

# ENews

w w w . a g r o . g o v . v n

Số 10 -1/2007

 Giá gạo xuất khẩu Việt Nam tăng

 Việt Nam sẽ chi phối giá hồ tiêu thế giới

Thị trường nông sản Việt Nam trước

Vận hội mới



# Chúc mừng năm mới

*Nhân dịp năm mới 2007 mừng xuân Đinh Hợi, Ban Biên tập Bản tin Enews, Trung tâm thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn - Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn kính chúc quý độc giả gần xa một năm mới An Khang Thịnh Vượng.*

*Bước sang năm 2007, Enews rất mong tiếp tục nhận được sự quan tâm và động viên, hợp tác của bạn đọc gần xa vì sự nghiệp phát triển nông nghiệp nông thôn Việt Nam.*

Trưởng Ban biên tập

**Phạm Quang Diệu**

# ENEWS tháng monthly

[www.agro.gov.vn/news/](http://www.agro.gov.vn/news/)

ENEWS tháng của Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (Agroinfo), Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (Ipsard) được phát hành mỗi tháng một kỳ tới đông đảo độc giả là các doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách, các nhà nghiên cứu và quý vị độc giả quan tâm.

Nội dung thông tin trong bản tin ENEWS tháng có thể được in ấn, tái sử dụng vào các mục đích phi thương mại mà không cần phải có sự đồng ý của Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (Agroinfo). Khi trích dẫn thông tin trong ENEWS tháng đề nghị nêu rõ nguồn: Bản tin ENEWS/AGROINFO.

---

## BAN BIÊN TẬP

### NỘI DUNG:

Phạm Quang Diệu (Trưởng ban)

Ngô Vi Dũng

Nguyễn Trang Nhung

An Thị Thu Hằng

Nguyễn Quốc Chính

### KỸ, MỸ THUẬT:

Phan Văn Dân

Nguyễn Việt Hòa

Mọi ý kiến đóng góp, câu hỏi, và yêu cầu xin vui lòng liên hệ: Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (Agroinfo), Số 6 Nguyễn Công Trứ, Hà Nội. Điện thoại: (84-4)-9725153. Fax: (84-4)-9725153. Email: [agroinfo@ipsard.gov.vn](mailto:agroinfo@ipsard.gov.vn). Website: [agro.gov.vn](http://agro.gov.vn)

**TIN TRONG THÁNG****5** Thị trường và ngành hàng

- . Việt Nam sẽ chi phối giá hồ tiêu thế giới
- . Tăng lực cho ngành hàng rau quả

**6** Kinh doanh nông sản

- . Tôm Việt Nam có nguy cơ mất thị trường Nhật Bản
- . Giá gạo xuất khẩu Việt Nam tăng

**7** Phát triển nông thôn

- . Lâm Đồng xây dựng vùng chè nguyên liệu lớn nhất nước
- . Hồ thủy điện Tuyên Quang mở cửa xả nước chống hạn

**SỰ KIỆN - VẤN ĐỀ****8** Thị trường nông sản Việt Nam trước vận hội mới

Thị trường nông sản sẵn sàng đương đầu với cạnh tranh và nắm bắt vận hội mới

Một năm nhìn lại, thị trường nông sản Việt Nam đã có khá nhiều biến động và tiến triển tốt, từng bước hoà nhập với thị trường nông sản thế giới.

**DOANH NGHIỆP****15** Marketing

Sức mạnh của quảng cáo bằng thư điện tử

**20** Quản trị

10 lời khuyên trong việc quản lý dự án

**17** Tài chính

Chia sẻ miếng bánh đầu tư

**22** Ứng dụng công nghệ

Một vài thủ thuật hữu ích trong Word

**Xúc tiến thương mại****23** Hội chợ cung ứng hàng hoá Siêu thị Nhật Bản

Mời tham gia Europasia 2007

## Việt Nam sẽ chi phối giá hạt tiêu thế giới



Chủ tịch Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam (VPA) khẳng định: Ngành hồ tiêu VN đang đứng trước cơ hội vàng khi có thể chi phối và quyết định giá trên thị trường hạt tiêu thế giới. Nguồn cung hồ tiêu trên thị trường đang thiếu hụt trầm trọng so với nhu cầu. Giá tiêu dự báo sẽ duy trì ở mức cao trong ít nhất ba năm tới. VN hiện chiếm đến 60% nguồn cung thị trường. Năm 2006, tổng cung thị trường là 200.000 tấn, trong đó VN chiếm hơn 120.000 tấn. Ngay các nhà kinh doanh hồ tiêu quốc tế cũng thừa nhận chỉ cần ngành hồ tiêu VN có một biến động nhỏ cũng ảnh hưởng đến thị trường hồ tiêu thế giới. Bên cạnh đó, ưu thế rất lớn của ngành hồ tiêu VN là chất lượng và sản lượng ổn định. Kể từ năm 2002 đến nay, khi giá hồ tiêu trên thị trường đứng ở mức thấp, trong lúc nhiều nước đã giảm mạnh sản lượng tiêu sản xuất thì VN vẫn duy trì được sự tăng trưởng về sản lượng. Do đó, các nhà nhập khẩu rất an tâm với hạt tiêu VN.

Vinanet

## Tăng lực cho ngành hàng rau quả

Hiện nay, mỗi năm Việt Nam sản xuất hơn 6 triệu tấn rau quả, phần đầu đến năm 2010 sẽ đạt 20 triệu tấn/năm, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu trên một tỷ USD. Để thực hiện mục tiêu trên, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho rằng cần tập trung đầu tư cải thiện chất lượng sản phẩm.

Yếu từ khâu bảo quản đến sức cạnh tranh. Trên thực tế chuỗi cung ứng rau quả qua nhiều tầng đã ảnh hưởng đến chất lượng và tăng giá thành sản phẩm. Thương lái thu mua của nông dân rồi cung cấp cho nhà buôn sỉ vận chuyển về các tỉnh phân phối cho đại lý, chợ đầu mối, sau đó sản phẩm mới đến người tiêu dùng. Hằng năm, Tập đoàn Metro thu mua tại Việt Nam khoảng 8.500 tấn rau quả, riêng khu vực Đà Lạt chiếm đến 30%. Big C cũng thu mua 70% nông sản là rau quả. Mặc dù sản phẩm đạt chất lượng cao, song lại nhanh chóng giảm sút do bao bì không thích hợp, không ứng dụng đúng kỹ thuật bảo quản, sản phẩm hư hỏng chiếm khoảng 50%.

Đầu ra cho nông dân. Theo các chuyên gia nước ngoài, doanh nghiệp Việt Nam cần trang bị kho lạnh hiện đại, ứng dụng dây chuyền công nghệ từ khâu vệ sinh, đánh bóng, phân loại, định cỡ, đóng gói và vận chuyển đúng kỹ thuật tránh hư hỏng làm tăng giá thành rau quả. Đặc biệt là phải nắm vững những quy định mới của quốc gia nhập khẩu.

Mới đây, một dự án về thông tin thị trường nông nghiệp tiến hành từ năm 2007- 2010 cũng đã ký kết giữa hai chính phủ Việt Nam và Canada, tập trung hỗ trợ cho các địa phương có thế mạnh về sản xuất rau quả. Cơ quan Phát triển Pháp (AFD) cũng sẽ hỗ trợ tài chính cho các dự án nông nghiệp, đặc biệt là những dự án nâng cao chất lượng sản phẩm rau quả.

Laodong

## Tôm Việt Nam có nguy cơ mất thị trường Nhật Bản

Thời gian gần đây, Nhật Bản liên tục phát hiện nhiều lô hàng tôm của Việt Nam nhiễm dư lượng các chất kháng sinh bị cấm bắt chấp những cảnh báo đã được nước này phát ra. Tỷ lệ vi phạm thậm chí đã vượt ngưỡng cho phép. Các cơ quan chức năng của Nhật Bản xem xét tiến tới ban hành lệnh cấm nhập khẩu tôm của Việt Nam. Nguy cơ mất thị trường Nhật Bản là có thật.

Thủ tướng chính phủ mới đây đã phải yêu cầu Bộ Thủy sản và Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam tăng cường chỉ đạo quản lý chất lượng thủy sản xuất khẩu. Tỷ lệ vi phạm Luật Vệ sinh an toàn thực phẩm Nhật Bản của sản phẩm tôm Việt Nam tiếp tục tăng trong tháng 12 và tháng 1/2007, cuối tháng 11/2006, tỉ lệ này ở mức 6,7%. Trong khi đó, nếu phát hiện tỉ lệ vi phạm ở mức 5%, tức là 3 lô trong tổng số 60 lô hàng được kiểm tra, cơ quan chức năng Nhật Bản sẽ xem xét ban hành lệnh cấm nhập khẩu đối với toàn bộ nhóm hàng bị nhiễm kháng sinh từ nước xuất khẩu.

