản phẩm bất động sản ở giai đoạn này hiện hữu hơn, thể hiện thông qua pháp lý rõ ràng, hạ tầng đồng bộ. Đặc biệt, giá bất động sản tăng không phải do sốt ảo, tâm lý đầu tư theo số đông như giai đoạn 2010. Giá bất động sản giai đoạn này tăng giá là tăng giá trị thật, do hạ tầng phát triển, và chất lượng dự án tốt.

Dù thị trường có biến động thì những sản phẩm dự án có giá trị thực vẫn thanh khoản tốt. Không như giai đoạn 2010-2011, đa số dự án bất động sản đang còn nằm trên giấy, chưa đầy đủ pháp lý đã được tung ra thị trường giao dịch. Khi ấy, khách hàng đang mua sản phẩm hình thành trong tương lai mà chưa có giá trị hiện hữu. Nên khi Nhà nước siết tín dụng, nhu cầu đầu tư bất động sản giảm mạnh. Những sản phẩm không có giá trị hiện hữu khó thanh khoản.

Còn ở giai đoạn hiện tại, nếu có biến động thì kịch bản xấu nhất là hiện tượng cắt lỗ. Nhưng lợi thế với sản phẩm hiện hữu và pháp lý rõ ràng thì tình trạng đóng băng có thể diễn ra cục bộ ở địa phương hoặc trên 1 số phân khúc mà chắc chắn sẽ không lan rộng toàn thị trường. Yếu tố tích cực khác chính là Nhà nước đang kiểm soát rất tốt về lãi suất và lạm phát.

Chuyên gia Công nghệ Đào Hoàng Thanh: KHÔNG NGỪNG THAY ĐỔI, "ĐÓN SÓNG" CÁCH MẠNG SỐ!

"CMCN 4.0 LÀ ĐIỂM NHẤN CỦA KỶ NGUYÊN SỐ, TÁC ĐỘNG MẠNH MẼ ĐẾN CÁC NGÀNH, LĨNH VỰC VÀ VIỆT NAM KHÔNG THỂ ĐỨNG NGOÀI LÀN SÓNG ĐÓ", FOUNDER ĐÀO HOÀNG THANH - CTO LAUNCHZONE, CHUYÊN GIA CÔNG NGHỆ HÀNG ĐẦU VIỆT NAM ĐÁNH GIÁ.

PV

Chuyên gia công nghệ - Founder LaunchZone Đào Hoàng Thanh.

Diễn đàn cấp cao thường niên lần thứ 3 về Công nghiệp 4.0 do Ban Kinh tế Trung ương chủ trì vừa diễn ra đã thu hút sự quan tâm lớn của dư luận, đặc biệt là cộng đồng doanh nghiệp, công nghệ. Nhiều định hướng mang tính chiến lược đã được đại diện Bộ, ngành đưa ra tạo hành lang cho việc chuyển đổi số của đất nước. PV đã có cuộc trao đổi với chuyên gia công nghệ Đào Hoàng Thanh để làm rõ hơn vấn đề này.

Thưa ông, với vai trò là chuyên gia công nghệ, ông đánh giá gì về chủ đề năm nay, đặc biệt là các nội dung liên quan đến phát triển hạ tầng số và thúc đẩy ứng dụng công nghệ số?

Diễn đàn cấp cao thường niên lần thứ 3 về Công nghiệp 4.0 do Ban Kinh tế Trung ương chủ trì năm nay tập trung nhấn mạnh vào sự hồi phục của nền kinh tế Việt nam sau đại dịch COVID-19. Dịch bệnh COVID-19 diễn biến ngày càng phức tạp, khó lường đã làm thay đổi mọi mặt kinh tế - xã hội thế giới nói chung và Việt nam nói riêng.

Theo tôi, CMCN 4.0 đang tác động mạnh mẽ tới mọi mặt đời sống, kinh tế, xã hội, hoạt động sản xuất, kinh doanh... Đối với kinh tế đó là những thay đổi về mô hình tăng trưởng, việc làm và bản chất công việc. Đối với doanh nghiệp, hoạt động sản xuất, kinh doanh là kỳ vọng của người tiêu dùng, dữ liệu thông tin sản phẩm, hợp tác đổi mới và các mô hình hoạt động mới, các dịch vụ và mô hình kinh doanh mới.

Cuộc CMCN 4.0 được coi như điểm nhấn của kỷ nguyên số và tác động mạnh mẽ đến các ngành và nghề trong nền kinh tế mỗi quốc gia, trong đó có Việt Nam - quốc gia có nguồn cung lao động khá dồi dào và ổn định với hơn 50 triệu lao động. Mô hình tăng trưởng mới, toàn diện và bền vững cần được xây dựng cho các ngành sử dụng công nghệ tạo ra nhiều giá trị tăng thêm và năng suất cao để tạo ra việc làm có chất lượng và các khía cạnh định tính khác của nền kinh tế trong nước.

Big Data, AI, robotics và blockchain được coi là những công nghệ lõi của CMCN 4.0, chúng ta không thể đứng ngoài nếu muốn tiến vào kỷ nguyên số. Theo ông, hành lang pháp lý cho việc áp dụng các công nghệ này tại Việt Nam hiện ra sao?

Việt Nam hiện vẫn còn thiếu hành lang pháp lý cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ mới của CMCN 4.0 như blockchain, trí tuệ nhân tạo... Hiện nay, các công ty về blockchain mặc dù hoạt động ở Việt Nam nhưng đều đăng ký kinh doanh ở nước ngoài, với những tên tuổi người Việt có chỗ đứng trong cộng đồng blockchain thế giới như Kyber Network hay "kỳ lân" Axie Infinity.

Theo tôi, để khai thác tiềm năng kinh tế của công nghệ blockchain nói riêng và các ngành nghề thuộc lĩnh vực công nghệ 4.0 nói chung, Việt Nam cần xây dựng khung pháp lý bài bản, đẩy mạnh giáo dục về lĩnh vực này. Việc áp dụng công nghệ mới, bắt kịp xu hướng thời đại sẽ mang lại giá trị to lớn cho nền kinh tế trong tương lai.

Là nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh với đội ngũ nhân sự trẻ đầy tài năng và sức sáng tạo, Việt Nam có tiềm năng rất lớn trong việc ứng dụng chuyển đổi số và khai thác nguồn lực tiềm ẩn của CMCN 4.0. Ông nhìn nhận gì về điều này?

Lĩnh vực lao động và việc làm đang trải qua những thay đổi lớn ở quy mô chưa từng có do sự chuyển dịch của một số yếu tố như cải tiến công nghệ, tác động biến đổi khí hậu, thay đổi đặc tính sản xuất và việc làm. Công nghệ là nhân tố khởi tạo. Những tiến bộ về công nghệ 4.0 có thể hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế bằng cách thúc đẩy chuyển dịch lao động giữa các lĩnh vực, công việc hoặc đơn giản hóa công việc bằng cách giảm thiểu những nhiệm vụ phức tạp cho người lao động.

Sự kết hợp của kỹ năng chuyên môn (như STEM) và kỹ năng cốt lõi (sự sáng tạo, tư duy phân tích, giao tiếp, làm việc theo nhóm...) là cần thiết để trang bị cho lực lượng lao động cách tốt nhất và thúc đẩy khả năng tự phục hồi trong các thị trường lao động liên tục thay đổi khi ứng dụng CMCN 4.0. Do đó, các bạn trẻ cần không ngừng trau dồi bản thân để bắt kịp với những thay đổi hiện đại của công nghiệp 4.0.

Càng tiến gần hơn với kỷ nguyên số, tiêu chí đặt ra với doanh nghiệp càng trở nên khắt khe hơn. Theo ông, doanh nghiệp cần làm gì để vừa cung cấp các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu của thời đại vừa phải thay đổi để không bị thụt lùi?

Nền tảng cốt lõi trong hoạt động của doanh nghiệp, ngoài tiến bộ công nghệ thông tin, không thể không nhắc đến yếu tố con người. Cách mạng số phải được xây dựng trên cơ sở việc làm tử tế mang lại giá trị nhân phẩm. Các hệ thống giáo dục và đào tạo phải được chuẩn bị để phát triển kỹ năng cho tương lai. Đặc biệt, cần sự phối hợp giữa nhà hoạch định chính sách, doanh nghiệp và nhà cung cấp dịch vụ đào tạo. Các chính sách thị trường lao động chủ động hiệu quả giúp kết nối người lao động với việc làm đóng vai trò quan trọng để doanh nghiệp cần làm gì vừa cung cấp sản phẩm, dịch vụ phù hợp nhu cầu của thời đại vừa phải thay đổi để không bị thụt lùi.

Con người là yếu tố vô cùng quan trọng trên con đường chinh phục thế giới số, thời đại số. LaunchZone là vườn ươm công nghệ có tiếng, xin ông cho biết, công ty đã và đang có kế hoạch như thế nào để ươm mầm cho các startup trong lĩnh vực này?

Blockchain là thị trường không ngủ với tiềm năng tăng trưởng và phát triển vô cùng mạnh mẽ. Tuy nhiên, chính sự mới mẻ và tốc độ phát triển mạnh mẽ của thị trường này khiến nhiều doanh nghiệp lúng túng trong việc tiếp cận ban đầu. LaunchZone đã mất nhiều năm mày mò để khởi nghiệp trong lĩnh vực blockchain, rút ra được nhiều bài học trong quá trình thành lập và phát triển. Những kinh nghiệm này sẽ vạch ra con đường rõ ràng cho các bạn trẻ muốn khởi nghiệp mảng blockchain.

Chúng tôi sẽ ươm mầm, định hướng startup để sản phẩm phải là thứ thị trường cần đến và xây dựng cộng đồng hỗ trợ, gắn bó cùng doanh nghiệp lâu dài. LaunchZone có thể đầu tư vào startup cả về nhân lực, vật lực cũng như kêu gọi sự ủng hộ từ cộng đồng có sẵn. LaunchZone chính là "bàn đạp" hỗ trợ các nhóm khởi nghiệp đưa sản phẩm blockchain của người Việt ra thế giới. Chúng tôi luôn nỗ lực không ngừng nghỉ từng phút, từng giây để mang lại giá trị tốt nhất cho các startup và các nhà đầu tư.

Xin cảm ơn ông về cuộc trao đổi!

Thoái vốn Nhà nước tại doanh nghiệp: LỢI CẢ 4 BÊN

TRONG THÁNG 10, BỘ TÀI CHÍNH ĐÃ CÓ YÊU CẦU SCIC TẬP TRUNG THOÁI VỐN TẠI 3 DOANH NGHIỆP LÀ TẬP ĐOÀN BẢO VIỆT (MÃ CHỨNG KHOÁN BVH), CÔNG TY CP NHỰA THIẾU NIÊN TIỀN PHONG (MÃ CHỨNG KHOÁN NTP) VÀ TỔNG CÔNG TY CP BẢO MINH (MÃ CHỨNG KHOÁN BMI).

