

MỤC LỤC / CONTENTS

25 PHẦN I: TỔNG QUAN MÔI TRƯỜNG THUẾ TẠI VIỆT NAM NĂM 2015 / PART 1: OVERVIEW OF VIETNAM'S TAX- ATION IN 2015	PACIFIC PARTNERSHIP AGREEMENT MEANS?  ROBERT KING VÀ SHUBHENDU MISRA / ROBERT KING AND SHUBHENDU MISRA	THUẾ THU NHẬP LỚN NHẤT VIỆT NAM / KEY FINDINGS FROM SURVEY OF ENTERPRISES IN V1000 RANKING LIST 2015 - TOP 1000 ENTERPRIS- ES OF TAX CON- TRIBUTION IN VIETNAM 2015  VIETNAM REPORT	75 ĐÁNH GIÁ UY TÍN TRUYỀN THÔNG TOP 50 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2014 / ASSESSMENTS ON MEDIA REPU- TATION OF TOP 50 BEST TAX PAY- ERS IN V1000 RANKING LIST 2014  VIETNAM REPORT
27 NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TRONG CẢI CÁCH THUẾ 2015 / HIGHLIGHTS OF TAXATION REFORM IN 2015  VIETNAM REPORT	37 PHẦN 2: DOANH NGHIỆP V1000 VÀ NHỮNG TRẦN TRỞ VỀ THUẾ / PART 2: V1000 ENTERPRISES AND CONCERNS ON TAXES	73 PHẦN 3: ĐÁNH GIÁ UY TÍN TRUYỀN THÔNG TOP 50 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2014 / PART 3: ASSESSMENTS ON MEDIA REPU- TATION OF TOP 50 BEST TAX PAY- ERS IN V1000 RANKING LIST 2014	103 PHẦN 4: HỒ SƠ TOP 50 DOANH NGHIỆP THÀNH TỰU XUẤT SẮC / PART 4: TOP 50 BEST TAX PAYER PROFILES
32 NHỮNG RỦI RO, THÁCH THỨC VỀ THUẾ KHI HIỆP ĐỊNH TPP ĐƯỢC THÔNG QUA / WHAT THE CON- CLUSION OF THE TRANS-	39 GIỚI THIỆU, PHÂN TÍCH KẾT QUẢ ĐIỀU TRA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2015 - TOP 1000 DOANH NGHIỆP NỘI		

MỤC LỤC HÌNH VẼ VÀ BẢNG BIỂU / INDEX OF FIGURES AND TABLES

TÊN HÌNH VẼ / FIGURES	TRANG/PAGE
Hình 1.1: Tỷ lệ DN phản hồi theo địa bàn. (Đơn vị: %)	41
Figure 1.1: Ratio of responded enterprises in terms of operational location. (Unit: %)	
Hình 1.2: Tỷ lệ DN phản hồi theo sở hữu vốn. (Đơn vị: %)	42
Figure 1.2: Ratio of responded enterprises in terms of ownership. (Unit: %)	
Hình 1.3: Tỷ lệ DN phản hồi theo loại hình DN. (Đơn vị: %)	42
Figure 1.3: Ratio of responded enterprises in terms of enterprise types. (Unit: %)	
Hình 1.4: Tỷ lệ DN phản hồi theo lĩnh vực hoạt động. (Đơn vị: %)	42
Figure 1.4: Ratio of responded enterprises in terms of operating field. (Unit: %)	
Hình 1.5: Tỷ lệ DN phản hồi theo thời gian thành lập. (Đơn vị: %)	42
Figure 1.5: Ratio of responded enterprises in terms of establishment time. (Unit: %)	
Hình 2.1.1: Nhận định của DN về chất lượng thông tin các văn bản liên quan đến thuế đã tiếp cận. (Đơn vị: %)	43
Figure 2.1.1: Enterprise's assessments on the quality of information in approached tax documents. (Unit: %)	
Hình 2.1.2: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về chất lượng thông tin các văn bản liên quan đến thuế đã tiếp cận. (Đơn vị: %)	44
Figure 2.1.2: Enterprise's assessments classified by ownership on the quality of information in approached tax documents. (Unit: %)	
Hình 2.2.1: Nhận định của DN về thực trạng hiện nay của các sắc thuế. (Đơn vị: %)	46
Figure 2.2.1: Enterprise's assessments on current situation of taxes. (Unit: %)	
Hình 2.2.2: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về thực trạng hiện nay của sắc thuế GTGT. (Đơn vị: %)	47
Figure 2.2.2: Assessments of enterprises classified by ownership on current situation of Value Added Tax. (Unit: %)	
Hình 2.2.3: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về thực trạng hiện nay của sắc thuế TNDN. (Đơn vị: %)	48
Figure 2.2.3: Assessments of enterprises classified by ownership on current situation of Corporate Income Tax. (Unit: %)	
Hình 2.2.4: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về thực trạng hiện nay của sắc thuế XNK. (Đơn vị: %)	48
Figure 2.2.4: Assessments of enterprises classified by ownership on current situation of Import – Export Tax. (Unit: %)	
Hình 2.2.5: Nhận định của DN phân theo quy mô doanh thu về thực trạng hiện nay của sắc thuế GTGT. (Đơn vị: %)	50
Figure 2.2.5: Assessments of enterprises classified by revenue on current situation of Value Added Tax. (Unit: %)	
Hình 2.2.6: Nhận định của DN phân theo quy mô doanh thu về thực trạng hiện nay của sắc thuế TNDN. (Đơn vị: %)	51
Figure 2.2.6: Assessments of enterprises classified by revenue on current situation of Corporate Income Tax. (Unit: %)	
Hình 2.3.1: Nhận định của DN về tác động của các chính sách thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. (Đơn vị: %)	52
Figure 2.3.1: Assessments of enterprises on the impact of tax policies on enterprise's operation and production. (Unit: %)	
Hình 2.3.2: Nhận định của DN về tác động của những điều chỉnh về thuế (đặc biệt là thuế XNK) dựa trên HĐ TPP đến DN. (Đơn vị: %)	52
Figure 2.3.2: Assessments of enterprises on the impact of TPP-based amendments (especially imp-exp tax) on enterprises. (Unit: %)	
Hình 2.3.3: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về tác động của các chính sách thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. (Đơn vị: %)	54
Figure 2.3.3: Assessments of enterprises classified by ownership on the impact of tax policies on enterprise's operation and production. (Unit: %)	
Hình 2.3.4: Nhận định của DN phân theo loại hình sở hữu vốn về tác động của những điều chỉnh về thuế (đặc biệt là thuế XNK) dựa trên HĐ TPP đến DN. (Đơn vị: %)	55
Figure 2.3.4: Assessments of enterprises classified by ownership on impact of TPP-based amendments (especially imp-exp tax) on enterprises. (Unit: %)	
Hình 2.3.5: Nhận định của DN phân theo lĩnh vực hoạt động về tác động của các chính sách thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. (Đơn vị: %)	56
Figure 2.3.5: Assessments of enterprises classified by operating field on the impact of tax policies on enterprise's operation and production. (Unit: %)	
Hình 2.3.6: Nhận định của DN phân theo lĩnh vực hoạt động về tác động của những điều chỉnh về thuế (đặc biệt là thuế XNK) dựa trên HĐ TPP đến DN. (Đơn vị: %)	56
Figure 2.3.6: Assessments of enterprises classified by operating field on impact of TPP-based amendments (especially imp-exp tax) on enterprises. (Unit: %)	
Hình 2.4.1: Những lý do chính khiến các DN Việt còn e ngại nộp thuế. (Đơn vị: %)	58
Figure 2.4.1: Main reasons for the hesitance of Vietnamese enterprises in paying taxes. (Unit: %)	
Hình 2.4.2: Những vấn đề vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014. (Đơn vị: %)	59
Figure 2.4.2: Tax problems that enterprises faced in 2014. (Unit: %)	
Hình 2.4.3: Những lý do chính khiến các DN Việt còn e ngại nộp thuế phân theo loại hình sở hữu vốn. (Đơn vị: %)	61
Figure 2.4.3: Main reasons for the hesitance of Vietnamese enterprises in paying taxes classified by ownership. (Unit: %)	
Hình 2.4.4: Những vấn đề vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014 phân theo loại hình sở hữu vốn. (Đơn vị: %)	61
Figure 2.4.4: Tax problems that enterprises faced in 2014 classified by ownership. (Unit: %)	

Hình 2.4.5: Những vấn đề về vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014 phân theo lĩnh vực hoạt động. (Đơn vị: %)	64
Figure 2.4.5: Tax problems that enterprises faced in 2014 classified by operating field. (Unit: %)	
Hình 2.4.6: Những lý do chính khiến các DN Việt còn e ngại nộp thuế phân theo quy mô doanh thu. (Đơn vị: %)	65
Figure 2.4.6: Main reasons for the hesitance of Vietnamese enterprises in paying taxes classified by revenue. (Unit: %)	
Hình 2.4.7: Những vấn đề về vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014 phân theo quy mô doanh thu. (Đơn vị: %)	65
Figure 2.4.7: Tax problems that enterprises faced in 2014 classified by revenue. (Unit: %)	
Hình 2.5.1: Đánh giá của DN về sự chuyển biến của pháp luật thuế trong 5 năm gần đây (2010-2014). (Đơn vị: %)	67
Figure 2.5.1: Enterprises' assessments on the changes of tax laws over the last 5 years (2010-2014). (Unit: %)	
Hình 2.5.2: Nhận xét của DN về hệ thống thuế hiện hành của Việt Nam (Đơn vị: %)	67
Figure 2.5.2: Enterprise's assessments on Vietnam's current taxation system. (Unit: %)	
Hình 2.5.3: Những yếu tố DN muốn cải thiện trong chính sách thuế hiện nay. (Đơn vị: %)	68
Figure 2.5.3: Issues of current tax policies that enterprises wish to improve. (Unit: %)	
Hình 2.5.4: Những yếu tố DN muốn cải thiện trong chính sách thuế hiện nay phân theo loại hình sở hữu vốn. (Đơn vị: %)	69
Figure 2.5.4: Issues of current tax policies that enterprises want to improve classified by ownership. (Unit: %)	
Hình 2.5.5: Những yếu tố DN muốn cải thiện trong chính sách thuế hiện nay phân theo lĩnh vực hoạt động. (Đơn vị: %)	70
Figure 2.5.5: Issues of current tax policies that enterprises want to improve classified by operating field. (Unit: %)	
Hình 2.5.6: Những yếu tố DN muốn cải thiện trong chính sách thuế hiện nay phân theo quy mô doanh thu. (Đơn vị: %)	71
Figure 2.5.6: Issues of current tax policies that enterprises want to improve classified by revenue. (Unit: %)	
Hình 1.1: Tần suất xuất hiện của những DN thành tựu đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông. (Đơn vị: Số bản ghi)	78
Figure 1.1: Appearance frequency of Best Tax Payers that reached the recognition threshold on mass media (Unit: Number of records)	
Hình 2.1: Top 10 DN có sự đa dạng lớn nhất về chủ đề xuất hiện trên truyền thông. (Đơn vị: Số nhóm chủ đề)	80
Figure 2.1: Top 10 enterprises with the greatest variety of topics on mass media (Unit: Number of topics)	
Hình 2.2: 05 chủ đề có tỷ lệ xuất hiện nhiều nhất trên truyền thông của Top 50 DN thành tựu xuất sắc. (Đơn vị: %)	81
Figure 2.2: 5 topics with the highest appearance rate on mass media of top 50 Best Tax Payer. (Unit: %)	
Hình 3.1: Tỷ suất đánh giá tích cực so với tiêu cực trong tổng số bản ghi về các DN. (Đơn vị: %)	83
Figure 3.1: Assessment ratio of positive to negative news. (Unit: %)	
Hình 4.1: Top 10 DN trong nhóm DN có tần suất xuất hiện đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông có tỷ lệ thông tin xuất phát từ DN nhiều nhất. (Đơn vị: %)	84
Figure 4.1: Top 10 enterprises in the group that reached recognition threshold having the highest ratio of information released by themselves. (Unit: %)	
Hình 5.1: Top DN có tỷ trọng xuất hiện của CEO cao nhất. (Đơn vị: %)	85
Figure 5.1: Top enterprises with the highest ratio of CEO's appearance. (Unit: %)	
Hình 6.1: Top 10 DN trong nhóm DN có tần suất xuất hiện đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông có tỷ lệ thông tin về chủ đề đổi mới nhiều nhất. (Đơn vị: %)	86
Figure 6.1: Top 10 enterprises in the group that reached recognition threshold having the highest ratio of innovation topic. (Unit: %)	
Hình 7.1: Top 5 DN có tỷ lệ thông tin về chủ đề nhân sự nhiều nhất. (Đơn vị: %)	88
Figure 7.1: Top 5 enterprises with the greatest number of news related to human resources topic. (Unit: %)	
Hình 8.1: Top 5 DN có tỷ lệ thông tin về chủ đề mối quan hệ của DN với cộng đồng xã hội nhiều nhất. (Đơn vị: %)	89
Figure 8.1: Top 5 enterprises with the greatest number of news related to corporate social responsibility topic. (Unit: %)	
Hình 9.1: Top 5 chủ đề thông tin về triển vọng có tỷ trọng lớn nhất. (Đơn vị: %)	91
Figure 9.1: Top 5 topics with the highest ratio of outlook. (Unit: %)	
Hình 9.2: Top 10 DN trong nhóm DN có tần suất xuất hiện đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông có lượng thông tin về triển vọng lớn nhất. (Đơn vị: %)	91
Figure 9.2: Top 10 enterprises in the group that reached recognition threshold having the highest ratio of outlook topics. (Unit: %)	
Hình 10.1: Điểm số uy tín của Top 10 DN thành tựu xuất sắc trên truyền thông từ Tháng 7/2014 đến Tháng 6/2015	93
Figure 10.1: Credit score of top 10 Best Tax Payers on mass media from July 2014 to June 2015	

TÊN BẢNG BIỂU / TABLES

TRANG/PAGE

Bảng 2.4.1: Mức độ cản trở của các vướng mắc trên đối với DN. (Đơn vị: %)	60
Table 2.4.1: The extent of tax problems for enterprises. (Unit: %)	
Bảng 2.4.2: Mức độ cản trở của các vướng mắc trên đối với các DN theo loại hình sở hữu vốn. (Đơn vị: %)	63
Table 2.4.2: The extent of tax problems for enterprises classified by ownership. (Unit: %)	

DANH SÁCH TỪ VIẾT TẮT / ABBREVIATIONS

ASEAN	Association of Southeast Asian Nations – Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
CEO	Chief Executive Officer – Giám đốc điều hành
CNTT	Công nghệ thông tin
CP	Cổ phần
CTCP	Công ty cổ phần
DN	Doanh nghiệp
FDI	Foreign Direct Investment – Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTA	Free Trade Agreement – Hiệp định Thương mại Tự do
GDP	Gross Domestic Products – Tổng sản phẩm quốc nội
GTGT	Giá trị gia tăng
HĐ	Hiệp định
NH	Ngân hàng
NHTM	Ngân hàng thương mại
NSNN	Ngân sách Nhà nước
TNCN	Thu nhập cá nhân
TNDN	Thu nhập Doanh nghiệp
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TPP	Trans-Pacific Partnership – Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương
TTHC	Thủ tục hành chính
XNK	Xuất nhập khẩu

LỜI NÓI ĐẦU

Sau sự kiện Hiệp định TPP đạt được thỏa thuận cuối cùng giữa 12 nước thành viên vừa qua hứa hẹn sẽ mở ra một chu kỳ phát triển và hội nhập mạnh mẽ hơn bao giờ hết cho nền kinh tế Việt Nam. Những thay đổi về định hướng đầu tư phát triển, quy định chính sách của Nhà nước, trong đó có những chính sách về thuế sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến hoạt động sản xuất kinh doanh của cộng đồng Doanh nghiệp Việt Nam.

Trong khuôn khổ sự kiện Lễ công bố Bảng xếp hạng V1000 (Top 1000 Doanh nghiệp nộp thuế TNDN lớn nhất Việt Nam) lần thứ 6 do Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam – Vietnam Report phối hợp cùng Báo VietnamNet và Tạp chí Thuế, Tổng cục Thuế tổ chức, với mục đích tôn vinh những Doanh nghiệp có đóng góp lớn nhất vào Ngân sách Nhà nước, Ban biên tập Vietnam Report đã tiến hành xuất bản cuốn **Báo cáo thường niên: Tổng quan Môi trường thuế Việt Nam 2015** nhằm điểm lại những kết quả mà ngành Thuế đã đạt được trong một năm thực hiện cải cách vừa qua. Thông qua khảo sát, lấy ý kiến phản hồi của đại diện các Doanh nghiệp V1000 trong 5 năm trở lại đây, Ban biên tập cũng đã tổng hợp những nhận định của các Doanh nghiệp trước những nỗ lực cải cách của ngành Thuế, những điểm tích cực và những mặt còn hạn chế nhằm hướng tới xây dựng một hệ thống thuế minh bạch, hoàn thiện, và hỗ trợ tốt hơn cho cộng đồng Doanh nghiệp Việt Nam. Bên cạnh đó, báo cáo cũng ghi nhận những đánh giá của các chuyên gia về tác động của việc ký kết Hiệp định TPP đến ngành Thuế. Nhận thấy tính cần thiết trong việc xếp hạng uy tín truyền thông của những Doanh nghiệp luôn hoàn thành tốt trách nhiệm và nghĩa vụ nộp thuế của mình, Ban biên tập đã thực hiện nghiên cứu đánh giá uy tín truyền thông của Top 50 Doanh nghiệp thành tựu xuất sắc trong Bảng xếp hạng V1000 2014 nhằm vinh danh những Doanh nghiệp không chỉ luôn hoàn thành tốt nghĩa vụ về thuế mà còn quản trị tốt uy tín của mình trong cộng đồng.

Ban biên tập Vietnam Report chúng tôi hi vọng rằng cuốn **Báo cáo thường niên: Tổng quan Môi trường thuế Việt Nam 2015** sẽ là tài liệu tham khảo hữu ích cho cộng đồng Doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và toàn thể độc giả nói chung.

Ban biên tập cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các Nhà tài trợ: **Công ty Cổ phần Tập đoàn Vạn Thịnh Phát** đã đồng hành cùng chúng tôi để xuất bản thành công cuốn Báo cáo thường niên này.

Rất mong nhận được ý kiến đóng góp và nhận xét của Quý vị để Báo cáo ngày càng hoàn thiện hơn.

Trân trọng cảm ơn.

Vũ Đăng Vinh

Tổng Giám đốc, Công ty cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam – Vietnam Report

TRANG TRANG

P22

FOREWORD

After TPP Agreement reaching the final deal amongst 12 member countries in recent time that promises to open the strongest development cycle and integration than ever before for Vietnamese economy. The change in development and investment orientation, national policy, and regulation, including the tax regulation that will affect so much to the business activities of Vietnamese enterprises community.

Within the framework of the 6th Announcement Ceremony of V1000 Ranking List (Top 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam) organized by Vietnam Report, VietnamNet and Tax Magazine, General Department of Taxation so as to honor the enterprises that have the biggest contribution to the State budget through income tax norms, Vietnam Report published the report **Annual Report: Vietnam Tax Outlook 2015** to review the results that tax industry have achieved in the last year of reformation. By researching, making survey amongst Vietnamese enterprises in V1000 Ranking List over the last 5 years, Vietnam Report summarized the opinions of enterprises about the reform efforts of tax industry, the positive and negative points that need to build a clearer, perfect tax system, and support effectively for Vietnamese enterprises community. Besides, this report also recorded the evaluation of experts about the effects of TPP Agreement to Vietnamese tax industry. Recognizing the necessity of rating media reputation of the enterprises that always fulfill taxation responsibility and obligation, Vietnam Report implemented researching and evaluating media reputation of Top 50 Best Tax Payers in V1000 Ranking List 2014 to honor the enterprises not only fulfill their tax obligation, but also manage effectively their reputation in public.

Vietnam Report expects **Annual Report: Vietnam Tax Outlook 2015** will be a useful reference for the business community in particular and readers in general.

We would like to give thanks to the Sponsors as: **Van Thinh Phat Group Corporation** for their cooperation in publishing this report successfully.

We hope to receive your feedbacks and comments to perfect the report.

Yours sincerely,

Vu Dang Vinh
CEO of Vietnam Report JSC

TRANG TRẮNG

P24

TỔNG QUAN MÔI TRƯỜNG THUẾ VIỆT NAM **2015**

PHẦN I

TỔNG QUAN MÔI TRƯỜNG THUẾ TẠI VIỆT NAM NĂM 2015

PART 1

OVERVIEW OF VIETNAM'S TAXATION IN 2015

TRANG TRẮNG

P26

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT

TRONG CẢI CÁCH THUẾ 2015

***HIGHLIGHTS OF TAXATION REFORM
IN 2015***

 **VIETNAM REPORT**

Năm 2015 là năm bản lề trong Chiến lược cải cách hệ thống thuế giai đoạn 2011 - 2020 theo Quyết định số 732/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Ngay từ đầu năm, Tổng cục Thuế đã có Quyết định số 03/QĐ-TCT xác định 2 nhiệm vụ trọng tâm thực hiện cải cách thuế năm 2015. Thứ nhất, tập trung đẩy mạnh hoàn thiện thể chế thuế theo hướng đơn giản, đồng bộ, minh bạch, phù hợp với mục tiêu cải cách TTHC. Ưu tiên hàng đầu là xây dựng dự thảo luật phí, lệ phí cùng các văn bản hướng dẫn, đồng thời ban hành Luật sửa đổi, bổ sung Luật thuế Tài nguyên, Thông tư hướng dẫn Nghị định quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều tại các Luật về thuế, Thông tư hướng dẫn về thuế Tiêu thụ đặc biệt. Thứ hai là xây dựng và tổ chức bộ máy quản lý thuế hiện đại, hiệu lực, hiệu quả, hiện đại hoá toàn diện công tác quản lý đăng ký thuế, khai thuế, nộp thuế, hoàn thuế và kế toán thuế, v.v.

Dự thảo luật phí và lệ phí đã được Chính phủ, cụ thể là Bộ Tài chính trình Quốc hội vào năm 2014 nhằm thay thế Pháp lệnh 2001. Sự ra đời của Dự thảo là cần thiết, đáp ứng yêu cầu phát triển Kinh tế - Xã hội trong giai đoạn mới nói chung, yêu cầu hoàn thiện thu NSNN từ phí, lệ phí nói riêng và đồng bộ hoá với các văn bản quy định pháp luật có liên quan mới ban hành trong thời gian gần đây. Để luật phí và lệ phí nói riêng, vấn đề thu phí và lệ phí nói chung phát huy được vai trò tích cực đồng thời khắc phục được những khó khăn vướng mắc và bất cập hiện nay cần có những đánh giá trung thực, khách quan, đầy đủ và chính xác về tình hình thu phí và lệ phí trong những năm qua đồng thời xác định rõ mục tiêu của phí và lệ phí trong những năm tới. Tồn tại lớn nhất hiện nay trong thực hiện Pháp lệnh 2001 là không phân biệt rõ sự khác biệt giữa phí và giá, khi nào phí là giá và khi nào giá trở thành phí, do đó Pháp lệnh và danh mục phí cụ thể đi kèm có sự lẫn lộn. Hơn nữa, về bản chất, một số loại phí là giá dịch vụ công song vừa chưa xác định rõ khái niệm dịch vụ công, phân biệt dịch vụ công với dịch vụ công ích, công cộng, vừa thiếu cơ chế xác định giá dịch vụ công trong nền kinh tế thị trường có định hướng của Việt Nam nên chưa rõ về phạm vi điều chỉnh của Dự thảo. Nhiều nội dung quan trọng liên quan đến phí, lệ phí cần tiếp tục được bổ sung, chỉnh sửa có căn cứ khoa học và phù hợp với yêu cầu phát triển Kinh tế - Xã hội của đất nước trong giai đoạn mới.

2015 is a pivotal year in implementing the strategy of taxation reform 2011 – 2020 under the Decision no. 732/QĐ-TTg issued by the Prime Minister. Early this year, the General Department of Taxation stipulated the Decision no. 03/QĐ-TCT identifying the two critical approaches to taxation reform objectives in 2015. Firstly, accelerating the completion of institutional framework in a more harmonized, transparent and simpler way in consistency with administrative reform targets should be at heart of the taxation reform process. The first priority shall be given to drafting the fee and charge laws, and corresponding guidelines, and issuing amendment and supplement laws on Natural Resource Tax and corresponding Circular providing concrete guidelines on implementing the amendment and complement articles regarding to Law on taxation including Special Consumption tax. The second approach is to set up and organize the management structure of tax in a more efficient, effective and modernized manner, and to perfect the procedures of tax registering, filling, paying, returning, accounting and so on.

Draft charge and fee laws were submitted by the Ministry of Finance on behalf of the Government of Vietnam to the National Assembly in 2014 in replace of the Ordinance issued in 2001. The introduction of the draft laws is essential to meet the need of social-economic development in the new transition period in general, the State budget from tax collection in particular, and in harmony with relevant legal regulations recently issued. In order to achieve positive effects of charge and fee laws and tax collection, as well as to effectively deal with existing bottlenecks and shortcomings, it is critical to conduct transparent, subjective and precise assessment on the tax payment and collection over recent years. At the same time, it is also necessary to identify the objectives of tax collection to be achieved in coming years. The biggest persistent problem of the Ordinance in 2001 is the false of discrimination of charges and fees, and in a given context, when fees become charges and vice versa. Therefore, the Ordinance does not prescribe a distinguishable list of fees and charges. Furthermore, some of charges are the price of public services whilst there is no discrimination of such definitions as public services and services for public benefits, and lack of criteria to define price of public services in a socialist-ori-

Cơ cấu thu NSNN năm 2015 đã có sự chuyển dịch đáng kể theo hướng giảm tỷ trọng thu NSNN từ dầu thô và hoạt động xuất nhập khẩu và tăng tỷ trọng thu nội địa. Do một số điều chỉnh trong chính sách thu đối với một số tài nguyên khoáng sản và thuế bảo vệ môi trường đối với mặt hàng xăng dầu đi đôi với cải cách TTHC thuế nên nhiều khoản thu nội địa đạt khá.

Trong 6 tháng đầu năm 2015, thu NSNN ước đạt 364.079 tỷ đồng, đạt 49,8% so với dự toán, tăng 8,1% so với cùng kỳ. So với dự toán có 54/63 địa phương thu đạt từ 50% trở lên, trong đó có 16 địa phương đạt trên 60%. So với cùng kỳ năm trước có 58/63 địa phương có tăng trưởng thu, trong đó có 9 địa phương tăng trưởng trên 25% như: Kiên Giang, Hà Tĩnh, Hà Nam, Phú Yên, Quảng Nam, Ninh Bình, Quảng Ninh, Thái Nguyên, Hậu Giang. Thậm chí có khoản thu đã hoàn thành dự toán cả năm chỉ sau 9 tháng. Chẳng hạn, thông qua tăng gấp 3 lần mức thu từ xăng dầu, thu thuế bảo vệ môi trường được ngay 15,1 nghìn tỷ đồng, vượt 17,1% so với dự toán cả năm.