Quy định của Bộ Thủy sản có hiệu lực từ 20/12/2006, nhưng theo VASEP, ngay trong nửa đầu tháng 1/2007, đã lại có thêm 2 doanh nghiệp Việt Nam bị phát hiện xuất hàng có dư lượng kháng sinh cấm sang Nhật Bản.

Cảnh báo, kiểm tra 50%, rồi 100% không mang lại hiệu quả, Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản đã thông báo sẽ xem xét việc áp dụng lệnh cấm nhập khẩu đối với sản phẩm tôm của Việt Nam. Đến lúc đó, con tôm Việt Nam có "mọc cánh" cũng không bay được vào thị trường Nhật Bản.

*Nguồn: VTV*

## Năm 2006, xuất khẩu gỗ vào thị trường EU ước đạt 521,9 triệu USD

Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường EU năm 2006 ước đạt 521,9 triệu USD, tăng 24,1% so với năm 2005. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu các bộ phận của ghế của thị trường EU trong tháng 11 đạt 10,4 triệu USD, tăng 89,1% so với tháng 10. Dự báo, năm 2007, xuất khẩu gỗ và sản phẩm vào thị trường EU sẽ tiếp tục đà tăng trưởng.

Tính đến ngày 20/12, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam vào các thị trường EU đạt 54 triệu USD. Ước tính, trong tháng 12, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm này của Việt Nam sang các thị trường EU đạt 80 triệu USD, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ vào thị trường này trong năm 2006 đạt 521,9 triệu USD, tăng 24,1% so với năm 2005.

*Vinanet*

## Giá gạo xuất khẩu Việt Nam tăng

Nông dân sẽ bắt đầu thu hoạch lúa đông xuân vào cuối tháng 2, và Chính phủ dự định sẽ xoá bỏ lệnh cấm xuất khẩu gạo đối với các công ty tư nhân ngay sau đó. Lệnh cấm được đặt ra từ tháng 11/2006. Các thương gia dự báo chắc chắn Việt Nam sẽ cung cấp phần lớn trong số 500.000 tấn gạo mà Philippine có kế hoạch mua.

Cơ quan Lương thực Quốc gia Philippine (NFA) có kế hoạch mua tổng cộng 474.000 tấn gạo Việt Nam vì Pakistan và Thái Lan chỉ chào bán khối lượng hạn chế. NFA dự định mua gạo 25% tầm kỳ hạn giao tháng 2 và 3 năm nay. NFA đặt hạn ngạch nhập khẩu gạo năm nay là 1,6 triệu tấn. Tuy nhiên, do El Nino, rất có thể Philippine sẽ phải nhập khẩu tới 1,8 triệu tấn gạo trong năm nay, so với 1,65 triệu tấn năm ngoái.

*Nguồn: Bộ thương mại*

## tin trong tháng

**Trà Vinh: Vệ sinh, khử trùng khu vực chăn nuôi, giết mổ gia súc, gia cầm**

**T**rước nguy cơ bùng phát dịch bệnh gia súc, gia cầm trên diện rộng tại khu vực đồng bằng sông Cửu Long, tỉnh Trà Vinh tăng cường các biện pháp ngăn ngừa, vệ sinh tiêu độc, khử trùng phòng



chống dịch cúm gia cầm và bệnh lở mồm long móng gia súc trên địa bàn. Các ngành nông nghiệp và y tế đã chuẩn bị đủ nhân lực, vật tư, hoá chất, phương tiện dụng cụ phục vụ cho công tác tiêu độc, khử trùng.

Theo chỉ đạo của UBND tỉnh: các hộ chăn nhỏ lẻ phải thực hiện nuôi nhốt, phun thuốc sát trùng ở khu vực nuôi và khu vực lân cận mỗi tuần 2 lần; thường xuyên quét dọn, thu gom phân rác đem đốt hoặc chôn. Đối với các cơ sở chăn nuôi gia súc, gia cầm theo hình thức trang trại có qui mô lớn ngoài thực hiện tốt công tác vệ sinh chuồng trại, thức ăn, còn phải tiến hành tiêu độc khử trùng 2 ngày/lần. Các cơ sở giết mổ tập trung, sau khi gia súc, gia cầm được đưa đi giết mổ, phải thực hiện ngay việc tiêu độc khử trùng toàn bộ khu vực nuôi nhốt trước khi nhập đàn mới. Tại khu vực buôn bán thịt gia súc và các sản phẩm gia cầm ở các chợ phải quét dọn sạch sẽ và phun thuốc khử trùng sau mỗi buổi chợ. Riêng tại các chùa Khơ me, nơi có nhiều chim cò hoang dã cư trú, chính quyền địa phương vận động các vị sư sãi phối hợp cùng cán bộ thú y ở cơ sở thường xuyên phun thuốc tiêu độc, sát trùng trong khuôn viên chùa và khu vực phụ cận.

*Nguồn: TTXVN*

**Lâm Đồng xây dựng vùng chè nguyên liệu lớn nhất nước**

**T**heo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Lâm Đồng, đến nay toàn tỉnh đã xây dựng được vùng nguyên liệu

chè chất lượng cao rộng gần 2.000ha. Từ nay đến năm 2010, tỉnh Lâm Đồng sẽ tiếp tục cải tạo và trồng mới để xây dựng vùng nguyên liệu chè chất lượng cao rộng 4.200ha, lớn nhất trong cả nước.

*Agroviet*

**Hồ Thủy điện Tuyên Quang mở cửa xả nước chống hạn.**

**T**hực hiện đề nghị của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Tập đoàn Điện lực Việt Nam đã xả nước hồ Thủy điện Tuyên Quang để cung cấp nước phục vụ sản xuất vụ xuân 2007 cho các tỉnh khu vực trung du và đồng bằng Bắc bộ. Hiện nay, Thủy điện Tuyên Quang đã mở cửa xả số 1 và cửa số 8 (mở 5m) với lưu lượng 1.030 m<sup>3</sup>/s. Như vậy, việc tích nước và xả nước của Thủy điện Tuyên Quang đã phát huy tác dụng đối với phục vụ sản xuất và đời

sống nhân dân vùng hạ lưu. Để khai thác có hiệu quả nguồn nước xả phù hợp với các đợt triều cường, bảo đảm an toàn về tài sản và tính mạng của nhân dân khi xả nước hồ Thủy điện Tuyên Quang, UBND tỉnh Tuyên Quang đã chỉ đạo các huyện, thị xã theo địa phận quản lý, có trách nhiệm tổ chức kiểm tra các hoạt động vận chuyển lâm sản; khai thác khoáng sản; nuôi trồng thủy sản của nhân dân khu vực sông Gâm, từ hạ lưu hồ Thủy điện Tuyên Quang. Thông báo kế hoạch xả nước để nhân dân biết, chủ động sản xuất, phòng tránh thiệt hại.

*Nguồn: TTXVN*

Sự kiện-vấn đề

Tháng 11 - 2007

8

ENews

Thị trường Nông sản Việt Nam trước

# Vận hội mới



*Năm 2006, mặc dù phải đối phó với nhiều khó khăn về dịch bệnh diễn biến phức tạp, bão lũ thất thường, nông nghiệp Việt nam vẫn tiếp tục phát triển. Ước tính giá trị sản xuất nông nghiệp tăng 3,47% (theo giá so sánh 1994). Tổng sản phẩm trong nước khu vực nông, lâm nghiệp tăng 2,77% (nông nghiệp: 2,84%; lâm nghiệp: 1,14%). Tổng kim ngạch xuất khẩu nông lâm sản ước đạt 7,16 tỷ USD, tăng 19,7% so với năm trước. Những mặt hàng xuất khẩu chủ lực như gạo, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, cao su tiếp tục khẳng định vị thế trên thị trường thế giới. Một năm nhìn lại, thị trường nông sản Việt Nam đã có khá nhiều biến động và tiến triển tốt, từng bước hoà nhập với thị trường nông sản thế giới.*



### Thị trường nông sản sẵn sàng đương đầu với cạnh tranh và nắm bắt vận hội mới:

Hiện nay, mức thuế nhập khẩu bình quân áp dụng cho nông sản Việt Nam là 24% vẫn đang ở mức cao so với mức của các nước khác trong khu vực. Trong thực tế, đối với từng mặt hàng nông sản cụ thể sẽ có những mức thuế khác nhau tương ứng. Việt Nam áp dụng mức thuế nhập khẩu thấp (0-10%) đối với vật tư nông nghiệp (giống cây trồng, vật nuôi, nguyên liệu chế biến thức ăn gia súc) và mức trung bình (15-30%) với nông sản tươi (rau quả tươi, sữa, thịt tươi, đông lạnh), mức thuế cao (40-50%) và rất cao

(60-100%) đối với sản phẩm chế biến (thịt, cà phê hoà tan, rượu, bia, thuốc lá, nước giải khát).