Long Châu

Tổng Công ty Đầu tư và Kinh doanh vốn Nhà nước (SCIC) hiện đang sở hữu 3,26% vốn tại Tập đoàn Bảo Việt (BVH); 37,1% vốn tại Nhựa Tiền Phong (NTP). Đặc biệt, riêng tại Tổng CTCP Bảo Minh (BMI), SCIC sở hữu tới 50,7% vốn. Tương đương với giá trị sở hữu vốn lần lượt là BVH 221 tỷ, NTP 437 tỷ đồng và BMI là 553 tỷ đồng.

Đây được đánh giá là những đơn vị sáng giá trong tổng số 88 doanh nghiệp thuộc nhóm 1 - nhóm triển khai bán vốn ngay năm nay theo yêu cầu của Bộ Tài chính.

Trong số này sự quan tâm được đổ dồn về BMI bởi Nhà nước đang nắm tới gần 51% giá trị vốn tại doanh nghiệp này. BMI hiện cũng đang được coi là ngôi sao sáng khi các số liệu từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp này rất khả quan. Năm 2021, BMI đặt mục tiêu doanh thu là 5.025 tỷ đồng. Lợi nhuận trước thuế dự kiến đạt 277 tỷ đồng, tăng 19% so với thực hiện 2020. So với kế hoạch đề ra, BMI đã thực hiện được 53% mục tiêu doanh thu và 84% mục tiêu lợi nhuận trước thuế.

Về tổng tài sản của BMI tính đến ngày 30/09/2021 đạt hơn 7.138 tỷ đồng, tăng 9% so với đầu năm chủ yếu do tài sản tái bảo hiểm tăng 52%, đầu tư tài chính ngắn hạn tăng 10% cùng với tiền và các khoản tương đương tiền tăng 72%.

Trung tuần tháng 10/2021, khi thông tin Bộ Tài chính yêu cầu tập trung thoái vốn tại 3 doanh nghiệp nay, giá của cả 3 cổ phiếu trên đều tăng. Trong đó, giá cổ phiếu NTP tăng từ vùng 50.000 đồng lên 61.900 đồng chốt phiên giao dịch 26/10, giá cổ phiếu BVH cũng tăng từ 61.400 đồng lên 64.400 đồng, BMI cũng tăng giá từ 41.500 đồng lên 46.000 đồng/cổ phiếu.

Theo ước tính, nếu bán hết số vốn trên bằng thị giá cổ phiếu phiên giao dịch nêu trên, SCIC sẽ thu về trên 1.500 tỷ đồng bán vốn tại Tập đoàn Bảo Việt, hơn 2.000 tỷ đồng tại Công ty nhựa thiếu niên Tiền Phong và khoảng 2.700 tỷ đồng tại Tổng Công ty cổ phần Bảo Minh.

Như vậy, tổng số tiền thu về được là khoảng trên 6.000 tỷ đồng. Đó là chưa kể tín hiệu tích cực từ thị trường tích cực có thể giúp tổng giá trị thoái vốn tăng thêm.

Toàn bộ số tiền thu được từ hoạt động thoái vốn 3 doanh nghiệp kể trên sẽ được nộp về Quỹ Hỗ trợ sắp xếp doanh nghiệp và phát triển doanh nghiệp. Theo kỳ vọng, việc thoái vốn sẽ xong trước để nộp vốn về ngân sách Nhà nước trước ngày 20/12/2021.

Theo một nhà đầu tư lâu năm trên thị trường, sở dĩ cơ quan chức năng tập trung bởi đây là các doanh nghiệp mạnh, kinh doanh tốt, tính thanh khoản cao, hấp dẫn các nhà đầu tư. Ngoài ra đây là thời điểm "thiên thời, địa lợi" khi chính sách về thoái vốn được nới lỏng. Trong đó đáng chú ý là cơ chế nới room ngoại lên 100% đã được "bật đèn xanh".

Trong trường hợp cụ thể, hiện cơ cấu cổ đông của BMI hiện nay gồm có SCIC sở hữu xấp xỉ 51%, Tập đoàn AXA (Pháp) và cổ đông lớn nước ngoài khác sở hữu trên 20%. Nếu nguồn vốn của BMI được chuyển nhượng thành công cho nhà đầu tư ngoại, đây là thương vụ đầu tiên một doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ có sự tham gia với quyền chi phối vốn của doanh nghiệp nước ngoài.

Theo đánh giá của giới chuyên gia, việc nhà đầu tư ngoại mua vào sẽ tạo ra lợi ích cho cả 4 bên. Thứ nhất ngân sách Nhà nước thu được nguồn tiền lớn với cơ chế minh bạch, thanh khoản nhanh; thứ hai, doanh nghiệp được mua lại sẽ có cơ hội tái cấu trúc với sự quản trị của nguồn lực và chất xám ngoại giúp thúc đẩy cơ hội phát triển cho doanh nghiệp đó; thứ ba, các nhà đầu tư tham gia vào thị trường mới mẻ, tiềm năng, sở hữu một doanh nghiệp có uy tín và thực lực; thứ tư, thương vụ này sẽ tạo ra làn sóng tích cực cho thị trường chứng khoán, các nhà đầu sẽ có cơ hội để tham gia vào một thị trường sôi động và minh bạch.

Hiện tại, BMI đã thông qua kế hoạch nới room ngoại lên 100% mở đường cho việc thoái toàn bộ vốn nhà nước tại doanh nghiệp. BMI đã trình Bộ Tài chính phương án nới room này.

Mới đây Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã chính thức cập nhật "điều kiện tiếp cận thị trường" cho các ngành nghề tiếp cận thị trường có điều kiện với nhà đầu tư nước ngoài, trong đó có lĩnh vực bảo hiểm.

Theo đó, quy định "không hạn chế" đối với tỷ lệ sở hữu nước ngoài. Đặc biệt, Quyết định số 22/2021/QĐ-TTg do Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 02/7/2021 cũng nêu rõ bảo hiểm không thuộc 7 lĩnh vực Nhà nước sẽ nắm 65% vốn điều lệ sau chuyển đổi cổ phần hóa, thoái vốn.

Theo ông Ngô Quốc Hưng, chuyên viên cao cấp Công ty Chứng khoán MB, nếu doanh nghiệp ngoại nhận thoái vốn các doanh nghiệp trong nước, thị trường chứng khoán sẽ tăng cả lượng lẫn chất. Tạo điều kiện đưa thị trường tiếp cận với thông lệ quốc tế, tạo ra sự minh bạch và công bằng cho các nhà đầu tư nội địa lẫn nước ngoài. Đây cũng là điều kiện cần có để nâng hạng thị trường chứng khoán.

DO ĐÓ, CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐƯỢC KHUYẾN KHÍCH LÀ ĐỊNH HƯỚNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT HẬU COVID-19, VÀ CDP SẼ LÀ CHIẾN LƯỢC TRỌNG ĐIỂM ĐỂ CÁC CHỦ DOANH NGHIỆP GẤP RÚT NGHIÊN CỨU ÁP DỤNG, GÓP PHẦN HỒI PHỤC KẾT QUẢ KINH DOANH, CHINH PHỤC TỪNG KHÁCH HÀNG, TỐI ƯU HIỆU QUẢ, TIẾT KIỆM THỜI GIAN, CHI PHÍ VÀ NGUỒN LỰC.

Bảo An

Chuyển đổi số ĐỊNH HƯỚNG CỦA DOANH NGHIỆP HẬU COVID-19

Từ tháng 5/2021, những chuyển biến khó lường khi làn sóng dịch COVID-19 lần 4 lan khắp cả nước tạo ra ảnh hưởng nặng nề tới tất cả doanh nghiệp, đặc biệt là khối doanh nghiệp bán lẻ khi hành vi mua sắm và sử dụng dịch vụ của khách hàng thay đổi. Một bài toán khó đặt ra với các chủ doanh nghiệp: Làm thế nào để chinh phục và khiến khách hàng tiếp tục quay lại trong tương lai, cụ thể là từ dịp mua sắm Tết 2022.

Chìa khóa nằm ở cụm từ "cá nhân hóa", vốn đã được nhiều doanh nghiệp áp dụng thành công trong mảng tiếp thị và bán hàng (Marketing & Sales) ở khu vực Đông Nam Á trong năm qua.

COVID-19 - bối cảnh khác biệt, tạo nên sự thay đổi đặc biệt

Kể từ tháng 3/2020, khi dịch bệnh COVID-19 bùng phát lần đầu tiên, người tiêu dùng Việt Nam đã gia tăng tần suất mua sắm, sử dụng các dịch vụ trực tuyến để giảm mức độ tiếp xúc ở các cửa hàng hay điểm bán trực tiếp trong bối cảnh dịch bệnh.

Dữ liệu theo báo cáo Đông Nam Á - Ngôi nhà cho chuyển đổi kỹ thuật số do Facebook và Bain & Company công bố hồi tháng 9 năm nay chỉ ra: Cứ 10 người dân Đông Nam Á từ 15 tuổi trở lên sẽ có 8 người dùng số (digital consumer). Trong đó, Việt Nam đứng thứ hai về mức độ tăng trưởng của nhóm người tiêu dùng mới, khoảng 8%, tương đương 4 triệu người.

Tính đến nay, người tiêu dùng kỹ thuật số mua sắm trung bình trên 7,9 trang web hoặc nền tảng trực tuyến - tăng 52% so với năm 2020. 51% người tiêu dùng tham gia khảo sát cho biết họ đã bỏ qua các thương hiệu vốn được lựa chọn nhiều nhất trong 3 tháng qua. Đặc biệt, giá cả giờ đây không còn là yếu tố quan trọng, mà người tiêu dùng sẽ cân nhắc dựa trên các yếu tố: chất lượng sản phẩm, tính thời điểm và thời gian giao hàng.

Có thể nói, hành trình từ tìm kiếm sản phẩm/dịch vụ, cân nhắc, ra quyết định mua hàng của người dùng số đã thay đổi nhanh chóng và khó lường. Các doanh nghiệp Việt đang ở điểm chạm nào trên hành trình ấy, để tiếp cận và chinh phục từng khách hàng?

Vì sao doanh nghiệp Việt phải tích cực theo chân "người tiêu dùng số"?

Báo cáo Người tiêu dùng số từ Deloitte công bố hồi tháng 5/2021 đã từng miêu tả: Một người tiêu dùng số điển hình là nhóm đang đóng góp nhiều nhất vào doanh thu bán hàng của doanh nghiệp Việt. Có 2 điểm nổi bật được báo cáo tóm tắt khi thực hiện khảo sát với hơn 1.000 người là: (1) Nhóm người dùng số có xu hướng tăng cường sử dụng các nền tảng kỹ thuật số, và (2) họ mong muốn có trải nghiệm mua sắm tốt hơn.

Cụ thể, chưa tới 10% số người tham gia khảo sát cho rằng khuyến mãi cho các lần mua hàng tiếp theo là nguyên nhân khiến họ quay lại mua hàng, đồng nghĩa với việc giảm giá không còn là yếu tố hấp dẫn. Trong khi đó, việc tạo ra hành trình khách hàng chất lượng cao, xuyên suốt từ đầu đến cuối đóng vai trò quan trọng hơn. Ba yếu tố được lựa chọn nhiều nhất trả lời cho câu hỏi "Đâu là động lực chính để quyết định quay lại mua hàng?" lần lượt là: Mức độ hài lòng với lần mua trước đó (19%), tiếp theo là sự thuận tiện cũng như tốc độ giao hàng (17%) và trải nghiệm dịch vụ khách hàng dễ chịu (15%).