Tuy nhiên, gánh nặng tăng thu NSNN đang dồn lên vai nền kinh tế trong nước trong khi phần lớn các DN Việt Nam vẫn đang vật lộn với khó khăn và đời sống của đại bộ phận người dân vẫn chưa được cải thiện nhiều. Thu NSNN đã bộc lộ điểm yếu cốt tử ngay từ khâu xây dựng dự toán khi bất chấp cảnh báo của giới chuyên gia vẫn xây dựng giá dầu thô dự toán tới 100 USD/thùng khiến cho kết cấu thu NSNN bị phá vỡ ngay từ khi chưa thực hiện dự toán. Sự chuyển dịch thu NSNN từ phụ thuộc quá nhiều vào thu từ dầu thô và hoạt động xuất nhập khẩu hàng chục năm qua (ngay trong dự toán thu NSNN năm 2015 thì thu từ dầu thô và hoạt động xuất nhập khẩu vẫn chiếm tới 29,4% tổng thu) sang dựa chủ yếu vào các nguồn thu bền vững từ kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong nước (tỷ trọng thu nội địa đã chiếm 74,1% tổng thu NSNN tính đến 15/9/2015) đáng ra cần được tiến hành một cách chủ động với một chiến lược rõ ràng thì lại diễn ra phần nhiều mang tính bị động, thậm chí lúng túng. Ngay cả sự kiện điều chỉnh tăng sốc thuế bảo vệ môi trường đối với xăng dầu hay thuế Tiêu thụ đặc biệt cũng mang tính chất đối phó, tình thế. Kết quả là cả các khoản thu vượt dự toán lẫn các khoản thu thấp xa so với dự toán đều không phản ánh đúng diễn biến kinh tế của đất nước cũng như khả năng dự

ented market economy of Vietnam. This leads to the opaque application scope of the draft laws. Many important articles regarding to charges and fees should be amended and revised based on appropriate scientific evidence and in accordance with the demand of socio-economic development in the new transition period.

The structure of State budget collection in 2015 has been significantly reorganized by shifting from oil tax and import tariff decline to domestic tax increase. Due to some tax collection policy adjustments related to mineral natural resources and environmental protection corresponding oil-based products and taxation administration reform, the revenue collected from tax imposed on domestic goods and services has been rather good.

During the first six months of 2015, the State budget from tax revenue estimated achieved VND 364,079 bn, accounting 49.8% of yearly estimated revenue and increasing by 8.1% in comparison with the same period. With respect to the estimation, 54 out of 63 provinces reached more than 50% of yearly estimated tax revenue with 16 provinces have the rate of over 60%. In particular, there are nine provinces, namely Kien Giang, Ha Tinh, Ha Nam, Phu Yen, Quang Nam, Ninh Binh, Quang Ninh, Thai Nguyen, and Hau Giang achieved the growth rate of more than 25%. Eventually, some of them gain the State budget target as yearly expected only in the first 9 months. For instance, by increasing triple of gasoline fee and environmental protection fee, the total revenue is roughly VND 15.1 trn, exceeding by 17.1% of the yearly estimated revenue.

However, the burden on the State budget revenue increase is mostly put on the domestic economy while the vast majority of Vietnamese enterprises are struggling with enormous challenges, and living standards of the large population has not been substantially improved. The structure of State budget revenue from taxes has exposed many critical shortcomings since an estimated price of USD100 was imposed on a crude oil gallon despite warning from experts. This leads to the failure of the structure of State budget revenue even when the payment accounting had not been made yet. Shifting from major dependence on export-import tariff and crude oil tax collection to contribute to the state revenue over some recent decades (as shown in the tax accounting of State

báo và chủ động điều hành chính sách tài khoá nói chung, chính sách thuế phí nói riêng. Tỷ lệ thu NSNN 9 tháng đầu năm 2015 đã lên đến xấp xỉ 22,5% GDP – cao hơn hẳn mức động viên hơn 20,3% GDP của dự toán NSNN cả năm 2015 trong khi GDP 9 tháng theo giá hiện hành mới đạt 63,6% kế hoạch cả năm.

Công tác chống thất thu NSNN cũng được ngành Thuế đẩy mạnh với hàng loạt biện pháp ngăn chặn và truy thu đối với các trường hợp trốn lậu thuế, đặc biệt tập trung vào chống chuyển giá và nợ đọng thuế. Các biện pháp kiên quyết, minh bạch và hợp lý của cơ quan Thuế từ trung ương đến địa phương được xã hội quan tâm, ủng hộ mạnh mẽ và tăng thêm niềm tin vào một môi trường thuế công khai, bình đẳng giữa các DN, giữa các thành phần kinh tế, giữa các khu vực kinh tế.

Nhằm tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra chống thất thu ngân sách, trong 6 tháng đầu năm 2015 đã thanh tra, kiểm tra được 29.663 DN, đạt 41,1% nhiệm vụ kế hoạch và bằng 103,8% so với cùng kỳ năm 2014; số thuế xử lý tăng thu qua thanh tra, kiểm tra 4.760 tỷ đồng, bằng 90,8% so với cùng kỳ; giảm khấu trừ 486,9 tỷ đồng; giảm lỗ 8.580,5 tỷ đồng; đã thực hiện đôn đốc nộp vào NSNN trên 3.095,4 tỷ đồng, đạt 65% số thuế xử lý tăng thu qua thanh tra, kiểm tra.

Riêng về thanh tra, kiểm tra chống chuyển giá, 6 tháng đầu năm đã tiến hành thanh tra, kiểm tra tại 1.031 DN lỗ, DN có dấu hiệu chuyển giá và DN có hoạt động giao dịch liên kết; qua đó giảm lỗ 1.779 tỷ đồng; truy thu, truy hoàn và phạt 217,7 tỷ đồng; giảm khấu trừ là 147,6 tỷ đồng.

Bên cạnh đó, công tác quản lý thuế tiếp tục được hiện đại hoá vượt bậc cả về phương pháp quản lý, TTHC, bộ máy tổ chức, đội ngũ cán bộ, áp dụng rộng rãi công nghệ tin học, kỹ thuật hiện đại trên cơ sở dữ liệu thông tin chính xác về người nộp thuế để kiểm soát được tất cả đối tượng chịu thuế, căn cứ tính thuế, phát hiện và xử lý kịp thời các vướng mắc, vi phạm pháp luật về thuế, v.v. phát triển mạnh giao dịch điện tử và quản lý thuế điện tử, dịch vụ thanh toán thông qua hệ thống ngân hàng.

Nhờ việc đẩy mạnh ứng dụng CNTT, tính đến 27/7/2015 đã thực hiện khai thuế qua mạng Internet

budget revenue in 2015, tax collection from crude oil and export-import sector accounts for roughly 29.4% of the total revenue) to stable tax income collected from domestic business (this income presents for 74.1% of the total revenue as of September 15th, 2015) should have been applied by an active and clear strategy rather than a passive and confused way. In addition, increase in environmental protection, gasoline tax or Special Consumption tax was considered a temporary measure. As a result, the total revenue from tax collection exceeds beyond or is lower than the estimation, which does not reflect the actual situation of the national economic growth as well as forecasting capacity in order to take initiative in fiscal policy and tax/fee/charge policy administration. The proportion of State budget from tax revenue in the first 9 months of 2015 has been reaching approximately 22.5% of GDP – much higher than the expected level of 20.3% as State budget estimation for the whole year of 2015 while the GDP of the first 9 months only gains 63.6% of the year.

Anti-tax losses to the State budget has been progressively taken into consideration by the Tax authorities by applying a series of measures preventing from evasion and tax fraud, especially the focus has been given to restriction of debted tax and pricing change. Such resolute, transparent and appropriate measures adopted by Tax authorities from the central to local level have been paid attention by the society and supported by the population, which promotes the belief towards a public and fair tax arrangements applied to different enterprises, economic components and sectors.

With the purpose of reinforcing the inspection and examination against loss of the State budget, 29,663 enterprises have been inspected in the first six months of 2015, reaching at 41.1% of the total number to be inspected, and equal to 103.8% in comparison with the same period. Tax revenue collects from inspection process increase to VND 4,760 bn, accounting for 90.8% compared to those in the same period. In addition, there are other activities such as a depreciation of VND 486.9 bn, loss reduction of VND 8,580.5 bn and a great effort to collect taxes contributing to the State budget of more than VND 3,095.4 bn, equal to 65% of total tax arrears and penalties from inspection and examination.

In terms of sole anti-pricing change inspection,



đối với 98% số DN đang thuộc diện quản lý thuế; đã có 390.269 DN đăng ký tham gia nộp thuế điện tử, đạt 88,86% chỉ tiêu được giao (nếu tính theo số liệu các DN đã đăng ký và kết nối liên thông với các ngân hàng thương mại, thì số DN tham gia nộp thuế điện tử tính đến 27/7/2015 là 294.159 DN, đạt 66,98% kế hoạch) với số tiền đã nộp vào NSNN từ đầu năm 2015 đến 27/7/2015 là 33.234 tỷ đồng. Thỏa thuận với 27 ngân hàng thương mại cũng đã được ký kết để triển khai nộp thuế điện tử tại 63 địa phương trên cả nước.

Tính đến tháng 8/2015, số giờ nộp thuế của DN đã được cắt giảm 420 giờ/năm, số giờ thực hiện TTHC về thuế cũng giảm xuống còn 117 giờ. Những nỗ lực của ngành Thuế đã mang đến nhiều kết quả tích cực trong việc giảm chi phí, thời gian thực hiện TTHC, góp phần cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Tính đến tháng 8/2015, số giờ nộp thuế của các DN đã giảm từ 537 giờ/năm xuống còn 167 giờ/năm, giảm 8 lần kê khai thuế GTGT, 4 lần kê khai thuế thu nhập tạm tính.

Như vậy, tính đến thời điểm hiện nay với các giải pháp đã triển khai thực hiện nêu trên, số giờ nộp thuế sẽ giảm tiếp được khoảng trên 50 giờ, đạt và vượt được mục tiêu mà Nghị quyết số 19/NQ-CP của Chính phủ đã đặt ra về việc giảm số giờ nộp thuế đối với người nộp thuế xuống dưới 121,5 giờ trong năm 2015. Ngành Thuế đã thực sự đi đầu trong công cuộc cải cách hành chính, ứng dụng CNTT, giảm thời gian làm thủ tục thuế ngang bằng các nước tiên tiến trong khu vực như Nghị quyết của Chính phủ. ■

there are cases of pricing change and transactions detected in 1,031 enterprises reporting loss in the first six months. This reduced a loss of VND 1,799 bn, tax collection from penalties and returns was VND 217.7 bn and a depreciation of VND 147.6 bn.

In addition, the tax management has been improved by a wide array of measures including administrative procedures, organization, structure, human resources, application of information technology and advanced techniques with the precise database of taxpayers for the purpose of having a fundamental base to control taxpayer, tax calculation, detection of tax fraud, issues, etc. Online transaction and e-tax payment as well as bank transfer have been strongly developed.

The promotion of IT advance supported 98% corporate taxpayers and their online tax filling; 390,269 enterprises, accounting for 88.86% make the e-tax payment as of July 27th, 2015 (with reference to the database which provides information on enterprises registered and connected to commercial banks, 294,159 enterprises (or 66.98%) make online payment as of July 27th, 2015). The total tax revenue to State budget reached VND 33,234 bn from early 2015 to 27th of July. The agreement on e-tax payment on 63 provinces nationwide with 27 banks was successfully signed.

The time consumption for tax payment procedures spent by enterprises has declined by 420 hours per year as of August 2015, and now it takes around 117 hours. The efforts of taxation sector have gained positive impacts on reducing the cost and time for administrative procedures contributing to the development of business environment and national competitiveness. By August 2015, the number of hours goes down from 537 to 167 hours per year, reducing 8 times of VAT filling and 4 times of estimated income tax filling.

In short, these measures will help decrease by more than 50 hours and achieve or even exceed the targets set out by the Decree No. 19/NQ-CP of the Government on reducing tax payment time to 121.5 hours in 2015. The taxation sector truly takes the initiative in the administrative reform, IT application and reducing time consumption for tax procedures in compared with developed countries in the region. ■

NHỮNG RỦI RO, THÁCH THỨC VỀ THUẾ KHI HIỆP ĐỊNH TPP ĐƯỢC THÔNG QUA

*WHAT THE CONCLUSION
OF THE TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP
AGREEMENT MEANS?*

 ROBERT KING VÀ SHUBHENDU MISRA / ROBERT KING AND SHUBHENDU MISRA

Sau hơn 5 năm kể từ vòng đàm phán đầu tiên vào tháng 3 năm 2010, Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương ("TPP") đã được thông qua. 12 nước ký kết bao gồm Úc, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore, Hoa Kỳ và Việt Nam.

TPP sẽ thiết lập các tiêu chuẩn mới và cao hơn cho thương mại và đầu tư đối với cả châu Á-Thái Bình Dương cũng như toàn cầu. Cụ thể, TPP bao gồm 30 chương quy định về thương mại hàng hóa, dệt may, nguyên tắc xuất xứ, quản lý hải quan và thuận lợi hóa thương mại, thương mại điện tử, dịch vụ, mua sắm Chính phủ, đầu tư, sở hữu trí tuệ, các DN vừa và nhỏ, DN Nhà nước và các lĩnh vực khác.

Trong mỗi quan hệ thương mại xuyên biên giới, các nước tham gia TPP nhằm tới mục tiêu xóa bỏ và cắt giảm các loại thuế quan và hàng rào phi thuế quan đối với hàng hóa công nghiệp; cũng như xóa bỏ và cắt giảm các loại thuế quan và chính sách hạn chế khác đối với hàng hóa nông nghiệp. Việc xóa bỏ thuế quan đối với hầu hết các mặt hàng công nghiệp sẽ có hiệu lực ngay sau khi tham gia vào thỏa thuận, tuy nhiên, việc xóa bỏ thuế quan đối với hàng hóa nông nghiệp sẽ được thực hiện theo một lộ trình dài hơn. Do các văn bản của Hiệp định TPP không được công bố nên không có thêm chi tiết về việc nhượng bộ thuế quan từ các nước tham gia TPP.

CÁC LỢI ÍCH CHO VIỆT NAM

Một lợi ích của TPP là nguồn cung nguyên vật liệu rộng lớn trong vùng. Các nguyên, vật liệu thô và nguyên, vật liệu đầu vào có nguồn gốc từ các nước TPP có thể được coi là nguyên, vật liệu "có xuất xứ nội địa" và giúp các nhà sản xuất đáp ứng các quy định về xuất xứ đối với sản phẩm hoàn chỉnh.

Rõ ràng, có rất nhiều thuận lợi nhằm khuyến khích các DN thành lập cơ sở sản xuất trong khu vực này để tận dụng tối đa các lợi ích của thỏa thuận.

Sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp dệt may Việt Nam là lợi thế sẵn có để tối đa hóa những lợi ích thuế quan từ Mỹ và các nước TPP khác một khi thỏa thuận có hiệu lực. Về nguyên tắc, điều này cùng

After more than five years since the first round of negotiations in March 2010, the Trans-Pacific Partnership (TPP) negotiation has finally been concluded. The 12 signatory countries are Australia, Brunei, Canada, Chile, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore, the United States of America and Vietnam

The TPP will set new and high standards for trade and investment on both Asia-Pacific and global fronts. To put matters in perspective, TPP includes 30 chapters that cover trade in goods, textiles and apparels, rules of origin, customs and trade facilitation, e-commerce, services, government procurement, investment, intellectual property, small and medium-sized enterprises and state-owned enterprises among other areas.

In relation to cross-border trade, the TPP countries aim to eliminate and reduce tariffs and non-tariff barriers on industrial goods; and to eliminate and reduce tariff and other restrictive policies on agricultural goods. Tariff elimination on most industrial goods would be effective immediately upon entry into force of the agreement, although tariffs on agricultural goods would be eliminated over longer timeframes. As the text of TPP agreement has not been released to the public, there is no further detail on the duty concession offered by TPP countries.

POTENTIAL ADVANTAGES FOR VIETNAM

An advantage of the TPP is the sheer size of the grouping, which provides an expansive area for regional sourcing as it allows cumulation, where raw materials and inputs sourced from TPP countries could be treated as "local" materials and help the manufacturer meet the rules of origin for the finished products.

Clearly, there are benefits for businesses who might be encouraged to establish their manufacturing footprint in this region to take full advantage of the agreement.

The thriving apparel industry in Vietnam is well-poised to maximize the tariff benefits offered by the US and other TPP countries once the agreement enters into force. This, together with the recent, in

với thỏa thuận tự do thương mại giữa Liên minh châu Âu và Việt Nam, sẽ củng cố hơn nữa vị thế cạnh tranh của Việt Nam trong ngành công nghiệp may mặc.

Ngành dệt may được đặc biệt chú ý trong thỏa thuận này liên quan đến nguyên tắc xuất xứ và các yêu cầu về thực hiện. Điều này chủ yếu phụ thuộc vào sự nhạy cảm của mỗi nước. Ví dụ như trong năm 2014, theo báo cáo, các công ty Mỹ đã nhập khẩu hàng dệt may với trị giá đáng kể lên đến 121,7 tỷ USD từ các nước khác trên Thế giới⁽¹⁾.

Để đảm bảo lợi ích thuế quan được áp dụng phù hợp với những sản phẩm dệt và may mặc, tất cả các nước tham gia TPP đã đồng ý với những nguyên tắc xuất xứ rằng các sản phẩm được lựa chọn phải sử dụng nguyên phụ liệu do trong nước sản xuất hoặc nhập khẩu từ các nước tham gia TPP khác. Có một cơ chế cho phép sử dụng những loại sợi và vải nhất định không có sẵn hoặc nguồn cung thiếu hụt trong khu vực các nước TPP.

Quy định này cũng đòi hỏi các công ty dệt may cần xem xét lại nguồn cung ứng hiện tại của mình. Trong một số trường hợp, họ cần thay đổi nguồn cung ứng bằng cách mua các loại sợi và vải từ những nước TPP để những sản phẩm hoàn chỉnh có thể hội tụ đủ điều kiện nhằm đạt được lợi ích TPP.

Quy tắc xuất xứ là một vấn đề phức tạp khiến nhiều DN nhỏ và những nhà xuất khẩu gặp khó khăn trong việc hiểu được làm thế nào các sản phẩm của họ có thể đáp ứng tiêu chuẩn xuất xứ. TPP sẽ có một chương riêng biệt dành cho các DN vừa và nhỏ, trong đó các nước TPP cam kết tạo ra những trang web thân thiện với người dùng nhằm mục tiêu cung cấp thông tin và nâng cao năng lực cho các DN vừa và nhỏ.

NHỮNG ẢNH HƯỞNG TỚI NGUỒN THU CỦA CHÍNH PHỦ

Như đã đề cập ở trên, một trong những điểm quan trọng của TPP là thỏa thuận giữa các nước ký kết nhằm xóa bỏ và giảm thuế đối với nhiều loại sản

phẩm, agreement between the European Union and Vietnam for a free trade deal, further strengthens Vietnam's competitive position in the apparel industry.

Textiles and apparel have special mention in this agreement with regard to rules of origin and enforcement commitments. This is mainly due to domestic sensitivity of countries. As an illustration, for the year 2014, it was reported that US companies imported textiles and apparel worth a staggering USD121.7 billion from the rest of the world⁽¹⁾.

In order to ensure that tariff benefits are accorded to deserving textiles and apparel products, all the TPP countries agreed to rules of origin for selected products to require use of yarns and fabrics from TPP region. There is a short supply list mechanism that allows use of certain yarns and fabrics not widely available in the TPP countries.

This may also require the apparel companies to relook at their current sourcing patterns. In some cases, the apparel companies may need to change their sourcing pattern by purchasing yarns and fabrics from TPP countries so that their finished products can qualify for TPP benefits.

Rule of origin is a complex topic and many small businesses and exporters struggle to understand how their products can meet the origin criteria. The TPP will contain a specific chapter for small and medium-sized enterprises where TPP countries are committed to create user-friendly websites targeted at such users to provide easily accessible information and organize capacity building activities to support them.

WHAT ARE THE IMPLICATIONS FOR GOVERNMENT REVENUE?

As mentioned above, one of the key components of the TPP is an agreement between the signatories to eliminate and reduce tariffs on a wide variety of products that originate from the TPP countries and imported into another TPP country.

⁽¹⁾ Nguồn: http://www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2014/textiles_and_apparel.htm

⁽¹⁾ Source: http://www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2014/textiles_and_apparel.htm

phẩm có nguồn gốc từ những nước TPP và được nhập khẩu vào một nước TPP khác.

Trong khi việc giảm thuế nhập khẩu nên được bù đắp nhiều hơn bởi những lợi ích thương mại dài hạn đối với Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực cạnh tranh xuất khẩu, tác động trực tiếp trước mắt có lẽ là làm giảm nguồn thu của Chính phủ.

RỦI RO VỀ THUẾ

Nếu những lợi ích vĩ mô dự đoán từ TPP phát sinh, và đóng góp đáng kể vào sự tăng trưởng kinh tế Việt Nam trong lĩnh vực đầu tư, thương mại và tạo việc làm, việc giảm nguồn thu từ thuế quan có lẽ sẽ được bù đắp nhiều hơn bởi các nguồn thu phát sinh từ các loại thuế khác (thuế TNCN, thuế TNDN, GTGT...). Điều đó có nghĩa rằng, tác động trước mắt, và tác động rõ ràng nhất là việc giảm thu NSNN.

Về NSNN, Chính phủ ước tính vào tháng 9 năm 2015, tổn thất nguồn thu thuế trong khoảng thời gian từ năm 2016 đến năm 2025 vào khoảng 77 triệu USD do việc thông qua các Hiệp định thương mại tự do (FTA) như TPP⁽²⁾.

Câu hỏi phát sinh ở đây là phản ứng của Chính phủ đối với việc giảm nguồn thu này? Một phản ứng có thể xảy ra là cố gắng bù đắp sự sụt giảm từ nguồn khác. Một lựa chọn khác là cố gắng giảm thiểu mức độ ảnh hưởng.

Khi một quốc gia bị giảm nguồn thu từ một loại thuế, phản ứng thông thường sẽ là chủ động hơn trong việc thực thi và thu thuế các loại thuế khác. Cụ thể là tăng cường hoạt động kiểm tra trong lĩnh vực hải quan, thuế TNCN, thuế TNDN và thuế GTGT. Các hoạt động kiểm tra trên có thể buộc các cá nhân và DN tuân thủ thuế tốt hơn, tăng cường độ chính xác khi quản lý, lưu trữ và duy trì chứng từ, hồ sơ thuế và trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế.

Một phản ứng khác là giám sát và thi hành chặt

Whilst the reduction in import tariffs should be more than offset by the longer term trade benefits to Vietnam, especially in the area of export competitiveness, the immediate, direct, impact will presumably be a reduction in government revenues that would otherwise arise from the imposition of such import tariffs.

ARE THERE ANY TAX RISKS?

If the anticipated macro-benefits from the TPP arise, and contribute to a significant growth in the Vietnam economy in terms of investment, trade and job creation, the reduction in revenue from customs duties would presumably be more than offset by the increased revenues arising from other forms of taxation (personal, corporate, VAT etc.). That said, the immediate impact, and most obvious impact is a reduction in tax revenues to the State.

From a public budget standpoint, the government estimated, in September 2015, potential losses of around US\$77m in annual tax revenues between 2016 and 2025 due to passage of Free Trade Agreement (FTA) such as the TPP⁽²⁾.

The question that arises is what may be the reaction by the government to a reduction in this revenue stream? One possible reaction is to try and make up the shortfall from somewhere else. Another option is to try and mitigate the extent of the impact.

When a country suffers a reduction in one form of tax revenue, a common response is to increase compliance activities by being more aggressive in their enforcement and collection of other taxes. That is, increased audit activity in respect of customs, personal income tax, corporate income tax and VAT. The resulting onus could fall on individual and corporate taxpayers to exercise greater compliance and accuracy when administering, filling and maintaining tax documents and records and in taking tax positions.

Another response would be to very carefully mon-

(2) "Việt Nam mất 77 triệu \$ doanh thu thuế mỗi năm do FTAs", trang Dịch vụ Tin tức Kinh tế Thái, 29 Tháng Chín năm 2015, thông qua EM

(2) "Vietnam to lose \$77 million of tax revenue each year due to FTAs", Thai Economic News Service, 29 Sep 2015, via EMIS

chế các điều kiện để được hưởng lợi từ Hiệp định TPP. Điều này có thể bao gồm việc thực thi nghiêm ngặt các yêu cầu về xuất xứ. Thông qua sự giám sát nghiêm ngặt, minh bạch đối với các quy định về thủ tục xuất xứ và các luật lệ để xác định vi phạm, cơ quan hải quan có thể đảm bảo rằng hàng hóa không đáp ứng đầy đủ các yêu cầu sẽ không được hưởng các quyền lợi ưu đãi thuế và do đó sẽ chịu thuế cao hơn. Điều này chính là kinh nghiệm của các DN áp dụng một số Hiệp định thương mại tự do hiện có mà Việt Nam tham gia, ví dụ như Hiệp định thương mại tự do ASEAN.

ĐIỀU GÌ TIẾP THEO?

Giai đoạn tiếp theo sau khi thông qua Hiệp định cũng không kém phần quan trọng. Mỗi quốc gia thành viên của Hiệp định TPP sẽ cần phải thực hiện các thủ tục phê chuẩn trong nước. Như vậy, chính trị trong nước và các cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ sắp tới là một nhân tố rất quan trọng. Bên cạnh đó, quá trình phê duyệt tại Canada sẽ phụ thuộc nhiều vào những động lực do những thay đổi trong hệ thống chính quyền sau cuộc bầu cử vừa diễn ra.

Ngày thi hành hoặc bắt đầu có hiệu lực vẫn chưa được xác định bởi các nước tham gia TPP. Theo dự đoán, Hiệp định có thể có hiệu lực trong năm 2016 hoặc thực tế hơn là năm 2017.

Các nội dung của Hiệp định TPP sẽ được xem xét nghiêm túc. Cho đến nay, đã có nhiều trao đổi về cách các nhà nhập khẩu sẽ được hưởng các khoản cắt giảm thuế quan cho các giao dịch xuyên biên giới nhưng lại ít trao đổi về các chi phí phát sinh họ phải chi trả nhằm tuân thủ Hiệp định. ■

itor and enforce the eligibility of those seeking to benefit from the TPP agreement. This could include stringent enforcement of the country of origin requirement. Through rigorous, transparent oversight and application of COO procedures and rules to identify non-compliance, the customs authorities can ensure that goods that don't fully meet requirements are not granted the preferential duty benefits and thus subject to higher duties. This has already been experienced by businesses that utilize some of the existing FTAs that Vietnam participates in, e.g., the ASEAN FTA.

WHAT'S NEXT?

The next phase after the conclusion of agreement is equally crucial. Each of the TPP country will need to undertake domestic ratification procedures. In this regard, domestic politics and the upcoming US Presidential elections are a crucial element. Separately, the approval process in Canada would also depend on the dynamics on account of the change in government after the recent elections.

An implementation date or entry into force date has yet to be determined by the TPP countries. Optimistically, the agreement could enter into force in year 2016 or realistically in year 2017.