Ngành xuất khẩu nông sản phải chấp nhận cạnh tranh trong điều kiện hầu như không có những biện pháp bảo vệ đáng kể, do vậy người sản xuất kinh doanh Việt Nam đã từng bước làm quen với biến động trên thị trường thế giới. Nhờ mở cửa thị trường nên trong nhiều năm qua, giá cả các sản phẩm nông sản hàng hóa cũng như vật tư nông nghiệp trong nước đã gần khá sát với thị trường thế giới.

Từ việc phát triển một cách thụ động, đến nay ngành chế biến và xuất khẩu nông sản Việt Nam đã có những bước tiến vững chắc. Theo ước tính, trong

10 năm qua, tỷ trọng xuất khẩu gạo trung bình khoảng 16%, cà phê hơn 90%, điều 60%, cao su và tiêu gần 100%.... Nhìn chung, tổng giá trị xuất khẩu chiếm đến 50% tổng giá trị sản xuất nông sản.

Cùng với những thành tựu đã đạt được và xu hướng định, hướng phát triển những năm tới đây cũng là lý do chính đáng để tin rằng sẽ không xảy ra những diễn biến xấu trên quy mô đáng kể trong sản xuất nông nghiệp do giảm thuế nhập khẩu ngay. Với những thuận lợi đang được tận dụng, ngành nông nghiệp Việt nam nói chung và chế biến và xuất khẩu nông sản nói riêng đã có đủ tự tin để đương đầu với cạnh tranh trong thời đại mới.

## Các vấn đề nổi bật của một số ngành hàng nông sản:

Năm 2006, diện tích lúa đạt 7,32 triệu ha, năng suất ước đạt 48,94 tạ/ha, tăng 0.05% so với 2005, sản lượng ước đạt 35,834 triệu tấn. Tính đến ngày 20/12/2006, Việt Nam xuất khẩu xấp xỉ 4,4 triệu tấn gạo, giảm 0,4 triệu tấn so với cùng kỳ năm 2005, đạt kim ngạch xuất khẩu 1,2 tỉ USD (xuất khẩu gạo năm 2005 với 5,2 triệu tấn, thu về 1,39 tỷ USD). Năm 2006, giá gạo xuất khẩu trung bình đạt 275 USD/tấn, tăng khoảng 3% so với năm 2005. Mặc dù giá bình quân tăng, năm 2006 xuất khẩu gạo giảm cả về lượng và giá trị so với năm 2005, điều này một phần có thể giải thích do thiệt hại từ bệnh lúa vàng lùn xoắn lá, do rầy nâu và một năm bão lũ thiên tai. Bên cạnh đó, dịch bệnh lại xảy ra liên tiếp, để ổn định giá cả thị trường, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo giảm lượng xuất khẩu gạo từ đầu quý IV. Đến tháng 12 năm 2006, lượng xuất khẩu chỉ khoảng 100.000 tấn. Việc hạn chế xuất khẩu gạo vào những tháng cuối năm đã làm giảm hẳn kim ngạch xuất khẩu của Việt nam về mặt hàng xuất khẩu chủ lực này.

Vụ thu hoạch cà phê 2005/06 của Việt Nam thiệt hại nặng vì hạn hán, những thông tin dự báo về thời tiết khô hạn ảnh hưởng tới những vùng trồng cà

### Bảng 1: Tình hình xuất khẩu gạo năm 2006

	Lượng (1000 tấn)	Giá trị (1000 USD)
Tháng 1	280	76.254
Tháng 2	230	62.625
Tháng 3	500	139.352
Tháng 4	500	136.299
Tháng 5	580	157.718
Tháng 6	600	159.330
Tháng 7	450	120.971
Tháng 8	430	120.647
Tháng 9	582	155.205
Tháng 10	320	87.568
Tháng 11	270	77.844
Tháng 12	100	28.958

Nguồn: Tổng cục Hải quan

phê chính trong cả nước khiến nguồn cung cà phê trở nên khan hiếm, trong khi nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới ngày càng lớn, và việc khó có thể mở rộng diện tích trồng cà phê do chi phí sản xuất cao đã đẩy giá cà phê liên tục tăng. Năm 2006, xuất khẩu cà phê đạt 0,897 triệu tấn, tăng 0,5% so với năm ngoái và kim ngạch xuất khẩu tăng 49,9%, tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê năm 2006 lên tới hơn 1,1 tỷ USD. Riêng tháng 11/2006 đã xuất khẩu được 75.000 tấn (tăng 18% so với cùng kỳ 2005), nâng lượng cà phê xuất khẩu từ đầu năm đến tháng 11 lên 0,787 triệu tấn. Điều đáng nói hơn, trong tháng 11/2006 giá cà phê tăng so với tháng trước gần 30 USD/tấn, nên

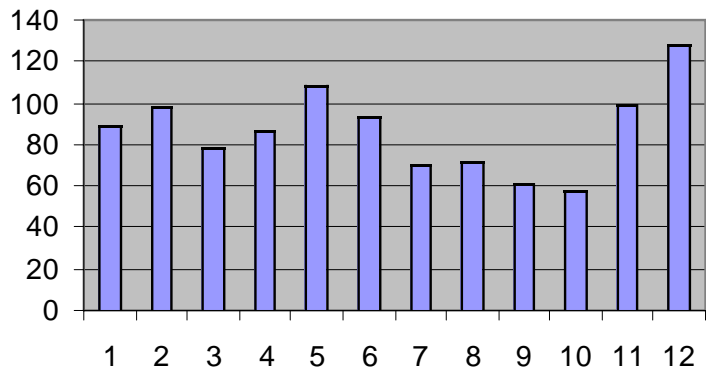
giá trị cà phê xuất khẩu tăng tới 70%. Giá cà phê Robusta tại London đã lên tới mức cao nhất kể từ hơn 7 năm nay vào ngày 9/11/2006, 1.638 USD/tấn so với 1.215 USD/tấn hồi đầu năm, trong khi Arabica tại New York đạt mức cao nhất vào ngày 14/12/2006 là 128,85 UScent/lb. Giá cà phê Việt Nam xuất khẩu trung bình từ đầu năm đến 2006 tăng gần 50% so với năm 2005. Giá tăng là nguyên nhân chủ yếu dẫn tới kết quả kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam tăng nhanh trong khi lượng xuất khẩu tăng không đáng kể.

Năm 2006, mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam lập kỷ lục về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu, ước đạt 0,12 triệu tấn, kim ngạch 190 triệu USD. Trong khi

lượng xuất khẩu chỉ tăng 8,2% so với năm 2005 thì kim ngạch xuất khẩu tăng 28,5% (tăng khoảng hơn 40 triệu USD so với 2005). Đến cuối năm 2006 đầu 2007, Việt nam đã vươn lên thành nước xuất khẩu hồ tiêu đứng đầu với 60% sản lượng cung cấp trên toàn cầu, ngành hàng hồ tiêu Việt Nam đang đứng trước một cơ hội lớn "có thể chi phối, quyết định giá cả xuất khẩu hồ tiêu trên toàn thế giới". Năm 2006, giá hồ tiêu thế giới đã tăng mạnh do thiếu cung trầm trọng ở các nước sản xuất. Tính đến thời điểm cuối tháng 12/2006, hồ tiêu Việt nam xuất khẩu có giá 2.414 USD/tấn. Điều bất ngờ là trong khi lượng xuất khẩu tăng nhanh thì sản lượng sản xuất lại giảm (từ 140.000 tấn (2004) đến 135.000 tấn (2005) xuống 125.000 tấn năm 2006 này), nguyên nhân xuất phát từ việc giá hồ tiêu thế giới tăng dẫn tới sản xuất trong nước có xu hướng phục vụ xuất khẩu nhiều hơn. Bên cạnh đó, cùng một tình trạng với xuất khẩu cà phê, kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu tăng lên nhanh chóng nhờ tốc độ tăng nhanh của giá vì nguồn cung giảm do Ấn Độ mất mùa hồ tiêu

Năm 2006 là một năm phát triển khá ổn định của ngành hàng chè, xuất khẩu tăng cao trong tháng 11/06 đạt kim ngạch 11 triệu USD với sản lượng 10,3 nghìn tấn, lượng chè xuất khẩu

**Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu cà phê năm 2006 (triệu USD)**



Nguồn : Tổng cục Hải quan

của nước ta trong 11 tháng năm 2006 đạt gần 95 nghìn tấn, kim ngạch gần 100 triệu USD, tăng 19,6% về lượng và 13,8% về trị giá so với cùng kỳ năm 2005. Kết thúc tháng 12 năm 2006, kim ngạch xuất khẩu chè tăng 11,8% so với năm 2005 (tăng hơn 12 triệu USD), lượng xuất khẩu tăng 17% (từ 88 nghìn tấn năm 2005 lên 103 nghìn tấn năm 2006). Giá xuất khẩu chè nước ta ước đạt 1.052 USD/tấn, giảm 5,5% so với cùng kỳ năm 2005.