Kết quả trên đưa ra gợi ý cho các công ty hoạt động trong ngành hàng tiêu dùng, những chuỗi bán lẻ về sự cần thiết phải xem xét lại toàn bộ hành trình khách hàng để hình dung và thiết kế lại trải nghiệm dễ dàng nhằm khuyến khích hoạt động mua hàng lặp lại, hay nói cách khác là "cá nhân hóa" hành trình cho phù hợp với từng khách hàng. Điều này đòi hỏi một cách tiếp cận mang tính chiến lược dài hạn và tổng thể hơn, thay vì dựa vào chiến thuật giảm giá. Nâng cao trải nghiệm của khách hàng cũng là cách để công ty gia tăng mức độ trung thành, hay nói cách khác là đảm bảo họ sẽ tiếp tục quay lại để mua hàng/sử dụng dịch vụ.

Từ đây, những công ty hàng tiêu dùng, chuỗi bán lẻ cần xây dựng một chiến lược tiếp cận thị trường bằng việc xây dựng nhiều kênh bán hàng kịp thời, linh hoạt. Khi sở hữu một hệ thống vững chắc, họ có thể phát triển mô hình bán hàng đa kênh (omnichannel) song song với nỗ lực khắc phục các vấn đề tồn tại của việc bán hàng qua các sàn thương mại điện tử (e-commerce), như tiếp nhận đơn hàng, hậu cần (logistics), vận chuyển, hoặc các chiến dịch thu hút khách hàng theo từng thời điểm -

nhóm nghiên cứu của Deloitte gợi ý.

Trong đó, CDP (Customer Data Platform) nổi lên là công cụ có thể hỗ trợ doanh nghiệp để làm tốt nhất yếu tố nền tảng - quản trị dữ liệu trước khi họ xây dựng được hành trình mua sắm mang tính "cá nhân hóa". Đây là nền tảng hợp nhất dữ liệu khách hàng từ nhiều nguồn, tổng hợp các thông tin đó để khái quát một chân dung của khách hàng, từ đó doanh nghiệp có thể tạo ra những trải nghiệm mang tính cá nhân hóa cao nhất cho khách hàng của họ.

Chuyển đổi số được khuyến khích là định hướng của các doanh nghiệp Việt hậu COVID-19

Trong chia sẻ mới đây, TS. Đinh Lê Đạt phân tích thêm, bản chất của CDP là hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt trong mảng bán lẻ khi tối ưu tỷ lệ chuyển đổi, gia tăng tần suất quay trở lại mua sắm của khách hàng, cũng như tăng giá trị đơn hàng trung bình mỗi lần mua sắm. Ví dụ Amazon - ông lớn bán lẻ toàn cầu, mục tiêu của họ ngay từ đầu không phải là bán được một quyển sách đầu tiên cho khách hàng, mà làm sao tạo ra trải nghiệm tốt nhất, khiến khách hàng tiếp tục quay lại mua thêm nhiều quyển sách ở các lần kế tiếp. Có thể hình dung bằng việc phác họa lại hành trình mua hàng của một người dùng số tại Việt Nam ở Amazon/Tiki như sau: Một khách hàng mới ghé thăm website Amazon/Tiki và mua hàng, dữ liệu của vị khách đó sẽ được ghi lại trên nền tảng quản lý dữ liệu của Amazon/Tiki. Hai ngày sau, họ nhận được email với nội dung hỏi thăm về trải nghiệm mua sắm, đồng thời gợi ý thêm các sản phẩm phù hợp. Khi vị khách trên rời giao diện hộp mail chuyển sang lướt Facebook, nhiều gợi ý mua sắm tương tự món hàng trước đó hiện lên. Cuối cùng, khi người dùng số này truy cập vào Amazon/Tiki lần nữa, sẽ có những sản phẩm tương tự hiện ra.

Do đó, chuyển đổi số được khuyến khích là định hướng của các doanh nghiệp Việt hậu COVID-19, và CDP sẽ là chiến lược trọng điểm để các chủ doanh nghiệp gấp rút nghiên cứu áp dụng, góp phần hồi phục kết quả kinh doanh, chinh phục từng khách hàng, tối ưu hiệu quả, tiết kiệm thời gian, chi phí và nguồn lực.

Đối với thị trường Việt Nam, ông Đạt chia sẻ, các doanh nghiệp nói chung và những doanh nghiệp bán lẻ nói riêng vẫn còn đang ở bước đầu tiên trong việc áp dụng CDP, trong khi khách hàng của họ lại đã thay đổi rất nhiều chỉ trong hai năm qua. Và một trong những mô hình sớm nhất có mặt tại thị trường Việt Nam, giải pháp Customer Data Platform 365 (của Antsomi) có thể được điều chỉnh để tích hợp vào POS & ERP - hai hệ thống xuất hiện ở hơn 90% chuỗi bán lẻ của Việt Nam, cũng như thực hiện tiếp thị qua Zalo, Tiki, Sendo, SMS, hoặc hệ thống chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp đến từng khách hàng.

Nhìn chung, trong bối cảnh đầy cạnh tranh hiện nay, khi doanh nghiệp rồi sẽ dịch chuyển và lấy khách hàng làm trọng tâm (customer centricity), việc chỉ dừng lại ở chăm sóc trải nghiệm mua hàng ở hiện tại là chưa đủ. Trong tương lai, bài toán dành cho doanh nghiệp để phát triển bền vững là dự đoán được nhu cầu và xu hướng của khách hàng (customer-driven), từ đó chuẩn bị cho phù hợp trong phát triển sản phẩm và thậm chí là điều chỉnh chiến lược kinh doanh.

TÌM GIẢI PHÁP TỔNG THỂ GỠ KHÓ CHO NGÀNH HÀNG KHÔNG

ĐÂY LÀ MỘT TRONG NHỮNG ĐỀ XUẤT CỦA ÔNG NGUYỄN NGỌC BẢO, CHỦ TỊCH LIÊN MINH HỢP TÁC XÃ VIỆT NAM TẠI DIỄN ĐÀN KINH TẾ VIỆT NAM 2021: PHỤC HỒI VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.

Bộ GTVT yêu cầu Cục Hàng không có giải pháp tổng thể tháo gỡ khó khăn cho các hãng hàng không. Ảnh minh họa. Nguồn: Internet

Văn bản do Thứ trưởng GTVT Lê Anh Tuấn ký yêu cầu Cục Hàng không nghiên cứu và có ý kiến về các kiến nghị của Hiệp hội Doanh nghiệp Hàng không VN (VABA) về việc hỗ trợ các hãng hàng không.

Trước đó, Hiệp hội Doanh nghiệp Hàng không có gửi văn bản đề nghị Bộ GTVT kiến nghị Chính phủ cho các hãng hàng không vay ưu đãi. Trong văn bản do Tổng Thư ký VABA Bùi Doãn Nề ký nêu rõ, từ khi bùng phát dịch lần thứ 4 ở Việt Nam tới nay, các hãng hàng không lâm vào tình trạng nguy hiểm, doanh thu giảm 80 - 90%, dòng tiền thiếu hụt nghiêm trọng. Các nguồn lực về tài sản, tài chính tích lũy của các hãng bị cạn kiệt.

Báo cáo của các hãng hàng không Việt Nam cho thấy, nhu cầu cần được hỗ trợ tháo gỡ khó khăn về vốn là cấp bách và quan trọng nhất.

VABA đề nghị Bộ GTVT xem xét, chấp thuận và có văn bản kiến nghị Chính phủ và Quốc hội và các bộ, ngành liên quan cho các hãng hàng không khác vay gói tái cấp vốn 4.000 - 6.000 tỷ đồng, lãi suất 0% như đã thực hiện với Vietnam Airlines (gói 4.000 tỷ vay tối đa 3 năm). Số vay cụ thể căn cứ vào nhu cầu của từng hãng, vào quy mô, thị phần, đóng góp cho ngân sách trong thời gian qua và khả năng đáp ứng của ngân sách.

Hiệp hội cũng đề nghị cho các hãng hàng không được vay gói 25.000 - 30.000 tỷ đồng ưu đãi lãi suất (nhà nước cấp bù lãi suất 4-5%) nhằm giúp các hãng chi thường xuyên, mua sắm vật tư thiết bị, thực hiện các chương trình dự án, bảo trì, duy trì hoạt động và phát triển trong và sau dịch.

Cùng đó, VABA đề nghị điều chỉnh mức thuế bảo vệ môi trường đối với nhiên liệu bay về mức tối thiểu trong biểu thuế Bảo vệ môi trường được quy định tại Luật Thuế bảo vệ môi trường hiện hành tức là về mức 1.000 đồng/ lít.

Về mức phí, khung giá hỗ trợ theo Thông tư của Bộ GTVT quy định mức giá, khung giá một số dịch vụ chuyên ngành hàng không tại cảng hàng không, sân bay Việt Nam, VABA đề nghị Bộ GTVT cho phép áp dụng mức hỗ trợ theo hướng: Từ ngày 1/1/2022 đến hết ngày 31/12/2022, áp dụng khung giá với mức tối thiểu bằng 50% mức tối thiểu, mức tối đa bằng 50% mức tối đa quy định tại Thông tư số 53/2019 của Bộ GTVT.

Các chuyên gia khẳng định, dù đường bay nội địa đã được nối lại được 1 thời gian nhưng nhìn chung các DN hàng không vẫn đang gặp rất nhiều khó khăn. Không phủ nhận ngành hàng không và du lịch đang có dấu hiệu phục hồi với những đường bay nội địa đã được khôi phục, tuy nhiên để các hãng bay thật sự thoát khỏi cảnh khó khăn, khủng hoảng thì vẫn cần tới các gói hỗ trợ của Nhà nước, từ chính sách cho tới vốn vay.

Trao đổi về vấn đề này, PGS.TS Ngô Trí Long - chuyên gia kinh tế cho rằng, các đường bay nội địa về cơ bản không thể xem là cứu cánh cho hàng không mà phải chờ tới khi đường bay quốc tế được nối trở lại. "Dù chúng ta đã có kế hoạch nối lại đường bay quốc tế nhưng dịch bệnh COVID-19 đang phức tạp trở lại ở nhiều quốc gia, nhất là sự xuất hiện của chủng mới Omicron", PGS.TS Ngô Trí Long nhận định.

Theo chuyên gia kinh tế này, với diễn biến phức tạp hiện nay của dịch bệnh thì kể cả khi nối lại được đường bay quốc tế cũng không nên kỳ vọng cao về sự bứt phá mang lại cho các hãng hàng không. Họ vẫn cần các gói hỗ trợ để vượt qua khó khăn vào lúc này. "Việc phục hồi của các DN hàng không sẽ cần nhiều thời gian, có thể kéo dài nhiều năm nhưng để chờ được đến lúc đó, họ cần được hỗ trợ ngay lúc này để có thể tiếp tục trụ vững trong thời gian tới", chuyên gia Ngô Trí Long cho biết.