The contents of the TPP agreement will be highly watched. So far, much has been said about how importers would enjoy the tariff savings in cross-border trade but less has been said about the cost of compliance faced by traders. ■

TÁC GIẢ BÀI VIẾT:

Robert King, Phó Tổng giám đốc của EY Việt Nam phụ trách Bộ phận Tư vấn thuế tại Việt Nam, Campuchia và Lào và Shubhendu Misra, Phó Tổng Giám Đốc phụ trách Bộ phận Tư vấn Thuế gián thu – Tư vấn Thương mại toàn cầu của EY Singapore.

(Bài viết thể hiện quan điểm cá nhân của chuyên gia, không phản ánh hoặc đại diện cho quan điểm của EY).

THE WRITERS:

The writers are Robert King, Tax Market Segment Leader for Vietnam, Cambodia and Laos and Shubhendu Misra, Partner for Indirect Tax – Global Trade at EY in Singapore.

(The views reflected in this article are the views of the author and do not necessarily reflect the views of the global EY organization or its member firms).

PHẦN 2

**DOANH NGHIỆP V1000
VÀ NHỮNG TRẮN TRỞ
VỀ THUẾ**

PART 2

**V1000 ENTERPRISES
AND CONCERNS ON TAXES**

TRANG TRẮNG

P38

GIỚI THIỆU,

PHÂN TÍCH KẾT QUẢ ĐIỀU TRA CÁC DOANH NGHIỆP

TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2015 - TOP 1000
DOANH NGHIỆP NỘP THUẾ THU NHẬP LỚN NHẤT VIỆT NAM

KEY FINDINGS FROM SURVEY OF ENTERPRISES
**IN V1000 RANKING LIST 2015 - TOP 1000
ENTERPRISES OF TAX CONTRIBUTION IN
VIETNAM 2015**

Trong khuôn khổ chuẩn bị công bố Bảng xếp hạng V1000 – Top 1000 DN nộp thuế TNDN lớn nhất Việt Nam năm 2015 và xuất bản cuốn “Báo cáo thường niên: Tổng quan Môi trường thuế Việt Nam 2015”, Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) đã tiến hành khảo sát, lấy ý kiến phản hồi của đại diện các DN V1000 trong 5 năm trở lại đây nhằm tổng hợp những nhận định của các DN trước những nỗ lực cải cách của ngành Thuế trong thời gian vừa qua.

1. ĐẶC ĐIỂM CỦA DN PHẢN HỒI

Với hơn 500 phản hồi thu được từ phía các DN trong đợt khảo sát vừa qua, Ban biên tập đã tổng hợp lại và rút ra một số đặc điểm như sau:

- Phân theo địa bàn hoạt động, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đồng Nai là 3 tỉnh có số lượng DN phản hồi nhiều nhất. Điều này rất dễ hiểu bởi đây là những khu vực thành phố lớn, tập trung nhiều Công ty, Nhà máy và các Khu công nghiệp.

- Phân theo loại hình sở hữu vốn, trong đợt khảo sát lần này, khối DN Nhà nước và Tư nhân có tỷ lệ phản hồi nhiều nhất, lần lượt chiếm 44% và 40% trên tổng số DN phản hồi.

- Phân theo loại hình DN, hầu hết các DN gửi phản hồi hoạt động dưới hình thức Công ty Cổ phần và Công ty TNHH.

- Phân theo lĩnh vực hoạt động, hơn một nửa số DN phản hồi hoạt động trong lĩnh vực Công nghiệp, hơn 30% hoạt động trong lĩnh vực Thương mại – Dịch vụ. Phần còn lại hoạt động trong lĩnh vực Xây dựng và Nông – Lâm – Ngư nghiệp.

- Phân theo thời gian thành lập, hơn 40% DN phản hồi có thời gian thành lập trong giai đoạn từ năm 2000 trở lại đây, 32% DN thành lập trước năm 1989, phần còn lại thành lập trong giai đoạn từ năm 1990 – 1999.

Chi tiết về những đặc điểm này được trình bày trong các biểu đồ (Hình 1.1); (Hình 1.2); (Hình 1.3); (Hình 1.4); (Hình 1.5).

In the preparation for the release of V1000 Ranking List – Top 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam 2015 and publish the “Annual report: Vietnam Tax Outlook 2015”, Vietnam Report has conducted a survey and collected feedback from representatives of enterprises in V1000 profile in recent 5 years for the purpose of gathering all enterprises’ feedbacks on taxation sector’s reform efforts.

1. CHARACTERISTICS OF RESPONDED ENTERPRISES

With more than 500 sheets have been gathered in the latest survey, Vietnam Report summarized and drew some of the following characteristics:

- In terms of operational location: Ho Chi Minh City, Ha Noi and Dong Nai are three cities with the biggest number of responded enterprises. It is understandable because they are big cities where locate many companies, factories and industrial zones.

- In terms of ownership: State-owned companies and Private companies have the highest response rate, accounting for 44% and 40% of total responded enterprises respectively.

- In terms of types of enterprises: most of responded enterprises are Joint Stock companies and Limited companies.

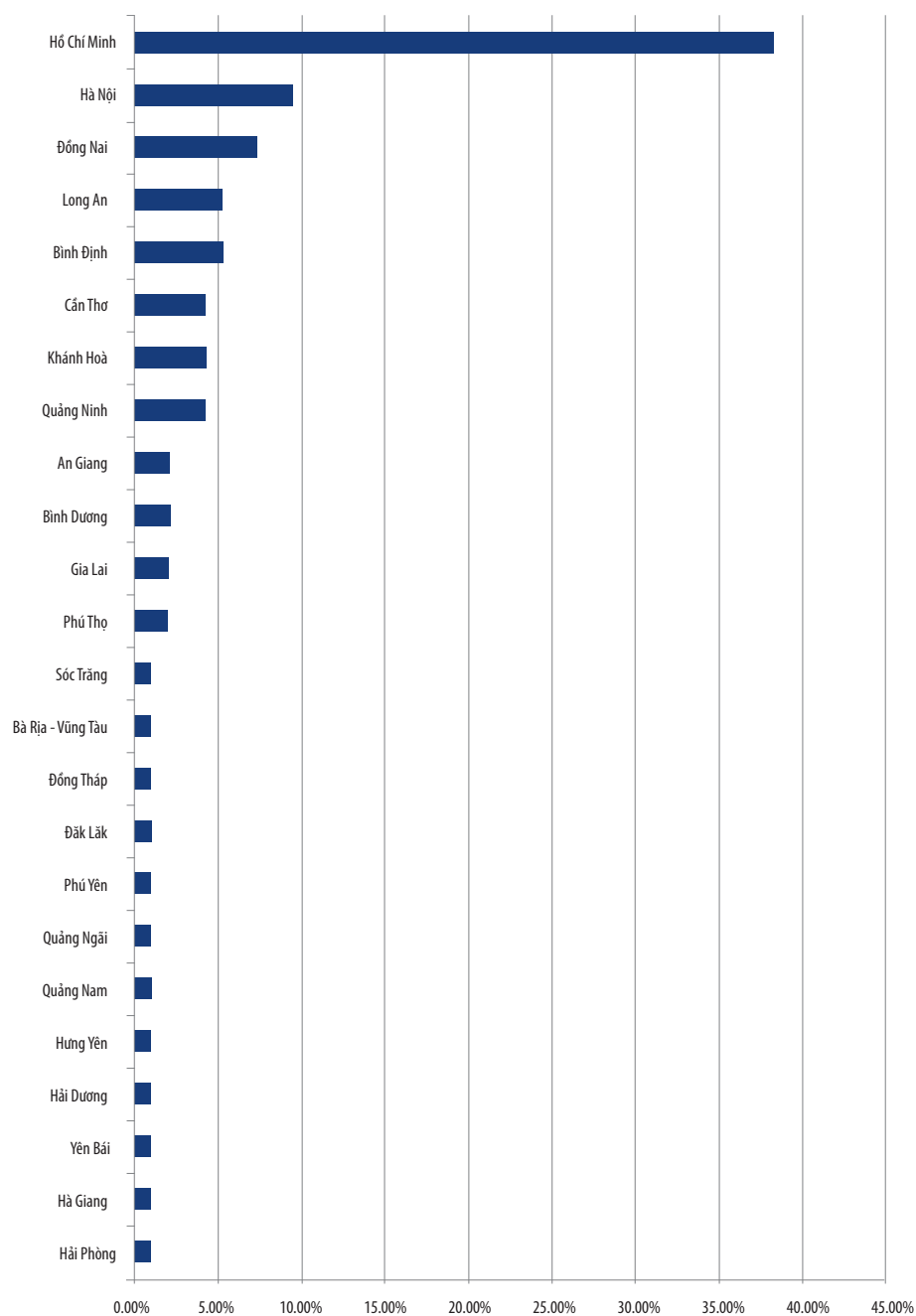
- In terms of operating field: more than a half of responded enterprises operates in the Industrial field and over 30% enterprises in Commerce – Service field. The rest enterprises operate in the field of Construction and Agriculture – Forestry – Fishery.

- In terms of establishment time: more than 40% of total responded enterprises were established from 2000 until now, 32% enterprises were established before 1989, and the rest in the period of 1990-1999.

The detailed characteristics are shown in the charts below (Figure 1.1); (Figure 1.2); (Figure 1.3); (Figure 1.4); (Figure 1.5).

Hình 1.1: TỶ LỆ DN PHẢN HỒI THEO ĐỊA BÀN. (ĐƠN VỊ: %)

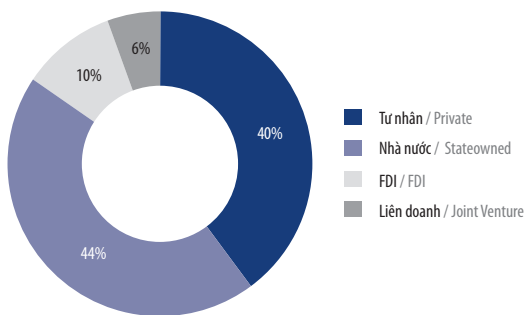
Figure 1.1: RATIO OF RESPONDED ENTERPRISES IN TERMS OF OPERATIONAL LOCATION. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 1.2: TỶ LỆ DN PHẢN HỒI THEO SỞ HỮU VỐN.
(ĐƠN VỊ: %)

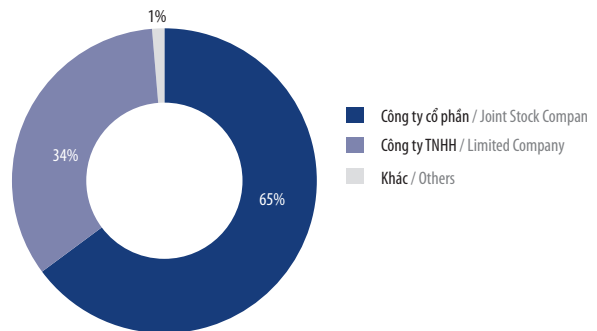
Figure 1.2: RATIO OF RESPONDED ENTERPRISES IN TERMS OF OWNERSHIP. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 1.3: TỶ LỆ DN PHẢN HỒI THEO LOẠI HÌNH DN.
(ĐƠN VỊ: %)

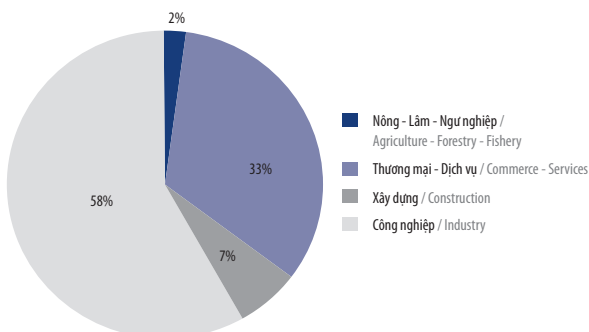
Figure 1.3: RATIO OF RESPONDED ENTERPRISES IN TERMS OF ENTERPRISE TYPES. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 1.4: TỶ LỆ DN PHẢN HỒI THEO LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG.
(ĐƠN VỊ: %)

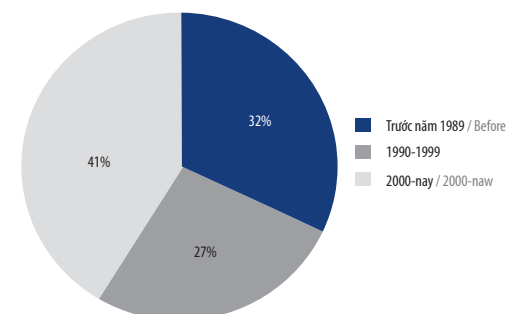
Figure 1.4: RATIO OF RESPONDED ENTERPRISES IN TERMS OF OPERATING FIELD. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 1.5: TỶ LỆ DN PHẢN HỒI THEO THỜI GIAN THÀNH LẬP.
(ĐƠN VỊ: %)

Figure 1.5: RATIO OF RESPONDED ENTERPRISES IN TERMS OF ESTABLISHMENT TIME. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

2. KẾT QUẢ KHẢO SÁT

2.1. Đánh giá chất lượng thông tin của các văn bản, chính sách thuế đã tiếp cận

Câu hỏi khảo sát số 2: Quý DN nhận định thế nào về chất lượng thông tin các văn bản liên quan đến Thuế đã tiếp cận?

Đánh giá chung

Ngày nay, đi kèm với sự phát triển của các phương tiện thông tin đại chúng và các kênh truyền thông, việc tiếp cận các thông tin, văn bản, chính sách và quy định về thuế trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, điều các DN quan tâm hơn cả đó chính là chất lượng thông tin của các văn bản, chính sách thuế mà họ đã, đang và sẽ tiếp cận. Nếu những thông tin được cung cấp càng nhất quán, đơn giản, và dễ hiểu bao nhiêu thì điều đó tỷ lệ thuận với việc hiểu, và thực thi một cách đúng đắn, hiệu quả nhất những chính sách, quy định thuế của Nhà nước. (Hình 2.1.1).

63% DN phản hồi cho rằng thông tin liên quan đến các văn bản thuế đã tiếp cận đều sẵn có, dễ tìm. Đây cũng là điều dễ hiểu bởi lẽ sự phát triển ngày càng nhanh

2. KEY FINDINGS

2.1. Assessments on the quality of information in approached tax documents and policies

Questionnaire no.2: What is your opinion on the quality of information in approached tax documents?

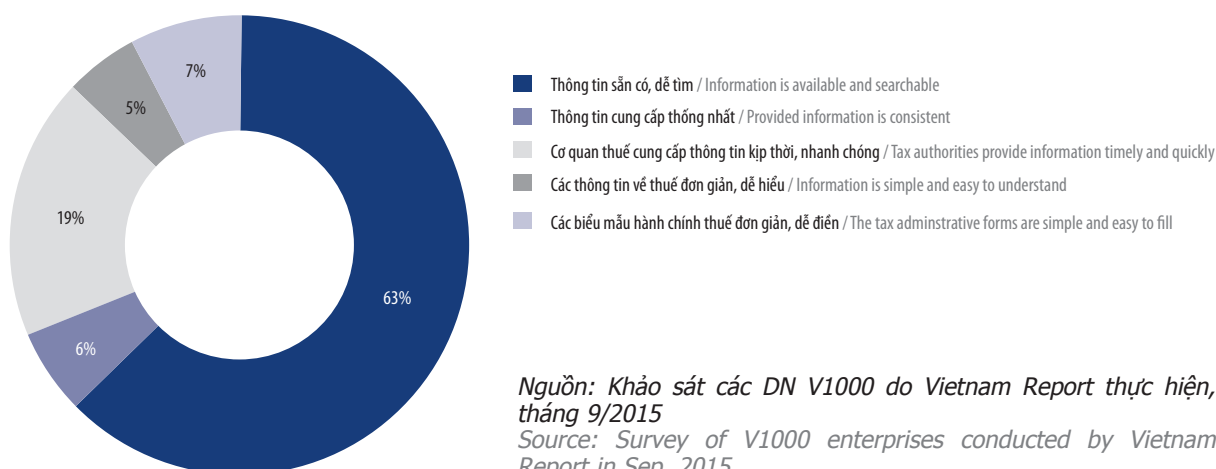
Overview

The accessibility of information, documents, policies and regulations on taxes nowadays has become even easier thanks to the development of means of mass media and other communication channels. However, what attracts enterprise's attention the most is the quality of information in tax documents and policies they have been approaching. The more consistent, simple and clear the provided information is, the more properly and effectively the understanding and implementing of enterprises on Government's tax policies and regulations. (Figure 2.1.1).

63% responded enterprises think that approached tax information is available and searchable. It is reasonable thanks to the more and more development of information technology and Internet. Tax documents

Hình 2.1.1: NHẬN ĐỊNH CỦA DN VỀ CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN CÁC VĂN BẢN LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ ĐÃ TIẾP CẬN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.1.1: ENTERPRISE'S ASSESSMENTS ON THE QUALITY OF INFORMATION IN APPROACHED TAX DOCUMENTS. (UNIT: %)



chống của CNTT, mạng Internet, các văn bản thuế hiện nay không chỉ được phát hành dưới dạng bản cứng, công văn gửi tới các cơ quan, DN mà còn được công bố rộng rãi trên truyền hình, các kênh tin tức báo mạng, và trang web chính thức của cơ quan thuế các cấp giúp cho các DN có thể tra cứu các thông tin về thuế một cách nhanh chóng, dễ dàng, và thuận tiện. Trong tổng số DN gửi phản hồi, có 19% số DN đồng ý với ý kiến cơ quan thuế cung cấp thông tin kịp thời nhanh chóng. Với những quan điểm cho rằng các biểu mẫu hành chính thuế đơn giản, dễ điền; Thông tin cung cấp thống nhất; hay Các thông tin về thuế đơn giản, dễ hiểu không chiếm được sự đồng thuận cao của các DN phản hồi khi tỷ lệ lựa chọn các ý kiến này không vượt quá 10%, lần lượt là 7%, 6% và 5%.

Phân theo loại hình sở hữu vốn

(Hình 2.1.2)

Xét theo loại hình sở hữu vốn, hơn một nửa số DN phản hồi thuộc khối FDI cho rằng các thông tin liên quan đến thuế sẵn có, dễ tìm nhưng không có DN FDI nào nhận thấy những thông tin cung cấp là thống nhất. Ngoài ra, 25% số DN FDI cũng đánh giá các biểu mẫu hành chính thuế hiện nay đơn giản, dễ điền.

nowadays are not only issued in hard copies or documents sent to enterprises but also widely published in television, online newspaper and official websites of taxation agencies, which helps enterprises look up and search tax information easily, quickly and more conveniently. 19% total responded enterprises agree that tax authorities provide information timely and quickly. Other feedbacks such as tax administrative forms are simple and easy to fill, provided information is consistent or tax information is simple and understandable do not have high percentage of enterprises' agreement, which is under 10% accounting for 7%, 6% and 5% respectively.

Classifying by ownership

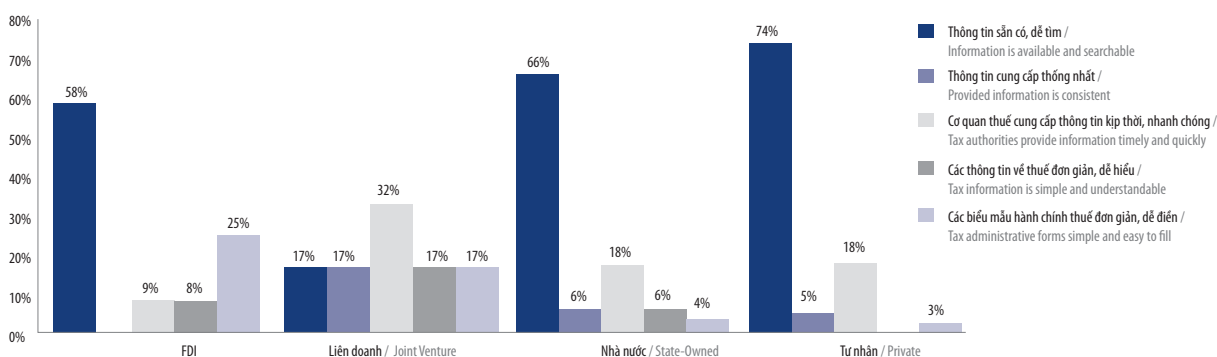
(Figure 2.1.2)

More than half of FDI responded enterprises think that tax information is available and searchable, and no FDI enterprises find this provided information consistent. Moreover, 25% FDI enterprises believe that tax administrative forms are simple and easy to fill.

Regarding Joint-venture enterprises, they give the

Hình 2.1.2: NHẬN ĐỊNH CỦA DN PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN CÁC VĂN BẢN LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ ĐÃ TIẾP CẬN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.1.2: ENTERPRISE'S ASSESSMENTS CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON THE QUALITY OF INFORMATION IN APPROACHED TAX DOCUMENTS. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Đối với các DN Liên doanh, khối DN này đánh giá cao nhất sự cung cấp thông tin kịp thời, nhanh chóng của cơ quan thuế các cấp. Số lượng DN còn lại trong khối chia đều các "lá phiếu" cho cả 4 ý kiến còn lại, mỗi ý kiến nhận được 17% sự đồng thuận.

Khối DN Nhà nước và Tư nhân có xu hướng đánh giá giống nhau đối với chất lượng thông tin của các văn bản, quy định thuế hiện nay. Các DN Tư nhân và Nhà nước đều có cùng quan điểm về thông tin thuế hiện nay sẵn có, dễ tìm và sau đó là sự cung cấp kịp thời, nhanh chóng những tin tức cập nhật của các cơ quan thuế. Tuy nhiên, sự dễ hiểu và đơn giản của các thông tin đó cũng như của các biểu mẫu thuế hiện hành không được 2 khối DN này đánh giá cao.

Từ kết quả trên cho thấy, các cơ quan thuế hiện nay đã và đang thực hiện rất tốt nhiệm vụ của mình trong việc cung cấp các thông tin đến DN một cách kịp thời và nhanh chóng, tuy nhiên, dựa trên những phản ánh, lựa chọn của các khối DN, các cơ quan thuế cần phải cố gắng nhiều hơn nữa trong việc thống nhất và đơn giản hóa nội dung các biểu mẫu, thông tin giúp các DN dễ dàng hiểu và thực hiện đúng tinh thần của các quy định, chính sách thuế.

2.2. Đánh giá việc thực hiện các TTHC thuế, chính sách thuế

Câu hỏi khảo sát số 5: Quý DN đánh giá thế nào về thực trạng hiện nay của các sắc thuế cụ thể sau: Thuế GTGT, Thuế TNDN, Thuế TNCN, Thuế XNK, Thuế môn bài, Thuế sử dụng đất, Thuế tài nguyên, Thuế tiêu thụ đặc biệt.

Đánh giá chung

Đánh giá của DN về thực trạng hiện nay của các sắc thuế được thể hiện dưới 3 mức độ theo xu hướng cần điều chỉnh tăng dần lên, bao gồm: Tương đối ổn, không cần điều chỉnh nhiều; Cần điều chỉnh chút ít; và Cần phải điều chỉnh rất nhiều trong thời gian tới. Đa số các sắc thuế đều nhận được sự hài lòng của các DN, tuy nhiên để đạt được mức độ chấp thuận cao nhất, các sắc thuế này vẫn cần điều chỉnh dù ít dù nhiều trong thời gian sắp tới.

highest ratio of approval for the timely and quickly information provision of tax authorities. The rest enterprises in this group evenly divide their votes for other 4 choices, each has 17% affirmative vote.

Groups of State-owned and Private enterprises share similar opinions on the quality of information in recent tax documents and regulations. They all have the same thought that tax information is available and searchable, followed by the timely and quickly update of tax authorities. However, the simply and ability of understanding of that information as well as current tax administrative forms are not highly recognized by these two groups.

From these findings, we can see that tax authorities have put great efforts in providing enterprises information timely and quickly. However, according to enterprise's responses and feedbacks, tax authorities should work harder to make the information and administrative forms more consistent and simpler, which support enterprises to understand and implement tax regulations and policies properly.

2.2. Assessments on the implementation of tax administrative procedures and policies

Questionnaire no.5: What is your opinion on the current situation of the following taxes: Value Added Tax, Corporate Income Tax, Individual Income Tax, Import-Export Tax, License Tax, Land Use Tax, Natural Resource Tax, and Special Consumption Tax?

Overview

Enterprise's assessments on the current situation of taxes represent three levels in the progressive order of amendment: "Quite good and no need any amendment", "Need a few amendments" and "Need many amendments in the coming time". Most of taxes receive enterprises' satisfaction, but in order to gain the highest level of approval, these taxes still need somewhat amendments in the coming time.

Value Added Tax, Corporate Income Tax and

Thuế GTGT, Thuế TNDN, và Thuế TNCN là những sắc thuế đã được điều chỉnh và chính thức có hiệu lực từ đầu năm 2015 dựa trên Thông tư 26/2015/TT-BTC hướng dẫn Nghị định số 12/2015/NĐ-CP với một số điểm bổ sung mới. Những phản hồi trên của DN cho thấy phần nào kết quả của việc thực thi Thông tư 26.

Đối với Thuế GTGT, khoảng 40% số DN đồng ý với quan điểm sắc thuế này tương đối ổn, không cần điều chỉnh nhiều.

Thuế TNDN có lẽ vẫn cần điều chỉnh thêm một chút khi tỷ lệ đồng thuận với ý kiến này chiếm tới 40% tổng số DN phản hồi.

Thuế TNCN là sắc thuế nhận được ít sự hài lòng nhất khi 39% số DN phản hồi cho rằng sắc thuế này cần phải điều chỉnh rất nhiều trong thời gian tới.

Thuế XNK theo như phản hồi của các DN thì vẫn cần có thêm một vài sự điều chỉnh trong thời gian sắp tới với hơn 30% DN phản hồi lựa chọn ý kiến này.

Thuế Môn bài là sắc thuế mang lại sự hài lòng lớn nhất cho các DN khi có tới hơn 70% DN cho rằng sắc

Individual Income Tax are taxes amended and officialy valid since the beginning of 2015 based on the Circular no. 26/2015/TT-BTC giving guidance of the Government's Decree no. 12/2015/ND-CP with several supplements. The mentioned responses of enterprises partially represent the implementation of Circular no. 26/2015/TT-BTC.

For Value Added Tax, around 40% enterprises agree that this tax is relatively good and no need to amend.

For Corporate Income Tax, somewhat 40% enterprises agree to amend it a little bit.