Theo số liệu thống kê, kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả cả nước trong tháng 11/2006 đạt 23,11 triệu USD, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả trong 11 tháng đầu năm lên hơn 238 triệu USD, tăng 10,5% so với cùng kỳ năm trước. Phần lớn mặt hàng rau quả nước ta được xuất khẩu chủ yếu vào các nước như: Đài Loan, Trung Quốc, Nhật Bản, Liên bang Nga Kim ngạch xuất

khẩu hàng rau quả trong xu hướng tăng nhanh vào những tháng cuối năm tại hầu hết các thị trường xuất khẩu chủ lực. Tuy vậy, vấn đề an toàn thực phẩm đòi hỏi Việt Nam cần quan tâm hơn khi xuất khẩu nông sản. Sự việc "Nhật Bản Quyết định kiểm tra 50% hạt điều xuất khẩu của Việt Nam do nghi ngờ dư lượng chất permethrin" là lời cảnh báo khi nông sản Việt Nam bước chân vào thị trường Nhật Bản.

### Hướng phát triển của nông sản Việt Nam năm 2007

Bộ Thương mại dự báo trong năm 2007, giá một số mặt hàng nông lâm sản xuất khẩu của Việt Nam sẽ tiếp tục tăng do nguồn cung trên thị trường thế giới hạn hẹp. Đây là một dấu hiệu tốt báo hiệu việc thị trường nông sản thế giới đang có chiều hướng thuận lợi cho việc tăng

cường sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Dự báo về tình hình thị trường nông sản năm đầu tiên khi nước ta gia nhập WTO, Bộ trưởng Cao Đức Phát cho rằng: Phát huy đà tăng trưởng mạnh của năm 2006, xuất khẩu nông sản sẽ tiếp tục có dấu hiệu khả quan. Năm 2007 Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn dự kiến xuất khẩu nông lâm sản đạt kim ngạch 7,5 tỷ USD, tăng 5,8% so với năm 2006. Có thể thị trường nông sản sẽ có biến động nhưng các mặt hàng chính của nông sản nước ta như gạo, cà phê, cao su, hạt tiêu, đồ gỗ sẽ vẫn có thuận lợi xuất khẩu.

Năm 2007 cũng là năm phát triển các chương trình chiến lược, trong đó những chương trình có liên quan tới phát triển ngành hàng nông sản gồm: i, Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu cây trồng kết hợp thâm canh tăng năng

## Chính thức trở thành thành viên của WTO, nông sản Việt Nam cần tuân thủ những quy định và luật chơi trong sân chơi chung.

Ngày 11 tháng 1 năm 2007, sau khi hoàn tất đàm phán và thực hiện đầy đủ các thủ tục cần thiết, Việt Nam đã chính thức trở thành một thành viên đầy đủ của tổ chức thương mại Thế giới (WTO). Trong bối cảnh hội nhập và tình hình khả quan của việc tăng kim ngạch xuất khẩu hầu hết các mặt hàng nông sản của Việt Nam năm 2006, việc gia nhập WTO vừa mang đến cho nông nghiệp Việt Nam triển vọng về một sân chơi khổng lồ, với hơn 5 tỉ người tiêu thụ, chiếm 95% GDP, 95% giá trị thương mại thế giới và một kim ngạch nhập khẩu trị giá 635 tỉ đô la Mỹ/năm, nhưng đồng thời cũng bắt buộc nông dân Việt Nam phải đối diện ngay với bốn luật chơi cực kỳ khó khăn. Đó là:

**1. Luật chơi về an toàn thực phẩm:** trong quá trình sản xuất, trái cây và rau quả Việt Nam phải có Chứng chỉ "nông nghiệp an toàn" hay "nông nghiệp tốt" (Good Agricultural Practices, GAP) để đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

**2. Luật chơi về chất lượng:** mặt hàng nông sản Việt Nam phải cần rất nhiều chứng chỉ, chẳng hạn như chứng chỉ xác nhận nguồn gốc giống (chứng chỉ xác nhận giống không thuộc loại cây biến đổi gen, GMO), chứng chỉ báo cáo chất lượng (hàm lượng protein, chống oxy hóa, vitamine, đồng bộ về giống, độ chín, kích cỡ và màu sắc)... để chứng minh mặt hàng có chất lượng cao và bổ dưỡng.

**3. Luật chơi về số lượng:** hàng hóa lưu hành trong thị trường nông sản thế giới ngày nay vừa lớn về số lượng (trăm tấn, ngàn tấn, vạn tấn), vừa đồng bộ (giống, kích cỡ, màu sắc, bao bì) và chính xác về thời gian giao hàng

**4. Luật chơi về giá cả:** để yểm trợ cho cạnh tranh, giá cả trở nên một yếu tố quyết định. Đây là một thứ "luật bất thành văn" của bất cứ một cơ sở sản xuất hay một quốc gia nào trên thế giới muốn tham dự cuộc chơi. Nông dân Việt Nam phải hết sức quan tâm đến điểm này để mặt hàng luôn có giá rẻ - vốn là một lợi thế của Việt Nam trong mấy năm qua.

Cam kết khi gia nhập WTO không cho phép Chính phủ Việt Nam trợ cấp xuất khẩu. Tuy nhiên, Chính phủ được phép trợ cấp khuyến nông và phục vụ phát triển nông nghiệp. Xây dựng chiến lược phát triển mạnh ngành trái cây, rau quả và hoa; nhanh chóng hoàn thành chu trình nông nghiệp an toàn và đẩy lên một phong trào tập huấn đều khắp cho nông dân sẽ là trợ cấp WTO đúng kiểu nhất để Chính phủ giúp nông dân phát triển kinh tế.

(Theo: Báo Thương mại)

suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất- ii, Phát triển nhanh đàn chăn nuôi theo hướng chất lượng, hiệu quả trên cơ sở phòng chống tốt các loại dịch bệnh, nhất là dịch cúm gia cầm - iii, Chương trình đẩy mạnh nâng cao chất lượng muối ăn, đẩy nhanh sản xuất muối sạch, chất lượng cao xuất khẩu và muối công nghiệp thay thế nhập khẩu - iv, Đẩy mạnh phát triển công nghệ chế biến nông sản.

Việc phát triển và xuất khẩu các mặt hàng nông sản

tới. Hai năm 2007-2008, chu kỳ giá gạo thế giới sẽ tăng cao, tiêu thụ gạo thế giới tăng. Theo đánh giá của Tổ chức Lương thực thế giới, cung cầu gạo năm 2007 sẽ tiếp tục mất cân đối do nhiều nước tiếp tục mất mùa, riêng thị trường gạo Việt Nam sẽ vẫn thuận lợi do đã triển khai các chương trình dự phòng (hạn chế xuất khẩu cuối năm 2006, áp dụng trồng các giống chất lượng cao chống sâu bệnh). Về sản xuất trong nước, cơ bản các tỉnh ĐBSCL đã áp dụng xuống giống

chất lượng cao bắt đầu từ vụ đông xuân 2006-2007 ở 7 tỉnh, các bộ giống được triển khai trong chương trình này ngoài tiêu chuẩn về chất lượng gạo còn có khả năng kháng rầy nâu và chống chịu tốt các bệnh vàng lùn, lùn xoắn lá đang gây hại trên diện rộng đảm bảo có đủ gạo đáp ứng xuất khẩu. Trong vụ đông-xuân 2007 này, sẽ có 239 nghìn ha lúa chất lượng cao được các doanh nghiệp thu mua theo hợp đồng trong dự án xây dựng 1 triệu tấn lúa chất lượng cao tại

ĐBSCL, giá thu mua sẽ cao hơn 80 - 100 đồng/kg so với giá lúa thị trường. Xuất khẩu gạo Việt Nam năm 2007 thuận lợi cả 3 mặt thị trường, nhu cầu và giá cả, đây là dấu hiệu tốt cho phát triển ngành gạo. Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam, các doanh nghiệp trong nước đã ký được các hợp đồng xuất khẩu 1,6 triệu tấn gạo trong kế hoạch xuất khẩu 4,5 triệu tấn gạo năm 2007. Mới đây, ngày 16/1/2007, Việt nam đã trúng thầu cung cấp 474.000 tấn gạo (loại 25% tấm) cho

Philippines. Với số lượng gạo xuất khẩu theo dự kiến, Việt Nam sẽ ưu tiên xuất khẩu cho



*Năm 2007 - Xuất khẩu gạo Việt Nam sẽ tiếp tục thuận lợi*

đang đứng trước một năm đầy triển vọng. Mặt hàng gạo theo dự báo sẽ "rất nóng" trong thời gian

"né rầy" khá thành công. Ngoài ra, ĐBSCL đang triển khai chương trình trồng 1 triệu tấn lúa



*Thị trường xuất khẩu cà phê năm 2007 đầy triển vọng*

một số thị trường tập trung, quy mô lớn như Philippines, Indonesia, Malaysia, Cuba, đặc biệt là Nhật Bản.