HM

NÂNG CAO KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỂ GIẢM RỦI RO PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

DOANH NGHIỆP CẦN MỞ RỘNG CHUỖI GIÁ TRỊ, CHÚ TRỌNG SỬ DỤNG NGUYÊN LIỆU TRONG NƯỚC, THỰC HIỆN ĐẠO ĐỨC KINH DOANH, CÔNG KHAI, MINH BẠCH TRONG QUẢN TRỊ ĐỂ HẠN CHẾ THẤP NHẤT RỦI RO DẪN ĐẾN CÁC CUỘC ĐIỀU TRA CHỐNG BÁN PHÁ GIÁ.

Mexico khởi xướng điều tra chống bán phá giá với thép mạ nhập khẩu từ Việt Nam từ tháng 10/2021.

Doanh nghiệp cần nâng cao khả năng thích ứng và năng lực pháp lý để giảm thiểu rủi ro từ các vụ kiện chống bán phá giá.

Hoài Thương

Thời gian qua, cùng với sự phát triển của thương mại toàn cầu, các biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) ngày càng được các nước sử dụng nhiều hơn. Nhìn rộng ra, trong bối cảnh nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam tham gia và ký kết có hiệu lực, rủi ro bị điều tra PVTM cũng gia tăng theo. Các vụ việc phòng vệ thương mại của nước ngoài với hàng xuất khẩu Việt Nam đang gia tăng nhanh chóng. Trước giai đoạn 2005 chỉ có 52 vụ, nhưng từ 2005 đến nay, tổng cộng đã có 208 vụ việc liên quan phòng vệ thương mại được các nước khởi xướng, điều tra với hàng xuất khẩu Việt Nam.

Đặc biệt trong khoảng 2 năm trở lại đây, sản phẩm thép trên thị trường quốc tế thường xuyên là đối tượng của các vụ việc điều tra áp dụng biện pháp PVTM với mức thuế suất áp dụng rất cao.

Kinh nghiệm từ ngành thép

Gần đây nhất là vụ Mexico khởi xướng điều tra chống bán phá giá với thép mạ nhập khẩu từ Việt Nam từ tháng 10/2021 (với quãng thời gian điều tra khá dài, khoảng 10 tháng - tương đương 210 ngày). Đây là vụ kiện PVTM đầu tiên của Mexico nhằm vào hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam; cũng là vụ việc PVTM đầu tiên một nước thành viên Hiệp định đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) điều tra Việt Nam sau khi Hiệp định này có hiệu lực.

Hiệp hội Thép đã phối hợp cùng Cục phòng vệ Thương mại hướng dẫn cho doanh nghiệp chuẩn bị số liệu, sổ sách, tài liệu để trả lời, cung cấp thông tin đáp ứng yêu cầu của cơ quan điều tra Mexico.

Thuận lợi là Hiệp hội nhận được sự hỗ trợ hiệu quả của Cục Phòng vệ Thương mại nên doanh nghiệp thép đã tích lũy được kinh nghiệm trong xử lý vụ việc phòng vệ thương mại.

Khi Mexico khởi xướng điều tra, doanh nghiệp thép Việt Nam cũng không quá bất ngờ, vì Hiệp hội Thép và doanh nghiệp xuất khẩu thép đã được cảnh báo trước đó hơn 1 năm.

Sự cảnh báo dựa trên 2 dấu hiệu: Xuất khẩu thép Việt Nam sang Mexico tăng nhanh từ khi CPTPP có hiệu lực; và doanh nghiệp thép Mexico kiến nghị lên Chính phủ về việc thép Việt Nam có thể gây ảnh hưởng đến ngành sản xuất thép của Mexico.

Chia sẻ về những tiêu cực của vụ kiện tại tọa đàm "Rủi ro phòng vệ thương mại khi tham gia các FTA - Nhìn từ vụ việc Mexico điều tra chống bán phá giá với thép mạ nhập khẩu từ Việt Nam", ông Nghiêm Xuân Đa, Chủ tịch Hiệp hội Thép Việt Nam cho rằng, những cuộc điều tra phòng vệ thương mại dẫn tới khả năng sản phẩm chịu áp thuế cao, hạn chế khả năng xuất khẩu và có tính "lây lan". Ví dụ như khi Mexico điều tra có thể "gợi ý" các thị trường khác cũng điều tra mặt hàng thép mạ nước ta.

Nhưng ngược lại điểm tích cực là khi đối mặt với các biện pháp phòng vệ thương mại, doanh nghiệp có tinh thần chuẩn bị tốt hơn, có giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh, cải thiện công tác quản trị, thiết lập các chuỗi giá trị của mình để mở rộng không gian xuất khẩu nhằm phân tán rủi ro.

Còn theo bà Phạm Châu Giang, Phó Cục trưởng Cục PVTM - Bộ Công Thương, khó khăn nhất cho doanh nghiệp Việt Nam trong vụ kiện là rào cản ngôn ngữ. Trong bản thông tin họ gửi đi và bản trả lời câu hỏi của doanh nghiệp Việt Nam họ yêu cầu dùng tiếng Tây Ban Nha, đồng thời phải hợp pháp hóa bởi lãnh sự.

Nói về thuận lợi, bà Giang cho rằng, đây là vụ kiện thứ 19 của các nước đối với thép mạ Việt Nam, nên các doanh nghiệp đã làm quen với quy trình của một vụ kiện. Ngành thép luôn chủ động thu thập thông tin và chủ động hợp tác với cơ quan điều tra.

Biện pháp giảm thiểu rủi ro từ PVTM cho doanh nghiệp

Tuy nhiên, Hiệp hội Thép cũng khuyến cáo các doanh nghiệp mở rộng chuỗi giá trị; chú trọng sử dụng nguyên liệu trong nước, thực hiện đạo đức kinh doanh, công khai, minh bạch trong quản trị để hạn chế thấp nhất những cái cớ dẫn đến các cuộc điều tra.

Đánh giá về năng lực pháp lý của doanh nghiệp Việt Nam, Tiến sỹ Hoàng Ngọc Thuận thuộc Đại học Ngoại Thương cho rằng năng lực pháp lý của doanh nghiệp khi tham gia vào các vụ kiện rất quan trọng. Không nhiều doanh nghiệp Việt Nam có bộ phận pháp chế riêng, nhất là cán bộ am hiểu về phòng vệ thương mại bởi đây là một thực tế.

Bên cạnh đó, nguồn lực về tài chính cũng là vấn đề. Do vậy, để phát triển bền vững, doanh nghiệp cần phải có nguồn lực tài chính để ứng phó với các cuộc điều tra phòng vệ thương mại và các rủi ro pháp lý khi tham gia vào thị trường mới.

Nguồn lực tài chính này dành cho việc thuê luật sư, công ty tư vấn nước ngoài. Ví dụ như vụ điều tra thép của Mexico, không chỉ sử dụng luật sư trong nước mà cần thuê đội ngũ tư vấn từ Mexico. Ngoài ra, hệ thống sổ sách phải rõ ràng, minh bạch, nhất là hệ thống sổ sách kế toán theo chuẩn mực quốc tế.

Đặc biệt doanh nghiệp cần chủ động thu thập thông tin, trước hết từ các nhà nhập khẩu về động thái của doanh nghiệp nước sở tại, khi có doanh nghiệp phàn nàn về khó khăn của ngành sản xuất trong nước, hoặc phàn nàn về hàng Việt Nam giá rẻ, chiếm lĩnh thị phần cao...

Hơn nữa, phải coi đây là tín hiệu khởi đầu có thể dẫn đến cuộc điều tra. Sau đó, doanh nghiệp cần thông tin đến Hiệp hội Thép Việt Nam và Cục Phòng vệ Thương mại. Qua đó, nhờ hệ thống Thương vụ nghiên cứu cụ thể về thị trường nhằm đưa ra nhận định khả năng dẫn đến cuộc điều tra.

Hiện nay, Bộ Công Thương đang duy trì hệ thống cảnh báo sớm các vụ việc phòng vệ thương mại. Khi nhận được thông tin cảnh báo, Cục Phòng vệ Thương mại sẽ liên hệ với hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp xuất khẩu lớn để trao đổi thông tin và thảo luận chiến lược ứng phó.

Với mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp chủ động ứng phó với các cuộc điều tra phòng vệ thương mại, Bộ Công Thương đề ra 5 trụ cột chính:

Một là, hoàn thiện khung khổ pháp lý để doanh nghiệp có thể sử dụng công cụ phòng vệ dễ dàng hơn trong bảo vệ sản xuất trong nước.

Hai là, nâng cao năng lực cho đội ngũ làm công tác phòng vệ thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước từ trung ương đến địa phương.

Ba là, tăng cường đào tạo cho các ngành hàng, với từng thị trường cụ thể.

Bốn là, tăng cường năng lực cho các trường đại học, viện nghiên cứu - nơi đào tạo đội ngũ luật sư, chuyên gia tư vấn pháp lý.

Năm là, tăng cường đối thoại với các đối tác kinh tế, thương mại lớn của Việt Nam, thường xuyên sử dụng biện pháp phòng vệ thương mại; cũng như những đối tác mà Việt Nam nhập khẩu nhiều, nhằm tăng cường vị thế của Việt Nam trong lĩnh vực phòng vệ thương mại.

HƯỚNG DẪN TIÊM MŨI 2 VẮC XIN DO MODERNA SẢN XUẤT VỚI CÁC VẮC XIN PHÒNG COVID-19 KHÁC

NGÀY 12/12/2021, BỘ Y TẾ ĐÃ GỬI CÔNG VĂN SỐ 10529/BYT-DP ĐẾN SỞ Y TẾ TỈNH, THÀNH PHỐ TRỰC THUỘC TRUNG ƯƠNG; CỤC QUÂN Y, TỔNG CỤC HẬU CẦN, BỘ QUỐC PHÒNG; CỤC Y TẾ, BỘ CÔNG AN; VIỆN VỆ SINH DỊCH TỄ, VIỆN PASTEUR VỀ VIỆC TIÊM MŨI 2 VẮC XIN DO MODERNA SẢN XUẤT VỚI CÁC VẮC XIN PHÒNG COVID-19 KHÁC.

Ngọc Kha

Ảnh minh họa.

Nội dung công văn nêu rõ, thực hiện chiến lược tiêm chủng của Chính phủ, từ tháng 3/2021 đến nay, Bộ Y tế đã tiếp nhận và tổ chức tiêm chủng hơn 131 triệu liều vắc xin phòng COVID-19 có công nghệ sản xuất khác nhau (vắc xin do Astrazeneca, Pfizer, Moderna... sản xuất), trong đó đã có hơn 75 triệu liều tiêm mũi 1 và hơn 56 triệu liều tiêm mũi 2. Trong thời gian tới, Việt Nam sẽ tiếp tục tiếp nhận vắc xin Moderna do COVAX Facility hỗ trợ để tiêm chủng cho người dân.

