

HIDS



KỶ YẾU

BỨC TRANH KINH TẾ DÀNH CHO DOANH NGHIỆP TRONG VÀ SAU 2015

*The economic landscape of business
in 2015 and beyond*

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

Viện nghiên cứu phát triển TP. Hồ Chí Minh - TRUNG TÂM WTO

Văn phòng ĐH Quản trị Paris - tại Việt Nam (PGSM)

Vietstar Training JSC

**HIPOCẦU
ĐẦU TƯ**

ĐẤT VIỆT
KẾT NỐI SỨC MẠNH VIỆT

GAFIN
Faster in a world of runners

Lời dẫn

Sau hơn sáu năm chịu ảnh hưởng của suy thoái kinh tế thế giới, nhiều doanh nghiệp Việt Nam nhận thấy bức tranh kinh doanh chưa sáng sủa hơn và triển vọng phát triển thị trường vẫn còn chưa rõ ràng. Trong khi đó, 2015 là năm hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng với hàng loạt các Hiệp định thương mại tự do dự kiến kết thúc đàm phán hoặc chuẩn bị ký kết. Đặc biệt, Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) cuối năm 2015 được thành lập sẽ đem đến các cơ hội cũng như thách thức rất to lớn và rất gần.

Làm thế nào duy trì được sự ổn định, mở rộng và tăng trưởng trong điều kiện cạnh tranh ngày càng khốc liệt và môi trường kinh doanh ngày càng trở nên bất định. Tính bất định không chỉ đến từ các xung đột chính trị bất ngờ, khó lường trước, mà còn đến từ các biến động các hàng hóa thiết yếu như năng lượng, nguyên liệu, ... Trong khi năng lực nội tại không thể nâng cao trong một sớm chiều và việc xây dựng, thực hiện chiến lược tái cấu trúc doanh nghiệp không hề dễ dàng. Việc tìm kiếm mô hình phát triển hợp lý trong giai đoạn đầy biến động này là vấn đề nan giải với nhiều doanh nghiệp.

Hội thảo “Bức tranh Kinh tế dành cho Doanh nghiệp trong và sau 2015” do Viện Nghiên cứu phát triển, Trung tâm WTO thành phố Hồ Chí Minh phối hợp cùng VietStar Training JSC dưới sự tư vấn về nội dung từ Đại học quản trị Paris-PGSM tại Việt Nam, với sự góp mặt của các diễn giả hàng đầu sẽ mang đến những thảo luận và chia sẻ tri thức về: Các triển vọng hội nhập kinh tế ASEAN và những cơ hội mở ra cho kinh tế Việt Nam. Ứng biến trước tình hình giá dầu giảm và thị trường bất ổn. Cung cấp khuôn mẫu để các doanh nghiệp có thể sử dụng, đồng thời tham vấn hướng đi nhằm mang lại doanh thu và mức tăng trưởng thu nhập bền vững trong giai đoạn kinh tế trì trệ và/hoặc bất ổn.

Hy vọng Hội thảo trên sẽ là viên đá lát đường góp phần giúp doanh nghiệp bước xa hơn trong tiến trình hội nhập.

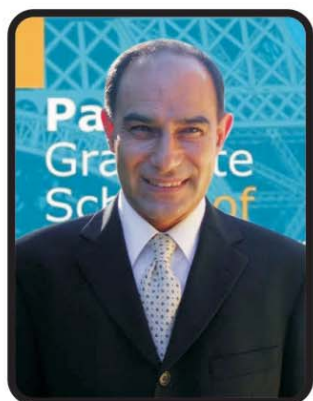
THÔNG TIN DIỄN GIẢ



GS. John Vong

PhD (Bradford); CPA (Aust); PDP (MIT-Harvard)

Cố vấn cấp cao cho Ngân Hàng WB, Liên Hợp Quốc. Giám đốc độc lập của một ngân hàng hàng đầu ASEAN. Gần 30 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực ngân hàng tại 10 quốc gia Đông Nam Á. Là tác giả của hơn 30 cuốn sách kinh tế có giá trị đã được dịch và xuất bản ở nhiều quốc gia trên thế giới và là tổng biên tập của những trang web kinh tế hàng đầu. Sáng lập mô hình ngân hàng EAGLES - mô hình dự đoán khủng hoảng tài chính Châu Á năm 1997.



GS.TS. John Behzad

MA (economics), MBA (finance), PH.D. (insurance & international management).

Thành viên Hội đồng tư vấn Học thuật – Đại học Quản trị Paris (PGSM) tại Việt Nam. Giáo sư danh dự về Quản trị và Tài chính, Đại học California – Hoa Kỳ

Từng đảm nhận vai trò Tổng giám đốc của một số dự án chính phủ Mỹ. Hơn 30 năm kinh nghiệm giảng dạy về Tài chính, quản trị chiến lược và bảo hiểm cho các Chương trình MBA tại Mỹ; Nhà tư vấn về mảng dịch vụ và quản lý tài chính tại Hoa Kỳ và Việt Nam; Đã xuất bản rất nhiều sách và đăng nhiều bài báo trên các tạp chí quốc tế; Thực hiện rất nhiều bài viết và là diễn giả cho các hội thảo quốc tế.



TS. Võ Trí Thành

Phó Viện trưởng Viện nghiên cứu và Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM)

TS. Kinh tế của Trường Đại học Quốc gia Australia (ANU)

Chuyên gia phân tích kinh tế và tư vấn chính sách trong các diễn đàn kinh tế Việt Nam và khu vực. Từng nhận nhiều giải thưởng quan trọng như: Giải đặc biệt của LHQ về tác động chính sách của Báo cáo quốc gia về Phát triển con người năm 2001 (Đồng chủ biên), Huy chương hạng hai cho công trình nghiên cứu xuất sắc về phát triển năm 2005 của Mạng Phát triển toàn cầu (GDN) (Đồng tác giả), Giải thưởng Helen Hughes dành cho sinh viên bậc Thạc sĩ tại ANU (1992-1993)...

Những thông điệp chính của Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)

“Thị trường chung, lợi ích chung”, “10 nước như 1”

Với các rào cản thương mại và đầu tư đã được giảm bớt, các nhà đầu tư có thể hoạt động tự do hơn trong khu vực, tiếp cận các nguồn vốn dễ dàng hơn và đạt được lợi ích lớn hơn nhờ luồng hàng hóa lưu thông thuận lợi giữa các nước trong khu vực.

Ví dụ: Bốn năm trước thời điểm ASEAN thành lập, Tập đoàn Jebsen & Jessen chỉ là một công ty nhỏ trong khu vực. Ngày nay, Tập đoàn có giá trị US\$866 triệu và trở thành tấm gương hội nhập khu vực với các chi nhánh có mặt tại 9/10 nước ASEAN nhờ có các thị trường tự do. Khi ASEAN phát triển, lấy khu vực này làm nền tảng tăng trưởng, Công ty mở rộng từ lĩnh vực buôn bán sang sản xuất hóa chất và các mảng khác. Nhờ hội nhập khu vực, Jebsen & Jessen đã theo đuổi công nghệ, truyền thông và nhiều lĩnh vực khác và trở thành một trong những doanh nghiệp lớn nhất trong ngành tại Đông Nam Á có carbon trung tính, đền bù khí thải carbon từ các hoạt động vận hành của công ty.

“Đơn giản hóa Luật định, tiếp cận dễ dàng hơn”, “Giao thương trên một sân chơi lớn hơn”

Công việc kinh doanh trong khu vực sẽ trở nên thuận lợi hơn nhờ sự giản hóa và cân

đối các quy định, luật định và thủ tục giấy tờ.

Ví dụ: SONY EMCS (Malaysia) một hãng sản xuất các sản phẩm âm thanh, video và đồ gia dụng đã và đang sử dụng phòng lab thử nghiệm tại Malaysia. Các bộ TV được thử nghiệm trước khi xuất khẩu, và kết quả thử nghiệm do các cơ quan có thẩm quyền thuộc các nước ASEAN nhập khẩu chấp thuận. Đối với người tiêu dùng ASEAN, thỏa thuận này đảm bảo rằng các mặt hàng điện tử an toàn và tuân thủ mọi tiêu chuẩn liên quan.

“ASEAN: Mái nhà đầu tư” “Các đối tác kinh doanh”

Một môi trường kinh doanh thuận lợi sẽ khích lệ các nhà đầu tư mới rót vốn vào khu vực ASEAN, khiến các nhà đầu tư hiện tại tín nhiệm khu vực hơn và mở rộng đầu tư tại khu vực.

Ví dụ: Hãng bảo hiểm Prudential có lịch sử hoạt động 80 năm tại khu vực Đông Nam Á, đã mở rộng nhanh chóng trong kỷ nguyên ASEAN. Prudential đã tự gọi mình là “một công ty

mang bản sắc châu Á đậm nét như bản sắc gốc của doanh nghiệp tại Anh”. Hoạt động tích cực tại bảy nước ASEAN và hiện vẫn đang mở rộng, Prudential “gắn tương lai của doanh nghiệp với tương lai ASEAN”.

“Mang lại hiệu quả cho nguồn vốn của bạn” “Tăng cơ hội tiếp cận với nguồn tài chính”

Một môi trường tài chính ASEAN lành mạnh và năng động sẽ tạo ra một trung gian tài chính vững mạnh hơn, quản trị năng lực và rủi ro hiệu quả hơn nhằm hỗ trợ tăng trưởng trong nước và khu vực. Bên cạnh đó, môi trường tài chính dồi dào cũng thúc đẩy hợp tác nhằm giảm thiểu các rủi ro thị trường và các cú sốc từ bên ngoài.

Ví dụ: Bảy sàn giao dịch chứng khoán ASEAN có khoản vốn hóa thị trường chung bằng khoảng US\$2.9 nghìn tỷ với hơn 3,600 công ty niêm yết trên các sàn chứng khoán này. Kể từ thời điểm ra mắt Sàn giao dịch chứng khoán ASEAN vào tháng 4/2011, nhiều sáng kiến đã được đưa ra. Có thể kể tên một vài sáng kiến như sau: ASEAN Trading Link, ASEAN Stars và Invest ASEAN Retail Roadshow. Những sáng kiến này góp phần không nhỏ trong việc

“
Chúng ta cần sự
chung tay của khối tư
nhân với vai trò là đối
tác chính giúp AEC
thành công.
”

khiến ASEAN được chú ý nhiều hơn với vai trò là một điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư bán lẻ và các tổ chức. Sự hợp tác này sẽ thúc đẩy sự phát triển của ASEAN với vai trò là một nhóm tài sản và tăng tính thanh khoản bằng cách giản hóa các yêu cầu đối với việc tiếp cận các thị trường vốn ASEAN.

“Các chuyên gia ASEAN đang bước đến một tầm cao mới” “Những con người tài năng nhất và những thực tiễn hiệu quả nhất”

Sự đa dạng nhân tài tại ASEAN với 10 nước thành viên là một lợi ích lớn đối với các nhà tuyển dụng tại khu vực khi họ mở công ty tại ASEAN.

VÍ DỤ: AirAsia, hãng hàng không giá rẻ trong khu vực đã mở rộng đáng kể mạng lưới của doanh nghiệp dưới sự soi đường của chính sách mở cửa của ACE. Nhân sự tại công ty, cũng giống như phần cứng và quyền hạ cánh, đều đóng vai trò tối quan trọng trong thành công của doanh nghiệp. Người phát ngôn của AirAsia đã phát biểu “Con người là tài sản lớn nhất của chúng tôi”. Đội ngũ thợ cơ khí, phi công, đội cabin và các nhân sự khác đến từ các nước ASEAN khác nhau, sự đa dạng này của ASEAN mang lại lợi ích lớn cho AirAsia.

**“Cộng đồng của chúng ta, hành trình của chúng ta”
Tương lai phía trước?**

ASEAN cam kết thực hiện lời

**“
Chúng ta đang bước
chân vào một cuộc
hành trình nhằm
chuyển hóa các mối
quan hệ kinh tế tại
Đông Nam Á.”**

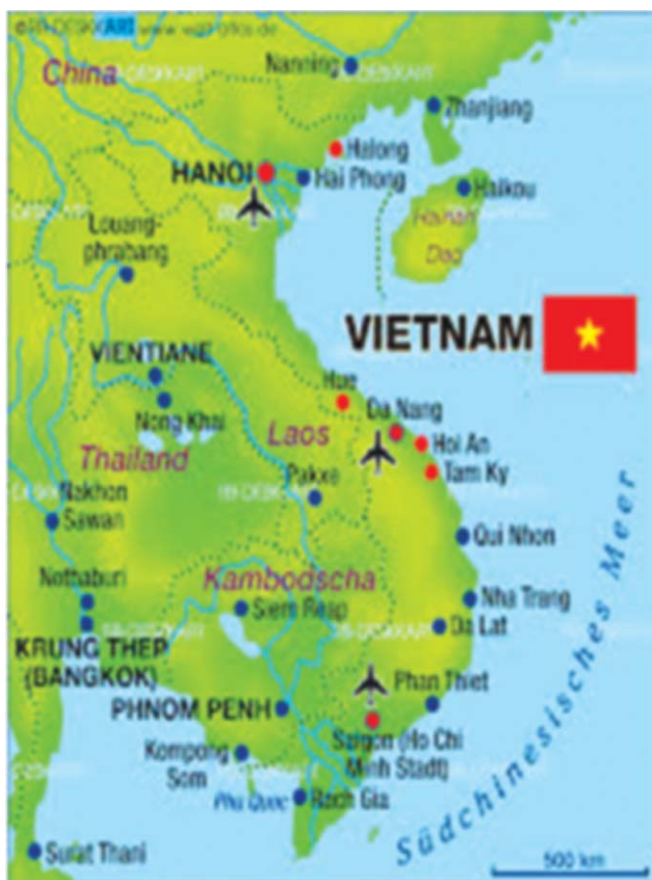
hứa năm 2007 - thành lập Cộng Đồng Kinh Tế ASEAN vào cuối năm 2015. ASEAN đã tuyên bố nhiều kết quả chuyển giao của AEC đã được thực hiện trong giai đoạn từ 2007 cho đến nay, và theo đó, giới doanh nghiệp chúng ta cũng đang được hưởng những trái ngọt của vườn ươm hội nhập ASEAN. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á đã và đang chú trọng thực hiện các kết quả chuyển giao còn lại trong công tác xúc tiến thành lập AEC. Tuy chúng ta sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức để thực hiện nhiệm vụ thành lập AEC nhưng ASEAN vẫn luôn giữ vững cam kết thành lập AEC.

AEC 2015 cũng sẽ không phải là nỗ lực hội nhập cuối cùng của ASEAN. Trong hội nghị thượng đỉnh thường niên diễn ra tại Brunei Darussalam năm 2013, nguyên thủ các nước ASEAN cam kết đưa ra «Tầm nhìn sau 2015», xây dựng kế hoạch chi tiết cho Cộng đồng chung ASEAN và Kế Hoạch Tổng Thể Kết Nối ASEAN. Mục tiêu của các nhà lãnh đạo là thành lập một cộng đồng «đoàn kết về chính trị, hội nhập về kinh tế và trách nhiệm xã hội, đồng thời thực sự là một cộng đồng ASEAN định

hướng con người, lấy con người làm trọng tâm và hoạt động theo luật định».

Các nguyên thủ quốc gia, giới lãnh đạo khối tư nhân và các chuyên gia khác cho rằng công cuộc hội nhập khu vực và xây dựng một thị trường chung AEC mới chỉ bắt đầu. Công cuộc này vẫn diễn ra sau 2015 khi các rào cản đã được giảm bớt, sự kết nối đã được nâng cao, cơ sở hạ tầng đã được xây dựng và các khuôn khổ pháp lý đã được thanh lọc để phù hợp với cộng đồng này. Tương lai có thể phát sinh những tình huống mới, chúng ta phải bước qua những e sợ, những kết quả khó lường và sẽ tìm thấy các giải pháp. Công dân ASEAN, với sự đa dạng và sáng tạo của mình, trở thành nhân tố quan trọng nhất trên cuộc hành trình của chúng ta. Chúng ta cần sự chung tay góp sức của khối tư nhân với vai trò là đối tác chính giúp AEC thành công. Chúng ta đặc biệt khuyến khích các doanh nghiệp ASEAN coi cộng đồng này là một thể thống nhất, triển khai các chiến lược riêng của họ tại ASEAN, lấy các sáng kiến và cơ hội của AEC làm đòn bẩy phát triển. Đây là cơ hội ngàn vàng cho sự phát triển của cộng đồng doanh nghiệp tại khu vực.