Năm 2007, thị trường cà phê xuất khẩu thế giới đầy triển vọng do giá có xu hướng tăng. Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) cũng như các chuyên gia của Reuters đều cho rằng, giá cà phê trên thị trường thế giới sẽ tăng trong quý I/2007 do nguồn cung thắt chặt, giá cà phê chè (Arabica) giao dịch Tại Sở Thương mại New York (Mỹ) có thể tăng 3,8% từ nay đến hết quý I/2007. Trong khi đó, giá cà phê trên thị trường thế giới hợp đồng giao tháng 3/2007 cũng đã tăng 56 USD so với đầu tháng 1/2007, lên mức

1.571 USD/tấn. Cũng theo tổ chức này, năm 2007, nhu cầu cà phê sẽ tăng mạnh đặc biệt tại các thị trường truyền thống như Mỹ và Tây Âu, đây sẽ là nguyên nhân chính khiến giá cà phê sẽ đứng ở mức cao trong thời gian tới. Nhu cầu cà phê Braxin tăng cao, đặc biệt các nhà sản xuất cà phê Robusta sẽ gây sức ép lên thị trường để cạnh tranh với các nhà cung cấp nhỏ lẻ và đẩy giá tăng lên. Tuy nhiên, cà phê Robusta của Braxin sẽ phải cạnh tranh với cà phê xuất khẩu của Việt Nam ngày càng cao và ảnh hưởng của các thương gia Việt Nam ngày càng lớn với thị trường cà phê quốc tế. Trong năm 2007,

Việt Nam sẽ vẫn tiếp tục dẫn đầu về xuất khẩu cà phê thế giới.

**Nguyễn Quốc Chinh**

### ***Tài liệu tham khảo***

*TS: Đặng Kim Sơn (11/2006)*

*Gia nhập WTO: cần một chiến lược mới cho nông nghiệp Việt Nam*

[http://www.nclp.org.vn/News/ng\\_hiencuuchinh sach](http://www.nclp.org.vn/News/ng_hiencuuchinh sach)

*Bốn "luật chơi" WTO để nông sản hội nhập - Tổ chức lương thực thế giới (FAO)*

<http://unstats.un.org/unsd>

*Các báo cáo tình hình xuất nhập khẩu các ngành hàng nông sản*

<http://www.mard.gov.vn/fsiu/>

*Thông tin các ngành hàng nông sản : <http://www.agro.gov.vn>*

# "Sức mạnh" của quảng cáo bằng thư điện tử

*Quảng cáo bằng email (thư điện tử) đang ngày càng được nhiều doanh nghiệp sử dụng. Hiện nó được xem như một công cụ quảng cáo hữu ích với chi phí đầu tư thấp. Tuy nhiên làm thế nào để phát huy được tốt nhất hình thức quảng cáo này? Làm thế nào để khách hàng đọc thư và các bức thư sẽ phát huy tác dụng...?*

Quảng cáo trực tuyến đang ngày càng phổ biến tại Việt Nam với nhiều hình thức đa dạng, từ quảng cáo trên website cho đến quảng cáo -qua email. Quảng cáo trực tuyến tạo ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp quảng bá sản phẩm của mình. Quảng cáo qua hệ thống thư điện tử có ưu điểm nổi bật nhất là chi phí thấp và tiện ích cho doanh nghiệp cũng như khách hàng.

## Phát tán công khai

Từ địa chỉ email có cái tên rất kêu Vietnam E-marketing, hàng ngày gửi đi khoảng hơn 2 triệu email tiếp thị với nội dung chào hàng hấp dẫn như: "Quý vị đã biết gì về công nghệ E-mar-



keting chưa? Đó là công nghệ tạo ra khách hàng và quảng bá sản phẩm nhanh nhất hiện nay...". Cũng từ địa chỉ email này, người ta rao bán hơn 2 triệu địa chỉ email Việt Nam cùng một phần mềm có khả năng gửi 20.000 email/giờ. Chuyên nghiệp hơn, họ còn cung cấp các công cụ kiểm tra chất lượng, tìm kiếm các địa chỉ email khác hay quản lý

địa chỉ email. Hiện nay, trên thị trường có hàng trăm nhà cung cấp tương tự sẵn sàng đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng về Quảng cáo qua email.

Với mức chi phí thấp, cách thức đơn giản, hình thức Quảng cáo qua email hấp dẫn khá nhiều doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ, tiểu thương, cá nhân có nhu cầu mua bán... Một doanh nghiệp đã tính toán rằng, để đến được với hàng triệu khách hàng, nếu Quảng cáo qua truyền hình chi phí trung bình là 150-200 đồng/lượt người xem, báo giấy 80-100 đồng/lượt người đọc, website 20-60 đồng/lượt người xem. Còn nếu Quảng cáo qua email chỉ tốn 1 đồng/lượt khách hàng, thậm chí còn thấp hơn nữa.

## Tính hiệu quả

Nhiều người cho rằng thư điện tử không phát huy được tính hiệu quả với vai trò là công cụ quảng cáo. Tuy nhiên, trên thực tế, việc tiến hành các chương trình quảng cáo qua thư điện tử một cách hợp pháp đang được xem là cách thức định vị thị trường có tác dụng nhất, để

theo dõi và đo được kết quả ngay lập tức.

Một thư điện tử quảng cáo hay, nội dung hấp dẫn, thiết kế đẹp và được gửi đi một cách thích hợp thì nó sẽ thực sự có giá trị đối với khách hàng. Đồng nghĩa với nó là sự tín nhiệm đối với sản phẩm-dịch vụ của doanh nghiệp bạn sẽ được nâng lên.

Cách tốt nhất để thư điện tử quảng cáo có hiệu quả là chỉ nên gửi những bức thư đi dựa trên sự cho phép. Chỉ nên gửi khi đã có liên lạc trước với những cá nhân có địa chỉ trong danh sách. Danh sách này nên bao gồm địa chỉ của những khách hàng hiện tại, tiềm năng với mong muốn nhận được bản tin hay các thư chào hàng.

### Lợi bất cập hại

Các loại email Quảng cáo gửi với số lượng lớn và không hữu ích với phần lớn người đọc được gọi chung là thư rác (spam). Thư rác là những thư người nhận không muốn nhận từ một doanh nghiệp mà trước đó họ chưa từng có quan hệ. Hầu hết người dùng đang bực bội vì email Quảng cáo và bày tỏ sự khó chịu với những email "không mời mà đến này". Con số thư rác của các hộp email ngày một tăng, có khi tới vài trăm email một ngày. Không chỉ thế, email còn đang dần trở thành công cụ để lừa đảo trực tuyến khi ngày càng có nhiều kẻ sử dụng email để phát tán virus, giả mạo để lừa đảo người dùng cung cấp mật khẩu, số tài khoản Ngân

hàng... Với sự gia tăng từ những biến thái qua email, hiệu quả Quảng cáo qua hình thức này có nguy cơ giảm mạnh.

Việt Nam cho đến thời điểm này đang thiếu các quy định đối với Quảng cáo qua các phương tiện điện tử như email... Việt Nam cũng chưa có quy định nào bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nhất là quyền lợi riêng tư qua phương tiện điện tử. Trong khi đó, hình thức Quảng cáo qua phương tiện điện tử sẽ còn phát triển nhanh chóng trong thời gian tới.