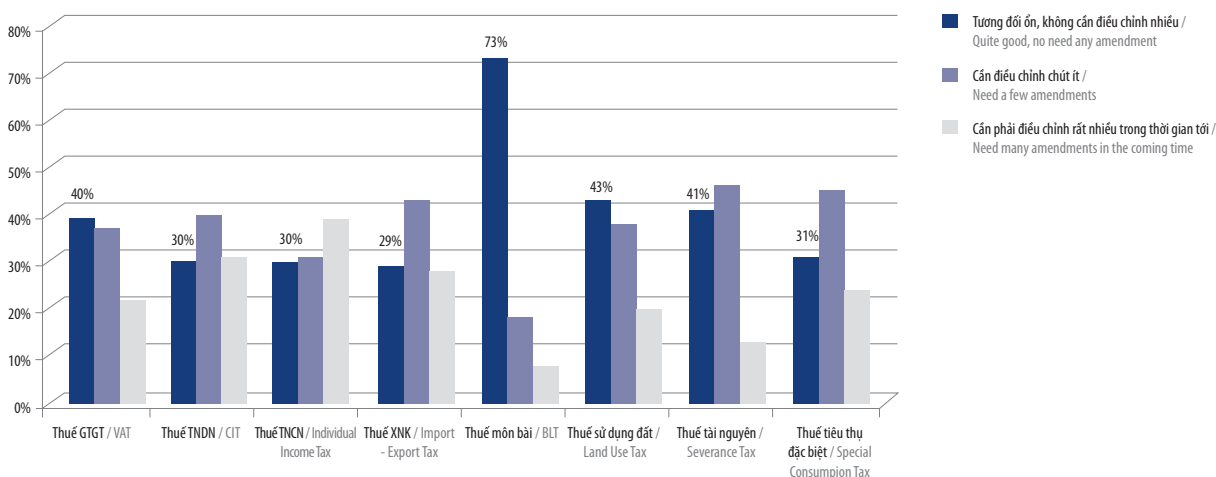
Individual Income Tax receives the least satisfaction when 39% enterprises believe that it needs many amendments in the coming time.

Import-Export Tax as responded by enterprises still needs some amendments in the future with nearly 30% enterprises choose this item.

License Tax brings the greatest satisfaction to enterprises when 70% enterprises think that this tax is quite good and no need any amendment.

Hình 2.2.1: NHẬN ĐỊNH CỦA DN VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA CÁC SẮC THUẾ. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2.1: ENTERPRISE'S ASSESSMENT ON CURRENT SITUATION OF TAXES. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

thuế này tương đối ổn, không cần điều chỉnh thêm.

Xu hướng này cũng giống với những đánh giá của các DN về Thuế Sử dụng đất với hơn 40% DN chấp nhận được những quy định hiện hành của sắc thuế này.

Thuế Tài nguyên và Thuế Tiêu thụ đặc biệt là 2 sắc thuế có chung xu hướng đánh giá với tỷ lệ phần đông DN (khoảng 40%) nghĩ rằng cần có thêm một chút điều chỉnh đối với 2 sắc thuế này. (Hình 2.2.1).

Phân theo loại hình sở hữu vốn

Xét theo loại hình sở hữu vốn, các DN Liên doanh là khối ít hài lòng nhất đối với 3 sắc thuế hiện hành được xem là ảnh hưởng nhiều đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN đó là Thuế GTGT, Thuế TNDN, và Thuế XNK.

3 khối DN còn lại có sự khác biệt nhiều hơn trong quan điểm khi có DN cho rằng 3 sắc thuế trên hiện nay là ổn và không cần điều chỉnh thêm, tuy nhiên có những DN lại mong muốn điều chỉnh thêm một chút hoặc rất nhiều trong tương lai.

This trend is similar to the assessment on Land Use Tax with more than 40% enterprises accept current regulations of this tax.

Natural Resource Tax and Special Consumption Tax share the same assessment when most of enterprises (about 40%) think there should be some amendments for these two taxes. (Figure 2.2.1).

Classifying by ownership

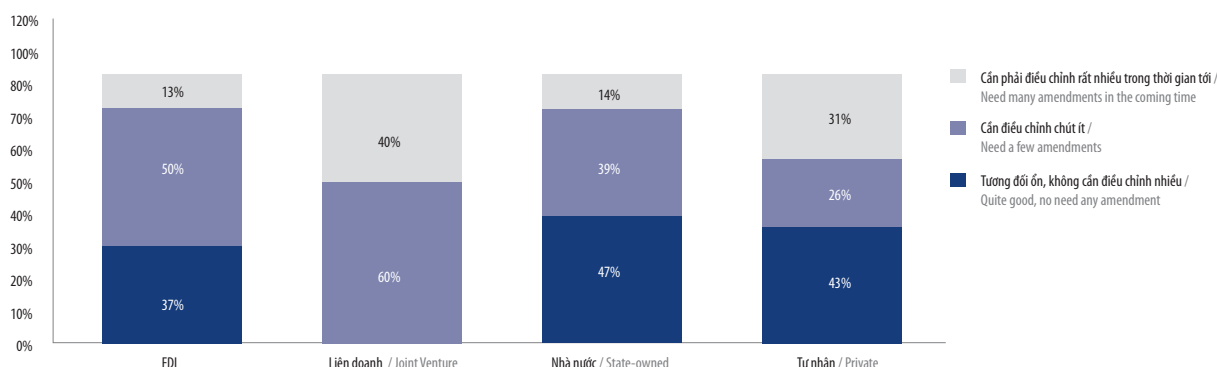
Joint-venture enterprises are those who satisfy the least with three taxes, which are considered to have great effects on enterprise's operation and production, including VAT, Corporate Income Tax and Import-Export Tax.

The rest three groups have a different opinion when thinking that those three taxes are quite good and do not need any amendment. However, some enterprises want to have a few amendments or some want many amendments in the future.

For Value Added Tax, a half of FDI group wants a little change in the coming time. For other two groups,

Hình 2.2.2: NHẬN ĐỊNH CỦA DN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA SẮC THUẾ GTGT. (ĐƠN VỊ: %)

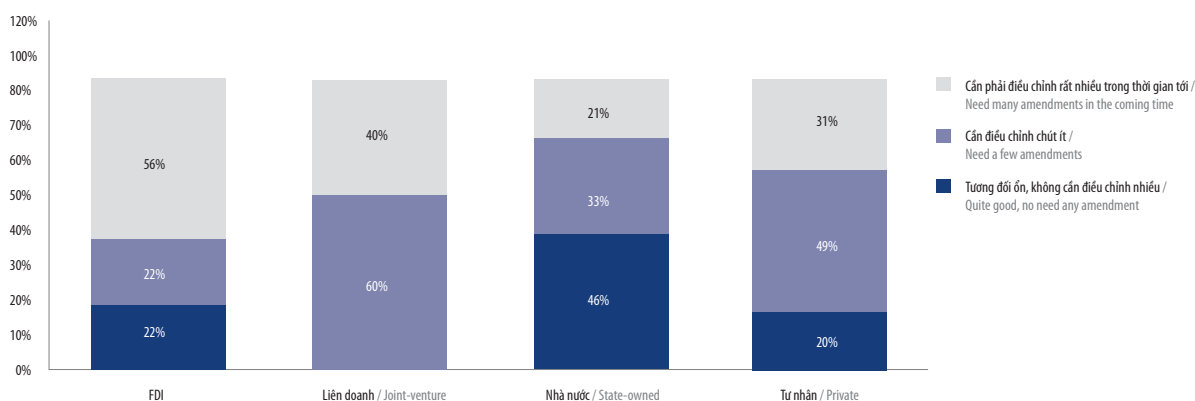
Figure 2.2.2: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON CURRENT SITUATION OF VALUE ADDED TAX. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.2.3: NHẬN ĐỊNH CỦA DN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA SẮC THUẾ TNDN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2.3: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON CURRENT SITUATION OF CORPORATE INCOME TAX. (UNIT: %)

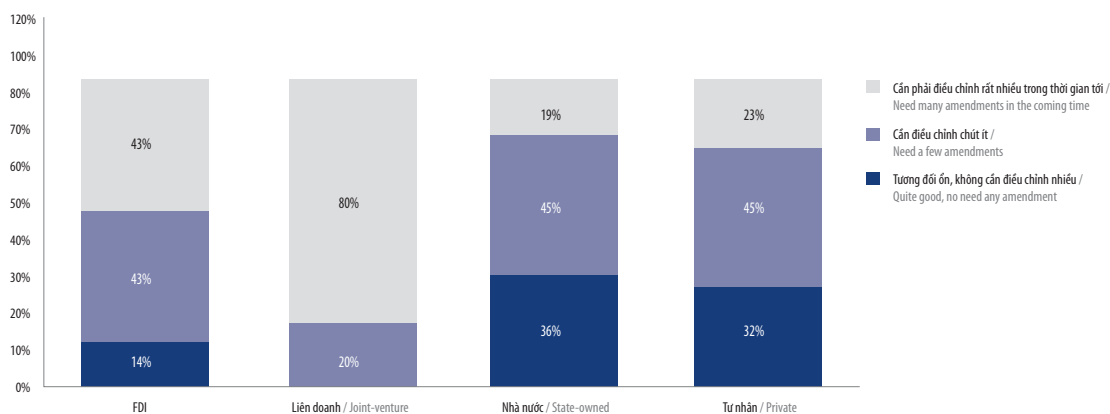


Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.2.4: NHẬN ĐỊNH CỦA DN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA SẮC THUẾ XNK. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2.4: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON CURRENT SITUATION OF IMPORT – EXPORT TAX. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Đối với Thuế GTGT, trong khối DN FDI, một nửa số DN muốn có một chút thay đổi trong thời gian tới. Với 2 khối DN còn lại, số DN nhận thấy những quy định, chính sách liên quan đến thuế GTGT là tương đối ổn, không cần điều chỉnh nhiều chiếm tỷ trọng lớn nhất, lần lượt là 47% đối với khối DN Nhà nước và 43% đối với khối DN Tư nhân.

Đối với Thuế TNDN, khối DN FDI có tới 56% số DN phản hồi mong muốn có nhiều điều chỉnh trong thời gian tới. 46% số DN Nhà nước cho rằng sắc thuế này tương đối ổn, không cần điều chỉnh nhiều, trong khi 49% số DN Tư nhân lại nhận thấy cần có thêm 1 chút điều chỉnh để hoàn thiện hơn sắc thuế này.

Thuế XNK là sắc thuế không nhận được sự hài lòng nhiều nhất của cả 4 khối DN khi tỷ lệ mong muốn cải thiện loại thuế này luôn chiếm đa số. Với khối DN FDI, tỷ lệ mong muốn được thay đổi thêm những quy định về thuế XNK hiện nay dù ít hoặc nhiều đều chiếm số lượng bằng nhau là 43%. Khối Tư nhân và Nhà nước đều có 45% số DN mong muốn được điều chỉnh thêm đôi chỗ về chính sách thuế XNK trong hệ thống thuế hiện nay. (Hình 2.2.2); (Hình 2.2.3); (Hình 2.2.4).

Phân theo quy mô doanh thu

Đối với sắc Thuế GTGT, xét theo quy mô doanh thu, khối DN có mức doanh thu từ 10.000 tỷ VND đến <15.000 tỷ VND mong muốn có thêm nhiều điều chỉnh với sắc thuế này nhất, khi 50% số DN trong khối mong muốn cần phải điều chỉnh thêm rất nhiều, 50% còn lại muốn điều chỉnh thêm chút ít.

Khối DN có doanh thu từ 15.000 tỷ VND đến <20.000 tỷ VND cũng có tỷ lệ lựa chọn tương tự như khối DN có mức doanh thu từ 10.000 tỷ VND đến <15.000 tỷ VND. Tuy nhiên, 50% số DN của khối này hài lòng với những quy định hiện hành hiện nay của sắc Thuế GTGT, 50% còn lại chỉ mong muốn có một chút điều chỉnh nhỏ để hoàn thiện hơn sắc thuế này.

Số DN mong muốn cải thiện luật Thuế GTGT ở một số điểm chiếm tỷ trọng nhiều nhất phải kể đến 2 khối có doanh thu từ 5.000 tỷ VND đến <10.000 tỷ VND và >=20.000 tỷ VND với 67% số DN của mỗi khối lựa chọn phương án này.

the number of enterprises find regulations and policies related to VAT is quite good and no need any amendment which take a highest ratio, 47% for State-owned enterprises and 43% for Private firms.

For Corporate Income Tax, in FDI group, 56% of total responded enterprises want to see many amendments in the future. 46% State-owned companies think that this tax is quite good and no need to change it; whereas 49% Private firms believe that it should have a few amendments to improve.

Import – Export Tax are the least satisfied by all four groups with a high ratio of wishing to improve this tax. For FDI group, the ratio of wishing to have a few amendments to current regulations on this tax or have many amendments is the same with 43%. The Private and State-owned group share the same 45% enterprises want to have a few amendments on Import – Export Tax. (Figure 2.2.2); (Figure 2.2.3); (Figure 2.2.4).

Classifying by revenue

For Value Added Tax, in the criterion of revenue, the enterprise group with revenue ranging from VND 10,000 bn to less than VND 15,000 bn is the group wants to have amendments in the tax the most, in which 50% enterprises want to considerably adjust it and the rest 50% enterprises, want to change a little bit.

The group with revenue ranging from VND 15,000 bn to less than VND 20,000 bn has the same ratio of choice with VND 10,000 bn to less than VND 15,000 bn group. However, 50% enterprises of this group satisfy with VAT's current regulations and the rest 50% wishes to have a few amendments in order to improve it.

The greatest ratio of enterprises wishing to improve Value Added Tax a little bit are group of revenue from VND 5,000 bn to less than VND 10,000 bn and group of revenue more than VND 20,000 bn, accounting for 67% enterprises for each groups.

The two groups with least revenues have rather equal ratio of choosing three choices compared to

2 khối có doanh thu ít nhất còn lại có tỷ lệ lựa chọn 3 phương án được phân bổ đều hơn so với những khối khác, số DN hài lòng với những quy định hiện nay của thuế GTGT có tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 42% cho khối có doanh thu <1.000 tỷ VND, và 46% của khối có doanh thu từ 1.000 tỷ VND đến <5.000 tỷ VND. Tuy nhiên, tổng số DN còn lại chiếm phần đông hơn vẫn mong muốn có những cải cách thêm ít nhiều để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động của DN. (Hình 2.2.5).

Thuế TNDN là sắc thuế không “được lòng” các DN phân theo quy mô doanh thu nhất khi hầu hết các khối đều có tỷ lệ DN mong muốn cải cách sắc thuế này chiếm áp đảo. Riêng chỉ có khối DN có doanh thu từ 15.000 tỷ VND đến <20.000 tỷ VND là hài lòng nhất với sắc thuế này khi có tới 52% số DN phản hồi thuộc khối cho rằng không cần điều chỉnh gì thêm.

Khối DN có doanh thu 10.000 tỷ VND đến <15.000 tỷ VND dường như “khó tính” nhất trong việc “kiểm duyệt” những quy định về thuế khi không có một DN nào của khối hài lòng với cả sắc thuế GTGT và TNDN.

Khối DN có doanh thu ≥ 20.000 tỷ VND cũng không có DN nào hài lòng với quy định hiện nay của

other groups. Enterprises satisfy with VAT's current regulations have the ratio of 42% for less than VND 1,000 bn group and 46% for the group with revenue ranging from VND 1,000 bn to less than VND 5,000 bn. However, the rest of enterprises who take a majority want to have a few or many amendments to facilitate enterprises' operation. (Figure 2.2.5).

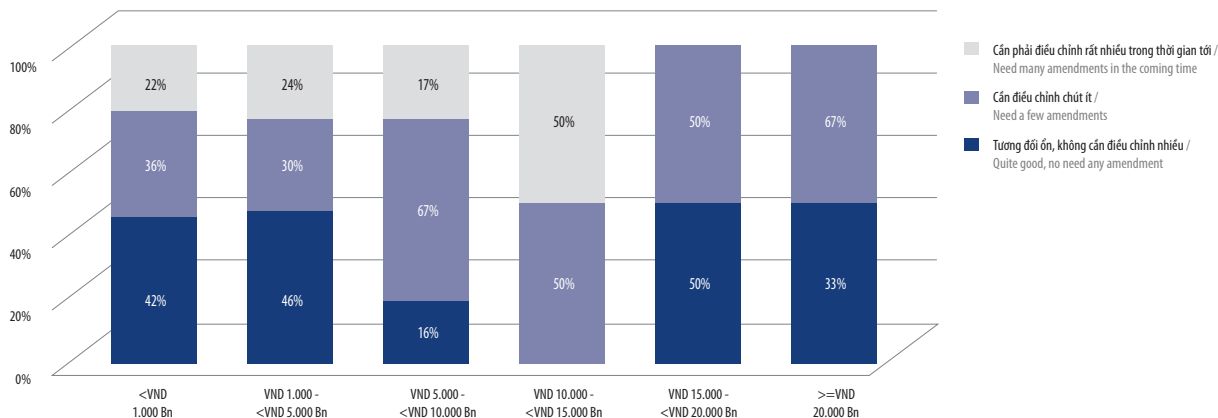
Corporate Income Tax is the one receiving the least satisfaction of enterprises classified by revenue, most of groups have outweighed ratio of enterprises wishing to adjust it. Particularly the group with revenue from VND 15,000 bn to less than VND 20,000 bn is the most satisfied with this tax when 52% responded enterprises in this group do not need any further adjustments.

The group with revenue from VND 10,000 bn to less than VND 15,000 bn may be the most “difficult” group in evaluating tax regulation when no enterprise belong to this group is satisfied with the Value Added Tax and Corporate Income Tax.

Neither any enterprise in the group with revenue of over VND 20,000 bn satisfies with current regula-

Hình 2.2.5: NHẬN ĐỊNH CỦA DN THEO QUY MÔ DOANH THU VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA SẮC THUẾ GTGT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2.5: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY REVENUE ON CURRENT SITUATION OF VALUE ADDED TAX. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

thuế TNDN, tuy nhiên chỉ có 33% số DN của khối mong muốn có thêm nhiều cải cách hơn nữa, 67% còn lại cho rằng chỉ cần điều chỉnh thêm một chút.

3 khối DN có quy mô doanh thu nhỏ hơn còn lại có tỷ lệ lựa chọn các phương án phân khúc rõ ràng hơn, tuy nhiên, phần đa vẫn có cùng xu hướng mong muốn cải thiện các quy định của sắc thuế này, điển hình như khối có doanh thu từ 5.000 tỷ VND đến <10.000 tỷ VND. (Hình 2.2.6).

Như vậy, những sắc thuế trên đều nhận được những sự hài lòng và chưa hài lòng ở một vài quy định. Kết quả khảo sát mới chỉ vẽ ra được một bức tranh tổng thể về mong muốn của các khối DN chứ chưa thể chi tiết về những điểm cụ thể mà các DN mong muốn được sửa đổi. Vì thế, để luật thuế ngày càng “được lòng” DN, các cơ quan thuế cần có những cuộc trưng cầu ý kiến của các DN để tìm hiểu và cân nhắc nhằm đưa ra những cải cách thuế một cách hiệu quả và phù hợp nhất với mục tiêu phát triển kinh tế, nhiệm vụ của ngành cũng như hỗ trợ tối đa cho hoạt động sản xuất kinh doanh của DN.

2.3. Tác động của chính sách thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN

tions of Corporate Income Tax, in which 33% enterprises want to have many amendments and the rest 67% enterprises believe that it should only amend a little bit.

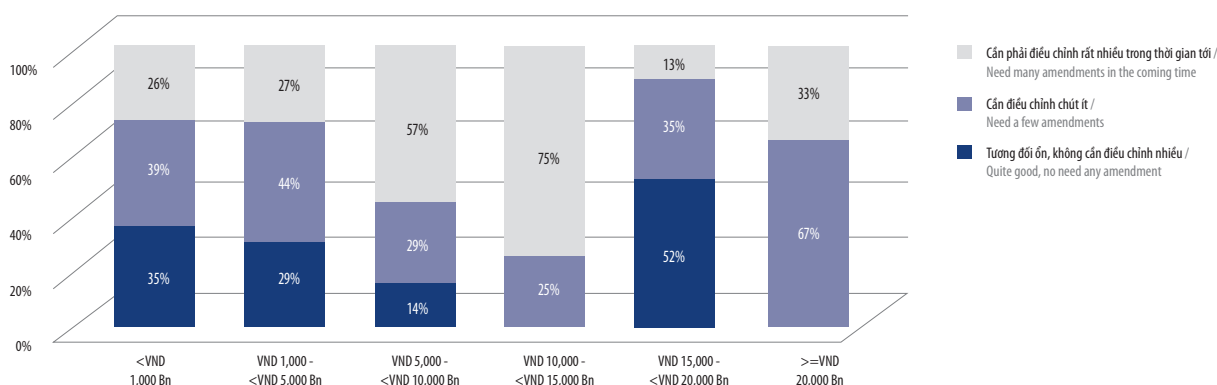
The other groups with lower revenues have a clearer ratio of choices, but most of them share the hope to improve this tax, especially the group with revenue ranging from VND 5,000 bn to less than VND 10,000 bn. (Figure 2.2.6).

In conclusion, these taxes are satisfied and dissatisfied in some certain regulations. The research's findings only show a big picture of enterprises' wishes but not the detailed items where those enterprises want to amend. So in order to get the tax law “accepted” by enterprises, tax authorities should conduct more public vote for the purpose of investigating and considering effective and suitable taxation reform to the economic development targets, sector's mission as well as enterprise's operation and production.

2.3. Impacts of tax policies to enterprise's operation and production

Hình 2.2.6: NHẬN ĐỊNH CỦA DN THEO QUY MÔ DOANH THU VỀ THỰC TRẠNG HIỆN NAY CỦA SẮC THUẾ TNDN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2.6: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY REVENUE ON CURRENT SITUATION OF CORPORATE INCOME TAX. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Câu hỏi khảo sát số 1: Từ ngày 01/01/2015, một số quy định về thuế liên quan đến Thuế TNDN, Thuế GTGT, v.v. đã chính thức có hiệu lực. Những chính sách này có tác động như thế nào đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN?

Câu hỏi khảo sát số 7: Sắp tới khi Việt Nam chính thức đạt được thỏa thuận TPP, theo Quý DN, những điều chỉnh về thuế (đặc biệt là thuế XNK) dựa trên Hiệp định này có ảnh hưởng như thế nào đến DN?

Đánh giá chung

Điều khiến mọi DN quan tâm tới các chính sách thuế đó chính là tác động của những chính sách này đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN theo hướng tích cực hay tiêu cực. Với đặc thù lĩnh vực hoạt động, quy mô và loại hình DN khác nhau, các chính sách thuế cũng sẽ tạo ra những ảnh hưởng tương đối khác biệt.

Điều này có thể nhận thấy rất rõ qua kết quả tổng hợp phản hồi. Có tới 74% số DN cho rằng các chính sách thuế hiện nay đang có những ảnh hưởng rõ ràng và thuận lợi hơn tới hoạt động sản xuất kinh doanh

Questionnaire no.1: Several tax regulations related to Corporate Income tax, Value Added Tax, etc. have been officially valid since January 1st, 2015. What is the impact these regulations have on enterprise's operation and production?

Questionnaire no.7: Vietnam is on the way to be a member of the Trans-Pacific Partnership (TPP), so in your opinion, what is the impact of TPP-based taxation amendments (especially Import – Export Tax) have on enterprises?

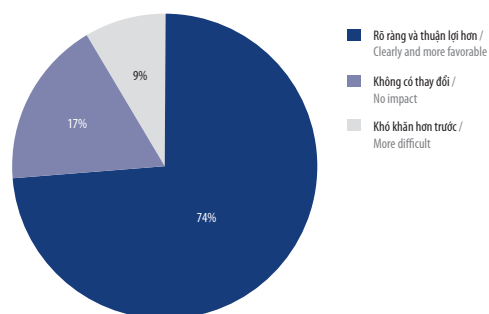
Overview

What draws enterprise's attention to tax policies is that the impact of these policies on the enterprise's operation and production is positive or negative. For different sectors and enterprise's size and type, tax regulations will have different impact.

The research's findings show it clearly. 74% total enterprises think that current tax policies are clearer and more convenient to enterprise's operation and production. 17% enterprises do not see any impact of tax policies on their operation. The rest 9% enter-

Hình 2.3.1: NHẬN ĐỊNH CỦA DN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC CHÍNH SÁCH THUẾ ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DN. (ĐƠN VỊ: %)

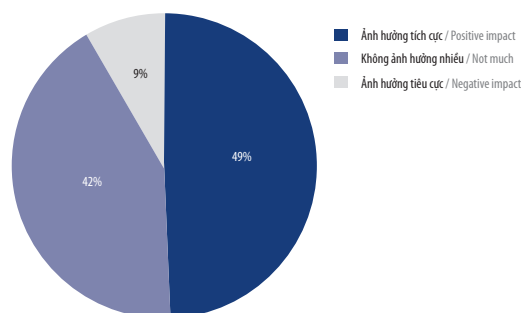
Figure 2.3.1: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES ON THE IMPACT OF TAX POLICIES ON ENTERPRISE'S OPERATION AND PRODUCTION. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.3.2: NHẬN ĐỊNH CỦA DN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA NHỮNG ĐIỀU CHỈNH VỀ THUẾ (ĐẶC BIỆT LÀ THUẾ XNK) DỰA TRÊN HĐ TPP ĐẾN DN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.3.2: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES ON THE IMPACT OF TPP-BASED TAXATION AMENDMENTS (ESPECIALLY IMP-EXP TAX) ON ENTERPRISES. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

của DN. 17% DN không nhận thấy ảnh hưởng hoặc tác động của những chính sách thuế đến hoạt động của họ. 9% số DN còn lại cảm thấy “bì quan” khi cho rằng các chính sách thuế đang có tác động tiêu cực đến bản thân DN. (Hình 2.3.1).

Sau 5 năm đàm phán, vào ngày 05/10/2015 vừa qua, Hiệp định thương mại tự do lịch sử TPP đã đi đến hồi kết tốt đẹp với việc hoàn tất các thỏa thuận giữa 12 nước thành viên, hứa hẹn đem đến cho kinh tế và xã hội Việt Nam những cơ hội phát triển mới. Các DN Việt Nam có lẽ là những đối tượng theo dõi sát sao nhất từng vòng đàm phán ký kết của Hiệp định này, bởi lẽ sẽ có những DN được hưởng lợi nhưng có những DN chắc chắn sẽ phải cố gắng nỗ lực phát triển hơn rất nhiều để “trụ hạng” trong cuộc cạnh tranh “nội – ngoại” khốc liệt ngay trên “sân nhà”. Khi TPP được ký kết, một trong những điều mà ai cũng có thể đoán biết được, đó chính là sự ảnh hưởng của nó đến hệ thống thuế hiện hành của Việt Nam, đặc biệt là thuế XNK. Như đã đề cập ở phía trên, bên cạnh những DN cảm thấy hào hứng vì được hưởng lợi từ những thay đổi đó, thì cũng có rất nhiều những DN thấy e ngại vì phải chịu những tác động tiêu cực, hay những DN đứng ngoài vòng ảnh hưởng khi không chịu quá nhiều áp lực từ những thay đổi này.

Theo như số liệu thống kê, gần một nửa số DN Việt Nam (49%) nhận thấy mình sẽ được hưởng lợi từ những thay đổi về chính sách thuế sau khi Việt Nam ký kết Hiệp định TPP, điều này cho thấy niềm tin của DN Việt Nam vào một tương lai sáng lạn trong cuộc cạnh tranh với các DN nước ngoài cũng như hi vọng tích cực vào những đổi mới trong chính sách thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. 42% là tỷ lệ số DN cho rằng mình không chịu quá nhiều tác động của những chính sách cải cách thuế sau khi TPP được thông qua. 9% số DN còn lại có cái nhìn không mấy lạc quan khi nhận thấy những ảnh hưởng tiêu cực mà những cải cách thuế dựa trên Hiệp định lịch sử này sẽ đem đến cho DN. (Hình 2.3.2).