**“
Hãy chớp lấy thời khắc
này. Hãy nhanh chân
chung bước!
2015: Mới chỉ là sự
khởi đầu.”**



CÁC TRIỂN VỌNG HỘI NHẬP ASEAN VÀ NHỮNG CƠ HỘI MỞ RA CHO VIỆT NAM TRONG VÀ SAU 2015

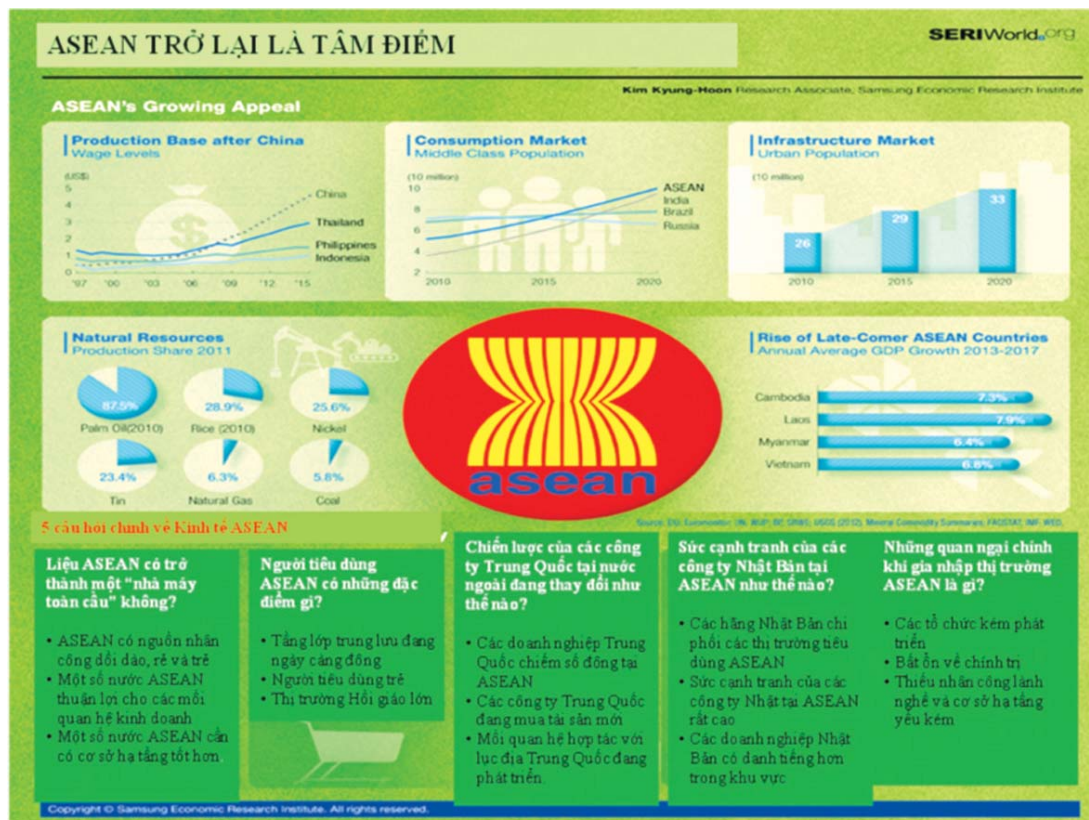


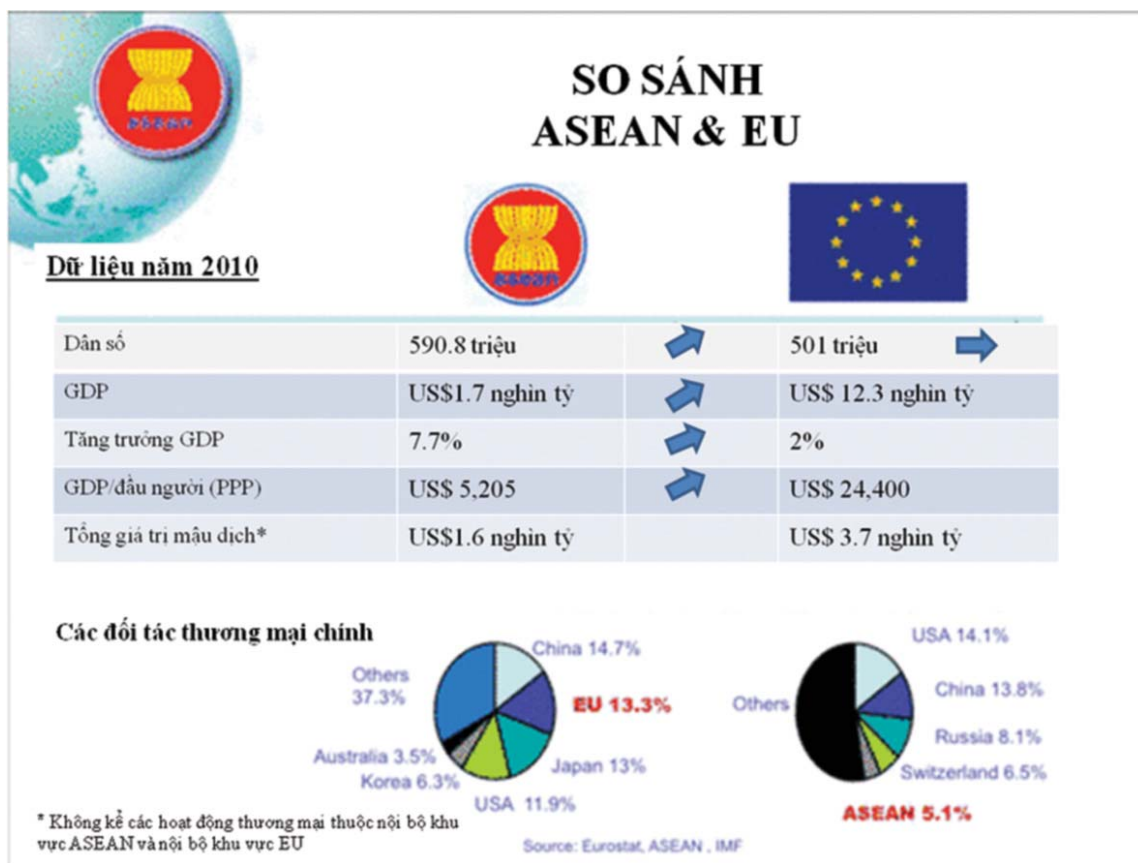
G.S John Vong

CÁC MỤC TIÊU CỦA ASEAN

- Là bàn đạp cho công cuộc tăng trưởng kinh tế, tiến bộ xã hội và phát triển văn hóa
- Thúc đẩy hòa bình và ổn định khu vực
- Đẩy mạnh mối quan hệ hợp tác tích cực và hỗ trợ lẫn nhau trong các lĩnh vực kinh tế, xã hội, văn hóa, khoa học, kỹ thuật và quản trị







Cộng Đồng Kinh Tế ASEAN (AEC)

Cộng đồng kinh tế chính thức của các quốc gia Đông Nam Á
 Tổng GDP danh nghĩa (2015): **chiếm 3.1% toàn cầu**
 Tổng dân số (2015): **chiếm 8.8% toàn cầu**
 Tổng giá trị thương mại hàng hóa (2011): **chiếm 6.5% toàn cầu**
 Dự kiến thành lập: **cuối 2015**



Hiệp Định Đối Tác Kinh Tế Toàn Diện Khu Vực (RCEP)

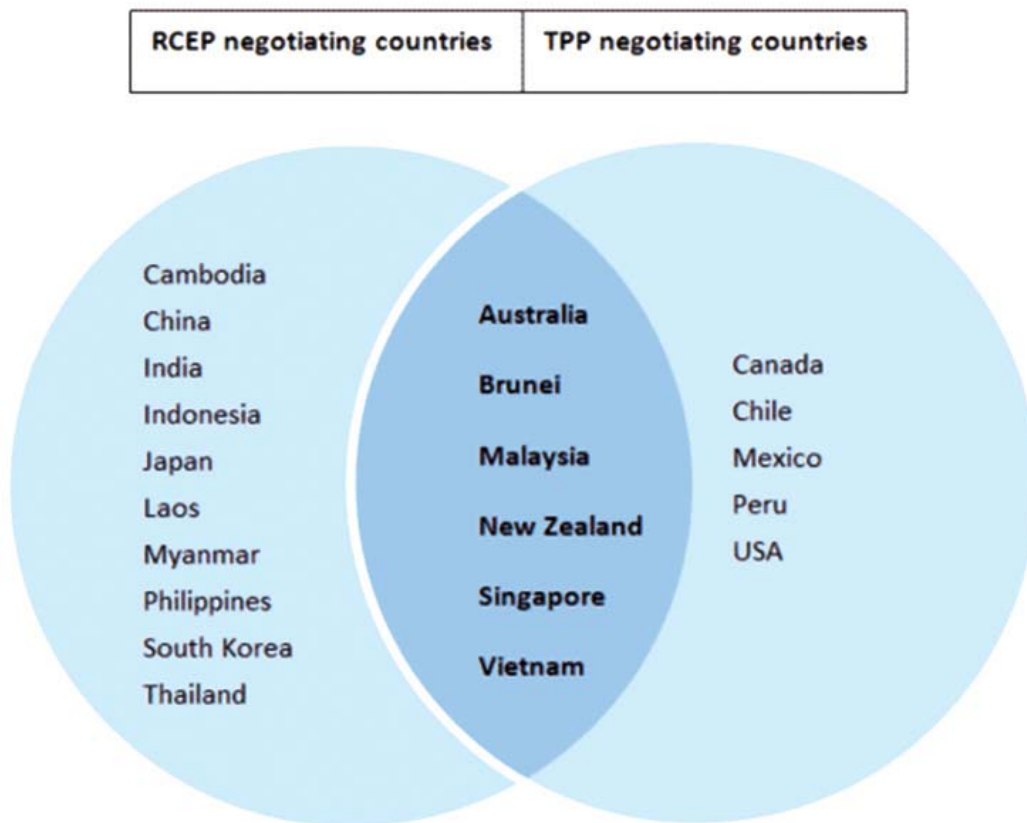
Sự đẩy mạnh hợp tác kinh tế của ASEAN với các đối tác khu vực
 Tổng GDP danh nghĩa (2015): **chiếm 32% toàn cầu**
 Tổng dân số (2015): **chiếm 48% toàn cầu**
 Tổng giá trị thương mại hàng hóa (2011): **chiếm 28% toàn cầu**
 Dự kiến thành lập: **cuối 2015**



Hiệp Định Đối Tác Kinh Tế Xuyên Thái Bình Dương (TPP)

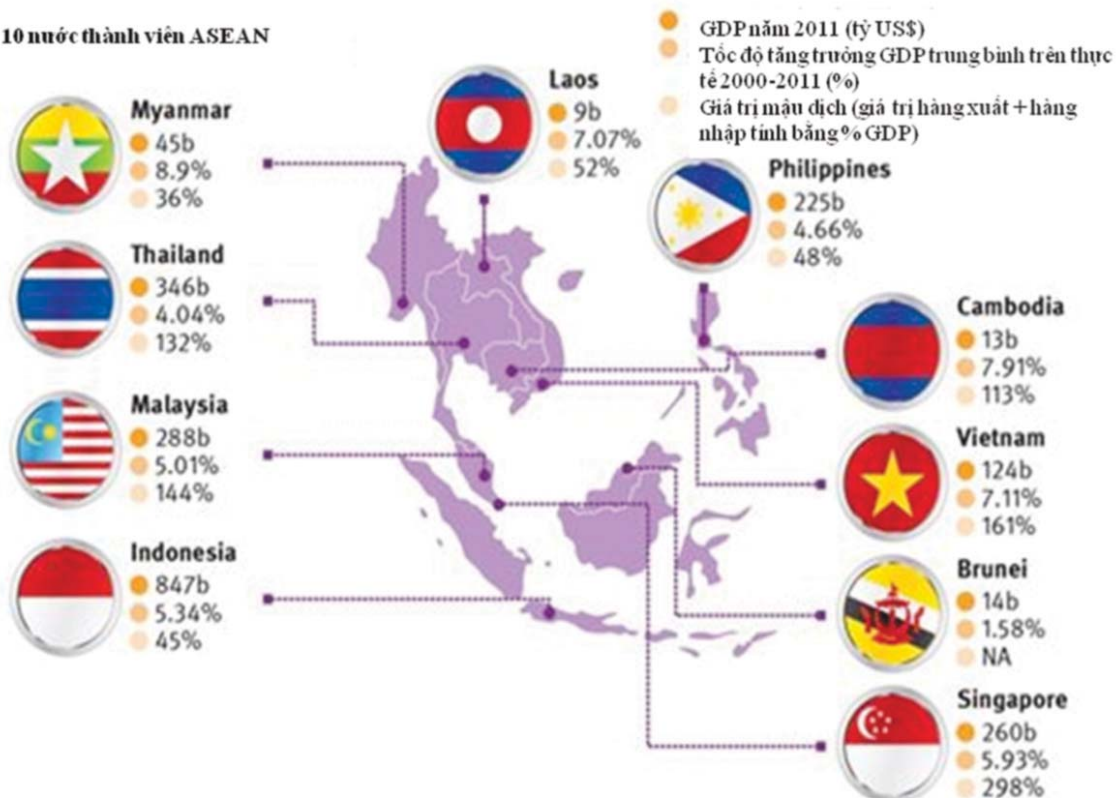
Mối quan hệ đối tác tự do thương mại thế kỷ 21 của Hoa Kỳ
 Tổng GDP danh nghĩa (2015): **chiếm 30% toàn cầu**
 Tổng dân số (2015): **chiếm 9.4% toàn cầu**
 Tổng giá trị thương mại hàng hóa (2011): **chiếm 21% toàn cầu**
 Dự kiến thành lập: **cuối 2013**



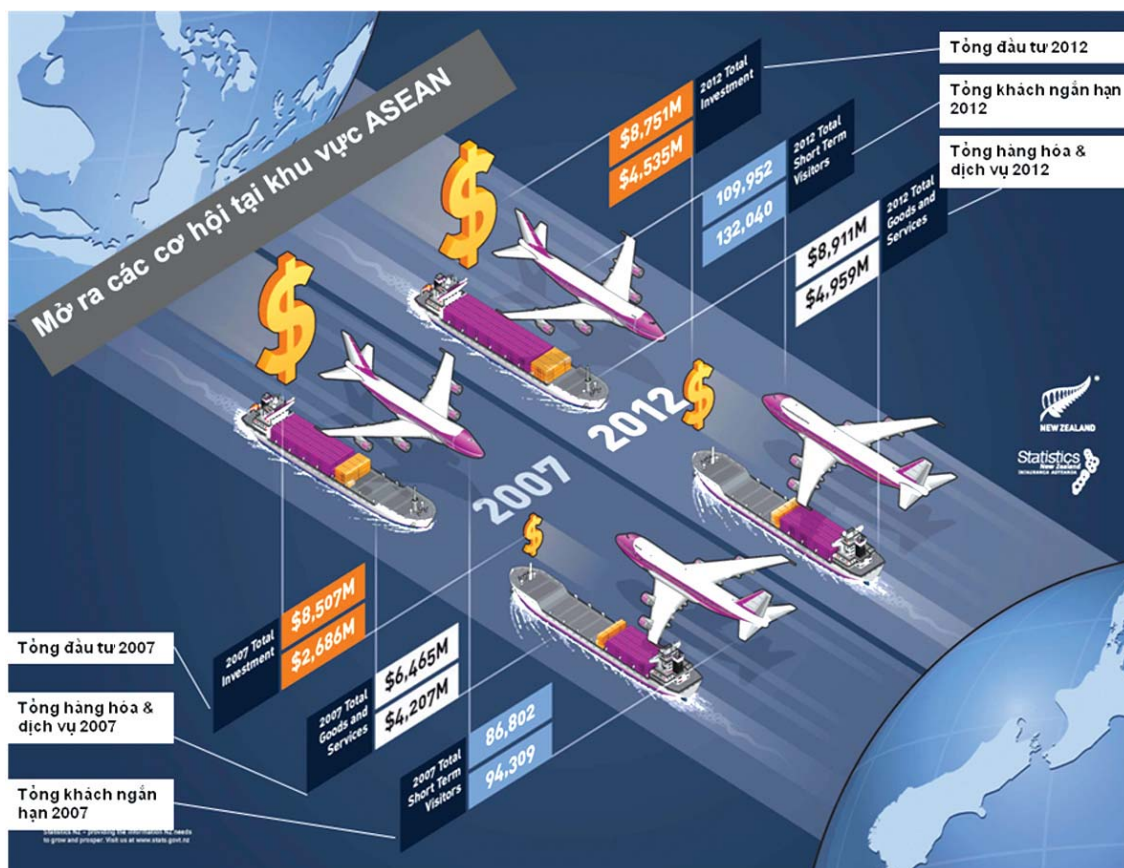
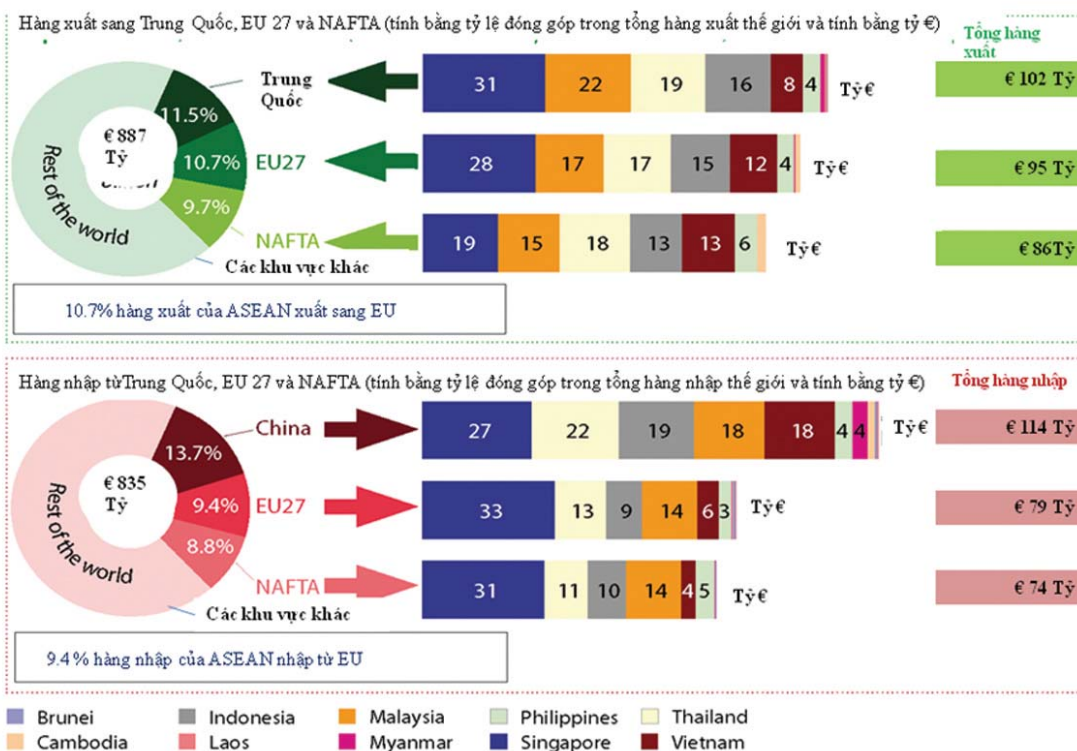