**Nguyễn Trang Nhung tổng hợp**  
(Theo tạp chí Thế giới Vi tính  
và Vi tính Sài Gòn)

### Hãy gửi những bức thư có chất lượng tốt

Để phát động một chương trình quảng cáo qua thư điện tử được người nhận đánh giá cao, bạn phải chú ý đến chất lượng. Dưới đây là các bước có thể đảm bảo rằng khách hàng và người đăng ký nhận thư sẽ nhận được những bức thư chất lượng, mang tính chuyên nghiệp:

- Hãy chắc chắn rằng những điều mà bạn giới thiệu trong thư điện tử liên quan trực tiếp đến quyền lợi của người nhận.
- Hãy chắc chắn rằng bạn đã đọc và sửa chữa các lỗi trước khi gửi đi, ít nhất là hai lần.
- Hãy đăng ký một địa chỉ điện tử miễn phí (Hotmail và Yahoo!..), sau đó thử nghiệm chương trình quảng cáo của bạn bằng cách gửi đến những địa chỉ này trước khi gửi cho khách hàng. Điều đó sẽ giúp bạn phát hiện ra các lỗi trong những dịch vụ này.
- Hãy ghi nhớ rằng, nếu bạn đang kinh doanh sản phẩm hay dịch vụ trên Internet, thư điện tử vẫn được xem là một hình thức giao tiếp duy nhất giữa doanh nghiệp với khách hàng. Điều đó có nghĩa là, cùng với trang web, những thông điệp qua thư điện tử là những "công cụ" có thể giúp bạn xây dựng niềm tin và uy tín.

Theo Vi tính Sài Gòn



# Chia sẻ miếng bánh đầu tư

Để phát triển công việc kinh doanh, một trong những tình thế khó xử của chủ doanh nghiệp là không thể tự triển khai ý tưởng một mình. Muốn biến ý tưởng thành hiện thực, chủ doanh nghiệp cần nhiều nhà đầu tư để gây quỹ, đội ngũ các nhà tư vấn và chuyên gia hướng dẫn để lên kế hoạch hành động trong từng bước đi. Chưa kể mỗi người trong số họ đều mong muốn sở hữu một phần của ý tưởng lớn đó.

Khái niệm chia sẻ quyền sở hữu là cội rễ của sức mạnh trong kinh doanh, bởi vì, đằng sau khái niệm này là khả năng dành tặng cho một ai đó cơ hội thăng tiến và trở nên giàu có thông qua việc sở hữu một phần những gì họ xây dựng. Ở đây, câu hỏi đặt ra là: Bạn phải xác định quyền sở hữu của mọi người như thế nào vào thời điểm bắt đầu?

Trong số tất cả các vấn đề liên quan tới việc khởi sự một doanh nghiệp mới, các vấn đề về sở hữu có lẽ tác động trực tiếp và mạnh mẽ tới các ý tưởng. Có những chủ doanh nghiệp sẵn lòng trao một lượng lớn cổ phần vào tay những người mà họ tin rằng sẽ có khả năng

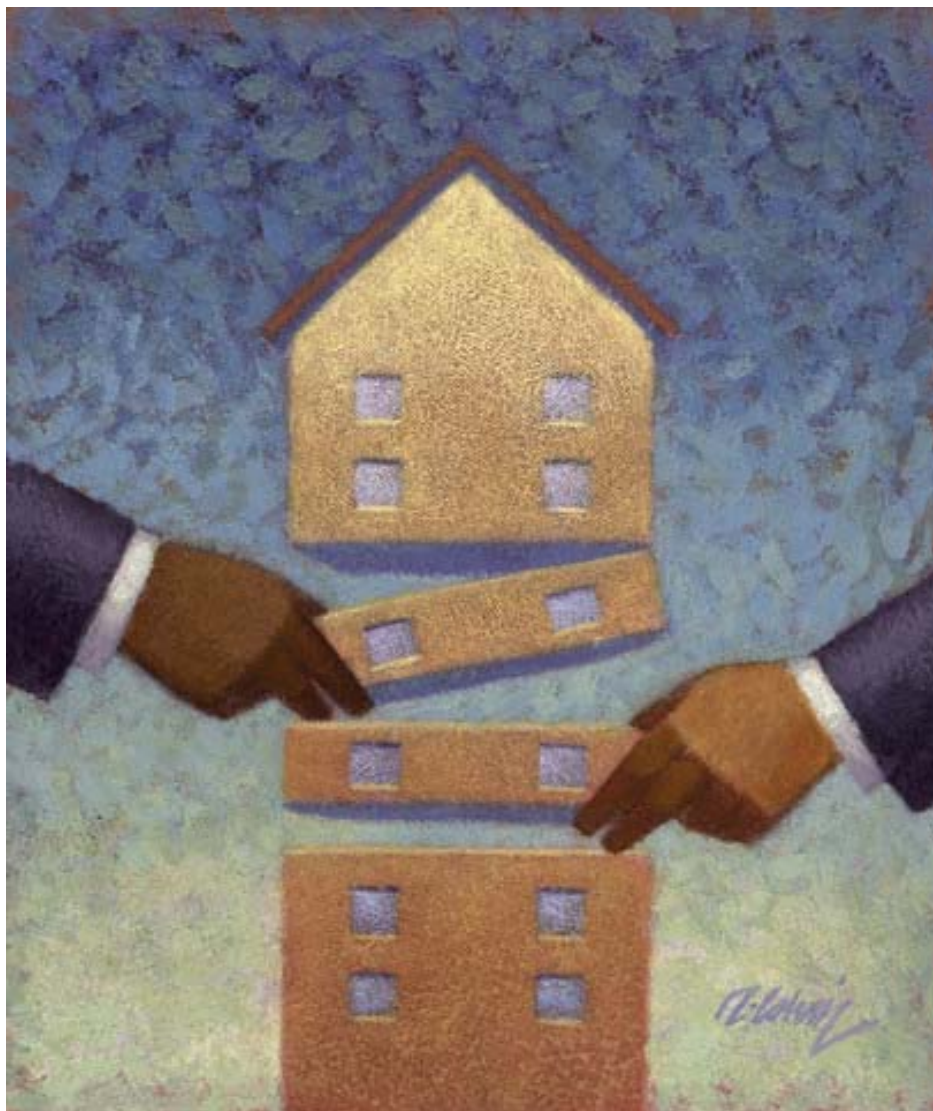


hoạt động hiệu quả, nhưng rồi những người này chẳng làm nên trò trống gì. Và một khi cổ phiếu đã được trao đi, dường như bạn không thể thu nó về (trừ khi bạn đủ khôn ngoan để xây dựng những điều khoản mua lại trong bản hợp đồng chuyển nhượng cổ phiếu cho phép bạn mua lại cổ phiếu tại mức giá bán ra ban đầu, nếu kết quả công việc của người đó không như mong đợi). Thậm chí, cả khi mọi việc tiến triển tốt đẹp, nếu một chủ doanh nghiệp phóng khoáng thái quá chia hơn 50% số cổ phần của

công ty mình cho những người khác, các nhà đầu tư sẽ đặt câu hỏi ai là chủ thật sự của công ty, và điều đó có thể khiến họ e ngại trong việc đầu tư.

Để đạt được mục tiêu vừa "chia sẻ sự giàu có" vừa đảm bảo sự phân phối công bằng, các chủ doanh nghiệp phải có một kế hoạch và nguyên tắc chặt chẽ trong việc thực hiện. Một khi bạn đã quyết định rằng bạn sẽ chia sẻ quyền sở hữu công ty, hãy bắt đầu bằng việc phân loại 4 kiểu chủ sở hữu và mỗi người nên sở hữu bao nhiêu phần.

***Khi phải xác định tỷ lệ vốn sở hữu cổ phần cho các thành viên sáng lập công ty và các nhà đầu tư lúc khởi sự doanh nghiệp, bạn sẽ làm thế nào để phân chia miếng bánh hấp dẫn này một cách hợp lý nhất?***



### 1. Các thành viên sáng lập.

Đây là một người hay những người chung sức vào ý tưởng khởi đầu. Nếu bạn ở trong nhóm này, bạn sẽ muốn sở hữu từ 75% đến 80% công ty cho đến khi đón nhận nguồn vốn chuyên nghiệp đầu tiên.

### 2. Người lao động.

Đây là những thành viên của tập thể nhân viên mà bạn tuyển dụng - những người sẽ giúp bạn thành lập và vận hành công ty.

Mục tiêu của họ là bổ sung thêm cho ý tưởng ban đầu của bạn và giúp đỡ để nó trở nên thực tế bằng việc:

- Chế tạo sản phẩm,
- Giúp đỡ lập kế hoạch kinh doanh,
- Làm bất cứ công việc nào khác cần thiết để hỗ trợ bạn điều hành công ty.

Những nhân viên này có thể làm việc toàn thời gian hay bán thời gian và thường không nhận tiền lương bằng tiền mặt, mà bằng cổ

phiếu, và họ có thể sở hữu đến 5% cổ phần của công ty.