Ngày 8/9/2021, Hội đồng tư vấn chuyên môn về sử dụng vắc xin của Bộ Y tế đã họp và đưa ra khuyến cáo: Trong trường hợp bất khả kháng khi nguồn cung vắc xin COVID-19 mũi 1 đã tiêm không còn sản xuất hoặc cung ứng không kịp thời để cung cấp cho mũi nhắc lại thì có thể sử dụng mũi nhắc lại bằng vắc xin khác. Theo đó, nếu tiêm mũi 1 bằng vắc xin do AstraZeneca sản xuất thì có thể tiêm mũi 2 bằng vắc xin do Pfizer hoặc Moderna sản xuất; nếu mũi 1 tiêm vắc xin do Moderna sản xuất thì mũi 2 có thể tiêm vắc xin do Pfizer sản xuất và ngược lại.

Trên cơ sở ý kiến của Hội đồng nêu trên, để sử dụng vắc xin hợp lý, an toàn và hiệu quả vắc xin do Moderna sản xuất, tiếp theo Công văn số 6030/BYT-DP ngày 27/7/2021 và Công văn số 7548/BYT-DP ngày 10/9/2021, Bộ Y tế hướng dẫn như sau:

1. Những người đã tiêm mũi 1 vắc xin nào thì tốt nhất tiêm mũi 2 bằng vắc xin đó.

2. Trong trường hợp nguồn vắc xin hạn chế, có thể phối hợp tiêm mũi 2 vắc xin do Moderna sản xuất cho người đã tiêm mũi 1 bằng vắc xin do Pfizer hoặc AstraZeneca sản xuất. Khoảng cách tiêm mũi 2 sau mũi 1 vắc xin do Pfizer sản xuất theo hướng dẫn của nhà sản xuất, khoảng cách sau mũi 1 vắc xin do Astrazeneca sản xuất theo Công văn số 7820/BYT-DP ngày 20/9/2021 của Bộ Y tế.

3. Dự án TCMR quốc gia - Viện Vệ sinh dịch tễ Trung ương hỗ trợ, hướng dẫn thực hành tiêm chủng và giám sát sự cố bất lợi sau tiêm chủng khi triển khai tiêm chủng phối hợp các loại vắc xin phòng COVID-19.

4. Sở Y tế chỉ đạo các cơ sở tiêm chủng trên địa bàn lập kế hoạch, lên danh sách đối tượng tiêm phù hợp với số vắc xin được cung ứng và đối tượng tiêm chủng bảo đảm an toàn, đúng lịch đảm bảo diện bao phủ đồng thời thông tin đầy đủ cho các đối tượng trước khi tiến hành tiêm chủng để tạo sự đồng thuận cao.

5. Cục Y tế, Bộ Công an và Cục Quân y, Tổng cục Hậu cần, Bộ Quốc phòng lập kế hoạch, lên danh sách đối tượng tiêm phù hợp với số vắc xin được cung ứng và đối tượng tiêm chủng bảo đảm an toàn, đúng lịch.

SẮP TÍCH HỢP CĂN CƯỚC CÔNG DÂN GẮN CHIP VỚI BẰNG LÁI XE, BHYT

ĐÂY LÀ NỘI DUNG ĐƯỢC NHẮC ĐẾN TRONG THÔNG BÁO 331/TB-VPCP NGÀY 10/12/2021 VỀ KẾT LUẬN CỦA THỦ TƯỚNG TẠI PHIÊN HỌP LẦN THỨ NHẤT CỦA ỦY BAN QUỐC GIA VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ NGÀY 30/11/2021.

Theo đó, Thủ tướng yêu cầu Bộ Công an thúc đẩy triển khai Quyết định 1911/QĐ-TTg về việc thực hiện kết nối, chia sẻ giữa Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư với các cơ sở dữ liệu quốc gia, cơ sở dữ liệu chuyên ngành.

Trong đó, trong tháng 12/2021, Bộ Công an cần tập trung tổ chức kết nối với cơ sở dữ liệu về thuế, hải quan, ngân hàng, giấy phép lái xe, bảo hiểm y tế để tích hợp thông tin vào thẻ căn cước công dân gắn chip phục vụ tiện ích cho người dân; chuẩn bị nền tảng dữ liệu để tích hợp vào Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư để cung cấp định danh và xác thực điện tử.

Bên cạnh đó, Thủ tướng cũng yêu cầu tập trung xây dựng trình Chính phủ ban hành Nghị định về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong tháng 12/2021; Nghị định về định danh và xác thực điện tử và Quy chế quản lý, vận hành, khai thác Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư trước tháng 5/2022.

Về đề án đẩy mạnh ứng dụng Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và chuyển đổi số quốc gia, Thủ tướng yêu cầu hoàn thành và trình Chính phủ phê duyệt để tổ chức triển khai thực hiện trong tháng 12/2021.

Ngoài ra, Thủ tướng giao Bộ Công an làm việc cụ thể với Bộ Tư pháp và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định đối với đề xuất của Bộ Công an. Cụ thể, Bộ Công an sẽ phối hợp với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam trong việc phát triển và sử dụng các ứng dụng trên thẻ căn cước công dân và ứng dụng VNEID, trên nền tảng công nghệ sinh trắc học để cung cấp các dịch vụ định danh, xác thực điện tử trong thanh toán, mở tài khoản... tạo thuận lợi cho người dân.

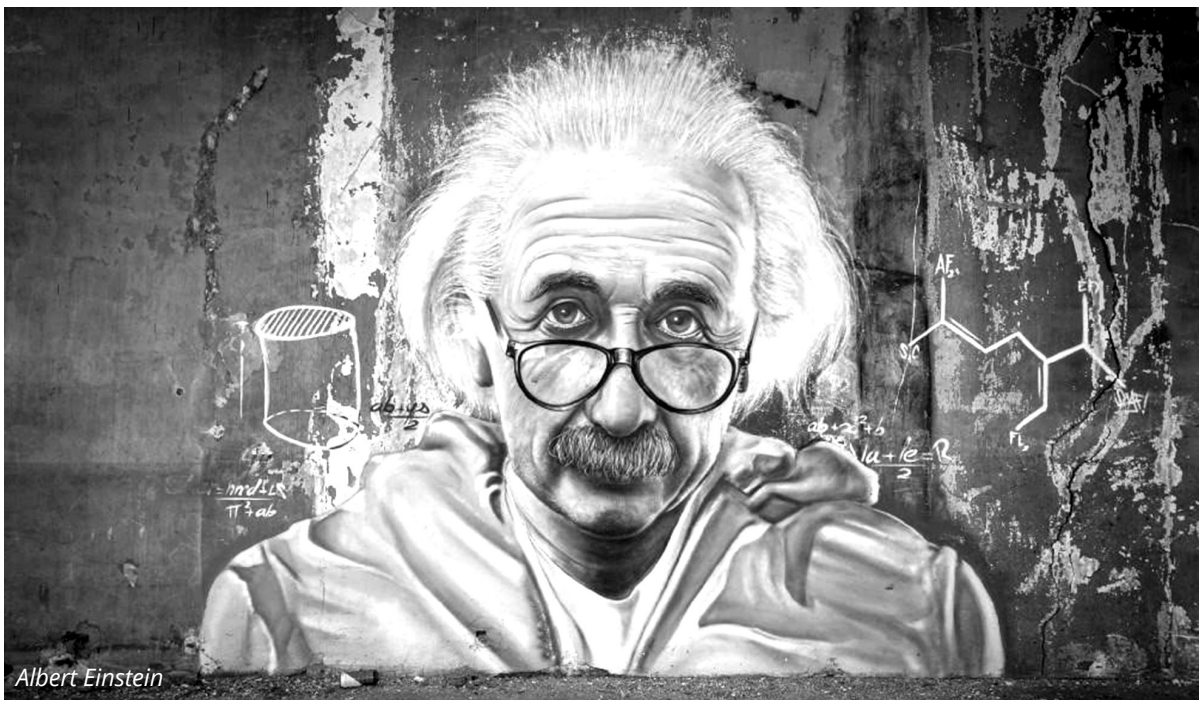
Đồng thời, Bộ Công an cũng sẽ làm việc với Bộ Tư pháp về việc sửa đổi, bổ sung Luật Căn cước công dân; Bộ Tư pháp chủ trì rà soát các văn bản luật phục vụ triển khai định danh và xác thực điện tử, tích hợp thông tin các giấy tờ cá nhân của công dân trên thẻ căn cước công dân và ứng dụng VNEID.

Giang Anh

HÃY DỪNG LẠI MỘT CHÚT VÀ SUY NGHĨ VỀ NHỮNG GÌ MÀ EINSTEIN ĐÃ NÓI.

Thành Quân

Lý thuyết hạnh phúc của Albert Einstein: SỐNG KHIÊM TỐN MÀ BÌNH YÊN CÒN HƠN GIÀU CÓ ĐẦY ÂU LO


Albert Einstein

Nếu hỏi ngẫu nhiên 3 người mà bạn tình cờ gặp được ở trên đường rằng hạnh phúc với họ là gì, thì chắc chắn, bạn sẽ nhận được 3 đáp án hoàn toàn khác nhau. Đây là một khái niệm khá trừu tượng, bởi nó sẽ thay đổi với từng cá nhân, từng hoàn cảnh hoặc thậm chí là từng khung giờ trong một ngày. Nhưng nó là thứ mà tất cả mọi người đều hướng đến và thường thì không thể đạt được.

Nếu có bí quyết để trở nên hạnh phúc thì hầu hết tất cả mọi người đều sẵn sàng chi hàng nghìn, thậm chí là hàng triệu USD để có được nó. Và trên thực tế, đã có một số người làm như vậy. Vài năm trước, một cuộc đấu giá nhỏ đã diễn ra tại Jerusalem. Trong số các vật phẩm được đấu giá, có 2 mảnh giấy trông rất đỗi bình thường nhưng giá trị của chúng lại không hề nhỏ. Một mảnh được định giá 1.56 triệu USD. Và mảnh còn lại có giá 240 nghìn USD. Chúng có gì đặc biệt mà lại khiến người ta sẵn sàng bỏ cả gia tài để sở hữu? Đó chính là bí quyết có được hạnh phúc của Albert Einstein, một người đàn ông thiên tài.

Lựa chọn của Achilles

Một trong những điều ấn tượng nhất của "The Illiad", được kể lại bởi người thợ rèn thời cổ đại Homer chính là những lựa chọn mà Achilles có được khi vừa mới được sinh ra bởi người mẹ của mình, nữ thần Thetis: Sống một cuộc đời ngắn ngủi, không hạnh phúc nhưng đầy vinh quang, được ghi nhớ muôn đời. Hay sống một cuộc sống lâu dài, hạnh phúc, bình yên nhưng sẽ sớm bị lãng quên.

Achilles chọn một cuộc đời vinh quang. Ông không ngừng chiến đấu, giết chết Hector, người bảo vệ vĩ đại của thành Troy. Nhưng sau đó, Achilles lại ra đi bởi một mũi tên bắn vào gót chân của Paris. Những chiến tích của ông đã đi vào huyền thoại và hàng nghìn năm sau vẫn được đưa ra thảo luận như một vị anh hùng đáng kính.