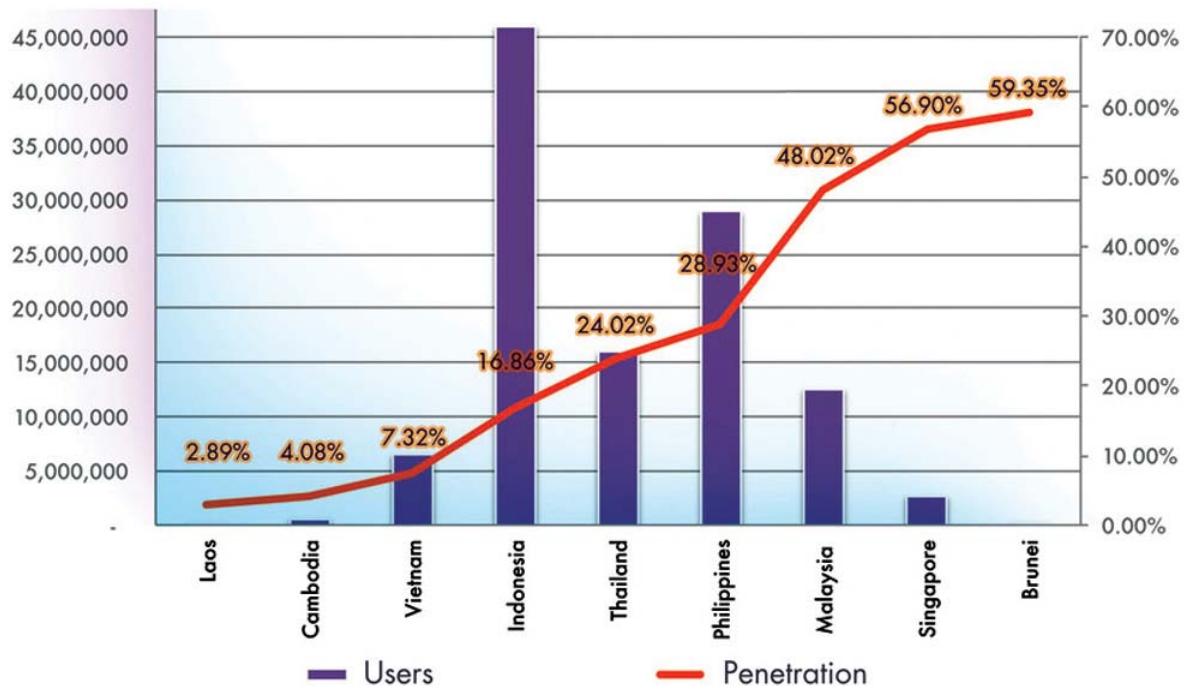
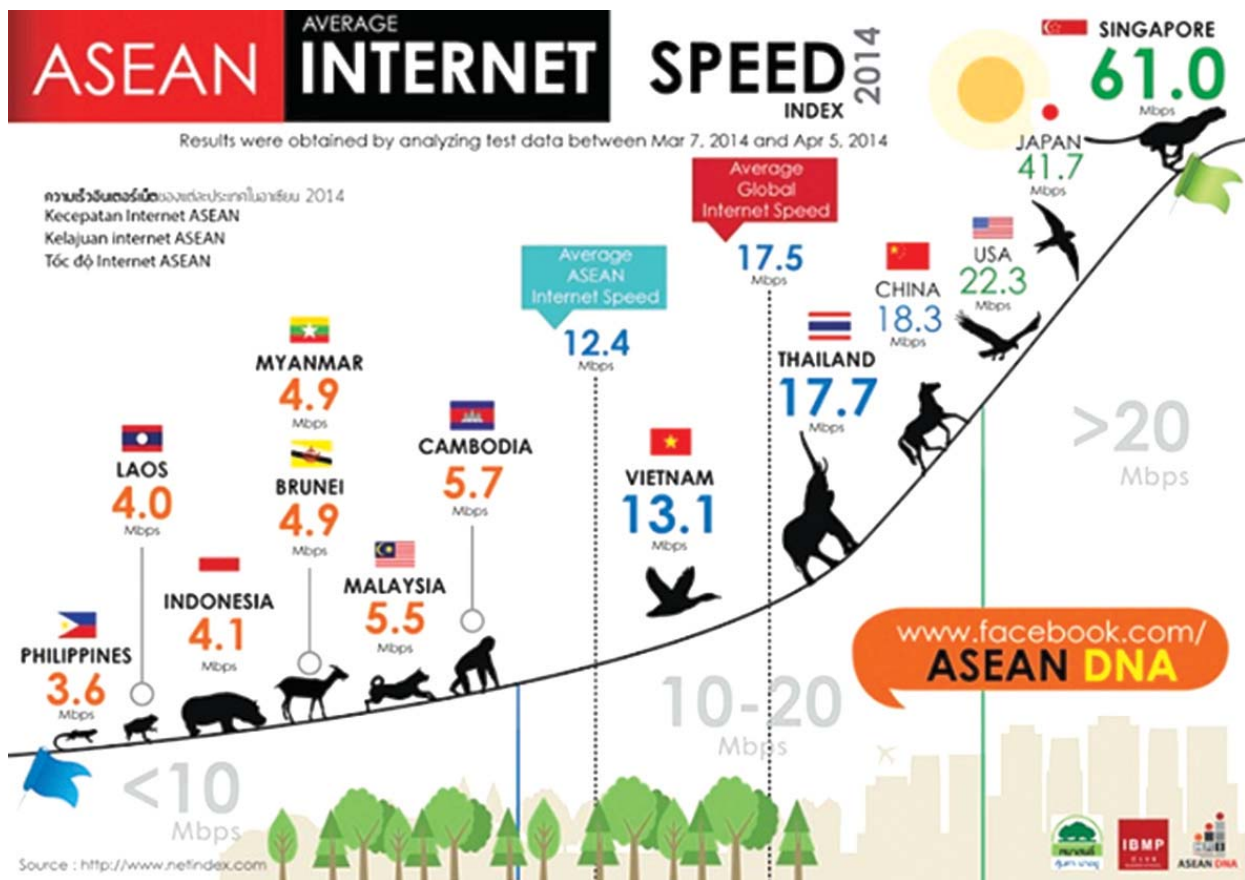
Sơ đồ 1:

10 nước thành viên ASEAN



Thương mại thế giới được thể hiện qua hàng hóa của các nước ASEAN (2011)





Đội ngũ nhân công lành nghề thu được những lợi ích nào từ công cuộc hội nhập ASEAN?

Nhóm tác giả và nhà nghiên cứu đưa ra một số quan điểm về vấn đề liệu hội nhập ASEAN có mang lại lợi ích cho nguồn cầu và luồng nhân công lành nghề không? Một số quan điểm được trình bày như sau:

GS. JOHN VONG

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), một thị trường và cơ sở sản xuất chung trong khu vực, sẽ được thành lập vào năm 2015 với sự góp mặt của 600 triệu công dân thuộc 10 nước thành viên ASEAN. Điều này sẽ giúp hàng hóa, dịch vụ, các khoản đầu tư và nhân công lành nghề lưu thông tự do hơn trong khu vực. Công cuộc hội nhập sẽ mở ra những cơ hội mới hướng đến sự phát triển và thịnh vượng nhưng thách thức đặt ra là cần đảm bảo sự tăng trưởng và thịnh vượng đồng đều trong khu vực (Tổ Chức Lao Động Quốc Tế - ILO).

Nguồn: Yoshiteru Uramoto, Trợ lý giám đốc và Giám đốc khu vực Châu Á và Thái Bình Dương - ILO

(http://www.ilo.org/asia/info/public/features/WCMS_300671/lang--en/index.htm)

Các nhà hoạch định chính sách tốn khá nhiều giấy mực về tác động của Cộng đồng Kinh tế ASEAN vào năm 2015. Tuy nhiên, câu hỏi thực sự là AEC có sức tác động như thế nào đến 600 cư dân? Bên

cạnh đó, Tổ chức Lao động Quốc tế và Ngân hàng Phát triển Châu Á đã chung tay đi tìm một số giải pháp, và tuần này chúng tôi đưa ra các kết quả nghiên cứu trong một báo cáo trình lên Tổng thư ký ASEAN - Lê Lương Minh [tại Jakarta].

Người dân ASEAN là những người đầu tiên trải nghiệm thay đổi kinh tế được thể hiện qua thị trường lao động. Điều quan trọng đối với công dân ASEAN là liệu họ có thể tìm được một công việc an toàn, với mức lương hấp dẫn và có các điều kiện làm việc tốt hay không, và liệu con cái họ có thể có được những công việc tương tự hay không. Những kết quả của chúng tôi rất khả quan. Nếu được quản lý hiệu quả trong thập kỷ tới, AEC có thể khiến tốc độ tăng trưởng kinh tế của khu vực tăng 7.1% và tạo ra thêm 14 triệu việc làm. Tuy nhiên, có một số chữ “NẾU” và chữ “NHỮNG” lớn cần xem xét như sau:

Trong khi một số ngành có khả năng phát triển mạnh, một số ngành khác có nguy cơ mất

việc làm, và người lao động có thể không có đủ các kỹ năng cần thiết để nắm bắt những cơ hội mới do AEC tạo ra. Ngoài ra, tuy năng suất tăng có thể nâng cao thu nhập trong một số ngành, nhưng thu nhập của đại đa số công dân có thể không được cải thiện nếu không có các thể chế xác lập lương hiệu quả.

Để phát huy toàn bộ tiềm năng hội nhập kinh tế, các nước trong khu vực cần phải hành động quả quyết ngay lúc này. Thông điệp cốt lõi trong nghiên cứu của chúng tôi là: “Cộng đồng ASEAN năm 2015: Quản lý hội nhập nhằm mang lại những công việc tốt hơn và sự thịnh vượng chung”. Dưới đây là ba ưu tiên mà các nhà lãnh đạo ASEAN cần chú trọng:

Ưu tiên hàng đầu là cần tích cực quản lý và hỗ trợ thay đổi cơ cấu. Nói cách khác, cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng và thực hiện các chính sách cấp ngành một cách hợp lý. Bên cạnh đó, cần cải thiện cơ sở hạ tầng “mềm” - tức đầu tư vào các hệ thống giáo dục và đào tạo hiệu



quả, giúp người lao động có các kỹ năng đáp ứng được các yêu cầu của doanh nghiệp. Để gặt hái được thành công, quá trình điều chỉnh này đòi hỏi sự hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các thành viên có khả năng chịu nhiều ảnh hưởng trong cộng đồng ASEAN. Một lộ trình được đề xuất là thông qua các hệ thống bảo trợ xã hội vững mạnh.

Thứ hai, các lợi ích kinh tế phải mang đến sự thịnh vượng chung. Thông qua công tác gắn tiền lương với năng suất, nhân công có thể được hưởng lợi từ sự tiến bộ kinh tế, trong khi các doanh nghiệp vẫn đảm bảo được sức cạnh tranh. Điều này đòi hỏi các hệ thống xác lập lương hiệu quả, đưa ra mức lương tối thiểu bảo vệ các thủ tục thỏa thuận lương tập thể, cho phép nhà tuyển dụng và công đoàn đàm phán cải thiện điều kiện công việc và tìm ra

các giải pháp nâng cao năng suất.

Song sự thịnh vượng chung không chỉ gói gọn trong công tác thiết lập các hệ thống hiệu quả hơn mà còn cần hướng đến sự phát triển công bằng và hướng đến lợi ích của nhiều công dân hơn. Vì vậy, ASEAN cần hành động để thực hiện bình đẳng giới và tôn trọng các quyền lợi của công nhân xuất khẩu lao động.

Cuối cùng, các nước ASEAN cần tăng cường hợp tác khu vực. Một số nhiệm vụ trong sợi dây hợp tác này đã được thực hiện. Minh chứng là trong Tuyên bố Cebu, các nhà lãnh đạo ASEAN đã nhất trí "đẩy mạnh những công ăn việc làm tốt, nhân đạo, hiệu quả, quý giá và có thù lao hậu hĩnh dành cho nhân công xuất khẩu lao động". Bên cạnh đó, Tuyên bố về bảo trợ xã hội của ASEAN đã đặt ra nguyên tắc "bảo trợ

xã hội công bằng". Hành động cụ thể nhằm biến những con chữ trên giấy tờ thành thay đổi trên thực tế hiện đang là yêu cầu cấp thiết. Bên cạnh đó, cần chung tay hợp tác nhằm mở rộng sang các mảng khác, ví dụ như công nhận kỹ năng, đưa ra thông tin, nghiên cứu và phân tích các thị trường lao động.

Cộng đồng kinh tế ASEAN 2015 sẽ đặt ASEAN đứng giữa một ngã tư. Nếu những ưu tiên được giải quyết hiệu quả, khu vực này có thể gặt hái được nhiều thành tựu lớn hướng tới phát triển kinh tế công bằng và sự thịnh vượng chung. Tuy nhiên, nếu giới lãnh đạo ASEAN không hành động kịp thời, AEC sẽ gây ra sự bất bình đẳng và bỏ qua quyền lợi của đa số công dân ASEAN.

Thành công của hội nhập khu vực ASEAN phụ thuộc vào tác động của hội nhập

khu vực đến thị trường lao động và chất lượng cuộc sống của người dân ASEAN

(<http://www.adb.org/publications/asean-community-2015-managing-integration-better-jobs-and-shared-prosperity>)

Ngân hàng Phát triển châu Á và Tổ chức Lao động quốc tế đã hợp tác nghiên cứu về tác động của Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) đối với người lao động. Nghiên cứu này nhấn mạnh những thách thức và cơ hội gắn liền với AEC, bao gồm công tác quản lý công nhân xuất khẩu lao động, tăng năng suất, tăng lương và nâng cao chất lượng công việc. Bản nghiên cứu đã đưa ra các khuyến nghị về chính sách nhằm tạo công ăn việc làm tốt hơn và đảm bảo rằng các lợi ích của AEC được chia sẻ công bằng giữa các quốc gia và các ngành nghề.

AEC sẽ tạo ra một thị trường và cơ sở sản xuất chung, đồng thời mở ra các cơ hội mới hướng đến sự thịnh vượng cho 600 triệu phụ nữ và nam giới trong khu vực. Sau bức màn hội nhập là những vấn đề cần quan tâm về tạo công ăn việc làm và sự mất việc, phát triển các kỹ năng, tiền lương và năng suất, xuất khẩu lao động, các hệ thống bảo trợ xã hội, và sự kết nối hợp tác. Tuy nhiên, nếu AEC không được quản lý hiệu quả, cộng đồng chung này sẽ không thể mang lại lợi ích cho tất cả mọi người và thậm chí còn tăng mức bất bình đẳng vốn có.

Để phát huy toàn bộ tiềm năng của AEC nhằm tạo thêm nhiều công ăn việc làm, cần có



các hành động quyết đoán sau: quản lý thay đổi cơ cấu hiệu quả hơn, đảm bảo các lợi ích kinh tế mang đến sự thịnh vượng chung, đẩy mạnh hợp tác khu vực và đối thoại ba bên. Sau cùng, thành công của công cuộc hội nhập ASEAN phụ thuộc vào tác động của công cuộc này đối với thị trường lao động – nói cách khác là tác động của công cuộc hội nhập đối với chất lượng cuộc sống của các công dân ASEAN.

Đội ngũ nhân công lành nghề lưu thông “tự do hơn” tại ASEAN: Các khát vọng, Cơ hội và Thách thức trong và sau 2015

<http://www.migrationpolicy.org/research/freer-flow-skilled-labour-within-asean-aspirations-opportunities-and-challenges-2015>

Sức cạnh tranh, năng suất và tốc độ tăng trưởng của các quốc gia phụ thuộc phần lớn

vào khả năng tiếp thu và vận dụng kiến thức mới và không ngừng nâng cao các kỹ năng của lực lượng lao động trong nước. Tuy nhiên, nhiều nước không có hệ thống giáo dục phù hợp để đào tạo lực lượng lao động đáp ứng được các yêu cầu trong nước; và thực tế phổ biến tại các nước đang phát triển là nhân công lành nghề tìm kiếm các cơ hội việc làm tại nước ngoài. Trong thập kỷ vừa qua, Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), một tổ chức kinh tế chính trị của mười nước trong khu vực Đông Nam Á, đã bắt tay vào giải quyết trực tiếp các vấn đề này. Trong năm 2007, các nước thành viên ASEAN đã nhất trí nhanh chóng xúc tiến thành lập cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) vào năm 2015. Nói cách khác là biến khu vực thành một thị trường và cơ sở sản xuất chung với luồng nhân công lành nghề lưu thông tự do. Nhằm giải quyết vấn đề công nhân xuất khẩu trong khu vực thiếu sự ghi nhận về các

kỹ năng cần thiết để áp dụng các kiến thức đã được đào tạo tại các nước họ đến làm việc, các nước thành viên ASEAN đang thực hiện các bước đi hướng đến sự ghi nhận hiệu quả hơn về bằng cấp trình độ nhằm tránh lãng phí nguồn vốn nhân lực.