Phân theo loại hình sở hữu vốn

Đối với 4 khối DN phân theo loại hình sở hữu vốn, có 3 khối có tỷ lệ DN lớn nhất cho rằng các chính sách

prises feel “pessimistic” when believing that tax policies are now having negative impact on them. (Figure 2.3.1).

After 5 years of negotiation, on October 5th, 2015, the Trans-Pacific Partnership (TPP) has come into happy ending with the accomplishment of agreements among 12 members, which promises to bring new opportunities to Vietnam’s economy and society. Vietnamese enterprises may be the ones who take the closest look at each round of negotiation of this trade agreement, because many enterprises would benefit from it but many others have to put great efforts to hold on in the severe competition of “foreign vs. domestic” when playing at home. Upon TPP’s signing, one of the issues everyone can expect is its impact on Vietnam’s current taxation system, especially Import – Export tax. As mentioned above, apart from enterprises that are eager for being beneficial from these changes, there are many enterprises concerning over their negative impact or enterprises out of the impact and not in the pressure of these changes.

According to statistics, nearly half of Vietnamese enterprises (49%) realize that they would benefit from the changes in tax policies after Vietnam signed TPP trade agreement. This shows Vietnamese enterprise’s trust in a brighter future in the competition with foreign enterprises as well as their hope in tax policy’s innovation to facilitate enterprise’s operation and production. 42% enterprises think that they will not get much influence of taxation reform after signing TPP. The rest 9% enterprises have a rather pessimistic view when finding negative impacts of TPP-based taxation innovation on enterprises. (Figure 2.3.2).

Classifying by ownership

Among 4 groups of enterprises classified by ownership, there are 3 groups with the greatest ratio of enterprises think that tax policies have positive impacts on their operation and production. The State-owned group takes the lead with 84% enterprises agrees that tax policies are more convenient, followed by Private group with 74% and FDI group with 44%. (Figure 2.3.3).

thuế tác động tích cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, dẫn đầu là khối DN Nhà nước với 84% số DN của khối đồng tình với quan điểm này, con số này lần lượt là 74% đối với khối Tư nhân và 44% đối với khối FDI. (Hình 2.3.3).

Trong khi đó, khối DN Liên doanh có tới 60% DN cho rằng các chính sách thuế không có tác động gì tới hoạt động của họ. DN FDI và DN Liên doanh là 2 khối có tỷ lệ DN lớn nhất trong 4 khối nhận thấy các quy định thuế khiến cho hoạt động kinh doanh của họ khó khăn hơn trước, lần lượt là 22% và 20%. (Hình 2.3.4).

Xét đến tác động của những điều chỉnh về thuế, đặc biệt là thuế XNK dựa trên HĐ TPP đến DN, nhận định của 4 khối DN phân theo loại hình sở hữu vốn đã có sự khác biệt rõ rệt hơn.

Đầu tiên là khối DN FDI, đây là khối tự tin và có cái nhìn lạc quan nhất trước mọi thay đổi, chuyển biến khi không có DN nào trong khối lo lắng những điều chỉnh về thuế sẽ khiến cho hoạt động kinh doanh của họ trở nên khó khăn hơn trước. Một nửa số DN FDI tin tưởng rằng những thay đổi này sẽ đem lại ảnh hưởng rõ ràng và thuận lợi hơn cho DN, 50% còn lại không

Whereas, 60% enterprises in the Joint-venture group believe that tax policies have no impact on their operation. FDI and Joint-venture groups have the biggest ratio of enterprises among the four groups realize that tax policies make their operation and production more difficult, accounting for 22% and 20% respectively. (Figure 2.3.4).

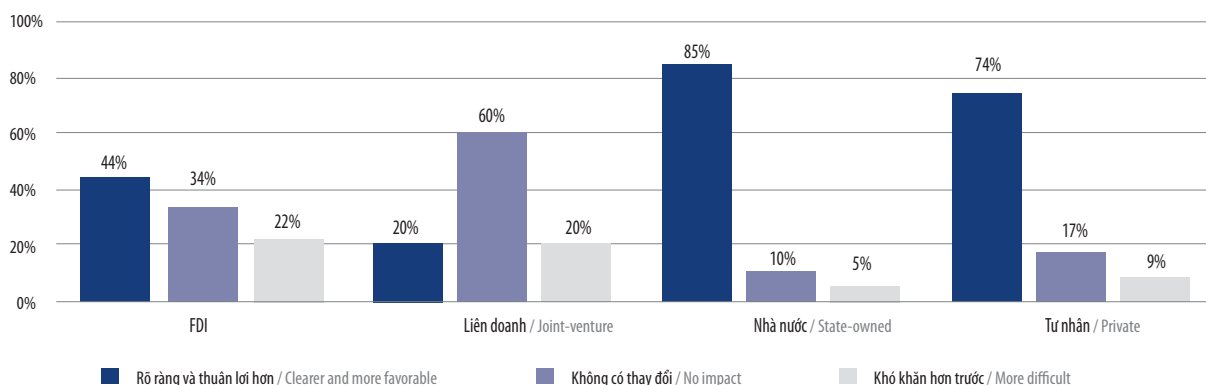
Regarding impact of taxation amendments especially Import – Export Tax basing on TPP trade agreement on enterprises, the assessments of four groups classified by the types of capital are clearly distinct.

Let us see the FDI group first. This is the most confident and optimistic group about all changes when none enterprise worries that taxation amendments would make their operation more difficult. Half of the FDI group believes that these changes will bring clear and favorable impact for enterprises, the rest 50% do not see any impact these changes bring to enterprise's operation.

For Joint-venture enterprises, 80% enterprises think that TPP-based taxation amendments have no impact on their operation and production. However,

Hình 2.3.3: NHẬN ĐỊNH CỦA DN PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC CHÍNH SÁCH THUẾ ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.3.3: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON THE IMPACT OF TAX POLICIES ON ENTERPRISE'S OPERATION AND PRODUCTION. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

nhận thấy những tác động của sự thay đổi này đến hoạt động của DN.

Đối với các DN Liên doanh, 80% các DN tin rằng những thay đổi về thuế dựa trên HĐ TPP không tác động gì nhiều tới hoạt động của họ. Tuy nhiên 20% DN còn lại lo lắng những thay đổi đó sẽ khiến cho hoạt động của DN khó khăn hơn trước.

Các DN trong khối Nhà nước cũng tương đối tự tin trước những thay đổi về thuế hậu TPP khi 63% DN hi vọng những điều chỉnh mới về thuế sẽ tác động rõ ràng và thuận lợi hơn đến DN. 29% số DN Nhà nước không nhận thấy sự thay đổi và 9% còn lại e ngại những tác động tiêu cực từ những điều chỉnh này.

Khối Tư nhân có số lượng DN cho rằng mình “nằm ngoài tầm ảnh hưởng” chiếm nhiều nhất, khoảng 48%. Theo sát tỷ lệ đó là 42% số DN hào hứng với những thay đổi khiến cho hoạt động của DN khởi sắc hơn. Con số 10% còn lại phản ánh số lượng DN lo lắng trước những điều chỉnh không mấy thuận lợi này đối với họ.

Phân theo lĩnh vực hoạt động

(Hình 2.3.5); (Hình 2.3.6).

the rest 20% concerns that these changes would make them more difficult.

State-owned enterprises are also rather confident about post-TPP taxation amendment when 63% enterprises hope that new adjustment would have a clearer and more favorable impact on enterprises. 29% of State-owned enterprises do not realize the changes and the rest 9% enterprises afraid of the negative effects due to these changes.

The Private group has the largest number of enterprises think that they are “out of affected area”, accounting for 48%. Another 42% is eager for changes that would make their operation more successful. The rest 10% enterprises worry about these unfavorable amendments.

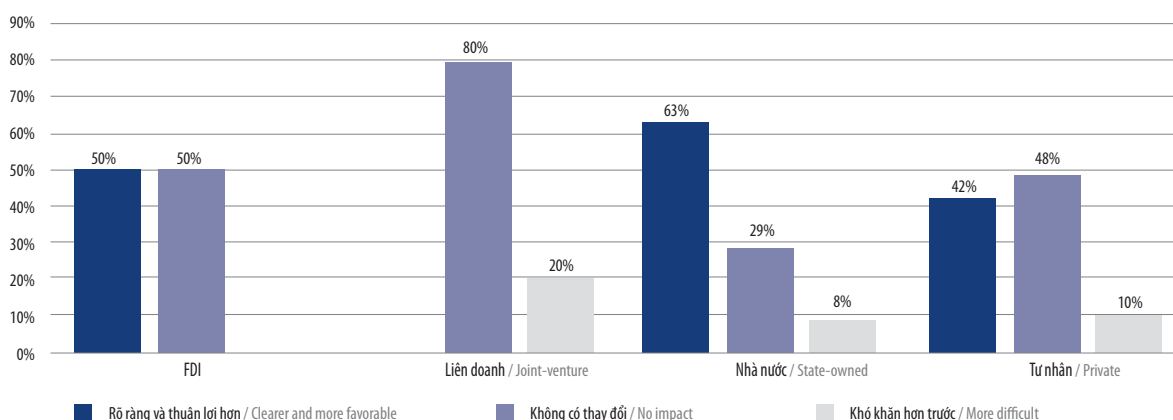
Classifying by operating field

(Figure 2.3.5); (Figure 2.3.6).

In terms of operating field, all enterprises in the four sectors realize the clear and positive impact that tax policies have on their operation and production, in which Construction sector has 83% enterprises, fol-

Hình 2.3.4: NHẬN ĐỊNH CỦA DN PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA NHỮNG ĐIỀU CHỈNH VỀ THUẾ (ĐẶC BIỆT LÀ THUẾ XNK) DỰA TRÊN HĐ TPP ĐẾN DN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.3.4: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP ON IMPACT OF TPP-BASED TAXATION AMENDMENTS (ESPECIALLY IMP-EXP TAX) ON ENTERPRISES. (UNIT: %)

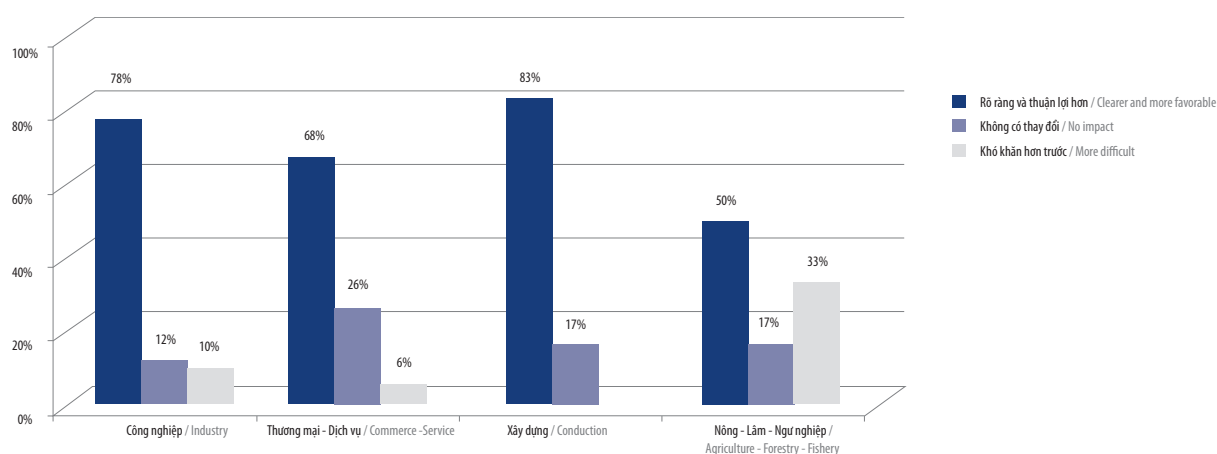


Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.3.5: NHẬN ĐỊNH CỦA DN PHÂN THEO LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG VỀ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC CHÍNH SÁCH THUẾ ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.3.5: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OPERATING FIELD ON IMPACT OF TAX POLICIES ON ENTERPRISE'S OPERATION AND PRODUCTION. (UNIT: %)

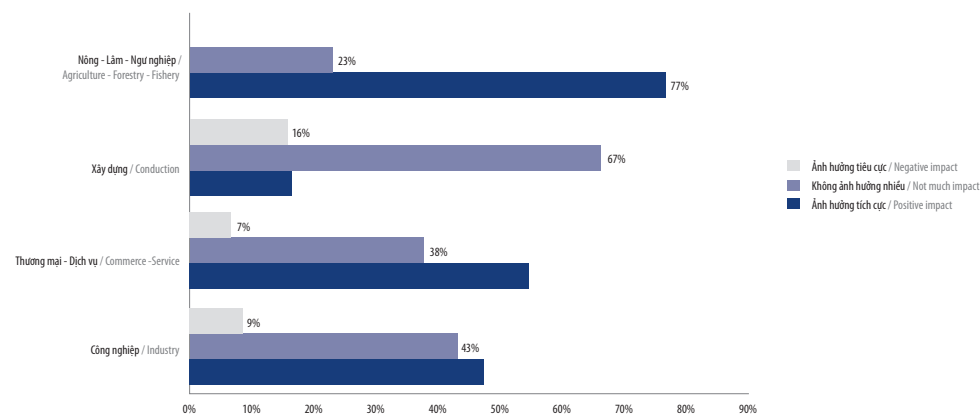


Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.3.6: NHẬN ĐỊNH CỦA DN PHÂN THEO LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG VỀ TÁC ĐỘNG CỦA NHỮNG ĐIỀU CHỈNH VỀ THUẾ (ĐẶC BIỆT LÀ THUẾ XNK) DỰA TRÊN HỢP TPP ĐẾN DN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.3.6: ASSESSMENTS OF ENTERPRISES CLASSIFIED BY OPERATING FIELD ON IMPACT OF TPP-BASED TAX POLICIES ON ENTERPRISES. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Xét theo lĩnh vực hoạt động, tất cả các DN trong 4 ngành nghề đều nhận thấy tác động rõ ràng và tích cực của các chính sách về thuế đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, trong đó có tới 83% số DN thuộc ngành xây dựng chọn phương án này, tiếp sau đó là các DN trong khối Công nghiệp, Thương mại – Dịch vụ, và Nông – Lâm – Ngư nghiệp với tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 78%, 68%, và 50%.

Ngoài ra, nếu như ngành Xây dựng không có DN nào cho rằng những chính sách hiện này về thuế tác động tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN thì có tới hơn 30% số DN trong ngành Nông – Lâm – Ngư nghiệp có cái nhìn “bì quan” đối với ảnh hưởng của các quy định thuế.

Tuy nhiên, khi được hỏi về tác động của những thay đổi về thuế sau khi Việt Nam ký kết HD TPP, đặc biệt là thuế XNK, có tới 77% số DN phản hồi thuộc Bảng xếp hạng V1000 hoạt động trong ngành Nông – Lâm – Ngư nghiệp có cái nhìn lạc quan về ảnh hưởng của Hiệp định thế kỷ này. Trong khi đó, các DN hoạt động trong 3 lĩnh vực còn lại đa phần đều đồng tình với quan điểm nếu chúng không tạo ra được những ảnh hưởng tích cực thì cũng không ảnh hưởng gì nhiều đến DN.

2.4. Những vướng mắc của DN liên quan đến TTHC, chính sách thuế

Câu hỏi khảo sát số 6: Theo Quý DN, đâu là những lý do chính khiến các DN Việt còn e ngại nộp thuế?

Câu hỏi khảo sát số 8: Trong năm 2014, những vấn đề vướng mắc nào dưới đây liên quan đến thuế mà Quý DN đang gặp phải?

Câu hỏi khảo sát số 9: Mức độ cản trở của các vướng mắc trên đối với Quý DN? (Bao gồm: Quy định pháp luật, chính sách thuế; TTHC thuế; Tiếp cận thông tin thuế; Các vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng; Biểu mẫu rườm rà, hay thay đổi; Quá trình thanh, kiểm tra; Thái độ phục vụ của công chức thuế).

Đánh giá chung

lowed by sectors of Industry, Commerce – Service, and Agriculture – Forestry – Fishery with 78%, 68% and 50% respectively.

In addition, while no enterprise in Construction sector finds negative impact of current tax policies on their operation, more than 30% enterprises of Agriculture – Forestry – Fishery sector have a “pessimistic” view of tax regulation’s impact.

However, when talking about the impact of taxation amendments, especially Import – Export Tax after Vietnam was officially a member of TPP, 77% enterprises in Agriculture – Forestry – Fishery sector have optimistic attitude to this agreement’s impact. Whereas, most of enterprises in the other three sectors agree that if they do not create positive impact, they neither have much impact on enterprises’ operation.

2.4. Enterprise’s obstacles related to tax policies and administrative procedures

Questionnaire no.6: In your opinion, what are main reasons for Vietnamese enterprises hesitate to pay tax?

Questionnaire no.8: In 2014, which of the following taxation obstacles did your company face?

Questionnaire no.9: What is the extent of this unfavorableness for your company? (Including Legal regulations and tax policies; Tax administrative procedures; Tax information accessibility; Issues related to online tax filling; Cumbersome and changeable filing forms; Inspection process; Attitudes of tax officials).

Overview

Statistics show that three main reasons including unclear tax policies, enterprise’s difficulties in operation and complicated tax administrative procedures causing the hesitance of Vietnamese enterprises to pay taxes, accounting for 28%, 24% and 17% respectively. In addition, the Government’s public

Dựa vào số liệu thống kê có thể thấy, quy định chính sách thuế chưa rõ ràng, hoạt động sản xuất kinh doanh của DN còn nhiều khó khăn, cũng như TTHC thuế còn phức tạp là 3 nguyên nhân chính dẫn đến tâm lý e ngại của các DN Việt Nam trong vấn đề nộp thuế với tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 28%, 24% và 17%. Bên cạnh đó, vấn đề chi tiêu công của Chính phủ cũng như sự công bằng về nộp thuế giữa các DN cũng gây ra nhiều băn khoăn cho DN khi thực hiện nghĩa vụ đóng thuế của mình. (Hình 2.4.1).

Trong năm 2014 vừa qua, các DN vẫn gặp phải một số vấn đề vướng mắc chủ yếu sau liên quan đến thuế, bao gồm các quy định pháp luật, chính sách thuế; biểu mẫu rườm rà hay thay đổi; TTHC phức tạp; quá trình thanh tra kiểm tra; và các vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng. (Hình 2.4.2).

Xét về mức độ cản trở của những vướng mắc chủ yếu nêu trên liên quan đến thuế mà các DN lựa chọn nhiều nhất, các quy định pháp luật, chính sách thuế và biểu mẫu rườm rà hay thay đổi được đánh giá là tương đối cản trở; TTHC phức tạp và các vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng có cản trở nhưng không đáng kể; quá trình thanh tra kiểm tra có tỷ lệ DN đánh

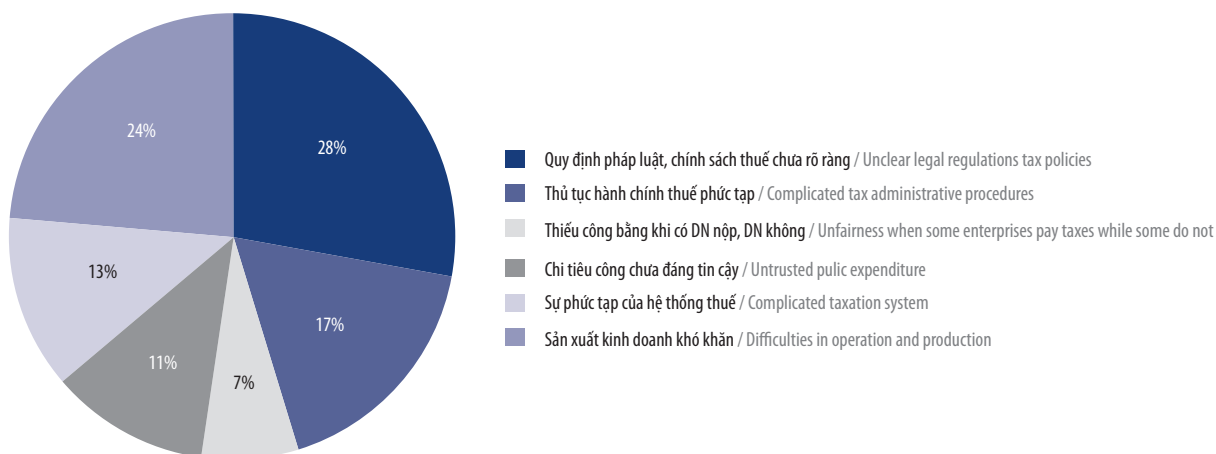
expenditure and fairness in tax payment among enterprises causing anxieties for enterprises in complying tax payment duty. (Figure 2.4.1).

In 2014, enterprises faced several following taxation obstacles such as legal regulations and tax policies, cumbersome and changeable filling forms, complicated tax administrative procedures, inspection process, and other issues related to online tax filling. (Figure 2.4.2).

In terms of the extent of unfavorableness of the mentioned taxation obstacles, the obstacles related to legal regulations, tax policies and cumbersome and changeable filling forms are regarded rather unfavorable; complicated tax administrative procedures and issues related to online tax filling are considered slightly unfavorable; the ratio of rather unfavorable and slightly unfavorable of the inspection process is quite similar. Taking the extent of unfavorableness into account, based on the ratio of enterprises' choices, no obstacle is considered very unfavorable and causing difficulties to enterprises. Obstacles are only regarded rather or slightly unfavorable. As a result, it will help tax authorities to adjust these difficulties and facilitate

Hình 2.4.1: NHỮNG LÝ DO CHÍNH KHIẾN CÁC DN VIỆT CÒN E NGẠI NỘP THUẾ. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.4.1: MAIN REASONS FOR THE HESITANCE OF VIETNAMESE ENTERPRISES IN PAYING TAXES. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

giá ở mức độ tương đối cản trở và cản trở không đáng kể xấp xỉ nhau. Xét về tổng thể mức độ cản trở, dựa trên tỷ lệ lựa chọn của các DN, không có vướng mắc nào được coi là thực sự gây khó khăn và ảnh hưởng quá nhiều đến DN, các vướng mắc chỉ dừng lại ở mức không đáng kể hoặc tương đối. Điều đó sẽ giúp cho các cơ quan thuế dễ dàng điều chỉnh những khó khăn trên tạo điều kiện thuận lợi hơn cho DN tháo gỡ những trở ngại liên quan đến thuế còn tồn đọng. (Bảng 2.4.1).

Phân theo loại hình sở hữu vốn

Xét theo loại hình sở hữu vốn, quy định pháp luật, chính sách thuế chưa rõ ràng và hoạt động sản xuất kinh doanh của DN còn gặp nhiều khó khăn là 2 lý do chính khiến các DN ở cả 4 khối FDI, Nhà nước, Tư nhân và Liên doanh đều e ngại nộp thuế.

Ngoài ra, đối với khối DN FDI, những TTHC thuế phức tạp cũng là một lý do chính, chiếm tới 26% tỷ lệ số DN của khối lựa chọn ý kiến này.

Khối các DN Liên doanh ngoài 30% số DN e ngại nộp thuế vì lý do hoạt động sản xuất kinh doanh khó

enterprises to deal with outstanding taxation obstacles. (Table 2.4.1).

Classifying by ownership

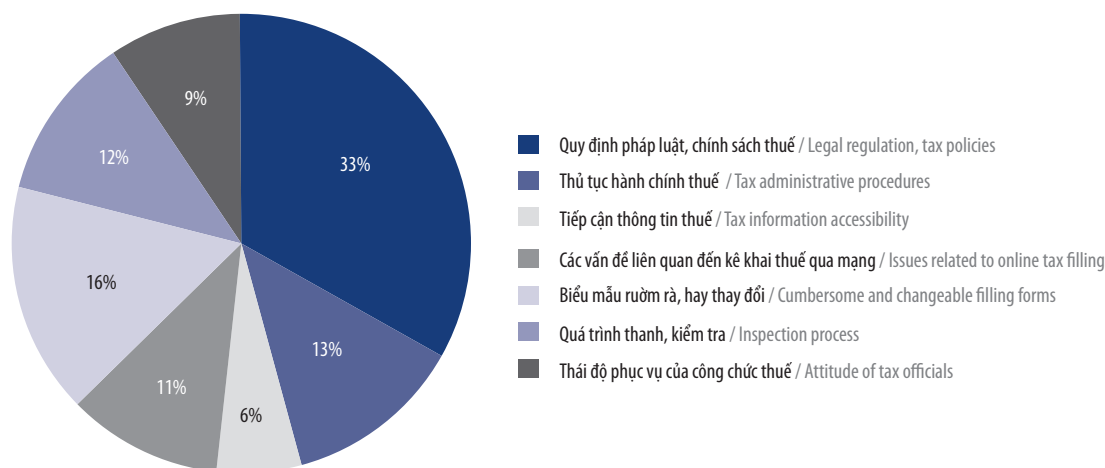
In terms of ownership, unclear legal regulations and tax policies, and enterprise's difficulties in operation and production are two main reasons for the hesitance in paying taxes of enterprises in four groups of FDI, State-owned, Private and Joint-venture.

In addition, for FDI group, complicated tax administrative procedures is one of main reasons, accounting for 26%.

For Joint-venture enterprises, apart from 30% enterprises hesitate to pay taxes due to the difficulties in operation and production, three other reasons with the same 20% are unclear legal regulations and tax policies, complicated tax procedures, and untrusted public expenditure.

For State-owned enterprises, the two main reasons share the same ratio of 26% including unclear legal

Hình 2.4.2: : NHỮNG VẤN ĐỀ VƯỚNG MẮC LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ MÀ DN GẶP PHẢI TRONG NĂM 2014. (ĐƠN VỊ: %)
Figure 2.4.2: TAX PROBLEMS THAT ENTERPRISES FACED IN 2014. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

khẩn, 3 lý do khác có cùng tỷ lệ lựa chọn là 20% bao gồm quy định pháp luật, chính sách thuế chưa rõ ràng; TTHC thuế phức tạp; và chi tiêu công chưa đáng tin cậy.

Khối DN Nhà nước có tỷ lệ lựa chọn 2 lý do quy định pháp luật, chính sách thuế chưa rõ ràng và hoạt động sản xuất kinh doanh của DN còn khó khăn ngang bằng nhau ở mức 26%, một lý do khác nữa có tỷ lệ lựa chọn cao thứ 3 ở mức 21% đó là TTHC thuế phức tạp.

Đối với khối Tư nhân, bên cạnh 2 lý do chính chiếm tỷ lệ cao nhất lần lượt là 31% và 24%, sự phức tạp của hệ thống thuế cũng là một lý do khiến 16% DN trong khối cảm thấy e ngại khi nộp thuế. (Hình 2.4.3).

Đối với những vấn đề vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014 phân theo loại hình sở hữu vốn, với mỗi khối, có 3 vấn đề chiếm tỷ lệ lựa chọn cao nhất. Trong đó, cả 4 khối DN đều gặp phải những khó khăn về quy định pháp luật và chính

regulations and tax policies, and the difficulties in operation and production. The other reason ranking the third is the complicated tax administrative procedures with the ratio of 21%.