Tuy nhiên, nếu xem xét kỹ bản sử thi của Homer, bạn sẽ thấy sự lưỡng lự, phân vân của Achilles. Ban đầu, ông hướng về quê hương và muốn sống một cuộc đời bình yên và hạnh phúc. Nhưng bằng một cách nào đó, trong sâu thẳm, người anh hùng vĩ đại này biết đâu mới thật sự là con đường mà mình nên đi.

Con đường của Einstein

Hàng nghìn năm sau. Vào năm 1921, Albert Einstein được trao giải Nobel Vật lý và là người đứng đầu trong lĩnh vực này. Ông đã có những chuyến công du ở rất nhiều nước, tham gia vào các bài giảng và có cơ hội chia sẻ kiến thức của mình với công chúng trên toàn thế giới. Như một phần trong hành trình của mình, Einstein đã đến thăm Nhật Bản vào năm 1922.

Câu chuyện kể rằng khi nhà khoa học lỗi lạc này đang rời khỏi khách sạn của mình ở Tokyo thì một nhân viên khuân vác hành lý đã đến và đưa cho ông một thứ gì đó. Và không biết vì lý do gì mà Einstein lại không cho anh ta tiền tip như thường lệ. Thay vào đó, ông lấy giấy bút ra và viết, thứ mà ngày nay chúng ta vẫn gọi là lý thuyết hạnh phúc của Einstein.

Albert Einstein từng nói: "Một cuộc sống bình lặng và khiêm tốn sẽ mang lại nhiều hạnh phúc hơn là việc theo đuổi thành công nhưng lại thường xuyên phải bồn chồn, lo lắng."

Theo những người khám phá ra thuyết tương đối, việc chạy theo tiền bạc, quyền lực và xây dựng sức ảnh hưởng sẽ rất mệt mỏi và thường xuyên bồn chồn, lo lắng. Còn một cuộc sống bình lặng, khiêm tốn sẽ mang lại cho bạn nhiều hạnh phúc hơn. Hãy dừng lại một chút và suy nghĩ về những gì mà Einstein đã nói.

Điều mà hầu hết tất cả mọi người trong thế giới hiện đại coi là quan điểm sống sai lầm. Trái ngược hoàn toàn với những người rao giảng về "văn hóa sống vội" của thế kỷ 21, người đàn ông được mệnh danh là biểu tượng của thiên tài lại tin rằng một cuộc sống bình lặng và khiêm tốn mới thật sự là hạnh phúc. Hoàn toàn trái ngược với Achilles, ông khuyên mọi người nên chọn một cuộc sống bình yên lâu dài.

Triết lý sống của Einstein

Albert Einstein rất hâm mộ Baruch Spinoza, một nhà triết học người Hà Lan, gốc Do Thái và sống ở thế kỷ 17. Phần lớn các triết lý trong cuộc sống mà Einstein chiêm nghiệm được đều chịu ảnh hưởng rất lớn từ nhà tư tưởng vĩ đại này.

Cuộc sống của Spinoza như một bức tranh thu nhỏ, là minh chứng rõ ràng nhất cho ý tưởng của Einstein về sự bình yên và khiêm tốn. Ông từ chối chức vụ giáo sư và một số tiền lớn để có được một cuộc sống bình dị. Mặc dù khá khó khăn, nhưng sự lựa chọn này đã mang đến cho Spinoza thứ giá trị hơn rất nhiều, đó là không gian để theo đuổi những ước mơ của riêng mình một cách hoàn toàn tự do.

Cũng giống như Spinoza, Einstein không quá bận tâm đến danh vị hay tiền bạc. Trong một cuộc phỏng vấn khá nổi tiếng năm 1929, ông đã đi sâu hơn vào việc mô tả điều khiến ông thật sự hạnh phúc.

Albert Einstein đã nói: "Tôi hạnh phúc vì tôi không đòi hỏi thứ gì từ bất kỳ ai. Tôi không quan tâm đến tiền bạc. Chức danh hay quyền lợi đều không có ý nghĩa gì đối với tôi. Tôi không cần những lời khen ngợi sáo rỗng. Điều duy nhất có thể mang lại cho tôi niềm vui, ngoài công việc, cây vĩ cầm và chiếc thuyền buồm của tôi, là sự đánh giá cao của những người đồng nghiệp."

Sau đó, nhà khoa học huyền thoại này đã đối chiếu những điều nêu trên với cuộc sống của những người đứng đầu ngành công nghiệp vào thời của ông. Trong khi họ nỗ lực tìm kiếm sự giàu có và thành công, nghĩ rằng điều đó sẽ mang lại cho họ tự do, thì những gì mà họ nhận được chỉ là sự trói buộc gò bó.

Ông cũng từng nói: "Đôi khi, tôi tiếc cho những người đàn ông như Ford. Mọi người tìm đến đều mong muốn có được một thứ gì đó từ họ. Những người đàn ông như vậy không phải lúc nào cũng nhận ra rằng "sự tôn thờ" mà họ nhận được không xuất phát từ sự trân trọng và yêu mến vì nhân cách, mà là quyền lực hoặc sự giàu sang của họ. Vấn đề này cũng xảy ra với rất nhiều người, kể cả những vị vua vĩ đại nhất. Nó như một bức tường, cản trở tầm nhìn của họ".

Suy nghĩ của Einstein hoàn toàn có thể phản ánh được trí tuệ của người xưa. Và nó vẫn vững vàng trước thử thách của thời gian. Albert Einstein từng nói: "Chúng ta không thể phủ nhận rằng so với những gì đang xuất hiện ở các trường đại học hiện nay, thì kiến thức của những người Hy Lạp và các nhà hiền triết phương Đông xưa đã để lại có trình độ cao hơn rất nhiều." Câu nói này của Einstein hoàn toàn có thật và gợi lên một điều gì đó thật sự sâu sắc. Nó cho thấy suy nghĩ của Einstein về việc bạn nên hạn chế những mong muốn của mình hoặc nghe theo lời giảng của Đức Phật để từ bỏ bản ngã. Điều đó sẽ giúp bạn có được một cuộc

sống tốt đẹp hơn rất nhiều so với các lựa chọn thay thế trong thời đại hiện nay.

Mỗi cuộc sống có một kiểu phấn đấu khác nhau

Sống một cuộc đời khiêm tốn không có nghĩa là bạn được phép ngừng cố gắng. Einstein đã từng khuyên mọi người nên gắn cuộc đời mình với việc nỗ lực, cố gắng hoàn thành các mục tiêu.

Để hiểu hơn về điều này, chúng ta có thể tìm đến một nhà triết học vĩ đại người Đức, sống ở thế kỷ 19, Friedrich Nietzsche. Khái niệm "ý chí quyền lực" được ông mô tả là những sức mạnh đến từ bên trong, thúc đẩy hành động của mỗi cá nhân. Tuy nhiên nó sẽ có nhiều cách thể hiện khác nhau.

Nó thường được hiểu là việc mà một ai đó cố gắng "thống trị" những người khác. Nó cũng là thứ thôi thúc mọi người tìm đến sự giàu có, quyền lực và danh tiếng. Nhưng theo góc nhìn và sự hiểu biết của Einstein thì đây lại là một con đường dẫn đến những sai lầm. Ý chí quyền lực còn có thể giúp bạn hoàn thiện bản thân, bồi đắp thêm kiến thức và sự sáng tạo.

Đó là cách tốt nhất để tâm trí của bạn hoàn toàn tập trung và chìm đắm vào việc mình đang làm mà không nhận ra dòng chảy của thời gian. Một số nhà tâm lý học cho rằng đây là trạng thái chúng ta tiến gần nhất tới sự hạnh phúc. Albert Einstein cũng có cùng quan điểm, và trong một bức thư gửi cho con trai, ông đã chia sẻ về điều này như sau.

"Hãy nhớ, đây là cách tốt nhất để học hỏi và rèn luyện bản thân: làm việc với tất cả niềm yêu thích, đến mức không thể nhận ra thời gian đang trôi qua một cách nhanh chóng. Và đôi khi, ta cũng vậy, mải làm việc đến mức quên cả bữa cơm trưa".

Thay vì cố gắng kiểm soát người khác, trở nên giàu có hoặc quyền lực, thì Albert Einstein lại gắn cuộc đời của mình với việc khám phá, tìm ra cách mà thế giới đang vận hành. Ông không cần sở hữu nhiều ngôi nhà sang trọng, xe hơi đắt tiền hay đăng ảnh khoe khoang trên mạng xã hội. Ngay cả khi được mọi người tín nhiệm và có cơ hội để trở thành Tổng thống của Israel, ông cũng lịch sự từ chối.

Làm thế nào để áp dụng điều này vào cuộc sống của bạn

Bạn có thể bắt đầu suy nghĩ về các bước để áp dụng lời khuyên này vào cuộc sống của mình bằng cách tự hỏi bản thân một số câu hỏi đơn giản như:

Điều mà bạn đang làm có thật sự xứng đáng để cố gắng và phấn đấu? Bạn có thật sự cần vị trí quản lý cấp trung đó không? Hay bạn sẽ hạnh phúc hơn nếu làm một công việc khác? Chiếc xe đời mới đó có thật sự cần thiết, trong khi bạn hoàn toàn có thể đi xe bus?

Và Albert Einstein đã có câu trả lời cho riêng mình:

"Hầu hết mọi người đều nỗ lực để có thêm nhiều tài sản, sự thành đạt và vẻ hào nhoáng. Nhưng với tôi, tất cả những điều đó đều vô nghĩa."

Người Epicureans cổ đại đã đúng khi họ tuyên bố rằng chúng ta hoàn toàn có thể sống và trở nên thịnh vượng ngay cả khi không có quá nhiều tiền bạc hay quyền lực. Tất nhiên sẽ không có công thức chính xác cho sự hạnh phúc. Là con người, chúng ta có những nhu cầu khác nhau và hoàn cảnh sống cũng vậy. Có thể tôi đang độc thân, nhưng bạn đã có gia đình và những đứa trẻ bụ bẫm. Vì vậy, cách để có được một cuộc sống bình yên và hạnh phúc của mỗi chúng ta sẽ không giống nhau. Như người xưa đã nói, tất cả chỉ là tương đối.

Tuy nhiên, góc nhìn sâu sắc của Einstein về những thứ mang lại hạnh phúc có thể áp dụng trong bất kỳ hoàn cảnh nào. Việc có được một cuộc sống bình lặng và khiêm tốn sẽ khiến bạn hài lòng và thoải mái hơn rất nhiều so với việc chạy theo những thứ vô bổ ngoài kia.

Hãy suy nghĩ về những điều thật sự quan trọng đối với bạn. Tiền? Gia đình? Vị trí quản lý yêu cầu bạn phải làm việc 24/7?...

Những lời khuyên tốt nhất không phải lúc nào cũng dễ thực hiện. Đừng quá nóng vội, theo thời gian, bạn sẽ có được những gì mà mình muốn. Như điều mà Einstein đã ghi lại trong mẩu giấy khi đưa cho nhân viên khuân vác:

"Chỉ cần có ý chí, sẽ có cách để thực hiện".