Phương thức tiếp cận của AEC khác với khái niệm về các luồng nhân công tự do tại châu Âu hay Cộng đồng Caribe (CARICOM). Thay vì hướng đến không hạn chế luồng nhân công lãnh nghề tự do, AEC nỗ lực hỗ trợ để luồng nhân công lưu thông "tự do hơn", chủ yếu thông qua việc thực hiện các Hiệp định khung về sự công nhận lẫn nhau (MRA) trong đó thiết lập các khuôn khổ trình độ và tạo điều kiện thuận lợi cho công tác cấp thị thực tạm thời cho từng nghề nghiệp.

Nhìn chung, vấn đề thứ mười một do Viện Chính Sách Nhập Cư (MPI) và Văn phòng khu vực Châu Á và Thái Bình Dương của Tổ Chức Di Dân Quốc Tế đã nêu bật các mục tiêu của các nước thành viên ASEAN so với các thách thức mà họ phải đối mặt. Hai tổ chức trên cũng nghiên cứu rủi ro mất đi các cơ hội của khu vực trong hiện tại và tương lai nếu các thách thức vẫn chưa được giải quyết. Trong khi thoả thuận bằng văn bản có vẻ đầy hứa hẹn, trên thực tế khoảng 87 % người di cư trong khu vực ASEAN là người lao động có tay nghề thấp, sự di cư bất thường phổ biến trong khu vực này, và sự mất cân bằng trong dòng chảy nhân công giữa các quốc gia có thể

khiến những khát vọng của AEC vốn đã hạn chế nay còn trở nên phức tạp hơn.

AEC dự kiến tạo ra 14 triệu việc làm mới

(<http://www.investasian.com/2014/09/04/aec-asean-14m-jobs/>)

Tổ Chức Lao Động Quốc Tế (ILO) dự đoán sự thành lập Cộng đồng Kinh tế ASEAN trong năm 2015 sẽ tạo ra nguồn cầu mười bốn triệu việc làm mới trong khu vực Đông Nam Á. ILO cho rằng luồng nhân công lưu thông tự do, các khoản đầu tư, dịch vụ và xuất khẩu được kỳ vọng sẽ là một động lực to lớn thúc đẩy lượng công việc tại các nước thành viên ASEAN.

ILO cho hay “AEC có thể đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế và thay đổi cơ cấu, đồng thời tăng năng suất gấp đôi trong một số nền kinh tế ASEAN. Bên cạnh đó, AEC có khả năng tạo ra thêm 14 triệu việc làm và mở ra những cơ hội mới mang lại sự thịnh vượng cho hàng trăm triệu người”.

ILO trích dẫn một nghiên cứu do tổ chức và Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) thực hiện đã kết luận rằng đến năm 2015, lượng công việc đòi hỏi tay nghề cao tại ASEAN được kỳ vọng tăng 41%, tương đương 14 triệu, trong khi lượng việc làm chỉ đòi hỏi tay nghề thấp và lượng việc làm đòi hỏi tay nghề trung bình được kỳ vọng lần lượt bằng 12 triệu và 38 triệu.

Tuy nhiên, ILO cảnh báo rằng sự quản lý yếu kém của Cộng đồng kinh tế ASEAN có thể

khiến khoảng cách bất bình đẳng thu nhập ngày càng lớn và khiến nhiều vấn đề khác trở nên tồi tệ hơn, chẳng hạn như việc làm phi chính thức hay điều kiện làm việc tồi tàn. "Bản báo cáo dự báo rằng tình trạng thiếu kỹ năng và kỹ năng bị sắp xếp không hợp lý với công việc có thể trở nên tồi tệ hơn do sự thiếu hụt và chất lượng giáo dục và đào tạo yếu kém".

Do đó, ILO yêu cầu tất cả các nước thành viên ASEAN đẩy mạnh phát triển đồng đều và công bằng. Tổ chức này cho rằng nếu các nước muốn được hưởng lợi từ sự dịch chuyển lao động, họ sẽ cần phải phê chuẩn và thực thi các công ước quốc tế, mở rộng phạm vi an sinh xã hội, và thực hiện Văn Kiện Khung ASEAN Về Bảo Vệ và Thúc Đẩy Quyền Lợi của Người Lao Động Di Trú.

Những ưu tiên khác do ILO đề cập bao gồm hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ, quản lý hiệu quả hơn các thay đổi cơ cấu, thúc đẩy các thể chế về thị trường lao động, đẩy mạnh hợp tác khu vực, nâng cao bảo trợ xã hội, đưa ra các quy trình công nhận các kỹ năng của nhân công hiệu quả hơn và gắn kết thị trường lao động và hệ thống giáo dục.

ILO phát biểu "Cuối cùng, kế hoạch của ASEAN về hội nhập khu vực sẽ được đưa ra xem xét về lợi ích của công cuộc hội nhập đối với những người lao động trong khu vực. Các nhà hoạch định chính sách không được bỏ lỡ cơ hội này nhằm đảm bảo rằng mọi người đều được hưởng lợi từ sự phát triển ấn tượng tại khu vực". ■

KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM 2014-2015: Phục hồi, Cải cách, Rủi ro?

Võ Trí Thành (CIEM)

1

KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ KHU VỰC

Phục hồi?

- **2010-2013:** Đà phục hồi kinh tế thế giới chậm lại (tăng trưởng: 5,2% năm 2010; 3,9% năm 2011, 3,2% năm 2012 và 3.0% năm 2013)
- **2014-2015:** Xu hướng phục hồi, song mong manh, bất định
 - Đánh giá thay đổi thường xuyên (Tăng trưởng KTTG 2014: dự báo IMF 1/2014: 3,7%, tháng 7/2014: 3,4%; tháng 10/2014: 3,3%; Dự báo 2015: 4% xuống 3,8%)
 - Hoa Kỳ: chuyển biến tích cực hơn (tăng trưởng và việc làm)
 - KV Euro: Khó khăn (nợ công, KV tài chính; vấn đề Ukraine, Hy Lạp)
 - Nhật Bản: phục hồi chưa đủ rõ (thực thi Abenomics >< thuế tiêu dùng)
 - Tăng trưởng KT Trung Quốc, Ấn Độ, và nhiều nền kinh tế mới nổi suy giảm (cả tăng trưởng thực và xu hướng tăng trưởng tiềm năng); Nga suy thoái

2

Rủi ro?

- Khủng hoảng KV Euro chưa kết thúc; áp lực tài khóa Hoa Kỳ còn cao. Rủi ro có thể tăng tại các nền KT mới nổi

Loại hình	Mức độ	Tác nhân
"sốc" giá hàng hóa cơ bản	Biến động giá đầu khó lường	Công nghệ; quyết định của OPEC; vấn đề địa – chính trị
Rủi ro tài chính và dịch chuyển vốn	Khá cao	Độ lành mạnh tài chính EU, TQ thấp; thay đổi CS tiền tệ các nước phát triển; vấn đề địa-chính trị
Đứt khúc "mạng SX", "chuỗi giá trị"	Trung bình (ở một số lĩnh vực)	Vấn đề địa-chính trị; thời tiết/thiên tai
Rủi ro địa-chính trị	Cao	Phương trình quyền lực giữa các nước lớn; chủ nghĩa dân tộc, tôn giáo cực đoan

KINH TẾ VIỆT NAM**Kinh tế 2007-2011**

- 2001-2006 (sau BTA & Luật DN): Tăng trưởng cao (7.8% năm); đầu tư, thương mại tăng, môi trường vĩ mô tương đối ổn định (lạm phát thấp; cán cân vãng lai cân bằng,...)
- 2007-2011 (5 năm sau gia nhập WTO): Tăng trưởng giảm (6.5% năm); đầu tư bùng nổ, thương mại mở rộng; bất ổn vĩ mô lớn (lạm phát cao và dao động lớn); cân đối vĩ mô méo mó trầm trọng (ngân sách; TM; S-I > 10% GDP)
- Đánh giá chung: Nền KT vấp phải hai vấn đề lớn: 1. Vấn đề *cơ cấu* (chất lượng tăng trưởng thấp); và 2. Vấn đề *bất ổn vĩ mô* (nền KT trở nên kém đề kháng trước các cú sốc từ bên ngoài và bên trong)

Bước chuyển mạnh mẽ tư duy chính sách từ 2011-2012

- Nhất quán tập trung vào ổn định kinh tế vĩ mô cùng đảm bảo an sinh xã hội (NQ 11 tháng 3/2011)
- Triển khai chương trình tái cấu trúc nền kinh tế (Chương trình tổng thể: đầu năm 2013), đặt trọng tâm vào
 - Hệ thống tài chính – ngân hàng (3/2012)
 - Khu vực DNNN (6/2012)
 - Khu vực đầu tư công

6

... với nỗ lực hạ cánh mềm, song việc thực thi chưa “nhuyễn”

Mục tiêu và thực hiện mức tăng tín dụng và đầu tư

	2010	2011	2012	2013	2014
Tăng trưởng tín dụng (%) (Mục tiêu năm)	32.4 (25)	12.0 (20)	8.0 (15)	10% (12)	≈ 13% (12-14)
Tổng đầu tư (% GDP) (Mục tiêu năm)	41.9 (<40)	36.4 (35-36)	33.0 (34-35)	30.0 (34-35)	≈ 31.0 (30)
Đầu tư công (% tổng đầu tư)	38.1	38.9	37.8	35.0	36.5

Ghi chú: Số liệu quý có tính thời vụ

7

Thực trạng kinh tế 2012- 2014

- Ổn định kinh tế vĩ mô: cải thiện, song thiếu vững chắc
 - Lạm phát giảm mạnh; tỷ giá VNĐ/USD tương đối ổn định, cán cân vãng lai cân bằng và cán cân TTQT thặng dư, dự trữ ngoại hối tăng đáng kể; thanh khoản NH cải thiện rõ rệt; nhiều ngân hàng thương mại được bước đầu tái cấu trúc. Cải thiện CDS và mức xếp hạng tín nhiệm (Moody; S&P)
 - Song khó khăn ngân sách và nợ công (Chấp nhận tăng thâm hụt mục tiêu 4,8% GDP; nợ công có tỷ lệ < 60% GDP song tăng nhanh và rủi ro dòng tiền lớn). Nợ xấu tăng, sở hữu chéo, tính minh bạch thấp vẫn là nguy cơ gây bất ổn tài chính
- SXKD vẫn gặp nhiều khó khăn mặc dù đã có một số dấu hiệu tích cực (PMI > 50 kể từ 9/2013; chỉ số công nghiệp xu thế tăng nhẹ; tổng giá trị XK hàng hóa tăng khá cao (2014 tăng 13,6%; KV trong nước: >10%))
 - Cơ hội kinh doanh thấp do tổng cầu giảm (Mức tăng tổng mức bán lẻ *thực* giảm từ trên 10%/năm còn khoảng 5,5% năm 2013 và gần 6% năm 2014; tổng đầu tư giảm từ trên 40%/GDP xuống 30-31%/GDP năm 2013 và 2014)
 - DN khó tiếp cận tín dụng (dù lãi suất giảm đáng kể) do nợ xấu lớn
 - SX và XK một số nông sản vẫn khó khăn
- Cải cách cơ cấu nhìn chung (nhất là đối với DNNN) diễn ra *chậm, giảm lòng tin*, dù có ý chí chính trị, chương trình, và cả một số cơ chế khá mạnh để thực thi)

Kế hoạch và Dự báo 2015

- 2014: Tăng trưởng xấp xỉ của 6,0%; lạm phát: 1,8% (trung bình: 4%)
 - Mục tiêu 2015: tăng trưởng 6,2% lạm phát: khoảng 5%
- Nhiều dự báo: tăng trưởng 6,0% - 6,1%; lạm phát 4% - 6%
- (KH 2016-2020: Tăng trưởng: 6,5%-7,0%/năm; lạm phát 5%-6%)

Những vấn đề chính sách chủ chốt

■ CS tiền tệ

- “Khởi thông” tín dụng & xử lý nợ xấu (VAMC, DATC, qui trình pháp lý; sự phục hồi TT bất động sản và thụ thi ui Luật Nhà ở, Luật KD bất động sản sửa đổi)
- Độ linh hoạt tỷ giá (cơ chế & điều hành; tăng khả năng cạnh tranh và tạo dư địa điều hành CS tiền tệ)
- Gánh nặng hỗ trợ phục hồi (các “gói” hỗ trợ SXKD; xử lý nợ xấu; “trợ lực” trái phiếu CP) → méo mó; tăng rủi ro nợ xấu tương lai; khó rút lui các biện pháp can thiệp hành chính

■ **CS tài khóa** (ít dư địa do thâm hụt NS cao và rủi ro nợ công tăng)

- Cân đối NS năm 2015 (giá dầu giảm 1USD, thu từ dầu giảm khoảng 1000 tỷ VNĐ) + Cam kết trung hạn (giảm thâm hụt; nợ công) trong khi KH và đầu tư công, cả phát hành trái phiếu chuyển sang trung hạn
- Đòi hỏi giảm thuế trong khi áp lực chi tăng (chi đầu tư, chi thường xuyên). Bài toán lương tối thiểu và tăng lương
- Phối hợp chính sách tiền tệ (dòng tiền, trái phiếu và lãi suất; thời điểm: Ứ đọng nhiều nghìn tỷ VNĐ có chi phí cơ hội quá cao)

■ **Cải cách cơ cấu**

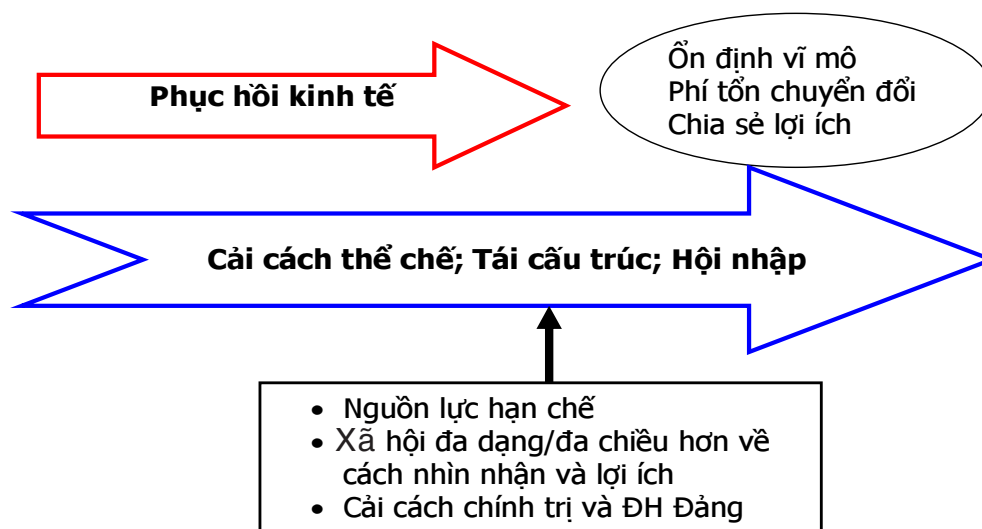
- *DNNV*: Xử lý đồng thời 4 vấn đề: Minh bạch; đại diện sở hữu & giám sát; thông lệ quản trị tốt; cổ phần hóa TĐ, TCTy
- *Hệ thống ngân hàng*: Chuyển từ tránh “đổ vỡ hệ thống” sang lành mạnh hóa và nâng cao năng lực (xử lý nợ xấu, “sở hữu chéo”; tăng cường minh bạch thông tin và năng lực giám sát, áp dụng chuẩn mực quốc tế và nâng cao năng lực quản lý rủi ro)
- *Đầu tư công*: Thực thi Luật Đầu tư công; sửa đổi Luật Ngân sách, cách thức phân cấp, tạo dựng khung pháp lý phù hợp cam kết quốc tế
- *Tiếp tục cải cách thị trường nhân tố sản xuất (vốn, đất đai, lao động)*
- *Lựa chọn lĩnh vực đột phá*: nông nghiệp, du lịch, IT và một số ngành công nghiệp (lợi thế gắn với hội nhập và hợp tác với đối tác mạnh)

■ **Tăng cường năng lực chống đỡ các cú "sốc"**

- Giám sát tài chính, chu chuyển vốn; chuẩn bị kịch bản và công cụ phòng chống, xử lý
- Đa dạng lựa chọn thị trường, gắn kết lợi ích qua tham gia chuỗi, mạng SXKD với các nhà đầu tư lớn từ các nước phát triển (thông tin, hội nhập)
- Tạo dựng cơ chế, năng lực và trách nhiệm trong phản ứng với thiên tai, bất ổn xã hội do rủi ro địa-chính trị

■ **Nhìn tổng thể: Thời điểm trọng đại, lợi thế tiềm năng không nhỏ, tham vọng lớn lao, song đối mặt nhiều thách thức →**

Cùng với cam kết, lộ trình, bước đi ưu tiên, rất cần bản lĩnh lãnh đạo mạnh mẽ và sự vào cuộc của cả xã hội và hệ thống chính trị



Ảnh hưởng của giá dầu đến nền kinh tế Việt Nam Làm thế nào để bù đắp?

TS. VÕ TRÍ THÀNH

Nguyên nhân chính dẫn đến giá dầu giảm nhanh và mạnh

Về việc giá dầu thế giới sụt giảm nhanh và mạnh như hiện nay, TS. Võ Trí Thành cho biết, có thể kể đến 5 nguyên nhân chính sau:

Thứ nhất, đồng USD lên giá, mà giá dầu tính theo đồng bạc xanh, nên nếu đồng USD tăng thì giá dầu sẽ giảm xuống. Tuy nhiên, đây không phải là nguyên nhân chính yếu dẫn đến việc giá dầu bị sụt giảm nhanh và mạnh như thời gian này.