For Private enterprises, apart from the above two main reason with the highest ratio of 31% and 24% respectively, the complication of taxation system is also a reason causing 16% enterprises in this group feel hesitant to pay taxes. (Figure 2.4.3).

Regarding taxation obstacles that enterprises classifying by ownership faced with in 2014, each group of enterprises has three different problems with the highest ratio of choice. In which, all four groups have to faced with difficulties in legal regulations and tax policies, and the State-owned group takes the lead with 38%; the Private and Joint-venture group share the same ratio of 30%; and FDI group is 29%.

On the other hand, each group has its own obstacles based on different characteristics. For FDI group,

Bảng 2.4.1: MỨC ĐỘ CẢN TRỞ CỦA CÁC VƯỚNG MẮC TRÊN ĐỐI VỚI DN. (ĐƠN VỊ: %)

Table 2.4.1: THE EXTENT OF TAX PROBLEMS FOR ENTERPRISES. (UNIT: %)

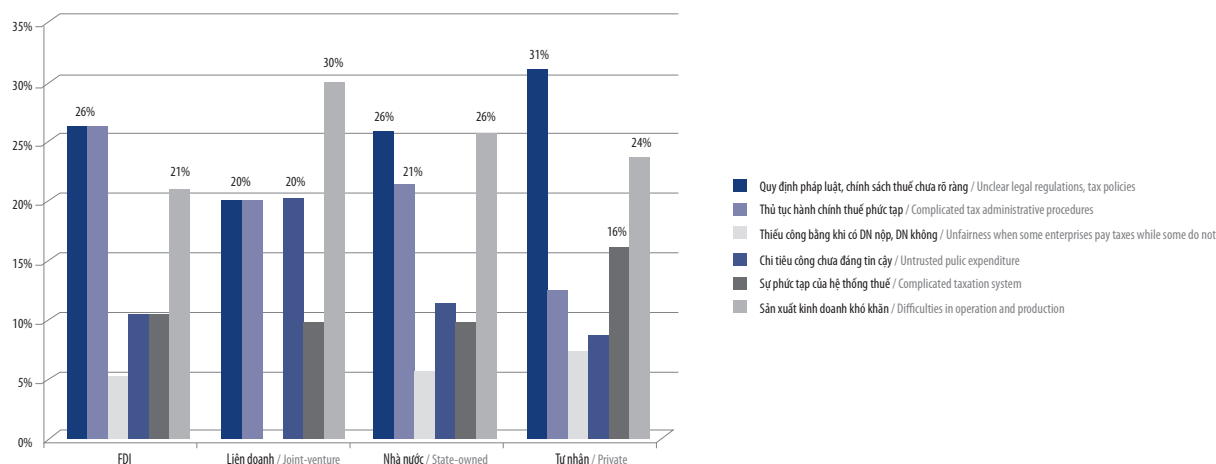
	Cản trở không đáng kể / Rather unfavorable	Rất cản trở / Very unfavorable	Tương đối cản trở / Slightly unfavorable
Quy định pháp luật, chính sách thuế / Legal regulations, tax policies	36%	6%	58%
Thủ tục hành chính thuế / Tax administrative procedures	50%	10%	40%
Tiếp cận thông tin thuế / Tax information accessibility	72%	2%	26%
Các vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng / Issues related to online tax filling	65%	2%	33%
Biểu mẫu rườm rà, hay thay đổi / Cumbersome and changeable filling forms	30%	8%	62%
Quá trình thanh, kiểm tra/ Inspection process	47%	10%	43%
Thái độ phục vụ của công chức thuế/ Attitude of tax officials	53%	9%	38%

Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.4.3: NHỮNG LÝ DO CHÍNH KHIẾN CÁC DN VIỆT CÒN E NGẠI NỘP THUẾ PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.4.3: MAIN REASONS FOR THE HESITANCE OF VIETNAMESE ENTERPRISES IN PAYING TAXES CLASSIFIED BY OWNERSHIP. (UNIT: %)

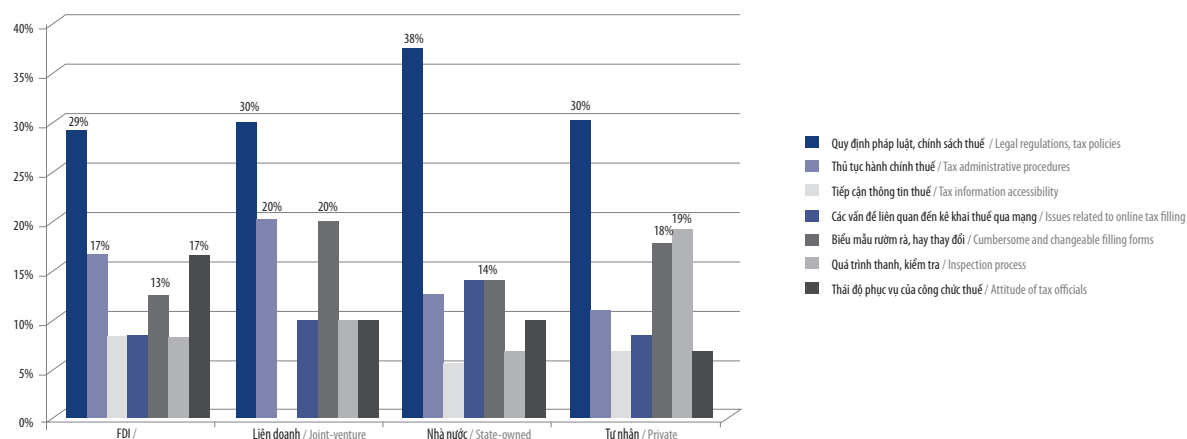


Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.4.4: NHỮNG VẤN ĐỀ VƯỚNG MẮC LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ MÀ DN GẶP PHẢI TRONG NĂM 2014 PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.4.4: TAX PROBLEMS THAT ENTERPRISES FACED IN 2014 CLASSIFIED BY OWNERSHIP. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

sách thuế, nhiều nhất là khối DN Nhà nước với tỷ lệ 38%; khối Tư nhân và Liên doanh bằng nhau ở mức 30%; khối FDI ít hơn một chút ở mức 29%.

Ngoài ra, đối với mỗi khối sẽ có những vấn đề vướng mắc khác nhau tùy theo đặc điểm riêng của từng khối. Với khối FDI, TTHC thuế và thái độ phục vụ của công chức thuế cũng là 2 vướng mắc lớn với tỷ lệ DN trong khối lựa chọn ý kiến này ngang bằng nhau ở mức 17%.

Với khối Liên doanh, TTHC thuế và biểu mẫu rườm rà có mức lựa chọn tương đương nhau là 20%.

Khối Nhà nước thì quan ngại vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng và biểu mẫu rườm rà, hay thay đổi với tỷ lệ số DN lựa chọn mỗi vấn đề là 14%.

Khối Tư nhân cũng còn vướng mắc ở vấn đề biểu mẫu rườm rà, hay thay đổi và quá trình thanh, kiểm tra. (Hình 2.4.4).

Xét về mức độ cản trở của những vướng mắc này đối với các DN phân theo loại hình sở hữu vốn, khối DN FDI gặp cản trở lớn nhất về vấn đề quá trình thanh kiểm tra với 50% số DN cho rằng vấn đề này rất cản trở đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, bên cạnh đó, các TTHC thuế cũng như thái độ phục vụ của công chức thuế khiến 40% số DN FDI tham gia khảo sát cảm thấy mức độ cản trở rất lớn.

Khối DN Liên doanh cho rằng mức độ vướng mắc lớn nhất đến từ 2 vấn đề đó là quá trình thanh kiểm tra và các TTHC thuế với tỷ lệ lựa chọn ngang nhau là 25%.

Khối Nhà nước và Tư nhân là 2 khối cho rằng các vấn đề vướng mắc trên hầu như chỉ dừng lại ở mức tương đối cản trở khi không có quá nhiều DN của 2 khối này lựa chọn ý kiến “rất cản trở” khi đánh giá mức độ ảnh hưởng của những khó khăn này. Đối với cả 2 khối, những vấn đề liên quan đến quy định pháp luật thuế và biểu mẫu rườm rà, thường xuyên thay đổi là 2 vướng mắc được đánh giá là tương đối cản trở nhiều nhất. (Bảng 2.4.2).

Phân theo lĩnh vực hoạt động

Xét theo lĩnh vực hoạt động của các DN, vấn đề

tax administrative procedures and the attitude of tax officials are two big problems with the equal ratio of enterprises in this group, sharing 17% for each choice.

With Joint-stock group, tax administrative procedures and cumbersome filling form have the same selection ratio with 20%.

The State-owned group concerns about issues related to online tax filling and cumbersome and changeable filling forms with the ratio of enterprise for each problem of 14%.

The Private group faces with cumbersome and changeable filling forms and the inspection process. (Figure 2.4.4).

Regarding the extent of unfavorableness of these obstacles for enterprises classified by ownership, FDI group faces mostly with issues of inspection process with 50% enterprises thinking that it would badly affect enterprise's operation. Besides, tax administrative procedures and the attitude of tax officials also make 40% FDI enterprises find it very unfavorable.

The Joint-venture group thinks that the two biggest problems are inspection process and tax administrative procedures with the same ratio of 25%.

State-owned and Private enterprises are two groups believing that these obstacles are just slightly or rather unfavorable, not many enterprises choose “very unfavorable” when describing the effect of these obstacles. For them, issues related to legal regulations and cumbersome and changeable filling forms are considered two problems with the greatest extent of unfavorableness. (Table 2.4.2).

Classifying by operating field

In terms of enterprise's operating field, main obstacles all enterprises in four fields faced with in 2014 are issues related to legal regulations and tax policies, cumbersome and changeable filling forms, issues related to online tax filling, and the inspection process.

The two groups of Industry and Commerce –

Bảng 2.4.2: MỨC ĐỘ CẢN TRỞ CỦA CÁC VƯỚNG MẮC TRÊN ĐỐI VỚI DN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN. (ĐƠN VỊ: %)
Table 2.4.2: THE EXTENT OF TAX PROBLEMS FOR ENTERPRISES CLASSIFIED BY OWNERSHIP. (UNIT: %)

	FDI	Liên doanh / Joint-venture	Nhà nước / State-owned	Tư nhân / Private
QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT, CHÍNH SÁCH THUẾ / LEGAL REGULATIONS, TAX POLICIES				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	25%	25%	42%	29%
Rất cản trở / Very unfavorable	25%		3%	7%
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	50%	75%	55%	64%
TTHC THUẾ / TAXATION ADMINISTRATIVE PROCEDURES				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	20%	25%	48%	58%
Rất cản trở / Very unfavorable	40%	25%	4%	9%
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	40%	50%	48%	33%
TIẾP CẬN THÔNG TIN THUẾ / TAX INFORMATION ACCESSIBILITY				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	25%	77%	81%	63%
Rất cản trở / Very unfavorable	25%			
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	50%	23%	19%	37%
CÁC VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN KÊ KHAI THUẾ QUA MẠNG / ISSUES RELATED TO ONLINE TAX FILING				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	25%	60%	77%	61%
Rất cản trở / Very unfavorable	25%			
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	50%	40%	23%	39%
BIỂU MẪU RườM RÀ, HAY THAY ĐỔI / CUMBERSOME AND CHANGEABLE FILING FORMS				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	17%	25%	33%	35%
Rất cản trở / Very unfavorable	33%		5%	5%
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	50%	75%	62%	60%
QUÁ TRÌNH THANH, KIỂM TRA / INSPECTION PROCESS				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	50%	50%	58%	32%
Rất cản trở / Very unfavorable	50%	25%		14%
Tương đối cản trở / Rather unfavorable		25%	42%	54%
THÁI ĐỘ PHỤC VỤ CỦA CÔNG CHỨC THUẾ / ATTITUDE OF TAX OFFICIALS				
Cản trở không đáng kể / Slightly unfavorable	40%	25%	50%	61%
Rất cản trở / Very unfavorable	40%		6%	6%
Tương đối cản trở / Rather unfavorable	20%	75%	44%	33%

Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
 Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

liên quan đến quy định pháp luật, chính sách thuế; biểu mẫu rườm rà hay thay đổi; các vấn đề liên quan đến kê khai thuế qua mạng; và quá trình thanh kiểm tra là những vướng mắc chủ yếu của tất cả các DN ở cả 4 lĩnh vực gặp phải trong năm 2014.

Trong đó, khối Công nghiệp và Thương mại – Dịch vụ chủ yếu gặp vướng mắc với vấn đề quy định pháp luật, chính sách thuế. Khối Xây dựng gặp khó khăn chủ yếu vì biểu mẫu rườm rà hay thay đổi. Còn khối Nông – Lâm – Ngư nghiệp có tỷ lệ DN gặp vướng mắc ở cả 4 vấn đề nêu trên ngang bằng nhau là 25%. (Hình 2.4.5).

Phân theo quy mô doanh thu

Xét theo quy mô doanh thu, các DN với bất kể quy mô doanh thu dù lớn hay nhỏ đều e ngại nộp thuế vì những lý do xuất phát từ quy định pháp luật, chính sách thuế chưa rõ ràng và hoạt động sản xuất kinh doanh còn gặp nhiều khó khăn. Ngoài ra, TTHC thuế phức tạp cũng là một trong những nguyên nhân cơ bản tác động đến tâm lý của các DN trong quá trình thực hiện nghĩa vụ thuế. (Hình 2.4.6); (Hình 2.4.7).

Service mostly faced with issues related to legal regulations and tax policies; whereas Construction group mostly faced with cumbersome and changeable filling forms; and Agriculture – Forestry – Fishery group shared the same ratio of problems, each takes 25%. (Figure 2.4.5).

Classifying by revenue

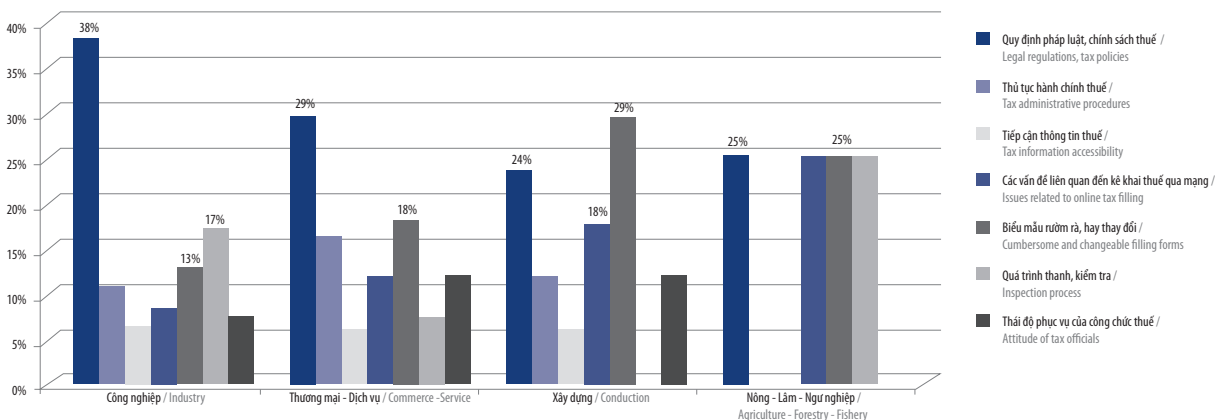
In terms of revenue, all enterprises regardless high or low revenue hesitate to pay taxes due to reasons of unclear legal regulations and tax policies, and difficulties of operation and production. On the other hand, complicated tax administrative procedure is one of basic reasons affecting enterprises for their compliance of tax payment duty. (Figure 2.4.6); (Figure 2.4.7).

Regarding taxation obstacles of enterprises in 2014, enterprises with different sizes of revenue mostly faced with difficulties in legal regulations and tax policies, issues related to online tax filing, and cumbersome and changeable filling forms.

Therefore, according to ratio of responded enter-

Hình 2.4.5: NHỮNG VẤN ĐỀ VƯỚNG MẮC LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ MÀ DN GẶP PHẢI TRONG NĂM 2014 PHÂN THEO LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.4.5: TAX PROBLEMS THAT ENTERPRISES FACED IN 2014 CLASSIFIED BY OPERATING FIELD. (UNIT: %)

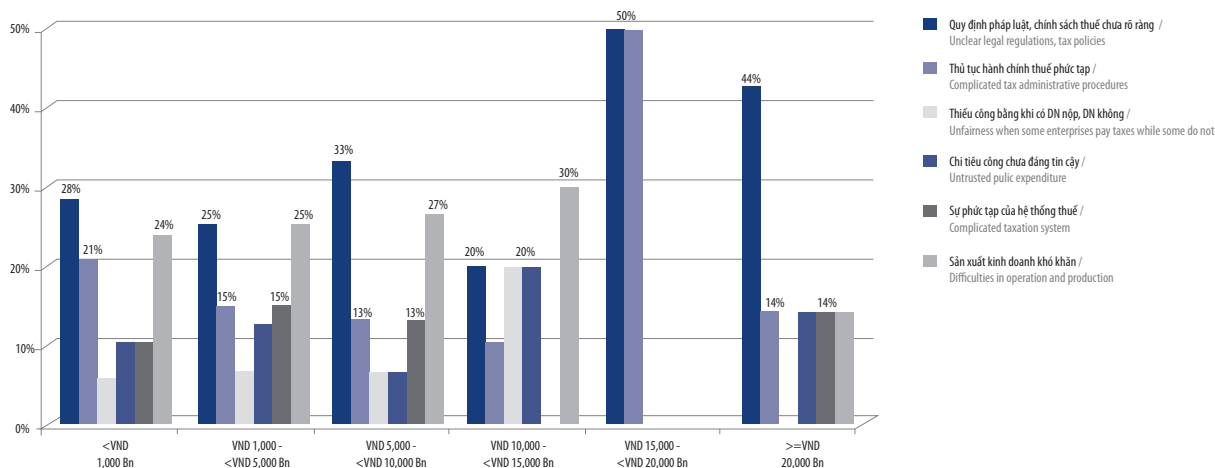


Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.4.6: NHỮNG LÝ DO CHÍNH KHIẾN CÁC DN VIỆT CÒN E NGẠI NỘP THUẾ PHÂN THEO QUY MÔ DOANH THU. (ĐƠN VỊ: %)

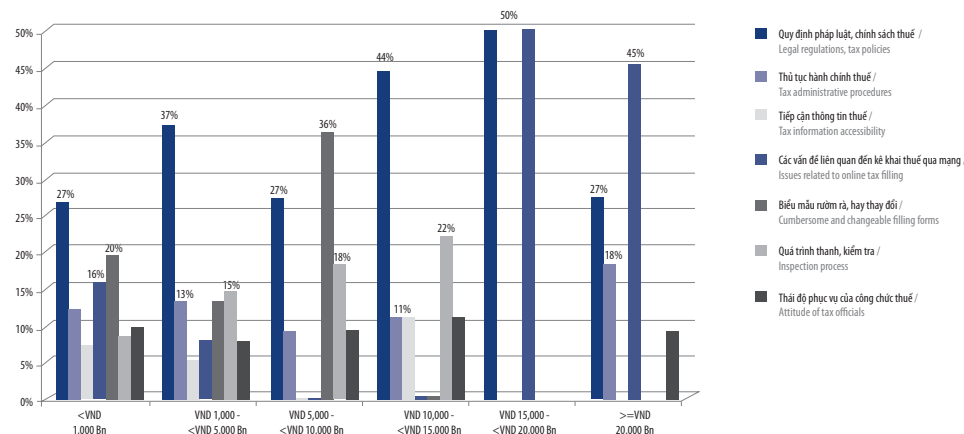
Figure 2.4.6: MAIN REASONS FOR THE HESITANCE OF VIETNAMESE ENTERPRISES IN PAYING TAXES CLASSIFIED BY REVENUE. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.4.7: NHỮNG VẤN ĐỀ VƯỚNG MẮC LIÊN QUAN ĐẾN THUẾ MÀ DN GẶP PHẢI TRONG NĂM 2014 PHÂN THEO QUY MÔ DOANH THU. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.4.7: TAX PROBLEMS THAT ENTERPRISES FACED IN 2014 CLASSIFIED BY REVENUE. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Đối với những vấn đề vướng mắc liên quan đến thuế mà DN gặp phải trong năm 2014, các DN có quy mô doanh thu khác nhau chủ yếu gặp phải những khó khăn liên quan đến các quy định pháp luật, chính sách thuế; các vấn đề về kê khai thuế qua mạng; và biểu mẫu thuế rườm rà hay thay đổi.

Như vậy, dựa trên tỷ lệ lựa chọn của các DN tham gia khảo sát dù phân theo loại hình sở hữu, lĩnh vực hoạt động, hay quy mô doanh thu, hầu hết các DN đều nhận thấy những khó khăn vướng mắc đến từ TTHC thuế, những quy định chính sách và các biểu mẫu rườm rà hay thay đổi. Ngoài ra, hệ thống thuế Việt Nam hiện nay đang từng bước áp dụng CNTT vào hỗ trợ các DN trong việc kê khai nộp thuế trực tuyến. Tuy nhiên do hệ thống cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng cũng như các DN chưa nắm bắt rõ những hướng dẫn quy định trong quá trình kê khai đã tạo ra những khó khăn nhất định cho DN khi thực hiện các thủ tục thuế qua mạng. Bên cạnh đó, nền kinh tế Việt Nam hậu khủng hoảng khiến các DN rơi vào tình trạng khó khăn trong sản xuất kinh doanh, đây cũng là một trong những khó khăn chính tạo ra tâm lý e ngại nộp thuế của các DN.

2.5. Đánh giá chung về pháp luật thuế và kiến nghị của DN

Câu hỏi khảo sát số 3: Quý DN đánh giá thế nào về sự chuyển biến của pháp luật thuế trong 5 năm gần đây (2010 – 2014)?

Câu hỏi khảo sát số 4: Nhận xét của Quý DN về hệ thống thuế hiện hành của Việt Nam như thế nào?

Câu hỏi khảo sát số 10: DN mong muốn được cải thiện các yếu tố nào dưới đây vào thời điểm hiện nay trong chính sách thuế nói chung?

Đánh giá chung

Trong những năm qua, ngành Thuế đã tích cực đẩy mạnh cải cách và hiện đại hóa hệ thống thuế. Công cuộc cải cách hệ thống chính sách thuế được thực hiện đồng bộ, thống nhất, công bằng, hiệu quả; công tác quản lý thuế và phí, lệ phí thống nhất, minh bạch, đơn giản, dễ hiểu, dễ thực hiện dựa trên ba nền tảng cơ bản: thể chế



prises regardless their ownership, operating field or sizes of revenue, most of enterprises find obstacles coming from tax administrative procedures, regulations and policies, and cumbersome and changeable filling forms. Besides, Vietnamese taxation system has currently step-by-step applied information technology for the purpose of supporting enterprises in online tax filling. However, due to the lack of infrastructure to meet the demands as well as the enterprise's confusion about guidance in filing, they faced certain difficulties when performing e-tax payment. In addition, due to the Vietnam's post-crisis economy, enterprises encounter considerable difficulties in operation and production, and this is one of the greatest obstacles causing their hesitance in paying taxes.

2.5. General assessments on tax laws and enterprises' recommendations

Questionnaire no.3: What is your opinion on the changes of tax laws over the last 5 years (2010-2014)?

Questionnaire no.4: What is your opinion on Vietnam's current taxation system?

Questionnaire no.10: Which of the following issues of current tax policies do you want to improve?

Overview

Over the last years, tax authorities have enhanced the reform and modernization of taxation system. The

chính sách thuế minh bạch, quy trình TTHC thuế đơn giản, khoa học theo thông lệ Quốc tế; nguồn nhân lực có chất lượng, liên chính và ứng dụng CNTT hiện đại, có tính liên kết, tích hợp, tự động hóa cao.

Nhờ đó, sự chuyển biến của pháp luật thuế trong 5 năm vừa qua đã nhận được những đánh giá khả quan từ các DN. 69% số DN phản hồi cho rằng hệ thống thuế của Việt Nam trong giai đoạn 2010 – 2014 đã có những thay đổi khá tích cực. 20% DN cho rằng những kết quả đạt được là thực sự tích cực. Không có DN nào nhận thấy những thay đổi tiêu cực trong quá trình cải cách thuế. Đây là một trong những kết quả đáng mừng, ghi nhận những nỗ lực to lớn của toàn bộ hệ thống Thuế của Việt Nam trong suốt chặng đường cải cách vừa qua và cũng là điều khích lệ to lớn để toàn ngành quyết tâm hoàn thiện nốt phần nhiệm vụ còn dang dở. (Hình 2.5.1).

Tuy nhiên, hệ thống thuế hiện hành của Việt Nam vẫn chưa thực sự được lòng các DN và cần có những điều chỉnh, cải cách hơn nữa để nhận được những đánh giá tích cực hơn. Theo như kết quả khảo sát, có tới 61% số DN mong muốn sửa đổi thêm nhiều điểm trong quy

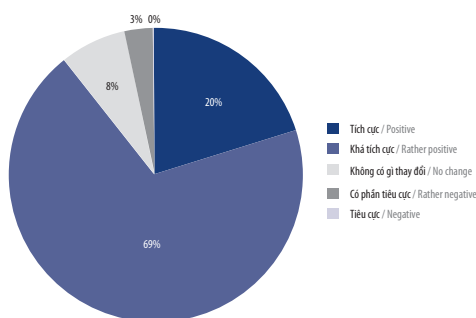
reform process has been implemented synchronously, consistently, equally and effectively; the management of tax charges and fees is consistent, transparent, simple and easy to understand and implement which bases on three foundations: transparent tax policies, simple and scientific tax administrative procedures in accordance with international practices; high competent and qualified human resources; and modern information technology applications with high consistency, integration and modernization.

As a result, the changes of tax laws over the last 5 years have earned positive appraisals of enterprises. 69% enterprises give feedback that Vietnam's taxation system in the period of 2010-2014 has quiet optimistic changes. 20% enterprises believe that the achievements are positive. No enterprise thinks taxation reform is negative. This is a great result, which recognizes the considerable efforts of the whole Vietnam's taxation system through the recent innovation and encourages the taxation sector to accomplish the unfinished missions. (Figure 2.5.1).

However, the current taxation system has not sat-

Hình 2.5.1: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ SỰ CHUYỂN BIẾN CỦA PHÁP LUẬT THUẾ TRONG 5 NĂM GẦN ĐÂY (2010 – 2014). (ĐƠN VỊ: %)

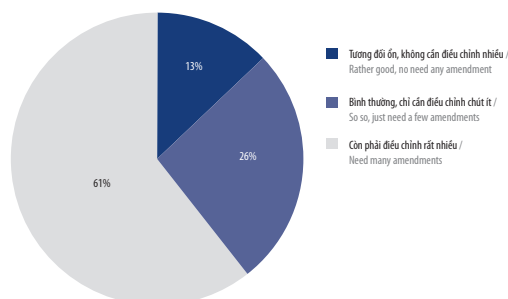
Figure 2.5.1: ENTERPRISES' ASSESSMENTS ON THE CHANGES OF TAX LAWS OVER THE LAST 5 YEARS (2010 – 2014). (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

Hình 2.5.2: NHẬN XÉT CỦA DN VỀ HỆ THỐNG THUẾ HIỆN HÀNH CỦA VIỆT NAM. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.5.2: ENTERPRISE'S ASSESSMENTS ON VIETNAM'S CURRENT TAXATION SYSTEM. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

định hiện nay của hệ thống thuế. 26% DN mong muốn sửa đổi thêm chút ít, và chỉ có 13% DN hài lòng với những chính sách thuế hiện nay. (Hình 2.5.2).