HÀ NỘI: F0 ĐIỀU TRỊ TẠI NHÀ ĐỦ 10 NGÀY, TEST NHANH ÂM TÍNH ĐƯỢC COI LÀ KHỎI BỆNH

BỘ Y TẾ QUY ĐỊNH, ĐỐI VỚI F0 ĐIỀU TRỊ TẠI NHÀ SẼ ĐƯỢC CÔNG BỐ KHỎI BỆNH NẾU ĐIỀU TRỊ ĐỦ 10 NGÀY VÀ TEST NHANH KHÁNG NGUYÊN ÂM TÍNH.

F0 tại nhà ở Hà Nội được xác định khỏi bệnh khi cách ly, điều trị đủ 10 ngày.

Bộ Y tế ngày 12/12 đã có công văn gửi Sở Y tế Hà Nội về việc xét nghiệm để phát hiện người mắc COVID-19 và cho người bệnh ra viện.

Trước đó, Bộ Y tế nhận được công văn của Sở Y tế Hà Nội đề nghị cho ý kiến về việc sử dụng kết quả xét nghiệm test nhanh kháng nguyên để xác định người nhiễm SARS-CoV-2 và xác định tình trạng khỏi bệnh và cho ra viện.

Sau khi nghiên cứu, Bộ Y tế cho biết, Sở Y tế Hà Nội cần căn cứ cấp độ dịch, khả năng đáp ứng và Hướng dẫn tạm thời về quản lý người nhiễm COVID-19 tại nhà (ban hành ngày 21/8) và Hướng dẫn chẩn đoán, điều trị COVID-19 (ban hành ngày 6/10) để xác định ca bệnh.

Cụ thể, người được xác định mắc COVID-19 là trường hợp bệnh nghi ngờ hoặc bất cứ người nào có xét nghiệm dương tính với virus SARS-CoV-2 bằng kỹ thuật RT-PCR hoặc test nhanh (do Bộ Y tế cấp phép và do nhân viên y tế thực hiện hoặc người nghi nhiễm thực hiện dưới sự giám sát của nhân viên y tế).

Ngoài ra, người được xác định mắc COVID-19 còn là những người không có triệu chứng, có yếu tố dịch tễ hoặc tiếp xúc gần với trường hợp bệnh nghi ngờ hoặc xác định COVID-19 trong khoảng 14 ngày và có kết quả xét nghiệm test nhanh virus SARS-CoV-2 dương tính với 2 loại test nhanh khác nhau.

Trong trường hợp chỉ có kết quả dương tính với 1 loại test nhanh, người dân cần phải có xét nghiệm RT-PCR để khẳng định.

Về đề xuất sử dụng kết quả xét nghiệm test nhanh kháng nguyên để xác định tình trạng khỏi bệnh và cho ra viện, Bộ Y tế quy định, đối với F0 không triệu chứng hoặc triệu chứng nhẹ đủ điều kiện cách ly, điều trị tại nhà theo quy định sẽ được dỡ bỏ cách ly, điều trị tại nhà khi thời gian cách ly, điều trị đủ 10 ngày.

Ngoài ra, kết quả xét nghiệm test nhanh kháng nguyên âm tính do nhân viên y tế thực hiện hoặc người bệnh tự thực hiện dưới sự giám sát của NVYT (test nhanh do Bộ Y tế cấp phép).

Ban Chỉ đạo phòng chống dịch hoặc Trạm Y tế nơi quản lý người bệnh chịu trách nhiệm xác nhận khỏi bệnh cho người bệnh.

Đối với người bệnh COVID-19 nằm điều trị tại các cơ sở thu dung, điều trị: Trường hợp F0 đơn thuần được xuất viện nếu các triệu chứng lâm sàng hết trước ngày ra viện từ 3 ngày trở lên, có kết quả xét nghiệm bằng phương pháp RT-PCR âm tính với SARS-CoV-2 hoặc nồng độ virus thấp (Ct ≥ 30) hoặc test nhanh kháng nguyên âm tính vào trước ngày ra viện (test nhanh do Bộ Y tế cấp phép).

Người bệnh sau khi ra viện cần ở tại nhà và tự theo dõi trong 7 ngày. Đo thân nhiệt 2 lần/ngày. Nếu thân nhiệt cao hơn 38 độ C ở hai lần đo liên tiếp hoặc có bất kỳ dấu hiệu lâm sàng bất thường nào thì cần báo cho y tế cơ sở để thăm khám và xử trí kịp thời. Tuân thủ thông điệp 5K.

Với F0 có bệnh nền hoặc bệnh kèm theo: Được xuất viện nếu các triệu chứng lâm sàng của bệnh hết trước ngày ra viện từ 3 ngày trở lên, có kết quả xét nghiệm bằng phương pháp RT-PCR âm tính với SARS-CoV-2 hoặc nồng độ virus thấp (Ct ≥ 30) hoặc test nhanh kháng nguyên âm tính vào trước ngày ra viện (test nhanh do Bộ Y tế cấp phép).

Người bệnh được chuyển sang khoa điều trị bệnh kèm theo hoặc khoa điều trị bệnh nền (nếu cần) tại buồng riêng của khoa đó để tiếp tục điều trị và được sàng lọc, theo dõi theo quy định đối với người bệnh nội trú. Đo thân nhiệt 2 lần/ngày và tuân thủ thông điệp 5K.

Minh Nhân

Nho Quan, Ninh Bình: VỀ THĂM MÔ HÌNH NUÔI ONG Ở XÃ THẠCH BÌNH

THẠCH BÌNH LÀ MỘT XÃ VÙNG CAO CỦA HUYỆN NHO QUAN, NINH BÌNH, CÓ TIỀM NĂNG, LỢI THẾ PHÁT TRIỂN ĐỒI RỪNG CỦA HUYỆN. THỜI GIAN QUA, XÃ THẠCH BÌNH ĐÃ TẬP TRUNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ VỚI MÔ HÌNH NUÔI ONG MẬT. MÔ HÌNH ĐÃ VÀ ĐANG MANG LẠI NGUỒN THU NHẬP ĐÁNG KỂ CHO NGƯỜI DÂN.

Hoàng Thanh Hải

Từ năm 2002, mô hình nuôi ong mật của gia đình anh Đinh Văn Công (ở thôn Đầm Bòng, xã Thạch Bình) đã mang lại hiệu quả kinh tế cao. Được thiên nhiên ưu đãi về điều kiện tự nhiên, khí hậu trong lành, thực vật phong phú, nghề nuôi ong ngày càng phát triển, sản phẩm mật ong xã Thạch Bình được ưa chuộng, từ đó trở thành nguồn thu nhập chính cho gia đình anh và cả xã.

Nghề nuôi ong của anh ban đầu chỉ là phục vụ nhu cầu gia đình. Qua quá trình phát triển đến nay, toàn xã đã có 20 hộ nuôi ong với hơn 50 đàn mỗi hộ. Người nuôi ong đã áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, sản phẩm từ ong được sản xuất theo tiêu chuẩn sạch, nhờ đó, chất lượng ngày càng được nâng cao khẳng định được thương hiệu, uy tín, đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa và xuất khẩu. Phong trào nuôi ong từ đó đã phát triển rộng khắp trên địa bàn xã. Một số hộ đã mạnh dạn đầu tư nuôi với số lượng lớn như: gia đình anh Đinh Văn Công (thôn Đầm Bòng), gia đình anh Nguyễn Văn Phương (thôn Ngọc), gia đình anh Bùi Văn Công (thôn Đồi Mây).

Đến thăm gia đình anh Đinh Văn Công (thôn Đầm Bòng), có hơn 20 năm gắn bó với nghề, ngoài nuôi ong ra, gia đình anh còn nuôi 20 con lợn nái và hơn 1000 con gà, ngan, ngỗng, vịt... chủ yếu để phục vụ người dân. Hiện nay, gia đình anh có trên 50 đàn ong, ước tính mỗi vụ thu được 2 tạ mật ong, được thương lái ở các nơi về mua. Anh Công cho biết: "Nhờ cải tiến phương thức nuôi ong, áp dụng khoa học kỹ thuật, hướng đến tiêu chí sản phẩm sạch nên chất lượng mật ong luôn được người dân ưa chuộng, thu hoạch đến đâu bán hết đến đấy". Ngoài ra, hàng năm gia đình anh còn nhận hàng trăm đàn ong giống bán ra thị trường. Thời điểm lấy mật ong rộ nhất trong năm từ tháng 3 đến tháng 6 với giá bán nhập từ 120.000-150.000 đồng/kg. Sau khi trừ chi phí thu nhập từ bán mật ong, nhân đàn ong giống, làm mật ong chúa... sản phẩm mật ong đem lại cho gia đình thu nhập từ 130-150 triệu đồng mỗi năm.

Với ưu điểm vốn đầu tư ban đầu không lớn, không tốn nhiều nhân lực, đem lại thu nhập cao, do đó không ít người đã mạnh dạn chuyển đổi các loại cây trồng, vật nuôi không hiệu quả để nuôi ong. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả, năng suất và chất lượng mật ong cao đòi hỏi nhiều kỹ năng, kỹ thuật và tính cần mẫn. Anh Đinh Văn Công, chủ của hơn 50 đàn ong cho biết: "Điều quan trọng nhất trong quá trình nuôi ong là chọn ong chúa, nếu ong chúa khỏe mạnh sẽ cho ra nhiều mật. Nguồn mật hoa cho ong là hoa nhãn, hoa táo... sẽ cho chất lượng mật tốt nhất. Ong sống trong quần thể lớn nên khả năng nhiễm và lây lan bệnh rất cao, do đó, việc phòng, chống bệnh cho ong, dập bệnh ngay tại thời điểm phát hiện cũng cần được đặt lên hàng đầu".

Sản phẩm mật ong của gia đình anh Đinh Văn Công (thôn Đầm Bòng) được ưa chuộng bởi chất lượng tốt, giá cả phù hợp lại đảm bảo cuộc sống. Không chỉ tiêu thụ ở xã nhà, mật ong xã Thạch Bình còn được cung cấp cho nhiều nơi khác. Các sản phẩm từ ong như: sữa ong chúa, phấn hoa... đều được ưa chuộng, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế từ nghề nuôi ong. Tuy nhiên, sản phẩm từ ong được làm ra và bán trên thị trường chủ yếu vẫn theo hình thức tự phát, không có sự thống nhất giá cả giữa các hộ nuôi ong, dẫn đến người tiêu dùng hoài nghi về chất lượng mật ong nơi đây. Bên cạnh đó, những năm gần đây, việc phát triển nuôi ong ngoại phát triển mạnh, giá thành bán ra lại rẻ hơn nên khả năng cạnh tranh trên thị trường tiêu thụ của ong nội gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, vấn đề xây dựng thương hiệu cần được quan tâm hơn nữa để mật ong xã Thạch Bình có chỗ đứng ổn định, qua đó, nâng cao thu nhập từ nghề nuôi ong.

Mô hình nuôi ong của gia đình anh Đinh Văn Công (thôn Đầm Bòng).

Trường THCS Vĩnh Yên: TỰ HÀO LÀ TÂM ĐIỂM GIÁO DỤC CỦA TỈNH VĨNH PHÚC

VỚI NHỮNG THÀNH TÍCH DẠY VÀ HỌC ĐÃ ĐƯỢC KHẲNG ĐỊNH HƠN 30 NĂM QUA, TRƯỜNG THCS VĨNH YÊN LUÔN LÀ TÂM ĐIỂM GIÁO DỤC CỦA THÀNH PHỐ VĨNH YÊN CŨNG NHƯ CỦA TỈNH VĨNH PHÚC.