Thứ hai, nhu cầu của thế giới giảm do sự phục hồi kinh tế thế giới còn yếu. Các quốc gia có mức tiêu thụ dầu cao nhưng mức tăng trưởng chậm lại đáng kể, có thể kể đến nền kinh tế mới nổi như Trung Quốc, hay các khu vực sử dụng dầu mỏ nhiều nhưng đang có mức tăng trưởng thấp như Liên minh châu Âu (EU)...

Thứ ba, trong bối cảnh giá dầu hạ, nhu cầu tiêu thụ dầu giảm, thì các nước OPEC vẫn quyết định giữ nguyên sản lượng. Chính vì vậy, giá dầu lại càng sụt giảm mạnh như hiện nay.

Thứ tư, do tác động của kết



quả cải tiến công nghệ khai thác dầu đá phiến. Mức độ khai thác, mức độ thương mại hóa đã cao hơn rất nhiều.

Trong đà phục hồi kinh tế vốn yếu ớt thì ở Mỹ nền kinh tế lại phục hồi chậm nhất. Mỹ là quốc gia có mức tiêu thụ năng lượng cao nhưng có khả năng sản xuất dầu đá phiến, và như vậy nhu cầu nhập khẩu dầu của Mỹ giảm mạnh.

Thứ năm, không loại trừ các yếu tố địa chính trị, mặc dù chưa có bằng chứng rõ ràng cho thấy tác động của nó đến việc giá dầu bị sụt giảm nhanh và mạnh như thời gian vừa qua.

Câu chuyện về liên minh “đồng sàng dị mộng” giữa Mỹ và Ảrập Xêút với chiến lược hạ giá dầu nhằm chống lại Nga và Iran vẫn được nhắc đến như một trong những nguyên nhân chính dẫn đến việc giá dầu bị sụt giảm nhanh, mạnh. Song theo TS. Võ Trí Thành, cho rằng dù hai nước này có liên kết với nhau để làm hạ giá dầu như các chuyên gia phân tích đánh giá chẳng nữa thì cũng không có khả năng đẩy giá dầu xuống dưới mức giá mà chúng ta vẫn nghĩ, bởi việc này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến nền kinh tế của cả Mỹ và Ảrập Xêút.

Nền kinh tế thế giới chịu tác động như thế nào?

Từ việc giá dầu thế giới giảm mạnh trong suốt thời gian vừa qua ảnh hưởng như thế nào đến nền kinh tế thế giới nói chung, TS. Võ Trí Thành đánh giá:

Nhìn tổng thể, việc giá dầu thế giới sụt giảm mạnh có tác động tích cực đến các quốc gia có mức tiêu thụ các sản phẩm từ dầu (dầu mỏ, xăng...) cao. Giá dầu giảm, chi phí giảm sẽ dẫn tới chi phí đầu vào cho sản xuất kinh doanh giảm.

Với việc hưởng lợi từ sự lan tỏa từ giá xăng dầu là đầu vào của nhiều quá trình sản xuất, thương mại nên giá tiêu dùng cũng có thể có xu hướng giảm, lạm phát giảm, và như vậy người tiêu dùng sẽ có lợi.

Thế nhưng, trong tiêu dùng thường có hiệu ứng là khi giá giảm thì lại cho rằng giá sẽ còn tiếp tục giảm nữa nên chờ chưa tăng tiêu dùng, và như vậy, trong bối cảnh kinh tế thế giới phục hồi còn yếu, xu hướng giá giảm mạnh, cầu về tiêu dùng - thành tố quan trọng trong kích cầu để thúc đẩy tăng trưởng - lại bị ảnh hưởng.

Đối với một số quốc gia sản xuất dầu mỏ, trong đó ngân sách phụ thuộc nhiều vào dầu mỏ nhìn chung trước mắt là bị ảnh hưởng lớn. Điều này thấy rõ nhất ở Nga, Iran, Venezuela, các quốc gia OPEC (điển hình là Arập Xêút).

Nền công nghiệp khai thác khí đá phiến của Mỹ chịu ảnh hưởng ra sao?

Đối với Mỹ, từ việc sử dụng chiêu bài liên kết với Arập Xêút để đẩy giá dầu giảm xuống nhằm chống lại Nga và Iran, trong khi giá dầu tiếp tục giảm mạnh như vậy thì nền công nghệ khai thác khí đá phiến của Mỹ sẽ bị ảnh hưởng như thế nào, TS. Võ Trí Thành cho biết:

Địa chính trị vẫn được xem là một trong những nguyên nhân làm giảm giá dầu giảm nhanh và mạnh trong thời gian qua. Tuy nhiên, để tìm ra được những bằng chứng rõ ràng, cụ thể, “nhìn thấy được” không phải là dễ.

Các quốc gia OPEC, đặc biệt là Arập Xêút tuyên bố sẽ giữ nguyên mức sản lượng bởi lý do: thứ nhất, để giữ thị phần; và thứ hai là chi phí khai thác dầu mỏ ở Arập Xêút rất thấp (dưới 20 USD), nên giá dầu có giảm thì Arập Xêút vẫn có thể chịu được.

Còn với Mỹ, quốc gia được xem đã dùng dầu đá phiến làm “vũ khí” khuynh đảo thị trường dầu mỏ cho những lợi ích địa chính trị và các mục tiêu kinh tế, thì với con số chi phí mới để sản xuất dầu đá phiến tại Mỹ trong những ngày đầu năm 2015 chỉ còn trên 12 USD/thùng, các chuyên gia phân tích cho rằng dù giá dầu thô có xuống 30 USD/thùng thì Mỹ vẫn có lãi trong khai thác. Tuy nhiên, nếu giá dầu tiếp tục giảm mạnh và sâu nữa thì toàn bộ nền công nghệ khai thác dầu khí đá phiến của Mỹ sẽ bị thất bại.

Song TS. Võ Trí Thành nhấn mạnh: Việc công nghệ khai

thác dầu đá phiến bước đầu được thương mại hóa nhưng đã trở thành nhân tố để thay đổi giá dầu trong thời gian vừa qua, thì không loại trừ trong thời gian ngắn nữa sẽ có những phiên bản khác của công nghệ này, cùng các công nghệ năng lượng mới ra đời, và như vậy chi phí sẽ còn thấp nữa.

Về quan điểm “công nghệ năng lượng có thể làm thay đổi thế giới một cách mạnh mẽ”, ông nhận định:

Thứ nhất, công nghệ năng lượng có thể làm thay đổi chiến lược năng lượng quốc gia về cơ cấu năng lượng.

Thứ hai, công nghệ năng lượng có thể thay đổi quan điểm về địa chính trị thế giới. Trung Đông - vốn được xem là “rốn dầu” của thế giới, điểm nóng của nhiều xung đột - sẽ bị thay đổi về vai trò trong bản đồ chính trị toàn cầu khi với công nghệ năng lượng mới, Mỹ có thể đảm bảo đủ năng lượng, không cần phải nhập và thậm chí và trong tương lai có thể xuất.

Ngay cả Biển Đông, nếu có những thay đổi trong công nghệ năng lượng, thì cách nhìn về khu vực này cũng sẽ khác. Vai trò của Nga trong cung cấp năng lượng cho thế giới và châu Âu cũng khác. Bản thân Mỹ cũng khác... Và khi đó, sức mạnh của các quốc gia vốn được xem là tạo ra công nghệ và làm chủ năng lượng cũng sẽ thay đổi.

Như vậy, bên cạnh những cái ngắn hạn, như chi phí cạnh tranh, phục hồi kinh tế, ngân

sách một quốc gia... thì cần có cái nhìn dài hơi hơn về công nghệ năng lượng bởi nó có thể sẽ làm thay đổi vai trò địa chính trị của một số quốc gia lớn trên thế giới như đã nói ở trên.

Tác động đến nền kinh tế Việt Nam

Việc giá dầu giảm ảnh hưởng như thế nào đối với nền kinh tế Việt Nam là một vấn đề nhận được rất nhiều sự quan tâm bởi đây là một phần của vấn đề tiêu dùng sản xuất, sự cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam, ngân sách Việt Nam.

Theo TS. Võ Trí Thành, các nghiên cứu nhìn chung đều nhận định khá nhất quán về tác động tích cực của giá dầu giảm mang lại:

Thứ nhất, giá dầu giảm góp phần vào ổn định kinh tế vĩ mô, đưa lạm phát duy trì ở mức tương đối thấp. Và điều này sẽ tạo ra thêm các dư địa cho chính sách tiền tệ linh hoạt hơn, hỗ trợ cho ổn định sản xuất kinh doanh.

Thứ hai, có tác dụng rõ ràng đối với người tiêu dùng.

Thứ ba, cũng giống ở nhiều nước, giá dầu giảm sẽ làm giảm chi phí đầu vào của nhiều quá trình sản xuất kinh doanh. Bên cạnh đó, việc giảm chi phí xăng dầu và năng lượng nói chung góp phần tạo thêm năng lực cạnh tranh của các công ty sản xuất năng lượng điện.

Tuy nhiên, TS. Võ Trí Thành cũng cho biết, giá dầu giảm sẽ ảnh hưởng đến thu ngân sách

và cân đối ngân sách.

Theo Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia, với dự báo giá dầu thanh toán trung bình năm 2015 là 60USD/thùng, thì thu ngân sách từ xuất khẩu dầu thô sẽ hụt 37.000 tỷ đồng so với dự toán (tương đương với 4% tổng thu Ngân sách Nhà nước), và giảm 47% so với ước thực hiện của năm 2014.

Bên cạnh đó, giả định các mức thuế nhập khẩu và phí xăng dầu giữ nguyên như đầu năm 2014, thì với giá dầu như trên, thu ngân sách sẽ hụt thêm khoảng 6.000 tỷ đồng. Do vậy, tổng mức hụt thu ngân sách nhà nước từ xuất khẩu dầu và thuế, phí nhập khẩu dầu vào khoảng 43.000 tỷ đồng, bằng 4,6% tổng thu ngân sách nhà nước năm 2015. Giả sử nếu giá dầu giảm 1 USD/thùng, ngân sách sẽ hụt thu khoảng 1.000 - 1.200 tỷ đồng, đây là một con số không hề nhỏ.

Năm 2015, dự toán thu ngân sách từ dầu thô là 93.000 tỷ đồng với giá dự toán dầu thô là 100 USD/thùng. Bộ Kế hoạch và Đầu tư ước tính, nếu giá dầu giảm từ trên 100 USD/thùng đầu năm 2014 xuống còn bình quân 70 USD/thùng trong năm 2015, thì ngân sách hụt thu khoảng 30.000 tỷ đồng. Nếu giá dầu giảm xuống bình quân 60 USD/thùng, ngân sách sẽ giảm nhiều hơn nữa.

Vậy làm thế nào để bù đắp?

Theo TS. Võ Trí Thành, để giảm bội chi ngân sách, hiện có ba biện pháp sau:

Biện pháp 1, nhiều người cho rằng nên tăng sản lượng khai thác, song TS. Võ Trí Thành cho rằng đây là cách không mong muốn bởi như vậy sẽ “bóc lột” tài nguyên. Và nếu giá dầu lại giảm tiếp, mà chúng ta tiếp tục khai thác nữa thì có khi lại lỗ.

PVN nói rằng với mức giá dầu 50 USD/thùng vẫn có thể chịu được bởi mức chi phí khai thác hiện nay khoảng 35 - 37 USD/thùng. Nếu chi phí khai thác các giếng dầu thấp hơn thì có thể chịu được, nhưng nếu cao hơn thì có lẽ sẽ phải đóng. Và nếu giá dầu đứng ở mức khá thấp hơn nữa thì PVN sẽ hạn chế khai thác dầu, và thay vào đó sẽ là một cách khác.

Biện pháp 2, tăng thuế, phí, lệ phí để bù đắp. TS. Võ Trí Thành cho rằng “có thể, nhưng không nên lạm dụng”. Theo ông, tốc độ giảm giá xăng dầu trong nước không như mong muốn như mức độ giảm trên thế giới. Trong quá trình phục hồi khá yếu hiện nay của doanh nghiệp thì việc hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là đầu vào rất quan trọng. Nếu lạm dụng quá mức, sự phục hồi của doanh nghiệp, sản xuất kinh doanh sẽ bị ảnh hưởng.

Biện pháp 3, phục hồi doanh nghiệp. Doanh nghiệp phục hồi thì có thể thu thuế để bồi đắp nguồn thu. Tập trung tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, phục hồi tăng trưởng, tạo điều kiện cho sản xuất kinh doanh phát triển, từ đó tạo nguồn thu ngân sách; kết hợp đồng bộ, chặt chẽ chính sách tài khóa - tiền tệ. ■

Những chiến lược kinh doanh thiết yếu cho sự sống còn, sức cạnh tranh và tăng trưởng doanh nghiệp

GS. JOHN BEHZAD

Giới thiệu

Việt Nam đã đạt được sự tăng trưởng kinh tế đáng kể từ khi đất nước thông qua Chính Sách Đổi Mới. Đất nước đã mở rộng các mối quan hệ kinh tế với một số khu vực và quốc gia khác thông qua những bước đi ban đầu như sự gia nhập tổ chức Thương Mại Thế Giới (WTO), Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) và Cộng Đồng Kinh Tế Asean (AEC). GDP gia tăng và tình trạng đói nghèo được giảm thiểu. Các doanh nghiệp tư nhân có cơ hội mở rộng kinh doanh và cổ phần hóa. Các thị trường tài chính ngày càng phát triển và các hộ gia đình có thể đầu tư mua các tài sản tài chính. Các bạn có thể thấy sự gia tăng đáng kể về số lượng cửa hàng bách hóa, siêu thị, xe sang, phương tiện truyền thông cá nhân, ngân hàng và bảo hiểm, và các quỹ đầu tư. Tất cả những điều này là sự phát triển mới của xã hội Việt Nam hiện đại.

Việt Nam cung cấp những lợi thế kinh tế lớn cho các doanh nghiệp. Đất nước có dân số lớn và trẻ, sẵn sàng tham gia vào hoạt động kinh tế. Việt Nam có cảnh quan thiên nhiên phong phú, giàu về tài nguyên thiên nhiên và di sản văn hóa. Việt Nam đang chứng kiến sự trỗi dậy của một thể hệ doanh

nhân tư nhân mới sẵn sàng thúc đẩy doanh nghiệp của mình vượt qua những thách thức kinh doanh.

Để tận dụng được những lợi thế này, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải hình thành và phát triển một doanh nghiệp có hệ thống, đoàn kết và hướng đến tương lai để đạt được một mục tiêu duy nhất là tạo ra giá trị mang lại lợi ích chung cho các bên hữu quan chính (như khách hàng, chủ sở hữu, nhân viên và toàn thể xã hội).

Bối cảnh kinh doanh đang ngày càng thay đổi

Ngày nay, các doanh nghiệp đang hoạt động trong một môi trường thay đổi chóng mặt, tính bất ổn cao, sự chuyển đổi thị trường phức tạp, giá cả hàng hóa và tài sản biến động. Khách hàng có kỳ vọng ngày càng cao. Họ càng ngày càng mong muốn giá trị cao hơn, chất lượng và hiệu quả tốt hơn, phân phối nhanh hơn, rẻ hơn và đúng hạn hơn. Các nhà đầu tư kỳ vọng công tác quản lý nguồn lực tốt hơn và sử dụng tài sản tốt hơn.

Cùng với môi trường bên ngoài đầy biến động, nhiều doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với những điều kiện hoạt động khó khăn, chẳng hạn như những sức ép về tài

chính, luật lệ phức tạp, những hoạt động hành chính kém hiệu quả và những thực tiễn quản trị rủi ro kém. Trong một môi trường như vậy, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cần phải có một tư duy chiến lược hướng ngoại xác định rõ ràng lộ trình phát triển bền vững.

Trong những nỗ lực chèo lái con thuyền doanh nghiệp đi đúng hướng, các nhà quản lý thường xuyên phải đối mặt với những khó khăn về hiệu quả và tăng trưởng – đó là những yếu tố quyết định sự thành hoặc bại của doanh nghiệp họ. Các nhà quản lý phải liên tục theo dõi những thách thức mới của môi trường bên ngoài, tái kiểm định các mô hình kinh doanh, tái thiết các cơ sở kinh doanh và thực hiện những hành động cần thiết để đảm bảo sự tăng trưởng bền vững.

Các nhà lãnh đạo cần phải phát triển các doanh nghiệp của họ thông qua việc sử dụng các mô hình kinh doanh vững chắc với một mức giá trị thuyết phục, một cơ cấu tổ chức linh động, các hệ thống chức năng và trọng tâm tăng trưởng dài hạn.

Tôi cho rằng, đối với các doanh nghiệp trong nước, bối cảnh kinh doanh ngày nay còn gặp nhiều khó khăn. Những doanh nghiệp đã nỗ lực để vượt qua tình trạng trì trệ kéo



dài của nền kinh tế toàn cầu, lúc này, thấy rằng các “trò chơi” địa chính trị một lần nữa lại bất ổn. Các thị trường hàng hóa biến đổi ngày càng nhiều, các cơ quan tài chính đang đứng trước những vấn đề khó xử và các nhà lập chính sách đang vướng vào sự mâu thuẫn về tài khóa và tiền tệ. Tình trạng bất ổn của môi trường bên ngoài tiếp tục đe dọa đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp trong và sau năm 2015.