Trong đó, có rất nhiều yếu tố mà các DN mong muốn được cải thiện, dẫn đầu vẫn là những vấn đề liên quan đến đơn giản hóa TTHC, với 27% số DN thể hiện mong muốn này. Tiếp đó là sự tăng cường ứng dụng của CNTT trong các TTHC thuế; nâng cao năng lực giải quyết công việc của cán bộ thuế; và tăng tính công khai minh bạch trong thực hiện TTHC thuế. (Hình 2.5.3).

Phân theo loại hình sở hữu vốn

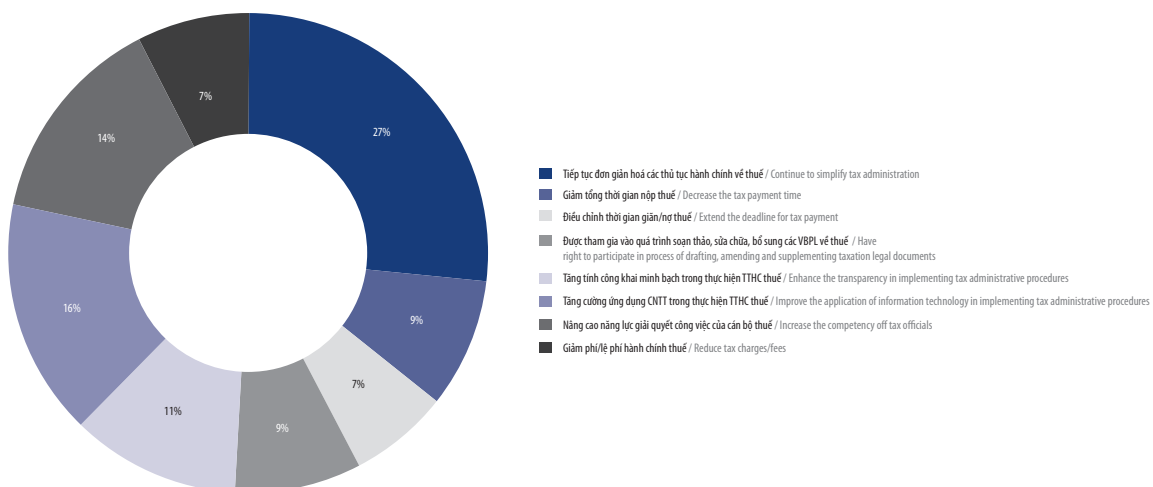
Xét theo loại hình sở hữu vốn, cả 4 khối DN FDI, Liên doanh, Nhà nước và Tư nhân đều có mong muốn đơn giản hóa hơn nữa các TTHC thuế, trong đó dẫn đầu là khối Liên doanh và FDI với tỷ lệ DN lần lượt là 33% và 30%. Nếu như 3 khối DN FDI, Nhà nước, và Tư nhân có mong muốn tiếp theo là tăng cường hơn nữa ứng dụng CNTT trong thực hiện các TTHC thuế, thì các DN Liên doanh có mong muốn lớn thứ hai là giảm tổng thời gian nộp thuế với 20% số DN của khối này có cùng lựa chọn trên, mặc dù trong



isified enterprises and it needs more amendments and innovation in order to gain positive assessment. According to research's findings, up to 61% enterprises wish to adjust many issues in current taxation system. 26% enterprises want to change it a little bit and only 13% enterprises satisfy with it. (Figure 2.5.2).

There are many requirements that enterprises want to improve. Issues related to the simplifying of tax administrative procedures take the lead with 27%, followed by requirements of improving tax officials' competency and the transparency in implementing tax

Hình 2.5.3: NHỮNG YẾU TỐ DN MONG MUỐN CẢI THIỆN TRONG CHÍNH SÁCH THUẾ HIỆN NAY. (ĐƠN VỊ: %)
 Figure 2.5.3: ISSUES OF CURRENT TAX POLICIES THAT ENTERPRISES WISH TO IMPROVE. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

năm vừa qua, hệ thống thuế đã cố gắng cắt giảm số giờ nộp thuế thêm khoảng 50 giờ. (Hình 2.5.4).

Phân theo lĩnh vực hoạt động

Kết quả khảo sát các DN phân theo lĩnh vực hoạt động về những mong muốn cải thiện trong chính sách thuế hiện nay cũng cho ra kết quả tương tự. Dù ở bất kỳ lĩnh vực hoạt động nào, các DN đều mong muốn tiếp tục được đơn giản hóa các TTHC về thuế và tăng cường ứng dụng CNTT trong thực hiện TTHC thuế.

Trong đó, đối với mong muốn đơn giản hóa các TTHC về thuế, dẫn đầu tỷ lệ DN lựa chọn là khối Thương mại – Dịch vụ với 30% số DN của ngành, tiếp đó là ngành Nông – Lâm – Ngư nghiệp 29%, ngành Công nghiệp 26% và ngành Xây dựng 20% bằng với mong muốn tăng cường ứng dụng CNTT trong thực hiện TTHC thuế. Đối với 3 ngành còn lại, nhu cầu tăng cường ứng dụng CNTT trong thực hiện TTHC thuế cũng chiếm tỷ trọng cao, nhưng tỷ lệ DN lựa chọn vẫn đứng sau khối ngành Xây dựng, lần lượt là 16% đối với ngành Thương mại – Dịch vụ; 15% đối với ngành Công nghiệp và 14% đối với ngành Nông – Lâm – Ngư nghiệp. (Hình 2.5.5).

administrative procedures. (Figure 2.5.3).

Classifying by ownership

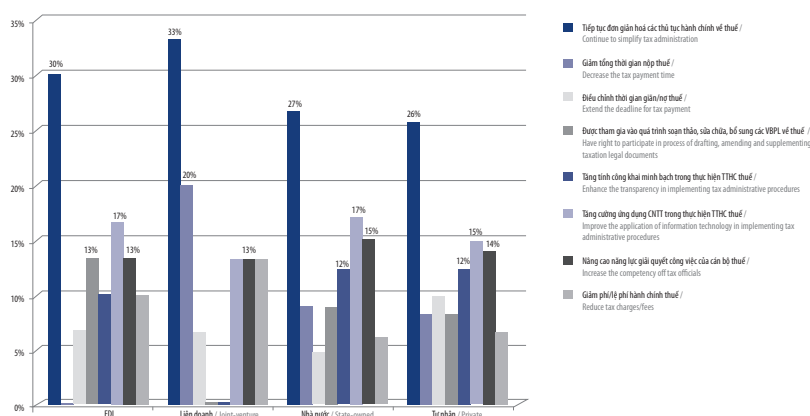
Regarding ownership, all four groups of FDI, Joint-venture, State-owned and Private want to simplify tax administrative procedures, and the Joint-venture and FDI groups take the lead with ratios of 33% and 30% respectively. While FDI, State-owned and Private groups have another wish of enhancing the application of information technology in implementing tax administrative procedures, Joint-venture group has a second desire in reducing tax payment time with the ratio of 20%, despite of the fact that over the last years, taxation system has put its efforts in decreasing tax payment to around 50 hours. (Hình 2.5.4).

Classifying by operating field

The research's findings of enterprise classified by operating field on issues of current tax policies they want to improve show a similar result. Regardless fields of operation, enterprises want to continue to simplify tax administrative procedures and enhance

Hình 2.5.4: NHỮNG YẾU TỐ DN MONG MUỐN CẢI THIỆN TRONG CHÍNH SÁCH THUẾ HIỆN NAY PHÂN THEO LOẠI HÌNH SỞ HỮU VỐN. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.5.4: ISSUES OF CURRENT TAX POLICES THAT ENTERPRISES WANT TO IMPROVE CLASSIFIED BY OWNERSHIP. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015



Phân theo quy mô doanh thu

Xét theo quy mô doanh thu của các DN phản hồi, về cơ bản, đơn giản hóa các TTHC về thuế (tỷ lệ cao nhất là ở khối DN có quy mô doanh thu từ 10.000 tỷ VND đến <15.000 tỷ VND, khoảng 40%) và tăng cường ứng dụng CNTT trong thực hiện TTHC thuế (tỷ lệ cao nhất là ở khối DN có quy mô doanh thu từ 5.000 tỷ VND đến <10.000 tỷ VND, khoảng 20%) vẫn là 2 trong số những mong muốn cải thiện ưu tiên hàng đầu của các DN bất kể quy mô doanh thu lớn hay nhỏ. Tuy

the application of information technology in implementing tax administrative procedures.

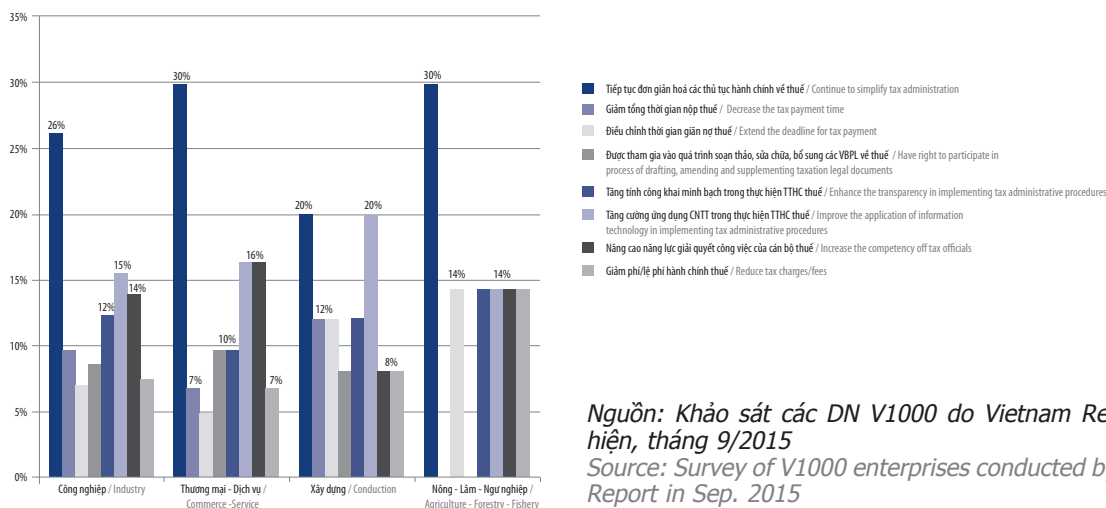
For the desire to simplify tax administrative procedures, the group of Commerce – Service takes the lead with 30%, followed by Agriculture – Forestry – Fishery group with 29%, Industry group with 26% and Construction group with 20%, the same as the ratio of improving the application of information technology in implementing tax administrative procedures. For the rest three groups, the ratio of choosing the issue of enhancing the IT application is also high but still less than that of Construction group, in which Commerce – Service group with 16%, Industry group with 15% and Agriculture – Forestry – Fishery group with 14%. (Figures 2.5.5).

Classifying by revenue

The two issues have the greatest expectation to be improved from enterprises regardless their sizes of revenue are simplifying tax administrative procedures (enterprises with revenue ranging from VND 10,000 bn to less than VND 15,000 bn with the highest ratio of 40%), and enhancing the application of IT in tax administrative procedures (enterprises with revenue

Hình 2.5.5: NHỮNG YẾU TỐ DN MONG MUỐN CẢI THIẾN TRONG CHÍNH SÁCH THUẾ HIỆN NAY PHÂN THEO LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.5.5: ISSUES OF CURRENT TAX POLICES THAT ENTERPRISES WANT TO IMPROVE CLASSIFIED BY OPERATING FIELD. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015

Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

nhien, bên cạnh đó, các DN cũng rất mong muốn cơ quan thuế các cấp sẽ ngày càng nâng cao năng lực giải quyết công việc của các cán bộ thuế, đặc biệt là khối DN có doanh thu ≥ 20.000 tỷ VND, với 27% số DN của khối thể hiện mong muốn này, ngang bằng với nhu cầu đơn giản hóa các TTHC về thuế. (Hình 2.5.6).

Có thể thấy, mặc dù nhiều năm qua, những “điểm tối” trong mối quan hệ giữa cộng đồng DN và ngành thuế không phải là mới và vẫn được các cơ quan ban ngành nghiêm túc, cố gắng cải thiện, tuy nhiên kết quả vẫn chưa thực sự như mong muốn.

Vì thế chúng ta đều biết rằng cải cách thuế thực sự là một chặng đường dài và không hề bằng phẳng đòi hỏi nỗ lực không ngừng nghỉ của toàn bộ hệ thống thuế, các cơ quan chức năng liên ngành và cả sự đóng góp phản hồi từ phía cộng đồng các DN. Sự thảo luận 2 chiều luôn đem đến hiệu quả cao nhất, một mặt giúp DN thể hiện được những vướng mắc, khó khăn cần giải quyết, mặt khác giúp các cơ quan thuế nhận biết nhanh chóng và giải quyết đúng những chỗ còn thiếu sót, đẩy nhanh quá trình cải cách theo chiều hướng hiệu quả hơn.■

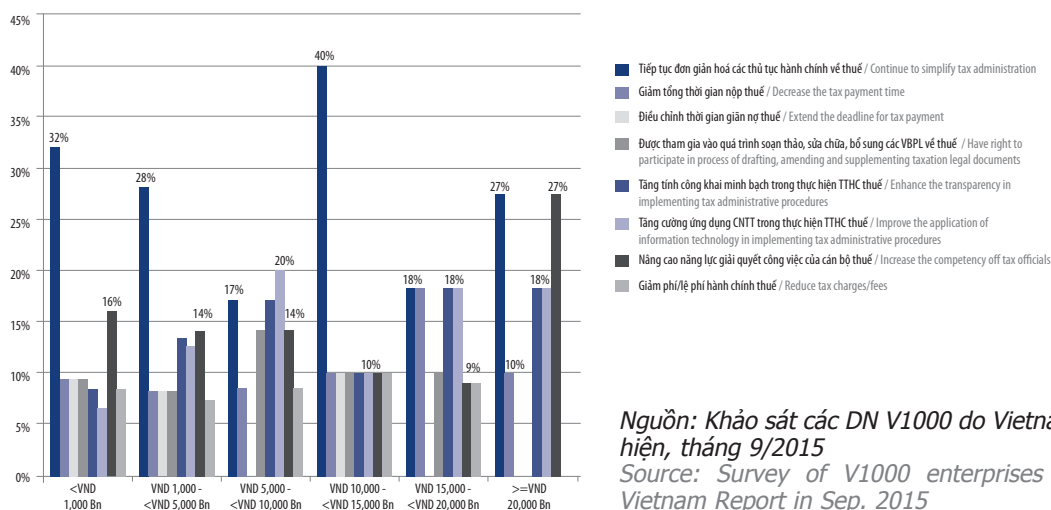
ranging from VND 5,000 bn to less than VND 10,000 bn with the highest ratio of 20%). In addition, enterprises also want the tax authorities to improve the competency of tax officials, especially the group with revenue of over VND 20,000 bn with the ratio of 27%, which is equal to the requirement of simplifying tax administrative procedures. (Figures 2.5.6).

We can see that over the last years, problems in the relationship of enterprise community and taxation sector are not the new ones. Although related agencies at various levels have put great efforts to solve them, the results are not considerable as desired.

Therefore, taxation reform is a long-term process and not at all easy, which requires endlessly efforts of the whole taxation system, related agencies and the responses and feedback of enterprise community. The two-way discussion is always the most effective method. On one hand, it helps enterprises to express their obstacles, difficulties to be solved; on the other hand, it helps tax authorities to quickly realize and effectively deal with shortcomings and boost the innovation process into a more effective direction.■

Hình 2.5.6: NHỮNG YẾU TỐ DN MONG MUỐN CẢI THIẾN TRONG CHÍNH SÁCH THUẾ HIỆN NAY PHÂN THEO QUY MÔ DOANH THU. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.5.6: ISSUES OF CURRENT TAX POLICES THAT ENTERPRISES WANT TO IMPROVE CLASSIFIED BY REVENUE. (UNIT: %)



Nguồn: Khảo sát các DN V1000 do Vietnam Report thực hiện, tháng 9/2015
Source: Survey of V1000 enterprises conducted by Vietnam Report in Sep. 2015

TRANG TRẮNG

P72

PHẦN 3

ĐÁNH GIÁ

UY TÍN TRUYỀN THÔNG

TOP 50 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC

TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2014

PART 3

ASSESSMENTS ON

MEDIA REPUTATION OF

TOP 50 BEST TAX PAYERS

IN V1000 RANKING LIST 2014

TRANG TRẮNG

P74

ĐÁNH GIÁ UY TÍN TRUYỀN THÔNG CỦA 50 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC TRONG BẢNG XẾP HẠNG V1000 2014

ASSESSMENTS ON **MEDIA REPUTATION OF TOP 50 BEST TAX PAYERS IN V1000 RANKING LIST 2014**

VIETNAM REPORT

Nhiều năm qua, mọi người vẫn đơn thuần cho rằng, những vấn đề về thuế chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận, kết quả kinh doanh của DN. Tuy nhiên, khi xã hội ngày càng phát triển, sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông đã khiến mọi thứ rẽ theo nhiều hướng mới. Không ai có thể phủ nhận những tác động của các vấn đề về thuế đến những con số tài chính của DN, tuy nhiên, mức độ và phạm vi ảnh hưởng của nó còn lan rộng sang rất nhiều những mảng khác, đặc biệt là hình ảnh và uy tín của DN trên thị trường cũng như trong cộng đồng. Đơn cử như tình huống mới đây nhất vào tháng 7 năm 2015 vừa qua, Bộ Tài chính phải chính thức “bêu” tên 600 DN nợ thuế quá hạn trên 121 ngày, tính đến ngày 21/7. Dù vì bất kỳ lý do nào đi

It is commonly considered that taxation issues only influence enterprise’s profits and business results. However, the society’s development and the explosion of mass media have turned every into a brand new direction. Although no one can deny the impacts of taxation issues on enterprise’s financial outcomes, the extent and scope of influence also have effects on other areas, especially enterprise’s image and reputation in the market as well as in the community. A typical example is that in July 2015, the Ministry of Finance officially “named and shamed” 600 enterprises whose back taxes are after the due date of 121 days, by July 21st. For whatever reasons, being “named and shamed” on mass media has adversely

chẳng nữa, thì việc bị “bêu” tên trên các phương tiện truyền thông ảnh hưởng đáng kể đến uy tín của DN trên thị trường, trong con mắt bạn hàng và người tiêu dùng. Chính vì thế, các DN Việt Nam đang ngày càng thể hiện rõ sự quan tâm của mình trong việc quản trị uy tín truyền thông. Như một mối quan hệ thuận chiều, những DN luôn thực hiện tốt các quy định, chính sách thuế của Nhà nước, nộp thuế đầy đủ, đúng thời hạn sẽ là những DN “gương mẫu” và có xu hướng được đánh giá cao về uy tín trên truyền thông.

Trong khuôn khổ công bố Bảng xếp hạng V1000 2015 - Top 1000 DN nộp Thuế TNDN lớn nhất Việt Nam, Ban Tổ chức V1000 đồng thời công bố Top 50 DN thành tựu xuất sắc. Đây là những DN 5 năm liên tiếp có mặt trong Bảng xếp hạng V1000 giai đoạn 2011-2015, luôn nỗ lực cố gắng trong hoạt động kinh doanh và nghiêm chỉnh chấp hành nghĩa vụ đối với NSNN và xã hội. Những DN này luôn được coi là những tấm gương tiêu biểu có uy tín trên thị trường. Không thể đánh đồng những DN nộp thuế nhiều sẽ là những DN uy tín, tuy nhiên có thể chắc chắn rằng những DN uy tín sẽ là những DN luôn cố gắng thực hiện đầy đủ trách nhiệm của mình đối với cộng đồng và xã hội, trong đó có nghĩa vụ nộp thuế. Xét thấy tính cần thiết trong việc xếp hạng uy tín truyền thông của những DN luôn hoàn thành tốt trách nhiệm và nghĩa vụ nộp thuế của mình, Ban Tổ chức V1000 đã thực hiện nghiên cứu đánh giá uy tín truyền thông của Top 50 DN thành tựu xuất sắc trong Bảng xếp hạng V1000 2014.

Nghiên cứu được tiến hành dựa trên mô hình phân tích lượng hóa nội dung truyền thông nhằm đánh giá uy tín của các DN dựa trên học thuyết Agenda Setting về sự ảnh hưởng, tác động của thông tin truyền thông đến vị trí, hình ảnh của DN, được 2 giáo sư Maxwell McCombs và Donald L. Shaw chính thức công bố vào năm 1968, và được Vietnam Report phối hợp cùng các đối tác hiện thực hóa và áp dụng.

Dựa trên phương pháp nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu của Vietnam Report đã lựa chọn và tiến hành mã hóa theo ngành (Branch coding) những bài báo viết về 50 DN thành tựu được đăng tải trên các chuyên mục *Đầu tư, Tài chính, Chứng khoán, Doanh nghiệp v.v.* của 5 báo *Thời báo Kinh tế Việt Nam, Thời báo Kinh tế Sài Gòn, Café F, Đầu tư và Vietnam Plus* từ tháng 7/2014

affected those enterprises’ reputation in the market and in the eyes of their partners and customers. Therefore, Vietnamese firms pay more and more attention to control mass media’s reputation. As a proportional relationship, those enterprises that comply with Government’s regulations and tax policies, and pay full and timely taxes are “exemplary” ones and would earn high appreciation of their prestige.

Within the framework of the Announcement Ceremony of V1000 Ranking List 2015 – Top 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam, the organizer also announces Top 50 Best Tax Payers. They are firms with five consecutive years of being present in V1000 Ranking List in the period of 2011-2015, who have put much effort in operational activities and seriously complied with obligations of State budget and the society. They are considered exemplary with high prestige. We cannot put everyone in the same basket that enterprises pay much taxes are those of high prestige, but we can make sure that prestigious enterprises always take fully responsibilities to the community and society, including tax payment. For the necessity of ranking media reputation of enterprises that has done a good job on their tax obligation, the organizer has carried out a research on media reputation of Top 50 Best Tax Payers in V1000 Ranking List 2014.

The research was conducted basing on qualitative approach to evaluate enterprise’s reputation. It uses Agenda-Setting theory that describes the ability of news media to influence on enterprise’s image and position. The theory was formally developed by Dr. Maxwell McCombs and Dr. Donald L. Shaw on a study in 1968, and now is applied by Vietnam Report and its partners.

Utilizing this research approach, Vietnam Report’s researchers have chosen and branch coded pieces of news on *50 Best Tax Payers* posted in categories of *Investment, Finance, Stock, Business, etc.* in newspaper such as *VnEconomy, The Saigon Times, Café F, Investment and Vietnam Plus* from July 2014 to June 2015 based on 12 detailed criterion. The newspapers to code are randomly selected in category from Vietnamese newspapers having Economy – Finance

đến tháng 6/2015 dựa trên 12 tiêu chí cụ thể. Việc lựa chọn đầu báo để tiến hành mã hóa phân tích là sự lựa chọn ngẫu nhiên theo phân nhóm chủng loại báo chí từ tập hợp các đầu báo có các chuyên mục Kinh tế - Tài chính tại Việt Nam (không có hàm ý rằng những đầu báo được lựa chọn là có uy tín cao hơn các đầu báo còn lại). Với tổng số 4.184 bản ghi (tương ứng 4.184 coding units) về hoạt động, kết quả kinh doanh, thị trường cho tới hình ảnh và uy tín của lãnh đạo các DN đã đánh giá được mức độ ảnh hưởng, lượng thông tin tích cực của các DN này trên truyền thông, cũng như tổng quan niềm tin của công chúng đối với các DN.

Các thông tin được lựa chọn để mã hóa (coding) dựa trên 02 nguyên tắc cơ bản: Tên DN xuất hiện ngay trên tiêu đề của bài báo, hoặc tin tức về DN được đề cập tối thiểu chiếm 05 dòng trong bài báo, đây được gọi là ngưỡng nhận thức – thông tin có giá trị phân tích. Các mức độ đánh giá bao gồm 5 cấp: 0 – Trung lập; 1 – Tích cực; 2 – Khá tích cực; 3 – Không rõ ràng; 4 – Khá tiêu cực; 5 – Tiêu cực. Tuy nhiên, nhằm phục vụ mục đích thống kê, nhóm nghiên cứu đã đưa ra 3 cấp bậc để đánh giá cuối cùng, bao gồm: Trung lập (0 và 3), Tích cực (1 và 2), và Tiêu cực (4 và 5).

Đây là một phương pháp đòi hỏi sự phân tích và nghiên cứu kỹ lưỡng, sẽ cung cấp những đánh giá cụ thể về uy tín truyền thông của các DN thành tựu. Qua đó sẽ chỉ ra những yếu tố ảnh hưởng đến hình ảnh của các DN trong công chúng giúp các DN hoàn thiện hơn chiến lược quản trị hình ảnh truyền thông.

1. TẦN SUẤT XUẤT HIỆN CỦA CÁC DN TRÊN TRUYỀN THÔNG

Tiêu chí đầu tiên chính là tần suất xuất hiện trên truyền thông của các DN. Chưa xét đến khía cạnh tích cực hoặc tiêu cực của những thông tin đó, tần suất phủ sóng dày đặc là một chuẩn mực nhằm đo lường mức độ nhận biết tên tuổi của DN trên truyền thông cũng như trong cộng đồng. Nếu so sánh hai DN trong cùng một khoảng thời gian nhất định, DN xuất hiện thường xuyên hơn trên các phương tiện thông tin đại chúng đồng nghĩa với mức độ phổ biến của DN cũng như sự quan tâm, ưu ái nhất định của giới truyền thông và cộng đồng dành cho bản thân DN đó. (Hình 1.1).

categories (it does not mean that the chosen newspaper is more prestigious than unselected ones). With the total 4,184 records (equivalent to 4,184 coding units) on enterprise's operation, business outcomes, market, image as well as reputation of enterprise's leaders, we can assess the influence and positive news content of these enterprises on mass media and the general public trust put on them.

The content selected for coding bases on two basic principles: enterprise's name on the news title, or the content of that enterprise mentioned in the news takes at least five lines. This is called "recognition threshold" which means valuable information for analyzing. Response scale includes five levels: 0 – Neutral; 1 – Positive; 2 – More positive; 3 – Ambivalent; 4 – More negative; 5 – Negative. However, in order to easier for preparing statistics, researchers introduced three levels for final assessment, those are Neutral (0 and 3), Positive (1 and 2) and Negative (4 and 5).

This approach requires careful analysis and research, providing insightful assessments on 50 Best Tax Payers' media reputation. It would show factors influence enterprise's image in public awareness and help them improve their public image management strategy.

1. FREQUENCY OF ENTERPRISES' COVERAGE ON MASS MEDIA

The first criterion is the frequency of enterprise's coverage on mass media. Regardless the news are positive or negative, the massive coverage is a standard to measure enterprise's public awareness on mass media as well as in the community. When comparing two enterprises in a certain period of time, the enterprise that appears more frequently on mass media prove its popularity and the interest of media and the community have in it. (Figure 1.1).