### 3. Những cộng tác viên chủ chốt hoặc những người trợ giúp đặc lực.

Đây là những người có đóng góp to lớn đến lợi ích chung của công ty, ví dụ như mang về cho công ty một đối tác chiến lược quan trọng - người sẽ mua sản phẩm/dịch vụ của công ty. Những người như thế nên nhận được khoảng 10% cổ phần của công ty.

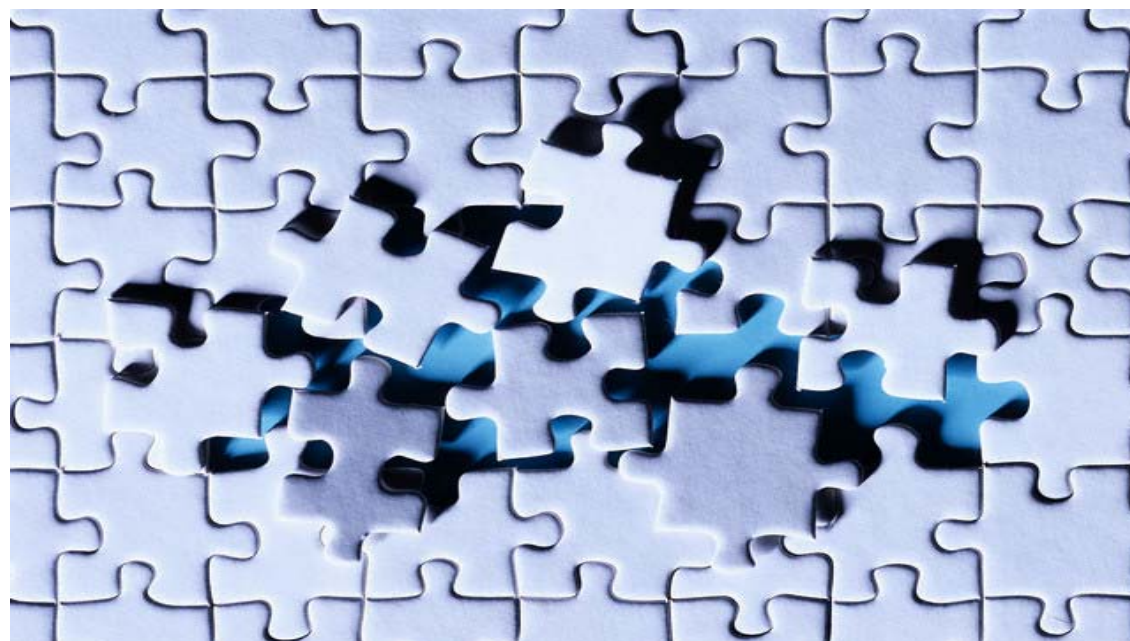
### 4. Các nhà đầu tư.

Đây là những người giúp đỡ bạn huy động nguồn vốn ban đầu để thành lập công ty. Thông thường, họ sẽ đầu tư một khoản tiền nào đó, đổi lại, họ có thể nhận được từ 5% đến 10% cổ phần của công ty.

### Phân chia cổ phần

Bước tiếp theo là đặt ra các quy tắc về việc chia cổ phần của bạn. Dưới đây là một vài hướng dẫn giúp bạn thiết lập bộ quy tắc:

1. Tỷ lệ phần trăm của các thành viên sáng lập nên được quyết định ngay từ ban đầu. Họ sẽ không có được các cổ phần phụ thêm nào cho khoản tiền mặt bổ sung hay những đóng góp quan trọng khác.



2. Các thành viên sẽ được thưởng một mức tối thiểu cổ phần cho mỗi vốn bản, mỗi giờ góp sức (thường gọi là cổ phiếu thưởng). Cổ phiếu thưởng sẽ được trao cho các thành viên tập thể sau sáu tháng kể từ ngày thành lập công ty. Nếu họ ra đi trước lễ kỷ niệm 6 tháng, bạn không cần trao cho họ một cổ phiếu nào cả.

3. Cổ phiếu thưởng nên được định giá và phân bổ theo cách thức hợp lý và công bằng. Nếu không, tất cả mọi người sẽ cảm thấy thất vọng và không còn hứng thú mỗi khi công ty phát hành thêm cổ phiếu.

4. Công ty nên thể hiện rõ ràng những kiểu đóng góp nào sẽ được xác định là "đóng góp then chốt". Bất cứ ai có những đóng góp then chốt sẽ nhận được sự

phân chia cổ phần đặc biệt cùng lúc khi công ty thu về những lợi ích của đóng góp đó.

5. Công ty cũng nên xây dựng một chính sách mua lại tất cả các cổ phần. Chính sách này đơn giản là sẽ bảo vệ công ty khỏi việc mọi người cố gắng "ghi điểm" thật nhanh và sau đó rời công ty khi đã có một số lợi ích nhất định. Các điều khoản mua lại cho phép công ty có một thời hạn nào đó để mua lại các cổ phiếu với một tỷ lệ và mức giá ưu đãi theo những điều kiện hết sức nghiêm ngặt.

6. Mặc dù việc định giá công ty trong thời kỳ ban đầu dường như là không thể thực hiện thật chính xác, song việc đánh giá sơ bộ vẫn rất cần thiết đối --- với các nhà đầu tư muốn nhận lấy cổ phiếu từ số tiền họ góp vào

cho bạn.

Ví dụ, nếu X đồng mua được 10% cổ phần của công ty bạn, thì giá trị của công ty bạn sẽ được định giá ở mức 10 X. Việc định giá nên được tích lũy tăng dần. Vì thế, nếu bạn định giá công ty quá cao ngay từ lúc đầu, bạn sẽ không thể bán cổ

phần một cách dễ dàng, hoặc sau này bạn sẽ buộc phải cắt giảm một lượng lớn cổ phần sở hữu.

7. Cuối cùng, hãy lên kế hoạch cho những gì bạn phải từ bỏ khi (và nếu) bạn chấp nhận tiền bạc từ các nhà đầu tư thân quen (thông thường là 10 đến 20%) hay các nhà đầu tư vốn mạo hiểm (thường là từ 25 đến 50%).

Việc trao cổ phần cho những ai giúp đỡ bạn xây dựng công ty luôn là một biện pháp hiệu quả của giới kinh doanh trong giai đoạn huy động vốn. Một khi được thực hiện đúng đắn, mọi người sẽ đều có lợi và nhiều triệu phú mới được tạo ra - những người luôn biết cách hành xử hợp lý trong giai đoạn khởi sự khó khăn.

*Theo BWportal*

# 10 lời khuyên trong việc quản lý dự án

*Làm việc theo dự án là sự huy động nguồn lực từ các phòng, ban khác nhau trong một đơn vị để thực hiện một dự án nào đó. Sau khi dự án kết thúc, các nhân viên tham gia vào dự án được trả về đúng bộ phận của mình hoặc có thể tiếp tục được phân công vào một dự án khác. Ngoài ra, làm việc theo dự án cũng cần sự hỗ trợ của các chuyên gia từ bên ngoài.*



**T**rong một thế giới mà sự tập trung làm việc theo dự án ngày càng gia tăng, việc quản lý tốt các dự án để đạt được hiệu suất cao là một điều tất yếu. Đối với hầu hết các công ty, việc quản lý theo dự án (project-oriented management) được xem là một sự thay đổi lớn. James M. Kerr, sáng lập viên kiêm chủ tịch công ty tư vấn Kerr Consulting Group ở bang Connecticut (Mỹ), đưa ra mười quy tắc có thể mang lại hiệu quả cao cho các doanh nghiệp khi chuyển sang phương pháp quản lý này.

## 1. Thu hẹp phạm vi của dự án

Để các dự án được tiến hành một cách chặt chẽ và tập trung, người quản lý dự án nên chia thành những dự án, hàng loạt các kế hoạch nhỏ sẽ dễ thực thi và hoàn thành đúng thời hạn.

## 2. Phân bổ thành viên một cách phù hợp

Cách tốt nhất để có một sự khởi đầu tốt là phân bổ hợp lý số lượng người trong nhóm thực hiện dự án. Quá đông người làm việc trong một dự án khiến việc

giám sát và hướng các cá nhân hướng vào nhiệm vụ chung gặp nhiều khó khăn. Nguyên tắc chung là mỗi người mỗi việc nhưng trong nhiều trường hợp cũng có những thành viên phải đảm đương hai ba việc.

## 3. Huy động tất cả các nguồn lực

Để đảm bảo dự án đạt được kết quả như mong muốn, người lãnh đạo phải huy động được mọi nguồn lực trong doanh nghiệp, cũng như phải khẳng định tính chất quan trọng của dự án.