Hai Thách Thức Lớn

Hai thách thức lớn đe dọa đến doanh thu và lợi nhuận của các công ty trong nước. Thách thức lớn nhất là các lực đẩy từ môi trường bên ngoài. Ngày nay, các doanh nghiệp rất dễ bị ảnh hưởng bởi các thay đổi vĩ mô, những việc liên quan đến địa chính trị, sự dao động mạnh về giá cả hàng hóa và tài sản, suy thoái kinh tế, các

trò chơi tiền tệ toàn cầu, các động thái của các tổ chức tài chính, những thay đổi trong chính cách kinh tế, các thị trường định giá tài sản và những thay đổi về thị hiếu khách hàng, công nghệ, các yêu cầu về quản trị, các kỳ vọng của nhà đầu tư và các yêu cầu của công chúng.

Cùng với những sức ép từ bên ngoài, các doanh nghiệp trong nước phải đối mặt với các sức ép về hoạt động. Các đối thủ cạnh tranh ngày càng tinh vi, những lợi thế riêng ngày càng giảm, vòng đời sản phẩm và vòng đời thiết kế sản phẩm ngắn, tình trạng sao chép/bắt chước khó kiểm soát và các nền văn hóa doanh nghiệp cần phải có quy tắc để hòa nhập với các nền văn hóa doanh nghiệp nước ngoài. Những thay đổi thường xuyên về kinh tế và tài chính cho thấy những giả định và dự đoán chiến lược của doanh

nh nghiệp thường sai. Công tác ra quyết định thiếu chặt chẽ tiếp sau đó dẫn đến năng lực quản lý yếu kém.

Thường thì các nhà lãnh đạo doanh nghiệp không nhận thấy rằng họ quá tập trung vào việc thực hiện mô hình kinh doanh trước kia của họ và quên rằng nhiều yếu tố lớn có thể dần dần hủy hoại sự thành công hoặc dẫn đến thất bại nhanh chóng. Ngoài ra, sự tự tin của các nhà lãnh đạo về “quyền hạn và kinh nghiệm” của họ cũng khiến họ khó (a) thoát khỏi những chiến lược trước kia, (b) thực hiện những triển vọng mới về rủi ro và cơ hội kinh doanh, và (c) tái thiết các doanh nghiệp của họ trước những biến đổi mới của thị trường.

Với những biến đổi của môi trường bên ngoài, sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt và những khó khăn nội bộ, các doanh nghiệp có thể làm gì để tồn tại và phát triển? Làm thế nào để bảo vệ chính doanh nghiệp họ trước những yếu tố đe dọa đến lợi nhuận và doanh thu của họ?

Để thành công, các doanh nghiệp phải tái thiết lại theo những phương thức có thể giải quyết được cả những thách thức “bên ngoài” và những khó khăn nội tại một cách có hệ thống.

Đối phó với những Thách Thức Bên Ngoài

Các nhà lãnh đạo nên có năng lực, thái độ, lối tư duy, nền tảng giáo dục, kỹ năng, tầm nhìn, quan điểm và giá trị đúng đắn để lãnh đạo các doanh nghiệp thời hiện đại.

Họ nên nhảy bén trước những phát triển bên ngoài để có thể biết, dự đoán, đánh giá và quản trị rủi ro và cơ hội ảnh hưởng đến doanh thu (dòng đầu trong bảng cân đối kế toán) và lợi nhuận (dòng cuối cùng trong Bảng cân đối kế toán).

Để đối mặt với những thách thức kinh doanh hiện tại, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chọn phương pháp thực hiện kinh doanh có trọng tâm hướng ngoại với một lộ trình rõ ràng.

Tôi cho rằng các chiến lược phổ biến và thực tiễn doanh nghiệp chẳng hạn như chiến lược bất chước, tái cơ cấu, mua bán và sáp nhập (M&A) và các phương pháp Bể cong và Sửa đổi khác để quản lý kinh doanh không có khả năng giải quyết được những biến động cơ bản của các thị trường. Các công ty nên bỏ những mô hình kinh doanh cũ và chọn những mô hình kinh doanh phù hợp với những điều kiện mới của thị trường.

Cùng với lối tư duy đó, các doanh nghiệp nên:

a. Duy trì “Tâm Nhìn Quản Lý” rõ nét (bạn có thể thấy được tương lai bao xa). Có cái nhìn tầm vĩ mô, hiểu rõ môi trường kinh doanh, bám sát thực tế và tìm kiếm những thông tin về nền kinh tế và thị trường có liên quan, đầy đủ và kịp thời

b. Nắm bắt và thúc đẩy thay đổi, các nhà lãnh đạo có thể thường xuyên theo dõi các sự kiện, đánh giá các xu hướng, quản lý các hình thức và cải

biến cho phù hợp với các thay đổi của thị trường (việc theo dõi/giám sát đó sẽ mang lại những thông tin có liên quan, đúng đắn và hữu ích cho các nhà quản lý kịp thời để họ có thể dự đoán được các sự kiện và tìm ra, đánh giá và quản trị các rủi ro và cơ hội bên ngoài),

c. Thiết lập một hệ thống tri thức mạnh biến các nhà ra quyết định của các bạn thành các nhà phân tích tổ chức: xử lý các thông tin bên trong và bên ngoài chính xác, đánh giá tốt các điều kiện thị trường có liên quan và đưa ra sự phản quyết chín chắn và cân nhắc kỹ lưỡng,

d. Đổi mới “những gì bạn làm” và “cách” bạn thực hiện kinh doanh để tìm ra những nguồn doanh thu và lợi nhuận mới (chẳng hạn như những phương pháp sáng tạo để tạo ra những giá trị mới to lớn cho khách hàng vượt qua giá cả và chi phí sản phẩm)

e. Chú trọng vào những năng lực cốt lõi giúp các doanh nghiệp cạnh tranh thành công trong môi trường cạnh tranh khốc liệt (đặc biệt là cạnh tranh với các công ty đa quốc gia đang hoạt động tại Việt Nam)

f. Nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua việc sản xuất với mức giá thấp hơn và tốc độ nhanh hơn các đối thủ

Môi trường kinh doanh nội tại “mỏng manh” và nhu cầu tái thiết

Để giải quyết các thách thức kinh doanh nội tại, các doanh nhân Việt Nam cần phải cơ cấu, hoạt động và quản lý các

công ty của họ theo những phương pháp cải thiện đáng kể chất lượng, hiệu suất và các tài sản văn hóa doanh nghiệp. Kết quả cải thiện đó sẽ tác động đến lợi nhuận khi các doanh nghiệp duy trì hoạt động nội bộ “tinh gọn và minh bạch. Thông qua Tinh gọn, tôi muốn nói đến Hiệu quả Hoạt động, chẳng hạn như loại bỏ những hoạt động không cốt lõi, tăng hiệu quả nguồn nhân lực (HR) và vốn, lập ngân sách và quản trị tài chính tốt hơn, giảm lãng phí, chú trọng vào sản lượng và hiệu quả, và sử dụng những chuẩn đo tốt hơn để đo lường mức tác động của nỗ lực. Thông qua Minh bạch, tôi muốn nhấn mạnh việc duy trì văn hóa doanh nghiệp về trách nhiệm giải trình, năng lực quản lý và định hướng lấy khách hàng làm trọng tâm, và trách nhiệm và tính chính trực của cá nhân và tập thể.

Để đạt được điều này, các công ty nên:

a. Xây dựng một mục tiêu giá trị độc đáo và thuyết phục, một mô hình kinh doanh vững mạnh, và thiết kế các hệ thống và quy trình tốt để đạt được hiệu quả hoạt động cao nhất.

b. Thiết lập một cơ cấu tổ chức linh hoạt và một lực lượng lao động tận tụy làm việc theo kế hoạch nhằm đạt được những mục đích dài hạn và các mục tiêu ngắn hạn có thể đo lường được.

c. Kết hợp chặt chẽ công tác ra quyết định kinh doanh và giải quyết các rủi ro bề mặt và các rủi ro tiềm ẩn, và chuẩn bị sẵn sàng cho lộ trình sắp tới-

nó có thể đầy khó khăn và thách thức chứ không hề suôn sẻ.

d. Duy trì sự minh bạch về tài chính bằng các thước đo có liên quan và chính xác, báo cáo kịp thời và tỷ lệ sai lỗi ở mức thấp, lập mô hình tài chính hiệu quả hơn, kiểm soát và kiểm toán có hệ thống, những hoạt động khuyến khích bằng tài chính gắn với năng suất, khả năng sinh lời và giá trị gia tăng

e. Hình thành “Chiến Lược Dài Hạn” dựa trên sự tăng trưởng (về thu nhập, doanh thu, và thị phần) và nhất quán các phương pháp tài chính và kinh doanh với các mối quan tâm chiến lược.

f. Duy trì môi trường nội bộ tốt và hoạt động hợp tác với tất cả các bộ phận chức năng

g. Đổi mới và nâng cấp các hệ thống và quy trình kinh doanh, và loại bỏ những hoạt động không đủ Chi phí vốn

h. Thực hiện các chiến lược tăng trưởng với những kế hoạch tài chính chi tiết và thực tế bằng phương pháp thích hợp (vd: tăng trưởng lợi nhuận)

i. Các nhà quản lý duy trì khả năng cạnh tranh hoạt động (tăng năng suất, hiệu quả, khả năng sinh lời, tăng trưởng) và đo lường và giám sát kết quả thực hiện

j. Duy trì tình trạng tài chính mạnh bằng cách duy trì những tài sản chất lượng (tạo ra những dòng tiền lớn, năng suất và giá trị gia tăng), rút ngắn chu kỳ dòng tiền (vd: thu hồi các khoản phải thu và

hàng tồn kho nhanh chóng), kiểm soát chi phí hoạt động (chi phí vật liệu, lao động, con người và chi phí cố định) và định giá sản phẩm/dịch vụ hợp lý (giá trị nhận được phải cao hơn giá $V > P > C$)

k. Đảm bảo đủ ngân quỹ cho các nhu cầu tài chính của công ty: đầu tiên là thông qua thu nhập để lại (lợi nhuận không phân phối), sau đó là qua nợ và vốn cổ phần dài hạn (phương sách cuối cùng)

l. Sử dụng ngân quỹ hiệu quả và khôn khéo bằng cách giảm lãng phí, loại bỏ những hoạt động kinh doanh không có lợi nhuận, những hoạt động không hiệu quả, những dự án không liên quan đến năng lực cốt lõi

m. Duy trì lực lượng lao động tinh gọn bằng cách sử dụng công nghệ thích hợp và khôn khéo, tránh tình trạng thừa nhân sự và thiết bị và cơ sở vật chất không đúng mức, đào tạo và tái đào tạo nhân sự để có đội ngũ nhân sự tài giỏi, tận tụy và có nguyên tắc

n. Giúp các nhà quản lý ra quyết định nhanh hơn và tốt hơn, cung cấp thông tin chính xác, có liên quan và kịp thời; và sử dụng các dự đoán, báo cáo và ngân sách đáng tin cậy

o. Duy trì môi trường hoạt động tinh gọn và thường xuyên nâng cấp các quá trình, hệ thống, quy trình, chính sách, sổ tay hướng dẫn và các phương pháp hoạt động nội bộ.

Ý kiến cuối cùng

Đây là thời kỳ khó khăn và nhiều công ty ở Việt Nam

phải đối mặt với những thách thức mới, đối phó với thực tế thị trường mới. Trong bảy năm qua, đã có những dịch chuyển theo hướng tăng trưởng kinh tế, đã khiến rất nhiều công ty gặp nhiều biến động và bấp bênh (lơ lửng) trên bờ vực phá sản. Một câu hỏi quan trọng là làm thế nào để bảo vệ doanh nghiệp của bạn chống lại các lực lượng thù địch bên ngoài và làm thế nào để tạo ra một lực lượng vững mạnh nhằm tiến đến thành công và tăng trưởng.

Môi trường kinh doanh ngày nay có 3 đặc trưng phát triển mạnh mẽ: tính bất định ngày càng tăng, tốc độ thay đổi nhanh chóng và quản trị sự phức tạp.

Trong và sau năm 2015, môi trường bên ngoài sẽ có nhiều diễn biến khó lường hơn trước. Người chơi thị trường sẽ bị khuất phục, cạnh tranh sẽ khốc liệt, những thay đổi sẽ nhanh chóng hơn, tính bất định liên quan đến giá tài sản & hàng hóa và rủi ro địa chính trị sẽ cao. Một số doanh nghiệp trong ngành tài chính, thực phẩm và nước giải khát, bán lẻ, vận chuyển, và các ngành công nghiệp chăm sóc sức khỏe có thể vượt qua những áp lực cạnh tranh, còn lại phần lớn các doanh nghiệp trong nước sẽ không thể vượt qua.

Trong những năm tới, khi các lực lượng cạnh tranh gia tăng, nhiều chủ doanh nghiệp sẽ học được những bài học mới một cách khó khăn. Các doanh nghiệp trong nước (lớn hay nhỏ, ít hay nhiều kinh nghiệm, tư nhân hay công)

đều dễ bị tổn thương về kinh tế, tài chính, rủi ro doanh nghiệp. “Các tập đoàn” doanh nghiệp trong nước cũng sẽ có gặp rủi ro. Khi trọng tâm của bạn bị phân tán và chuyển hướng qua nhiều ngành nghề kinh doanh, bạn sẽ không đạt được lợi nhuận mong muốn và cũng không giảm được rủi ro. Sức mạnh kinh doanh xuất phát từ tập trung cao độ vào việc kiểm soát môi trường bên ngoài, phát triển năng lực bên trong, và về chất lượng, hiệu quả và năng suất.

Với hội nhập kinh tế, doanh thu và lợi nhuận của một số công ty tăng mạnh, đặc biệt là đối với những công ty liên kết với các công ty siêu quốc gia mà sản phẩm của họ có mặt hàng loạt trên thị trường. Đồng thời, một số lượng lớn các công ty Việt Nam sẽ bị thiệt thòi và doanh thu và lợi nhuận của họ sẽ mạnh giảm. Một số sẽ phải đối mặt với tình trạng kiệt quệ tài chính, đóng cửa, và phá sản

Để củng cố vị thế trên thị trường, các doanh nghiệp nên:

- Cảnh giác với những thay đổi bên ngoài, đọc và giải thích đúng về phát triển vĩ mô & vi mô và đáp ứng nhanh chóng đối với sự phát triển mới của thị trường. Thay đổi quan trọng hơn chuyển biến nội bộ doanh nghiệp. Cơ hội lợi nhuận lớn nhất là vào những lúc thị trường “thay đổi”.
- Tái thiết các mô hình kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp nội bộ, quy trình làm việc và năng lực chính mà thực sự dẫn

đến giá trị gia tăng cho khách hàng, xã hội, nhân viên và chủ sở hữu

- Sắp xếp các chiến lược tài chính với chiến lược kinh doanh của bạn và triển vọng cân bằng lợi nhuận với các rủi ro tương ứng.

- Nâng cao hiệu quả của tài sản cố định và loại bỏ những bế tắc nội bộ và hướng cho các phòng ban nội bộ làm việc cùng nhau, cài đặt các công cụ phổ biến và quy trình “liên phòng ban” và tìm nguồn lực có tay nghề cao để hợp tác với các phòng ban này.

- Về mặt chiến lược, chúng ta cần phải thẩm thấu văn hóa doanh nghiệp, xây dựng dựa trên trách nhiệm, năng lực, ra quyết định dựa trên dữ liệu, hiệu quả, năng suất, ý thức chất lượng, và giá trị gia tăng tập thể cho các bên liên quan

- Thiết lập các hệ thống hỗ trợ nhằm đổi mới và nâng cấp công nghệ cùng với một quy trình chính thức cho việc đào tạo nguồn nhân lực thường xuyên

Với sự hình thành AEC, chúng ta sẽ thấy một cơn gió của sự thay đổi sẽ thổi đi các doanh nghiệp yếu kém và sẽ dọn đường cho những người chơi thông minh hơn, nhanh nhẹn hơn, mạnh mẽ hơn, mà có thể bao quát, thích nghi và đáp ứng nhanh chóng đối với sự thay đổi. Những doanh nghiệp có nền tảng kinh doanh vững mạnh sẽ có cơ hội tốt để thành công. Những doanh nghiệp khác sẽ phải dựa vào các nhà chiêm tinh để tìm may mắn cho sự tồn

tại. Để thành công trong kinh doanh, chúng ta phải suy nghĩ lâu dài, tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận, tạo và thâm nhập thị trường, duy trì các hoạt động tinh gọn và văn hóa doanh nghiệp minh bạch, duy trì đầu óc sắc bén và luôn để mắt, nhìn xa, cảnh giác và phù hợp với thực tế, hành động nhanh chóng, luôn ở phía trước và mạnh mẽ.

Các giám đốc điều hành nên sắc bén để phát hiện những thay đổi và đưa ra kết luận chính xác, linh hoạt để đáp ứng với những thay đổi, và nhanh chóng để tạo ra sự thay đổi trên tất cả các phòng ban và các chức năng trong công ty. Cởi mở để thay đổi, linh hoạt và khả năng thích ứng là những yêu cầu thiết yếu. Điều này có nghĩa là các nhà điều hành doanh nghiệp cần phải thay đổi quan điểm của họ từ quản trị nội bộ đến đại sứ thông tin đối ngoại. Các nhà điều hành phải liên tục giám sát các lực lượng trong môi trường bên ngoài, đánh giá có hệ thống các rủi ro và cơ hội, phổ biến kiến thức thu được đến các phòng ban chủ chốt và người ra quyết định, liên tục nâng cao chất lượng và năng suất của tài sản vốn con người, và làm giàu tài sản vật chất, tài chính, công nghệ và tài sản phi vật thể.

6 CHIẾN LƯỢC PHỔ BIẾN

CHIẾN LƯỢC “THỜI GIAN SẼ TRẢ LỜI”

- Duy trì phương thức kinh doanh hiện tại
- Phủ nhận hoặc bỏ qua các thay đổi lớn của môi trường bên ngoài
- Hi vọng rằng “ngày mai trời sẽ sáng”, trông chờ môi trường bên ngoài sẽ đảo ngược cục diện khi chính phủ giải quyết các vấn đề kinh tế.