Việt Dũng

Trường THCS Vĩnh Yên là trường chất lượng cao, tiền thân là Trường cấp 2 Năng khiếu Vĩnh Yên, được thành lập năm 1990. Khi thành lập, chỉ có 4 lớp với 138 học sinh được tuyển chọn là những học sinh khá, giỏi của các trường tiểu học trong thành phố và 14 thầy cô giáo, cơ sở vật chất còn nhiều khó khăn, thiếu thốn. Đến nay, trường đã có cơ ngơi khang trang với diện tích hơn 4,6 ha hoàn toàn được xây mới với đủ các phòng chức năng, nhà giáo dục thể chất. Đây là kết quả có được từ sự quan tâm đầu tư có tính hệ thống từ thành phố trong suốt nhiều năm qua.

Năm học 2020 - 2021, trường có tổng số 47 cán bộ giáo viên, nhân viên (3 cán bộ quản lý, 43 giáo viên, 1 nhân viên). Có 5 giáo viên trình độ thạc sĩ, chiếm 10,6%. Cán bộ, giáo viên, nhân viên đều có trình độ chuyên môn vững, tận tâm với công việc và hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Tổng kết năm học 2020 - 2021, có 9 đồng chí hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, 38 đồng chí hoàn thành tốt nhiệm vụ; 6 đồng chí đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở; 3 đồng chí được Chủ tịch UBND tỉnh tặng bằng khen; 6 đồng chí Chủ tịch UBND thành phố tặng giấy khen. Nhà trường đạt danh hiệu Tập thể lao động xuất sắc, luôn dẫn đầu toàn tỉnh về tỷ lệ đỗ Chuyên Vĩnh Phúc và các trường Chuyên KHTN. Năm học này, nhà trường không có cán bộ, giáo viên, đảng viên vi phạm kỷ luật, chất lượng giáo dục các mặt đều tăng cao hơn so với 2020.

Chặng đường 30 năm qua, Trường THCS Vĩnh Yên đã đánh dấu sự phát triển không ngừng, có sức lan toả trong xã hội, thu hút nhiều thầy cô giáo giỏi, tâm huyết với nghề về giảng dạy và cống hiến tại trường. Đặc biệt, trường đã đáp ứng được yêu cầu của xã hội, nhận được sự tin yêu của phụ huynh học sinh, thu hút được nhiều thế hệ học sinh ở nhiều địa phương trong và ngoài thành phố đến học, đóng góp vào bề dày thành tích của nhà trường.

Với sự cố gắng, nỗ lực không ngừng của tập thể thầy, trò nhà trường, đến nay chất lượng giáo dục toàn diện, chất lượng giáo dục mũi nhọn của nhà trường đều được khẳng định. Trường THCS Vĩnh Yên đã trở thành đơn vị dẫn đầu trong các trường chất lượng cao của tỉnh; nhiều năm liền nhà trường được công nhận là Tập thể lao động xuất sắc, được Thủ tướng Chính phủ 2 lần tặng bằng khen; được Chủ tịch nước tặng Huân chương Lao động hạng Ba; được Bộ Giáo dục và Đào tạo, UBND tỉnh tặng cờ thi đua Đơn vị tiêu biểu xuất sắc.

Chia sẻ về công tác xây dựng và phát triển nhà trường, cô giáo Kim Thị Minh Vỹ - với kinh nghiệm hơn 30 năm trong nghề dạy học, 7 năm làm Hiệu trưởng nhà trường cho hay: "Mấu chốt làm nên "thương hiệu" của Trường THCS Vĩnh Yên là những giáo viên giỏi. Cán bộ quản lý phải nắm vững chuyên môn, đánh giá đúng năng lực của từng giáo viên. Phải trân trọng, sử dụng giáo viên có chuyên môn tốt thì họ mới say nghề, yêu trường, yên tâm cống hiến".

Trường Tiểu học Nguyễn Thị Minh Khai (Bắc Kạn):
HIỆU QUẢ TỪ CÔNG TÁC XÃ HỘI HÓA GIÁO DỤC

Các em học sinh Trường Tiểu học Nguyễn Thị Minh Khai, thực hiện đúng 5K của Bộ Y tế.

Mặc dù còn gặp nhiều khó khăn về cơ sở vật chất, xong phát huy những thành tích đã đạt được, những năm qua Trường Tiểu học Nguyễn Thị Minh Khai đã nỗ lực đẩy mạnh công tác xã hội hóa trong giáo dục, cơ sở vật chất dạy và học của nhà trường ngày một tốt hơn, nâng cao chất lượng dạy và học trong nhà trường.

Toàn trường có tổng số 700 học sinh, phần lớn là học sinh dân tộc thiểu số. Trong những năm học qua nhà trường làm tốt công tác xã hội hóa giáo dục. Để chuẩn bị mọi điều kiện tốt nhất cho học sinh được đến trường, CB, GV, NV nhà trường đã phối hợp với cha mẹ học sinh trong việc vệ sinh trường lớp với tinh thần trách nhiệm cao, người góp công lao động, góp cây trồng, trang trí lớp trường sạch, đẹp, an toàn, thân thiện để sẵn sàng đón học sinh đến lớp. Thực hiện tinh thần chỉ đạo của ngành trước thềm năm học, với nhiệm vụ kép vừa học tập vừa tích cực phòng chống dịch; thầy và trò nhà trường đã khắc phục mọi khó khăn, chấp hành nghiêm về quy định phòng dịch, việc làm này được cha mẹ học sinh rất hưởng ứng. Để làm tốt công tác xã hội hóa giáo dục, hàng năm, nhà trường đã xây dựng kế hoạch về công tác xã hội hóa giáo dục phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương. Nhà trường chú trọng tuyên truyền, phổ biến và triển khai thực hiện nghiêm túc văn bản chỉ đạo của các cấp, ngành về quản lý, sử dụng các khoản đóng góp tự nguyện tại các cơ sở giáo dục; tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân đầu tư, phát triển giáo dục. Đồng thời, sử dụng hiệu quả các

Nguyễn Tuấn - Lan Hương

nguồn lực từ công tác xã hội hóa để nâng cao chất lượng giáo dục, tạo môi trường sư phạm thân thiện.

Ngay từ đầu năm học, nhà trường lập kế hoạch cụ thể về công tác XHHGD, tiến hành rà soát, kiểm kê cơ sở vật chất, trang thiết bị, đồ dùng phục vụ bán trú... Trong cuộc họp phụ huynh đầu năm học, nhà trường thông báo đến phụ huynh học sinh về các danh mục đồ dùng cần mua mới, bổ sung thêm. Để công tác XHHGD đạt hiệu quả, nhà trường đẩy mạnh tuyên truyền đến các phụ huynh và người dân địa phương bằng nhiều hình thức; tạo điều kiện để cha mẹ học sinh cùng tham gia vào hoạt động của trường, lớp như: ủng hộ nguyên vật liệu, ủng hộ ngày công, ủng hộ tiền để mua máy tính, ti vi, điều hòa, các dụng cụ chế biến thức ăn trong bếp ăn bán trú...

Điều quan trong nhất khi muốn thực hiện hiệu quả công tác xã hội hóa giáo dục chính là sự công khai, minh bạch các nguồn đóng góp. Riêng với Trường Tiểu học Nguyễn Thị Minh Khai, việc huy động các loại quỹ từ cha mẹ học sinh đóng góp, các nguồn động viên trong xã hội đều được Ban Giám hiệu nhà trường công khai rõ ràng trước các cuộc họp phụ huynh toàn trường, nhờ vậy các nhà tài trợ, các bậc cha mẹ học sinh đều tin tưởng khi họ tham gia đóng góp xây dựng trường.

Với những kết quả từ công tác xã hội hóa giáo dục trong nhiều năm vừa qua, hiệu quả về dạy học, cơ sở vật chất của trường đã ngày một tốt hơn. Trong năm học này và những năm học tới, Trường Tiểu học Nguyễn Thị Minh Khai sẽ tiếp tục vận động các nguồn xã hội hóa theo quy định, đảm bảo công khai, dân chủ. Với các nguồn lực đó, trường sẽ có thêm điều kiện phục vụ việc dạy và học, chăm lo đời sống tinh thần, vật chất cho học sinh nơi đây.

Phụ huynh học sinh tham gia góp công sức vệ sinh môi trường và trồng cây cảnh

CÔNG BỐ THÔNG TIN ĐĂNG KÝ KINH DOANH MỚI CỦA VPBANK

SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HÀ NỘI
PHÒNG ĐĂNG KÝ KINH DOANH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ DOANH NGHIỆP
CÔNG TY CỔ PHẦN

Mã số doanh nghiệp: 0100233583

Đăng ký lần đầu: ngày 08 tháng 09 năm 1993

Đăng ký thay đổi lần thứ: 42, ngày 10 tháng 12 năm 2021

1. Tên công ty

Tên công ty viết bằng tiếng Việt: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG

Tên công ty viết bằng tiếng nước ngoài: VIETNAM PROSPERITY JOINT STOCK COMMERCIAL BANK

Tên công ty viết tắt: VPBANK

2. Địa chỉ trụ sở chính

Số 89 Láng Hạ, Phường Láng Hạ, Quận Đống Đa, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: *04.39288869* Fax: *04.39288867*

Email: *vpb@hn.vnn.vn* Website: *www.vpbank.com.vn*

3. Vốn điều lệ

Vốn điều lệ: 45.056.929.870.000 đồng.

Bằng chữ: Bốn mươi lăm nghìn không trăm năm mươi sáu tỷ chín trăm hai mươi chín triệu tám trăm bảy mươi nghìn đồng

Mệnh giá cổ phần: 10.000 đồng

Tổng số cổ phần: 4.505.692.987

4. Người đại diện theo pháp luật của công ty

* Họ và tên: NGÔ CHÍ DŨNG Giới tính: *Nam*

Chức danh: Chủ tịch hội đồng quản trị

Sinh ngày: *25/09/1968* Dân tộc: *Kinh* Quốc tịch: *Việt Nam*

Loại giấy tờ pháp lý của cá nhân: *Chứng minh nhân dân*

Số giấy tờ pháp lý của cá nhân: *012603070*

Ngày cấp: *06/04/2011* Nơi cấp: *Công an TP Hà Nội*

Địa chỉ thường trú: *11 đường số 1, Khu A, Nam Thành Công, Phường Láng Hạ, Quận Đống Đa, Thành phố Hà Nội, Việt Nam*

Địa chỉ liên lạc: *Biệt thự 39, số 10 Đặng Thai Mai, Phường Quảng An, Quận Tây Hồ, Thành phố Hà Nội, Việt Nam*

TRƯỞNG PHÒNG

PHÒNG ĐĂNG KÝ KINH DOANH

Lê Văn Tình

Phát hành thứ Năm hàng tuần. Đường dây nóng: 0968491036; Giá: 12.000 đồng