## Doanh nghiệp

### 4. Thiết lập bộ phận kiểm soát dự án

Bộ phận này có trách nhiệm xem xét các vấn đề về chính sách, định hướng chiến lược và hỗ trợ giải quyết những vướng mắc, trở ngại trong quá trình thực hiện dự án.

### 5. Không nên tạo nhiều áp lực công việc

Áp lực công việc có thể làm cho các nhân viên trong dự án bị căng thẳng mệt mỏi cả về tinh thần lẫn thể xác. Các tổ chức có khuynh hướng chọn những người đưa ra sáng kiến có khả năng áp dụng cao và sử dụng liên tục khi vừa kết thúc dự án này đã được phân công ngay vào một dự án khác. Nếu nhận thấy có tình trạng người nào đó vừa hoàn thành xong dự án này đã được phân công ngay vào một dự án khác thì bạn nên xây dựng một số chính sách để giới hạn hay giám sát việc sử dụng nhân viên như thế.

### 6. Tìm kiếm sự hỗ trợ từ bên ngoài

Một cách khác nữa để giảm bớt áp lực công việc là sử dụng các chuyên gia từ bên ngoài. Song song với việc gia tăng các nhóm thực hiện dự án, việc mời những nhà tư vấn bên ngoài cũng có thể



mang lại cho tổ chức nhiều ý tưởng mới có giá trị.

### 7. Trao quyền cho các nhóm thực hiện dự án

Khi đang phải cố gắng hết mình để hoàn thành công việc đúng thời hạn, các nhóm thực hiện dự án sẽ khó lòng tuân thủ một số hoạt động theo quy định như việc nộp các bảng kiểm tra công việc hay tham gia các cuộc họp thường kỳ... Ở một chừng mực nào đó, những nhóm này cần được trao thêm quyền hạn để có thể hoàn thành công việc đúng tiến độ với chi phí đã được cấp. Mọi người sẽ làm việc tích cực hơn trong một môi trường tin cậy và cảm thông lẫn nhau, và coi trọng sáng kiến của từng cá nhân.

### 8. Sử dụng những công cụ quản lý dự án

Những công việc quản lý dự án bình thường có thể được thực hiện một cách tự động với những

công cụ có chức năng hỗ trợ như: theo dõi dự án; phân công nhiệm vụ; quản lý tiến độ, và hỗ trợ việc phân tích nguồn lực dựa trên mạng cục bộ. Những công cụ này tăng cường việc chia sẻ và trao đổi thông tin. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng nếu việc sử dụng công nghệ làm tăng thêm phức tạp của dự án thì đây không phải là một điều hay.

### 9. Động viên và khen thưởng

Sự góp sức của tất cả những người tham gia vào dự án cần phải được công nhận một cách xứng đáng. Khen thưởng các nhân viên làm việc tốt bằng cách tặng họ vé xem một trận bóng đá, xem phim hay ca nhạc, thêm số ngày nghỉ phép và tăng phụ cấp cho họ là những hình thức thể hiện sự đánh giá cao công sức mà họ đã cống hiến cho dự án.

### 10. Không chấp nhận cách làm sơ sài

Những chính sách quản lý tốt phải ngăn chặn những cung cách làm việc sơ sài, cẩu thả. Những kiểu làm việc như thế sẽ dẫn đến nhiều sai lầm trong lúc thực hiện công tác, sự lãng phí, công việc làm đi làm lại nhiều lần và sự thất bại.

*Theo Thời Báo Vi tính Sài Gòn*



## Một vài thủ thuật hữu ích trong Word

### Giấu một đoạn văn bản

Trong một văn bản, nếu bạn muốn giấu một đoạn nào đấy vì lý do bảo mật thì bạn hãy tô chọn đoạn văn bản đó rồi truy xuất đến menu Format chọn Font. Tại đây bạn nhấn vào thẻ Font rồi bấm vào tùy chọn Hidden trong vùng Effects, bấm Ok để thấy được kết quả.

Khi bạn muốn xem lại đoạn văn bản đã được giấu thì bạn truy xuất vào menu Tool > Options, bấm vào thẻ View rồi nhấn dấu chọn trước tùy mục Hidden text trong vùng Formatting marks. Những đoạn văn bản đã bị bạn che giấu đi sẽ được xuất hiện trở lại kèm theo

những nét gạch dưới để cho bạn dễ phân biệt đâu là đoạn văn bản bình thường và đâu là đoạn văn bản đã được che giấu.

### Tự động lưu lại dữ liệu khi đang soạn thảo

Nếu bạn làm việc trong môi trường không an toàn vì điện áp thì hiện tượng treo máy hoặc tự khởi động lại đột ngột là điều khó có thể tránh khỏi, để an toàn hơn cho công việc soạn thảo văn bản của mình bạn nên thiết lập thời gian tự động "lưu trữ" dữ liệu với cách thực hiện như sau:

Bạn hãy nhấn vào menu Tool > Options, tại đây bạn hãy nhấn vào thẻ Save rồi nhấn dấu chọn trước tùy mục Save

AutoRecover info every sau đó thiết lập một thời gian mà bạn muốn Word tự động "backup" lại dữ liệu của mình (theo mặc định là 10 phút) sau đó bấm OK để chấp nhận việc thay đổi này.

### Tự động chèn ngày, giờ vào văn bản

Trong văn bản nếu bạn muốn thể hiện chi tiết ngày giờ hiện hành vào tài liệu văn bản thì nhấn con trỏ chuột vào vị trí muốn chèn, truy xuất vào menu Insert > Date and Time. Tại đây bạn hãy chọn một kiểu chèn trong vùng Available Formats sau đó nhấn nút OK để chèn chúng vào vị trí mà bạn đã chọn.

*Theo thanhnien online*

## Hội chợ cung ứng hàng hóa Siêu thị Nhật Bản

Vào tháng 03/2007 tại Thành phố Tokyo - Nhật Bản sẽ diễn ra Hội chợ cung ứng hàng hóa Siêu thị Nhật Bản.

Theo Công ty Quảng cáo và Hội chợ Thương mại Vinexad, vào tháng 03/2007 tại Thành phố Tokyo - Nhật Bản sẽ diễn ra Hội chợ cung ứng hàng hóa Siêu thị Nhật Bản. Hàng hóa trưng bày tại Hội chợ là hàng tiêu dùng tổng hợp cung cấp cho Hệ thống siêu thị Nhật.

Đây là cơ hội tốt cho các doanh nghiệp Việt Nam gặp gỡ với các nhà nhập khẩu Nhật Bản, đặc biệt là các nhà nhập khẩu và phân phối lớn cho các siêu thị tại Nhật Bản.

Công ty Quảng cáo và Hội chợ Thương mại (VINEXAD) phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản sẽ tổ chức cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia

Thông tin chi tiết có thể liên hệ theo địa chỉ sau:

Công ty Quảng cáo và Hội chợ Thương mại Vinexad  
Số 9, Đinh Lễ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: +84-4-8255 546

Fax: +84-4-8255 556



## Mời tham gia Europasia 2007

Tháng 4/2007, Phòng Thương mại và Công nghiệp Lyon sẽ tổ chức các cuộc gặp gỡ giao dịch thương mại giữa các doanh nghiệp Châu Á và Châu Âu mang tên Europasia tại Lyon từ ngày 31/3 đến ngày 7/4/2007. Mục đích của các cuộc gặp gỡ này nhằm tăng cường sự trao đổi giữa các doanh nghiệp Châu Á và Châu Âu. Europasia năm 2007 dự kiến sẽ có hơn 200 doanh nghiệp Châu Âu và rất nhiều doanh nghiệp Châu Á tham dự đến từ Ấn Độ, Malaysia, Thái Lan, Trung Quốc và Việt Nam cùng với hàng trăm cuộc gặp gỡ trực tiếp giữa các doanh nghiệp của 2 châu lục.

Các lĩnh vực chủ yếu tại Europasia bao gồm: hệ thống giao thông, lĩnh vực y tế  
Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp tại Việt Nam trân trọng kính mời quý vị tham gia Europasia 2007.

Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên hệ với:  
Phòng Thương mại Công nghiệp Pháp tại Việt Nam

**Văn phòng Hà Nội**  
Chị Hoàng Cẩm Vân  
#506-4, 56 Lý Thái Tổ  
Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Tel: 04 934 7148  
Fax: 04 934 5177

**Văn phòng Hồ Chí Minh**  
Chị Nguyễn Đắc Bội

Eurovilla, 257 Hoàng Văn Thụ  
Tân Bình, Hồ Chí Minh  
Tel: 08 997 3928  
Fax: 08 997 4827  
Bquynh.nguyendac@cci  
fv.org Fax: 08 997 4827  
Bquynh.nguyendac@cci  
fv.org