“Saving Face” Strategy **CHIẾN LƯỢC “GIỮ THẺ DIỆN”**

Công ty chúng ta nên trung thành với chiến lược giúp chúng ta thành công trước đây. Bởi vì thay đổi chiến lược kinh doanh ám chỉ sự lộn xộn, không nhất quán và “mất mặt” của chúng ta trước nhân viên và khách hàng.

Các điều kiện kinh tế và tài chính hiện thời không thể khiến công ty từ bỏ chiến lược hiện tại.

Các vấn đề tài chính hiện thời do các yếu tố bên ngoài gây ra, và công ty nên tiếp tục thực hiện các thông lệ đã giúp công ty thành công trước đây (chứ không phải là thay thế các thông lệ thuộc chiến lược trước đây bằng các thông lệ khác)

“Drift” Strategy **CHIẾN LƯỢC “ĐỀ GIÓ CUỐN ĐI”**

Bận rộn với các hoạt động từ ngày này sang ngày khác như thường lệ

Đổ lỗi cho ngân hàng vì không cho nợ và than vãn về tình hình kinh tế, sự xui xẻo, các doanh nghiệp nước ngoài và những việc nằm ngoài tầm kiểm soát của công ty anh/chị.

Chú trọng vào kiểm soát giờ giấc của nhân viên, quản lý công việc nội bộ và giải quyết các tình huống khẩn cấp.

“Bend & Mend” Strategy

CHIẾN LƯỢC “BỀ CONG & SỬA ĐỔI”

“Bề cong” các quy định kinh doanh thông lệ (trì hoãn hoặc trốn tránh thanh toán cho nhà cung cấp, mặc cả giá với người bán và khách hàng)

Đương đầu với những mối đe dọa trực tiếp tới lợi nhuận công ty (cắt giảm các đơn mua hàng, giảm thu nhập chịu thuế và kiểm soát các dòng tiền mặt)

Nếu những việc trên không mang lại hiệu quả, giảm quy mô hoạt động hoặc điều chỉnh giá của sản phẩm để trang trải tổng chi phí.

Hi vọng nền kinh tế sẽ có những thay đổi tích cực, và nếu tình hình thị trường khả quan hơn thì công ty sẽ tiếp tục kinh doanh như trước đây.

“Copycat” Strategy

CHIẾN LƯỢC “BẮT CHƯỚC”

Bắt chước chiến lược của một doanh nghiệp hàng đầu hoặc doanh nghiệp thành công.

Tin tưởng rằng sản phẩm của anh/chị tuyệt vời và sẽ nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường.

Chấp nhận cạnh tranh trực tiếp bằng cách giảm giá bán và chi mạnh tay cho mảng marketing (tăng chi phí cho chiến lược quảng cáo, xúc tiến, marketing).

“Restructuring” Strategy **CHIẾN LƯỢC “TÁI CƠ CẤU”**

Quản lý các chi phí (xác định các chi phí hoạt động tốn kém & cắt giảm các chi phí đó, đồng thời ban quản trị đưa ra các sáng kiến tiết kiệm chi phí)

Thiết kế một sơ đồ tổ chức mới (chuyển các chỗ ngồi trong văn phòng, xóa tên các phòng ban không cần thiết, giản hóa các quy trình thủ tục rườm rà)

Thuê các nhà tư vấn thiết kế các tài liệu với các nguyên tắc chỉ đạo cụ thể (hoạt động giảm thua lỗ, bán những tài sản không sinh lợi, tìm kiếm các liên minh mới, đào tạo nhân viên, cổ phần hóa hay phát hành cổ phiếu).

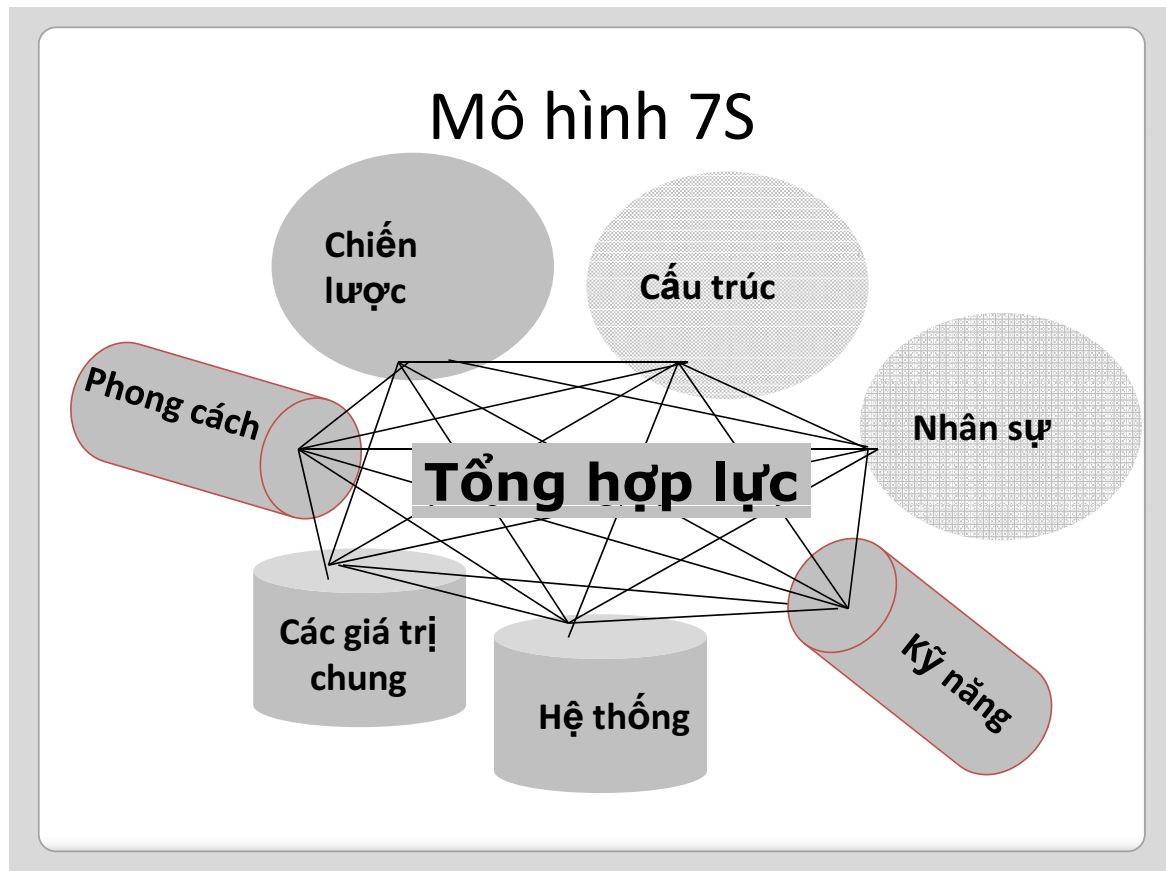
Fundamental Flaws in These Strategies **BẤT CẬP CỦA NHỮNG CHIẾN LƯỢC TRÊN**

- Dựa trên tư duy ngắn hạn. Quay cuồng với các quan ngại ngắn hạn, không chú ý đến tiềm năng dài hạn.
- Chỉ chú trọng vào nguồn khách hàng, đối thủ và các thị trường hiện có (không quan tâm đến nguồn khách hàng, đối thủ và các thị trường tiềm năng)
- Chú trọng vào tận dụng các lợi thế và năng lực hiện có (không chú trọng xây dựng các lợi thế và năng lực mới)

Fundamental Flaws in These Strategies **BẤT CẬP CỦA NHỮNG CHIẾN LƯỢC TRÊN**

- Ngày nay, tính bất ổn cao, các giả thiết đưa ra thường không đúng, và tiếp đó các quyết định kém hiệu quả được đưa ra.
- Một mô hình kinh doanh thành công có thể thay đổi một cách đột ngột và dễ dàng (do những điều chỉnh về chính sách vĩ mô, về khách hàng và công nghệ, khủng hoảng tài chính, sự lộn xộn trong doanh nghiệp, các “trò chơi” toàn cầu, suy thoái kinh tế và thay đổi về tiền tệ và thị trường).

MỘT SỐ MÔ HÌNH KINH DOANH XUẤT SẮC



MÔ HÌNH MỸ (BALDRIGE)

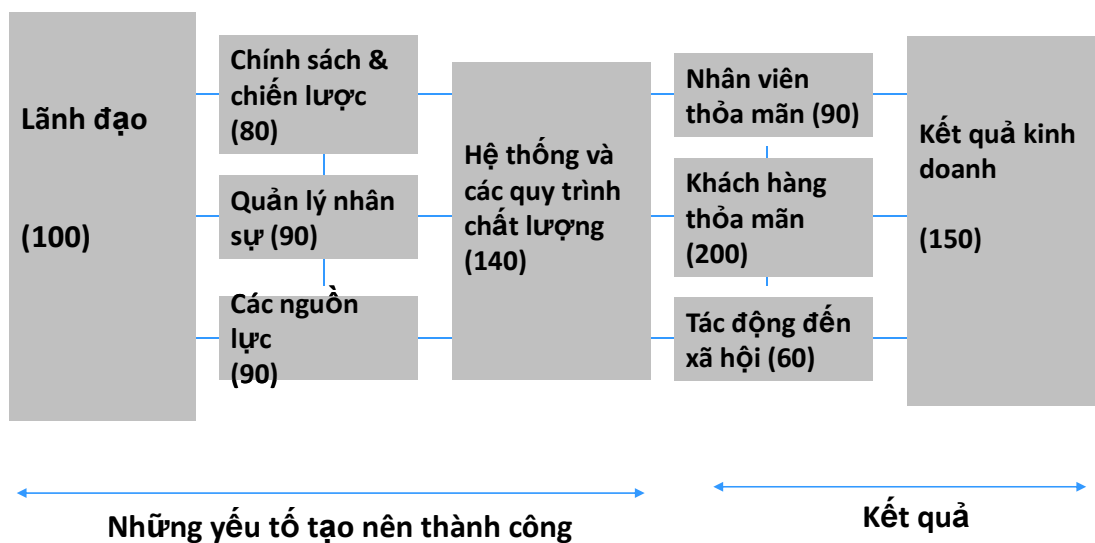
- **7 loại tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả kinh doanh**
 - Kỹ năng lãnh đạo
 - Lập kế hoạch chiến lược
 - Tập trung vào khách hàng và thị trường
 - Đo lường, phân tích, quản lý kiến thức
 - Tập trung vào nguồn nhân lực
 - Quản lý quy trình
 - Kết quả kinh doanh

MÔ HÌNH THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH CỦA ÚC

- 12 nguyên tắc lãnh đạo (hệ thống, dữ liệu, sự thay đổi, cộng đồng, những người có liên quan, kỹ năng lãnh đạo, chỉ đạo, lập kế hoạch, khách hàng, các quy trình, con người, học tập)
- 7 loại hiệu quả công việc



MÔ HÌNH CHÂU ÂU



ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

HIDS



NHÀ TÀI TRỢ VÀNG



ĐỒNG TÀI TRỢ



ĐỐI TÁC TRUYỀN THÔNG

**NHIPCẦU
ĐẦU TƯ**

ĐẤT VIỆT
KẾT NỐI SỨC MẠNH VIỆT

GAFIN
Faster in a world of runners

HIDS

Viện nghiên cứu phát triển thành phố

I. GIỚI THIỆU

Năm 2008, Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Quyết định số 70/2008/QĐ-UBND ngày 06/09/2008 thành lập Viện Nghiên cứu phát triển thành phố Hồ Chí Minh trên cơ sở hợp nhất Viện Kinh tế và Viện Nghiên cứu xã hội thuộc Ủy ban nhân dân thành phố; đồng thời sát nhập Viện Quy hoạch Xây dựng thuộc Sở Quy hoạch - Kiến trúc vào Viện Nghiên cứu phát triển thành phố.

- Tên cơ quan: Viện Nghiên cứu phát triển thành phố Hồ Chí Minh.
- Tên tiếng Anh: Ho Chi Minh City Institute for Development Studies.
- Trụ sở chính: 28 Lê Quý Đôn, Phường 7, Quận 3, TP.HCM.
- Điện thoại: (84.8) 39321 346
- Fax: (84.8) 39321 370
- Email: hids@tphcm.gov.vn
- Website: www.hids.hochiminhcity.gov.vn

II. CHỨC NĂNG HOẠT ĐỘNG:

Căn cứ Quyết định số 61/2011/QĐ-UBND ngày 03/10/2011 của UBND TP về Ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Viện Nghiên cứu phát triển, bao gồm những chức năng nhiệm vụ như sau:

1. Tổ chức nghiên cứu khoa học các vấn đề thuộc lĩnh vực kinh tế, xã hội và môi trường đô thị để tham mưu giúp Thành ủy, Ủy ban nhân dân thành phố những định hướng, chiến lược, chính sách, chủ trương, phát triển dài hạn, trung hạn và kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội và môi trường đô thị hàng năm của thành phố.

2. Giúp Thành ủy, Ủy ban nhân dân thành phố phân tích đánh giá tình hình, phát hiện và đề xuất các giải pháp để đẩy mạnh việc thực hiện các chủ trương, chính sách, nghị quyết của thành phố về lĩnh vực kinh tế, xã hội và môi trường đô thị.

3. Tổ chức mạng thông tin nhằm dự báo về xu hướng phát triển kinh tế, xã hội và môi trường đô thị phục vụ cho quá trình quản lý, hoạch định chính sách và quy hoạch phát triển kinh tế, xã hội và môi trường đô thị đáp ứng những yêu cầu lãnh đạo của Thành ủy, chỉ đạo, điều hành của Ủy ban nhân dân thành phố.

4. Tổ chức hợp tác nghiên cứu, tư vấn, phản biện, thẩm định khi được Ủy ban nhân dân thành phố giao và cung cấp các dịch vụ trên lĩnh vực kinh tế, xã hội và quản lý đô thị cho các tổ chức, cá nhân và cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước theo yêu cầu và đúng với quy định của Nhà nước.

5. Tổ chức bồi dưỡng kiến thức về kinh tế, xã hội và môi trường đô thị cho cán bộ lãnh đạo, quản lý; tham gia đào tạo sau đại học theo Quy chế đào tạo của Nhà nước.

6. Quản lý về tổ chức bộ máy, biên chế; có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn, nghiệp vụ đối với cán bộ, viên chức; thực hiện chế độ tiền lương và các chế độ, chính sách đãi ngộ, khen thưởng, kỷ luật với cán bộ, viên chức Nhà nước thuộc phạm vi quản lý của Viện theo quy định.

7. Quản lý tài chính, tài sản được giao và tổ chức thực hiện ngân sách được phân bổ cho hoạt động nghiên cứu khoa học và các hoạt động khác theo quy định của pháp luật.

8. Thực hiện các nhiệm vụ khác do Thành ủy và Ủy ban nhân dân thành phố giao.



Trung tâm hỗ trợ hội nhập WTO TP. Hồ Chí Minh

- Tên giao dịch: Trung tâm Hỗ trợ hội nhập WTO của thành phố Hồ Chí Minh (Trung tâm WTO)
- Tên tiếng Anh: Ho Chi Minh City WTO Affairs Consultation Center (HCC/WTO)
- Địa chỉ: 149 Pasteur phường 6 quận 3 thành phố Hồ Chí Minh
- Điện thoại: 08.38205051 ● Fax: 08.39325669
- Email: hcc@tpcm.gov.vn hoặc hcc@wto.org.vn
- Website: www.hoinhap.org.vn

Trung tâm Hỗ trợ hội nhập WTO của thành phố Hồ Chí Minh là đơn vị đầu tiên của cả nước về các vấn đề WTO, được Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh thành lập nhằm thực hiện chức năng tham mưu, tư vấn cho Ủy ban nhân dân thành phố; hỗ trợ doanh nghiệp và các nhóm đối tượng khác về các vấn đề liên quan đến hội nhập WTO và kinh tế quốc tế. Trung tâm WTO là đơn vị trực thuộc Viện Nghiên cứu phát triển thành phố Hồ Chí Minh.

Để thực hiện chức năng trên, Trung tâm WTO thành phố triển khai nhiều hoạt động khác nhau, giúp doanh nghiệp và các nhóm đối tượng hưởng lợi trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Bao gồm:

- Tập hợp, xử lý và cung cấp các thông tin kịp thời về quá trình đàm phán và nội dung luật lệ về WTO và các Hiệp định thương mại tự do cũng như các thể chế kinh tế quốc tế khác;
- Tập huấn các nội dung chuyên sâu, giúp doanh nghiệp và các đối tượng nắm bắt kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là các cơ hội và thách thức trong quá trình hội nhập và giải pháp nhằm khai thác tốt nhất lợi ích của việc mở cửa thị trường;

- Nghiên cứu, tham mưu đề xuất các chính sách hỗ trợ có liên quan đến doanh nghiệp và phát triển ngành trong quá trình hội nhập;

- Tư vấn hỗ trợ các Hội ngành nghề, doanh nghiệp hoạt động hiệu quả trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng;

- Trung tâm còn là đầu mối phối hợp và tiếp nhận hỗ trợ của các bộ, ngành Trung ương và các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực hội nhập kinh tế quốc tế của TP.HCM.

Các hoạt động của Trung tâm WTO thành phố hiện đã lan tỏa xuống các địa phương trong Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và một số tỉnh Nam bộ.

Để thực hiện chức năng trên, Trung tâm WTO thành phố đã thiết lập được một mạng lưới cộng tác viên là các chuyên gia kinh tế và hội nhập hàng đầu của cả nước và có mối quan hệ chặt chẽ với các cơ quan chức năng, Bộ ngành.

Trung tâm WTO sẵn sàng hợp tác, hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp trong các vấn đề liên quan đến hội nhập kinh tế quốc tế.



Đại học Quản trị Paris – Pháp (PGSM)

VỮNG VÀNG MỘT THƯƠNG HIỆU QUỐC TẾ

Đại học quản trị Paris có Tên Tiếng Pháp là: École supérieure de gestion ESG de Paris - ESG; Tên Tiếng Anh: Paris Graduate School of Management – PGSM được thành lập năm 1975, là một tổ chức giáo dục gồm 7 trường thành viên. PGSM có 5 campus tọa lạc tại trung tâm thủ đô Paris, xếp hạng trong số 10% trường hàng đầu tại Pháp.

PGSM là thành viên của Hiệp Hội Các Trường Lớn tại Pháp - “French Conference des Grandes Ecoles”. Trải qua 40 năm hình thành và phát triển, PGSM đã trở thành một thương hiệu nổi tiếng và được công nhận trên trường quốc tế với các Chương Trình Đào Tạo Sau Đại Học và các Chương Trình Dành Cho Nhà Lãnh Đạo

PGSM có quan hệ đối tác với gần 100 Trường đại học và hơn 5000 Doanh nghiệp trên khắp thế giới. Là một trong số ít các Trường của Pháp được các tạp chí hàng đầu Pháp như L'Etudiant, La Parisien, La Figaro, Le Point xếp hạng trong nhiều năm liên tiếp “Là một trong những Trường tốt nhất tại Pháp

PGSM IEMBA: CHƯƠNG TRÌNH MBA QUỐC TẾ DO ĐẠI HỌC QUẢN TRỊ PARIS – PHÁP CẤP BẰNG

Được thiết kế riêng dành cho các nhà lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp, cũng như các cán bộ công chức tại các cơ quan quản lý Nhà nước, IEMBA của PGSM mang lại cho học viên tham gia chương trình cơ hội được tiếp thu nguồn kiến thức do các giáo sư, tiến sĩ mà PGSM lựa chọn truyền đạt, theo đúng các tiêu chuẩn và phương pháp học quốc tế ngay tại Việt Nam. Chương trình giảng dạy bằng Tiếng Anh.

Tài liệu: Toàn bộ tài liệu, bài giảng sẽ do các giáo sư, tiến sĩ của Đại học quản trị Paris – PGSM biên soạn.

Giảng viên: Giảng viên tham gia chương trình là các Giáo sư, Tiến sĩ uy tín ngoài kiến thức hàn lâm còn có kiến thức sâu rộng về tư vấn, quản lý và điều hành doanh nghiệp.

Thời gian đào tạo: Thời gian hoàn thành khóa học 18 – 24 tháng. Học vào cuối tuần: Thứ 7 và Chủ nhật.

Bằng cấp: Học viên tốt nghiệp khóa học sẽ được nhận Bằng thạc sĩ Quản trị kinh doanh quốc tế do Đại học Quản trị Paris Pháp cấp. Văn bằng trên được Bộ Giáo dục Đại học và Nghiên cứu – Cộng hòa Pháp và Bộ Giáo dục & Đào tạo – Việt Nam công nhận.

Thông qua việc liên kết đào tạo cùng Đại học quốc gia Thành Phố Hồ Chí Minh – Một trong hai hệ thống Đại học quốc gia hàng đầu Việt Nam. PGSM IEMBA đang đóng góp một vai trò tích cực vào việc nâng cao kinh nghiệm quản lý cho các nhà quản trị Việt Nam, khẳng định được năng lực, vị thế của người Việt Nam trên trường Quốc tế.

Thông tin chi tiết:

Viện đào tạo quốc tế - Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh: 146 bis Nguyễn Văn Thủ - P. Đa Kao - Quận 1 – HCM

Văn phòng chương trình IEMBA – PGSM: Lầu 4 – Số 79 Nguyễn Đình Chiểu, Phường 6, Quận 3, HCM.

Tel: 08-39309388 Fax: 08-39309389

Email: contact@pgsm.edu.vn

Hotline: 0932 086 696

Website: www.pgsm-vietnam.edu.vn

Facebook: www.facebook.com/EMBA.PGSM





Cổ phần Tư vấn và Đào tạo Sao Việt (VIETSTAR TRAINING JSC)

Thành lập từ năm 2008, Là đối tác và đại diện của những tổ chức giáo dục hàng đầu như Đại học Washington – Hoa Kỳ (Top 20 Đại học hàng đầu của Thế Giới), Đại học Quản trị Paris – Cộng hòa Pháp (Top 10 Trường kinh doanh hàng đầu của Pháp), Hiệp hội các nhà quản lý chuyên nghiệp – Vương Quốc Anh cùng quan hệ đối tác với nhiều Tổ chức giáo dục trên toàn thế giới.

❖ Đội ngũ giảng viên/ chuyên gia tư vấn trong và ngoài nước uy tín và ổn định.

❖ Ban cố vấn học thuật có bề dày kinh nghiệm trong việc xây dựng các chương trình đào tạo theo đặc thù của từng doanh nghiệp.

Với phương pháp đào tạo linh hoạt và không ngừng đổi mới, VietStar đã chứng minh năng lực, chất lượng đào tạo bằng sự tin tưởng, gắn bó của khách hàng trong suốt những năm qua.

Sau nhiều năm tích lũy kinh nghiệm và tổ chức đào tạo cho các Tập đoàn, Tổng công ty và Doanh nghiệp tại Việt Nam, các giảng viên và chuyên gia của VietStar hiểu rõ những vấn đề thực tế hiện nay của nhà quản lý và doanh nghiệp. Chính vì vậy các Chương trình đào tạo của VietStar đã tiếp cận theo cách hợp nhất ba chiều Kiến thức, Kỹ năng, Kinh nghiệm nhằm sử dụng linh hoạt và hiệu quả trong thực tế theo đặc thù của từng Doanh nghiệp.

CHỨNG NHẬN QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP QUỐC TẾ (CIPM) – DO HIỆP HỘI CÁC NHÀ QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP – IPMA – ANH QUỐC CẤP

HIỆP HỘI NHÀ QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP QUỐC TẾ - IPMA (<http://ipma.co.uk>) là một tổ chức có bề dày uy tín về khảo thí các chương trình quản lý điều hành chuyên nghiệp của Vương Quốc Anh.

CHỨNG NHẬN QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP QUỐC TẾ (CIPM) - Chương trình nâng cao năng lực và kinh nghiệm cho vị trí quản lý, điều hành.

Các môn học trong các chương trình khảo thí của IPMA được thiết kế nhằm mang lại cho học viên



tất cả những kiến thức cập nhật về Quản trị kinh doanh.

Chuyên gia giảng dạy với bề dày kinh nghiệm do IPMA điều phối.

Nội dung các môn học:

- **Strategic Issues in Operations Management** (Các vấn đề chiến lược về Quản trị hoạt động)

- **Strategic Issues of Globalisation** (Các vấn đề chiến lược về toàn cầu hóa)

- **Strategic Management** (Quản trị chiến lược)

- **Strategic Financial Control and Management** –(Quản lý và kiểm soát tài chính)

- **Strategic Human Capital Management**

(Quản lý nguồn nhân lực chiến lược)

Hoàn thành khóa học, Học viên nhận được Chứng nhận Quản lý chuyên nghiệp quốc tế - do IPMA cấp có giá trị và được công nhận bởi Trung Tâm Thông Tin về Chứng Nhận Quốc Gia (Vương Quốc Anh)

Liên hệ: Đối tác IPMA tại Việt NAM

VietStar Training JSC

HN: Số 11, dãy M4, Bắc Linh Đàm, Hoàng Mai, Hà Nội

HCM: 79 Nguyễn Đình Chiểu, P6, Q6, HCM

Tel: +84.4.3641.0954; Fax: +84.4.3641.0955

www.vietstar.edu.vn; info@vietstar.edu.vn



Công ty CP Siêu Thanh

TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC CAO

Công ty CP Siêu Thanh được thành lập từ năm 1994. Là nhà phân phối chính thức và cung cấp dịch vụ hậu mãi cho các sản phẩm hiệu RICOH, máy photocopy, máy fax, máy in tại thị trường Việt Nam.

Với triết lý “Chất lượng phục vụ, mãi là niềm tin”, Công ty cổ phần Siêu Thanh đã phát triển và mở rộng hoạt động, với quy mô hơn 450 nhân viên làm việc tại Hội sở thành phố Hồ Chí Minh và 10 chi nhánh trên cả nước.

Ngày 18/12/2007, Công Ty CP Siêu Thanh, đã chính thức niêm yết trên sàn Chứng khoán, với mã ST8.

Với tầm nhìn chiến lược, Ban lãnh đạo Công ty đã quyết tâm chuyển đổi mô hình hoạt động kinh doanh. Hiện nay Công ty Cổ phần Siêu Thanh đã chuyển sang mô hình

“Holding”- là mô hình hoạt động theo xu hướng, quản trị tập trung và định hướng phát triển chiến lược ở Công ty mẹ và chuyên môn hóa ngành nghề ở Công ty con, nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh, phát triển mạnh hơn, bền vững hơn, cả chiều rộng, lẫn chiều sâu. Từ đó Công ty Cổ phần Thiết bị Văn phòng Siêu Thanh ra đời cùng với hai công ty con là Công ty Cổ Phần ô tô Kim Thanh, Nhà phân phối xe ô tô thương hiệu Honda đạt chuẩn 5S và Công ty Cổ Phần ô tô Cường



Thanh – Chevrolet Saigon, Nhà phân phối ô tô thương hiệu Chevrolet đạt chuẩn 3S.

Đến nay, Công ty Cổ Phần Siêu Thanh đã hình thành và phát triển qua hơn 20 năm và đạt được nhiều thành tựu ấn tượng trong sự phát triển kinh doanh, dịch vụ trên cả nước. Song song đó, Công ty luôn tích cực tham gia các hoạt động Nhân đạo- Xã hội. Hàng năm Công ty đã dành một phần lợi nhuận của mình để đóng góp cho các chương trình từ thiện trên khắp cả nước với tổng số tiền đóng góp trên 20 tỉ đồng tiêu biểu như các chương trình lớn như: Chăm lo cho Bệnh nhân nghèo; Tặng Học bổng cho học sinh nghèo hiếu học; Xây Cầu nông thôn, Xây nhà Tình nghĩa- Tình thương v.v...





Công ty Cổ phần Thanh Bình Hà Nội

THANH BINH HA NOI JOINT - STOCK COMPANY

Năm Thành lập: 08/05/1997, được cổ phần hóa theo Quyết định số 491/QĐ - BQP ngày 24/03/2005 của Bộ trưởng Bộ Quốc phòng.

Giấy Đăng ký doanh nghiệp: Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp Giấy Đăng ký doanh nghiệp số 0101776328.

Địa chỉ: Tầng 3, Tòa nhà N07- B3, đường Duy Tân, phường Dịch Vọng, quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội.

Điện thoại: 043.9.334.576
043.9.334.581,

Fax: 043.9.334.581

E-mail: Thanhbinhhanoi.vn

Họ và tên Giám đốc Công ty:
Lê Văn Tuấn - Tổng giám đốc

Vốn pháp định: 125.000.000.000 đồng
(một trăm hai năm tỷ đồng)

Ngành nghề kinh doanh chính: Kinh doanh bất động sản và Dịch vụ tổng hợp.



Công ty Cổ phần Đầu tư Nam Á

Địa chỉ: Số 160, đường 27/4, Phường Phước Hưng, Tp. Bà Rịa - Vũng Tàu

Điện thoại: 0643.721.726

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG

1. Thiết kế thi công, lắp đặt các công trình nội thất
2. Sàn giao dịch BĐS Nam Á
3. Kinh doanh Siêu thị Nội Thất Cao Cấp Ngọc Hải
4. Công ty TNHH DV-XD Đại An

QUY MÔ VÀ NHÂN SỰ

- Quy mô: Với diện tích 1200 m2 tọa lạc tại 160 đường 27/4, phường Phước Hưng, Tp Bà Rịa Vũng Tàu là khu vực văn phòng chính của công ty và siêu thị nội thất cao cấp Ngọc Hải. Ngoài ra với diện tích xây dựng hơn 5000m2

tọa lạc tại đường 11, Ấp Bắc, Xã Hòa Long, Bà Rịa – Vũng Tàu, chi nhánh sản xuất Nội thất Ngọc Hải bao gồm: Khu văn phòng, xưởng sản xuất, kho chứa hàng và khuôn viên cây xanh. Trong đó khu vực phục vụ cho hoạt động sản xuất lên tới gần 3000m2 là không gian thoáng mát, rộng rãi, tạo cho công nhân một môi trường lao động sản xuất khép kín, an toàn.

- Một số dự án đã và đang thực hiện: Vũng tàu Plaza; Chung cư Tân Thành; Cao ốc Thủy Tiên

Bệnh viện đa khoa 700 giường Bà Rịa
Khu nhà ở Phường Long Tâm, Bà Rịa - Vũng Tàu



Ngân hàng thương mại cổ phần Quân đội



AiiM - Marketing Communication Skills Training Center

Head Office: 152 Nguyen Van Thu St., Dist. 1, HCMC, Vietnam

Tel: +84 (8) 3911 5506 - 6291 6559

Email: info@aiim.edu.vn

Website: <http://aiim.edu.vn>

AiiM - Trung Tâm Đào Tạo Kỹ Năng Truyền Thông Marketing ra đời năm 2011 với mục tiêu giải quyết nhu cầu nhân sự, đồng thời nâng cấp chuẩn mực của ngành truyền thông quảng cáo chuyên nghiệp. Từng chương trình giảng dạy của AiiM đều là tinh hoa đúc kết từ bề dày kinh nghiệm của những chuyên gia đầu ngành – những giảng viên tâm huyết đã trải nghiệm sâu sắc với các chiến dịch truyền thông quảng cáo tầm cỡ tại Việt Nam trong hơn 10 năm qua. Ba cam kết đào tạo của AiiM:

1. Đào tạo sát nhất với chuyên môn của

từng vị trí.

Giáo trình được xây dựng trên sự thấu hiểu những nguyên tắc bất biến của Marketing và thực tế thị trường Việt Nam, chi tiết theo từng vị trí công việc. Qua đó AiiM cung cấp những trải nghiệm sâu sắc, giúp các học viên thích ứng nhanh và đáp ứng tốt các yêu cầu chuyên môn ngày càng cao của nhà tuyển dụng.

2. Thực hành liên tục trên những tình huống thực tế.

Chương trình học kết hợp nền tảng lý thuyết có động cùng với những bài thực

hành trên dự án thật sẽ giúp học viên của AiiM hoàn toàn tự tin khi bước vào những thử thách thật sự trên thị trường.

3. Cam kết vị trí thực tập và ưu tiên tuyển dụng.

AiiM luôn đồng hành như một giải pháp cung cấp kiến thức và nguồn nhân lực chất lượng cao cho những tập đoàn, công ty đầu ngành truyền thông quảng cáo như Leo Burnett, Ogilvy & Mather, OgilvyOne, AVC Edelman, Climax, Metan,....



TRUONGTHANH

Công ty TNHH MTV Trường Thành

(TRUONG THANH ONE MEMBER LIMITED LIABILITY COMPANY)

Địa chỉ trụ sở chính: Số 36, Đường Cầu Diễn, phường Phúc Diễn, quận Bắc Từ Liêm, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: 043.8372573

Fax: 043.8372573



Công ty TNHH một thành viên Trường Thành là doanh nghiệp 100% vốn nhà nước. Bộ Quốc phòng là chủ sở hữu, Bộ Tư lệnh Bộ đội Biên phòng là đơn vị quản lý trực tiếp. Ngành nghề kinh doanh chính của Công ty là xây lắp và kinh doanh thương mại.

Công ty Trường Thành được thành lập theo quyết định số: 1575/QĐQP ngày 21/9/1996 của Bộ Quốc phòng. Đến ngày 12/8/2012, theo Quyết định số 2943/QĐ-BQP của Bộ trưởng Bộ Quốc phòng Công ty Trường Thành được chuyển đổi thành Công ty TNHH Một thành viên Trường Thành. Đến nay Công

ty có 05 đơn vị thành viên (chi nhánh Công ty) và 15 đội xây dựng trực. Với quy mô hoạt động rộng khắp trên cả nước, hàng năm tạo công ăn việc làm cho hàng nghìn người lao động. Từ khi thành lập đến nay, Công ty đã thi công hoàn thành hàng nghìn công trình ở nhiều vùng miền khác nhau, nhiều công trình có điều kiện thi công phức tạp, khối lượng thực hiện lớn, yêu cầu kỹ thuật cao, đặc biệt là các công trình phục vụ an ninh quốc phòng như Đường Tuần tra biên giới, Đồn, Trạm Biên phòng, BCH Biên phòng....

Qua hơn 18 năm xây dựng và phát triển với truyền thống đoàn kết, tinh

thần kỷ luật, làm việc với khẩu hiệu 'Tư duy - Năng động - Hiệu quả', Công ty TNHH MTV Trường Thành hàng năm đều hoàn thành nhiệm vụ được giao, đảm bảo SXKD có lãi, bảo toàn và phát triển vốn nhà nước giao, đời sống và thu nhập của cán bộ công nhân viên trong Công ty không ngừng được cải thiện. Ghi nhận kết quả đã đạt được Công ty TNHH MTV Trường Thành đã liên tục được Bộ Quốc phòng công nhận là doanh nghiệp hạng I trong nhiều năm liền, gần đây nhất là năm 2014 (quyết định số 5052/QĐ-BQP ngày 27/11/2014).