According to this approach, the threshold of recognition mentioned here means the information about that enterprise must cover at least five lines and the enterprise must continuously appear at the frequency of at least once per week. If the information is below

Theo quy tắc của phương pháp nghiên cứu này, ngưỡng nhận biết được nhắc tới ở đây tương ứng với với độ dài thông tin đề cập đến DN tối thiểu 5 dòng, và các DN phải xuất hiện liên tục tối thiểu với tần suất 1 lần/tuần. Nếu khối lượng thông tin dưới ngưỡng nhận biết này thì những thông tin về DN đó cơ bản sẽ được coi như không có giá trị.

Dựa trên số liệu thu thập được có thể thấy, những DN đạt trên ngưỡng nhận biết, có số lượng thông tin về DN tương đối nhiều đều là những DN có tên tuổi lâu năm, có vị thế trên thị trường. Dẫn đầu Top những DN có tần suất xuất hiện thường xuyên nhất trên truyền thông là NH Vietinbank với xấp xỉ 900 bản ghi trong khoảng thời gian từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015. Đây là một con số rất ấn tượng cho thấy sự “chăm chỉ lên sóng” của DN cũng như sự sẵn đón nhiệt tình của báo giới dành cho “ngôi sao” của ngành NH nói riêng và toàn nền kinh tế Việt Nam nói chung.

Một điểm đáng lưu ý nữa đó là trong Top 50 DN thành tựu xuất sắc, có tổng số 6 NHTM vinh dự được đứng trong Bảng xếp hạng danh giá này thì cả 6 NH đó đều có tần suất xuất hiện tương đối nhiều, đều đạt trên ngưỡng nhận biết, trong đó có 3 NH chiếm ưu thế lớn

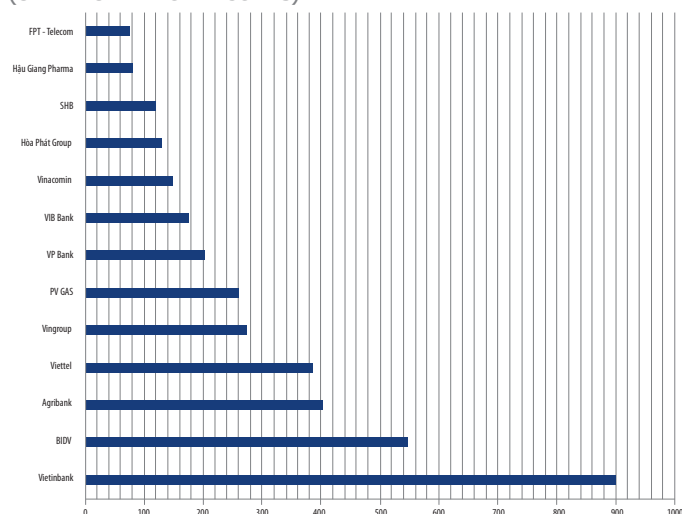
this threshold, we can assume that the information on that enterprise has no value.

Statistics show that enterprises that are above the threshold of recognition and possess a large quantity of news are those have been existed for a long time and had a solid position in the market. The highest rank of enterprises with the most frequent appearance on mass media is Vietinbank – approximately 900 records during July 2014 and June 2015. This is a very impressive number. It shows the “tirelessness in airing” of the enterprise as well as enthusiasm the press expresses for this banking sector’s “star” in particular and Vietnam’s economy in general.

In Top 50 Best Tax Payers, there are six commercial banks in this honored list and all six banks have a massive coverage and are above the threshold of recognition. Among them, three banks are at the highest rank of Top 3, Vietinbank takes the first place which followed by BIDV with 500 records and Agribank with nearly 400 records. It is understandable for the frequent coverage of these banks. In comparison with other sectors, banking is one of the most dynamic sectors and it attracts a lot of mass media’s attention.

Hình 1.1: TẦN SUẤT XUẤT HIỆN CỦA NHỮNG DN THÀNH TỰU ĐẠT NGƯỠNG NHẬN BIẾT TRÊN TRUYỀN THÔNG. (ĐƠN VỊ: SỐ BẢN GHI)

Figure 1.1: APPEARANCE FREQUENCY OF BEST TAX PAYERS THAT REACHED THE RECOGNITION THRESHOLD ON MASS MEDIA (UNIT: NUMBER OF RECORDS)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

nhất lần lượt giữ vị trí Top 3 sau NH Vietinbank là NH BIDV với hơn 500 bản ghi và NH Agribank với khoảng 400 bản ghi. Sự xuất hiện tương đối thường xuyên của các NH cũng là điều dễ hiểu bởi so với những ngành nghề kinh doanh khác, ngành NH là một trong những ngành rất năng động và luôn thu hút sự chú ý của giới truyền thông, đặc biệt trong thời gian vừa qua, liên tiếp những thương vụ sáp nhập, tái cơ cấu ngành NH được diễn ra khiến cho mỗi quan tâm của cộng đồng đối với lĩnh vực này trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Viettel và Tập đoàn Vingroup lần lượt giữ những vị trí còn lại trong Top 5 DN thành tựu xuất sắc xuất hiện nhiều nhất trên truyền thông. Đây đều là 2 tập đoàn lớn với nhiều thành tích vượt trội trong cả hoạt động kinh doanh cũng như đóng góp cho cộng đồng xã hội, đặc biệt Tập đoàn Viettel năm nay đã xuất sắc giữ vững ngôi vị dẫn đầu trong Bảng xếp hạng V1000 – 1000 DN nộp thuế TNDN lớn nhất Việt Nam năm 2015.

2. SỰ ĐA DẠNG VỀ CHỦ ĐỀ XUẤT HIỆN TRÊN TRUYỀN THÔNG CỦA DN

Các DN xuất hiện nhiều trên truyền thông sẽ tạo ra hiệu ứng nhận biết tên tuổi, thương hiệu của DN. Tuy nhiên, nếu một DN liên tục xuất hiện trên mặt báo với chỉ một vài chủ đề lặp lại quá nhiều có thể sẽ tạo ra những phản ứng trái chiều không mong muốn. Hơn thế nữa, ngày nay, khi DN không chỉ tập trung phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh, mà còn nhấn mạnh vào những hoạt động bên lề khác như trách nhiệm đối với môi trường, xã hội như một chiến lược phát triển bền vững thì những chủ đề tin tức không chỉ giới hạn trong các con số về tài chính mà được mở rộng sang những tin tức hoạt động xã hội khác nữa. Chính vì thế, mỗi quan tâm của cộng đồng cũng không còn thu hẹp trong kết quả kinh doanh của DN mà được chia sẻ ra thành nhiều phần dành cho những chủ đề liên quan khác. Ngoài ra, tâm lý đón nhận tin tức của độc giả bao giờ cũng mong đợi sự đa dạng. Vì vậy một vấn đề đặt ra cho DN đó là làm thế nào để đa dạng hóa các chủ đề xuất hiện trên truyền thông. (Hình 2.1).

Theo như số liệu thống kê, Top 10 DN có sự đa dạng lớn nhất về chủ đề xuất hiện trên truyền thông là những DN có số lượng thông tin từ khoảng 12 đến 19 chủ đề khác nhau. Trong đó, dẫn đầu là NH Vietinbank với 19

Especially over the last time, mergers, acquisitions and restructuring of banking sector have regularly occurred and drawn great attention of the public. Viettel and Vingroup take other places in Top 5 Best Tax Payers respectively with the most coverage on the mass media. They are both two big groups with outstanding achievements in operation as well as contribution to the society. This year, Viettel ranked at the first place in V1000 Ranking List – Top 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam.

2. THE VARIETY OF TOPICS APPEARED IN MASS MEDIA

Enterprises appearing frequently in mass media will create an effect of raising awareness of their names and brands. However, if they continuously cover in the press with several repeated topics, it could cause an unwanted reaction. Moreover, enterprises nowadays not only concentrate on operational activities, they have drawn more attention to other activities such as environmental and social responsibilities as a sustainable development strategy. These topics are not limited in financial numbers but have expanded to social activity topics. Community's interest as a result no longer limits to enterprise's operational outcomes, it is separated to other relevant topics. In addition, audiences always welcome the diversity of topics so the question posed to enterprises is that how to diversify topics of news in mass media. (Figure 2.1).

According to statistics, Top 10 enterprises with the most various topics in mass media are those who possess number of topics ranging from 12 to 19. Vietinbank is in the first place with 19 topics out of 22 topics in this research. BIDV and Vinacomin are at the same 2nd position in the list with 18 mentioned topics. Noticeably among Top 10 enterprises with the most various mentioned topics, there are enterprises appear the most in mass media. This shows that Vietnamese firms have aware of the importance of topic variety in mass media and now gained somewhat success. (Figure 2.2).

Among 20 topics used in this research, the leading

chủ đề trên tổng số 22 chủ đề xuất hiện trong dữ liệu nghiên cứu lần này. Đồng hạng hai là NH BIDV và Tập đoàn Công nghiệp Than – Khoáng sản Việt Nam Vinacomin với 18 chủ đề được nhắc tới. Đáng chú ý, trong Top 10 DN có sự đa dạng lớn nhất về chủ đề có sự xuất hiện của những DN có tần suất xuất hiện trên truyền thông nhiều nhất. Điều này cho thấy, một bộ phận các DN Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng của việc đa dạng tin tức trên truyền thông và đang gặt hái những kết quả thành công bước đầu. (Hình 2.2).

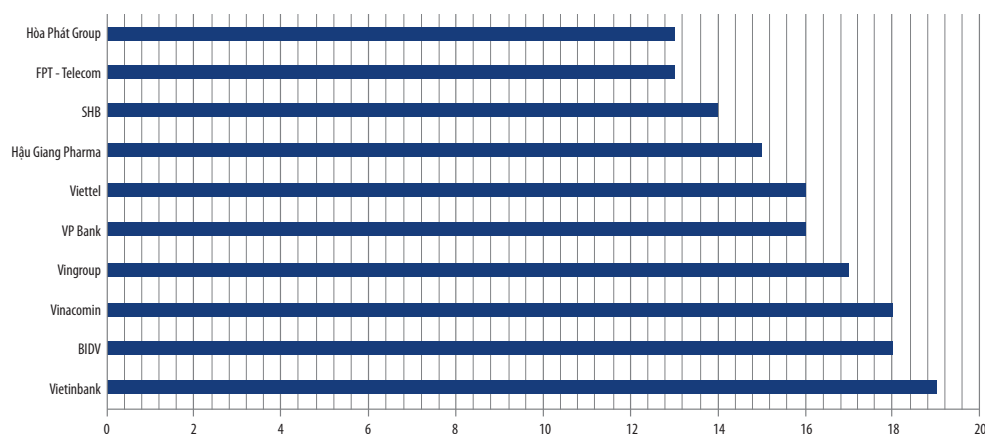
Trong số 20 chủ đề xuất hiện trong đợt nghiên cứu lần này, dẫn đầu vẫn là những thông tin liên quan đến kết quả kinh doanh, chỉ số tài chính của DN, với khoảng hơn 13% số tin tức thuộc nhóm chủ đề này. Đây cũng là kết quả dễ hiểu bởi từ trước đến nay, khó có thể thay đổi được mối quan tâm hàng đầu của phần đông mọi người đến kết quả sản xuất kinh doanh của DN – thông tin phản ánh mức độ hiệu quả trong hoạt động của DN dựa trên những con số xác thực. Ngoài ra, những thông tin liên quan đến các vấn đề về sản phẩm, chứng khoán, chiến lược kinh doanh và vị thế của DN trên thị trường cũng là những chủ đề được nhắc đến nhiều. Điều đó chứng minh rằng các DN ngày càng biết cách đa dạng hóa các thông tin của mình trên truyền thông. Đây cũng



information is on enterprise's operation results and financial index, accounting for more than 13% total news of this topic. This is understandable because people tend to be interested the most in the operation results of an enterprise – the information reflects the effectiveness of that enterprise's business based on detailed numbers. In addition, information related to products, stock market, business strategy and enterprise's position are also appealing topics. This proves that enterprises nowadays know how to diversify their information in mass media. This is an effective direc-

Hình 2.1: TOP 10 DN CÓ SỰ ĐA DẠNG LỚN NHẤT VỀ CHỦ ĐỀ XUẤT HIỆN TRÊN TRUYỀN THÔNG. (ĐƠN VỊ: SỐ NHÓM CHỦ ĐỀ)

Figure 2.1: TOP 10 ENTERPRISES WITH THE GREATEST VARIETY OF TOPICS ON MASS MEDIA (UNIT: NUMBER OF TOPICS)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015
Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

là một hướng tạo dựng uy tín truyền thông hiệu quả, không những tránh được sự nhầm lẫn cho người đọc mà còn tránh sự tập trung quá nhiều vào một chủ đề nhất định, đặc biệt khi những tin tức liên quan đến chủ đề đó là tiêu cực. DN nên biết cách thu hút sự chú ý của độc giả vào từng nhóm chủ đề nhất định vào từng thời điểm khác nhau cũng như tính chất của những thông tin công bố nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông.

3. TỶ SUẤT ĐÁNH GIÁ LƯỢNG THÔNG TIN TÍCH CỰC SO VỚI TIÊU CỰC

Thông tin về các DN trên truyền thông luôn bao gồm cả những thông tin tích cực và tiêu cực, điều đó chỉ ra rằng tần suất xuất hiện trên truyền thông của DN nhiều không có nghĩa là uy tín trên truyền thông của DN đó tốt nếu như lượng thông tin được đánh giá là tiêu cực chiếm tỷ trọng lớn hơn.

Dựa trên số liệu nghiên cứu thu được, có thể thấy hầu hết các DN trong Top 50 DN thành tựu xuất sắc đều có tỷ lệ số tin tức tốt nhiều hơn hẳn so với những tin tức xấu. Trong đó, Tổng công ty Công nghiệp thực phẩm Đồng Nai – Dofico, Công ty CP Sản xuất nhựa Duy Tân, và Công ty TNHH Nhà nước MTV Yến Sào Khánh Hòa là 3 DN có

tion of creating media prestige; helps avoid not only boredom for audience but also the too much concentration on a certain topic, especially negative information. Enterprises should know how to draw audience's attention on certain group of topics at different time as well as the characteristics of released information in order to improve media's effectiveness.

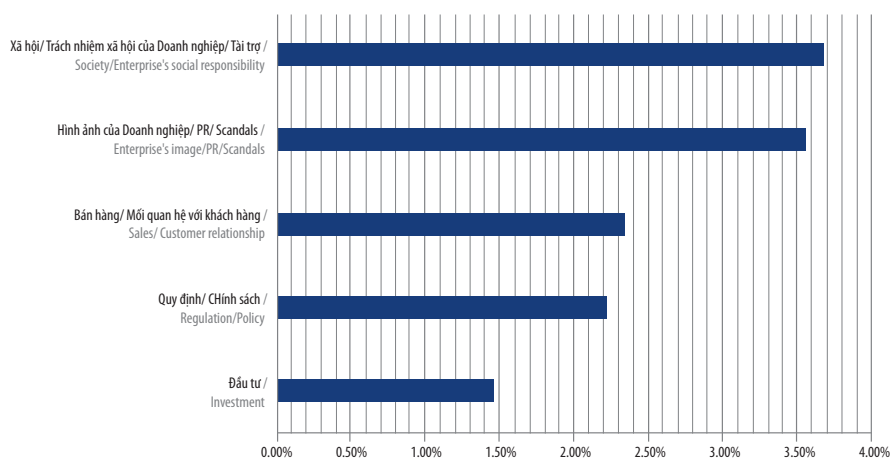
3. ASSESSMENT RATIO OF POSITIVE VS. NEGATIVE INFORMATION

Information of enterprises in mass media always consists of positive and negative one. This means that high frequency of appearing in mass media does not guarantee for the good reputation of that enterprise if negative information takes a higher ratio.

Research's statistics show that most of enterprises in Top 50 have a higher ratio of positive news over the negative ones. In that list, Dong Nai Food Industrial Corporation – Dofico, Duy Tan Plastic Corporation and Salangane's Nest Khanh Hoa Ltd. Co. are three enterprises possessing 100% positive news on mass media. For other enterprises, although all news related to them in media mass are not positive but neither neg-

Hình 2.2: 05 CHỦ ĐỀ CÓ TỶ LỆ XUẤT HIỆN NHIỀU NHẤT TRÊN TRUYỀN THÔNG CỦA TOP 50 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 2.2: 5 TOPICS WITH THE HIGHEST APPEARANCE RATE ON MASS MEDIA OF TOP 50 BEST TAX PAYERS (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015
Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

100% số tin tức đăng tải trên truyền thông đều là tin tích cực. Ngoài ra, còn một số DN tuy mọi tin tức trên truyền thông liên quan đến DN đều không phải là tin tức tốt, nhưng cũng không có thông tin tiêu cực nào, ngoài những tin tích cực thì phần còn lại chính là những thông tin “vô thường vô phạt” mang tính chất cung cấp thông tin, đó là những DN như Công ty Truyền hình cáp Saigontourist, Công ty CP Thuốc Thú y Trung Ương Navetco, Công ty TNHH Dầu thực vật Cái Lân – Calofic. Trên đây hầu hết là những DN có tỷ lệ xuất hiện trên truyền thông không nhiều nhưng những thông tin đó đều là tích cực.

Tuy nhiên, để tăng tính hiệu quả cho việc khẳng định uy tín truyền thông của mình, những DN này cần chăm chỉ xuất hiện hơn nữa cũng như đa dạng các chủ đề về thông tin liên quan đến DN. Ngoài ra, những DN nằm trong Top có tỷ lệ xuất hiện trên truyền thông thường xuyên hơn như NH Vietinbank, NH BIDV hay Tập đoàn Viettel và Tập đoàn VinGroup đều có tỷ lệ thông tin tích cực nhiều hơn hẳn so với lượng tin tiêu cực. Điều này cho thấy bên cạnh việc chăm chỉ xuất hiện trên truyền thông, các DN này đã biết cách kiểm soát những thông tin công bố rộng rãi một cách tương đối hiệu quả bằng việc hạn chế những tin tức xấu ảnh hưởng đến uy tín DN. (Hình 3.1).

4. TỶ LỆ THÔNG TIN XUẤT PHÁT TỪ DN

Những thông tin liên quan đến DN có thể xuất phát từ rất nhiều nguồn, từ chính Công ty, người đại diện phát ngôn của DN, các trang báo dựa vào một số nguồn tin nhất định, một bên thứ 3 hoặc thậm chí từ chính phía Công ty đối thủ, v.v. Tuy nhiên, nguồn thông tin được cho là đáng tin cậy nhất và thể hiện sự chủ động của DN trong việc công khai thông tin đó chính là những phát ngôn từ chính DN hoặc những cá nhân đại diện cho DN đó. (Hình 4.1).

Trên đây là Top 10 DN trong nhóm DN có tần suất xuất hiện đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông có tỷ lệ thông tin xuất phát từ DN nhiều nhất, dẫn đầu là Công ty CP Dược Hậu Giang với hơn 70% số thông tin xuất phát từ DN. NH SHB và Tập đoàn Viettel cũng là những DN tích cực công bố thông tin liên quan đến hoạt động của DN với tỷ lệ lần lượt là hơn 56% và hơn 51%.

active, mostly are “ambivalent” and function as a means of information providing. Those are Saigontourist Cable Television Co., - SCTV, NAVETCO Nation Veterinary JSC., Cai Lan Oils & Fats Industries Company – Calofic. Most of them do not appear frequently in mass media but their related information is all positive.

However, in order to enhance their media prestige, these enterprises should extend the media coverage and diversify their related information. Moreover, enterprises in the top list of more frequent media coverage such as Vietinbank, BIDV, Viettel or VinGroup have definitely more positive news compared to negative ones. It means that apart from their frequent media coverage, these enterprises effectively control information in mass media by limiting negative news that adversely affect to their reputation. (Figure 3.1).

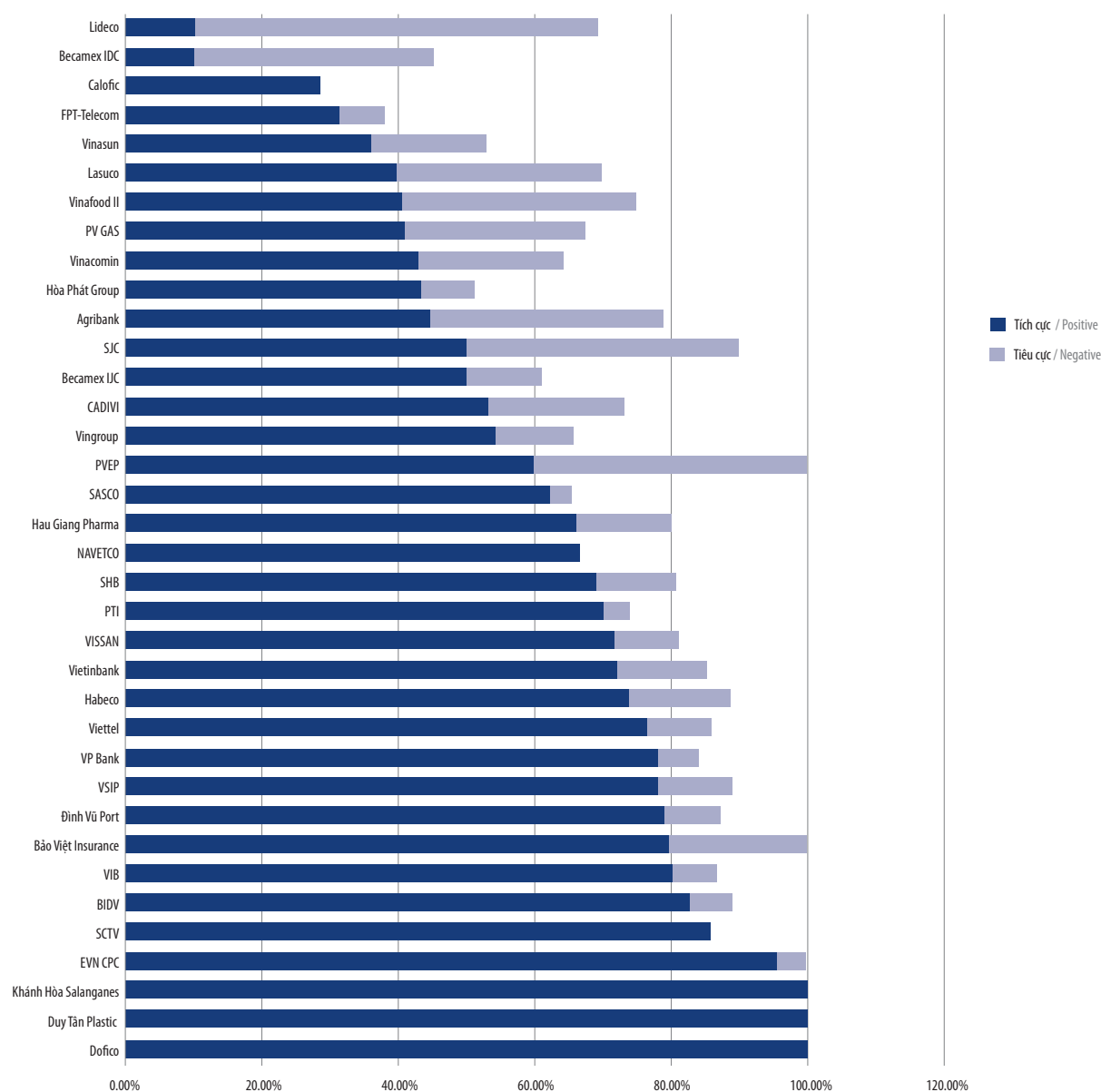
4. RATIO OF INFORMATION RELEASED BY ENTERPRISE

Enterprise related information may come from various sources, i.e. from that company, company's spokesman, from some newspapers published news based on several certain sources, from a third party or even from the company's rivals, etc. However, the source of information that is considered the most trustful and company's proactive approach in declaring information is statement released by that enterprise or its representatives. (Figure 4.1).

The diagram shows Top 10 enterprises whose media coverage above the threshold of recognition having the highest ratio of information released by enterprises themselves, and Hau Giang Pharma takes the lead with more than 70% information coming from the company itself. SHB and Viettel are also enterprises actively in releasing their operational information with the ratios of 56% and 51% respectively.

We can easily see that the proactive approach in providing information is always an effective method in risk management related to enterprises' reputation. Instead of waiting for media agencies publishing related information in their posts, enterprises should pro-

Hình 3.1: TỶ SUẤT ĐÁNH GIÁ TÍCH CỰC SO VỚI TIÊU CỰC TRONG TỔNG SỐ BẢN GHI VỀ CÁC DN. (ĐƠN VỊ: %)
Figure 3.1: ASSESSMENT RATIO OF POSITIVE TO NEGATIVE NEWS (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015
 Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

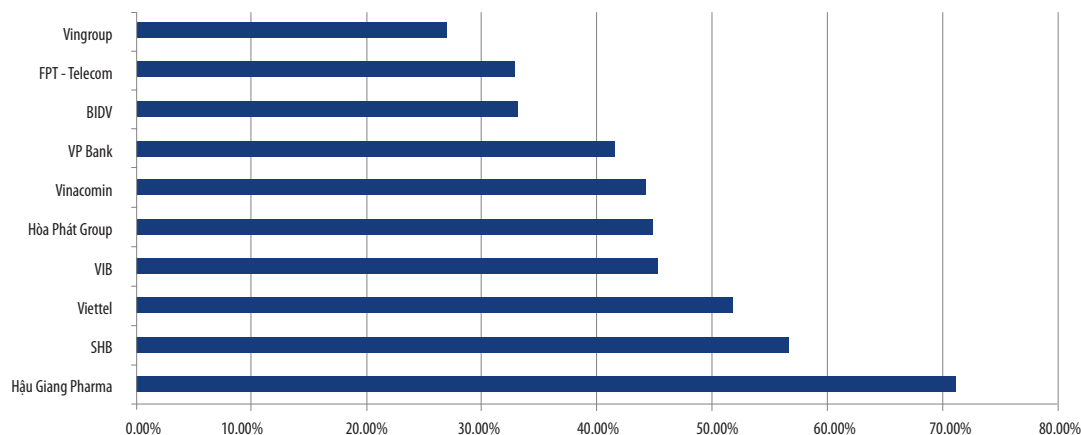
Dễ dàng nhận thấy, việc chủ động cung cấp thông tin luôn là một động thái tích cực trong quy trình quản trị rủi ro liên quan đến uy tín DN. Thay vì chờ đợi xem các cơ quan truyền thông đăng tải những thông tin liên quan đến mình, bản thân DN nếu chủ động cung cấp rộng rãi những tin tức đó, một phần sẽ tăng cường tính xác thực và chất lượng của nguồn tin, tránh những trường hợp thông tin bị rò rỉ qua nhiều nguồn tạo ra những sai lệch đáng tiếc, ảnh hưởng không nhỏ đến uy tín của DN, mặt khác, việc minh bạch hóa các thông tin liên quan đến hoạt động của DN là điều cần và thực sự nên thực hiện một cách nghiêm túc, đặc biệt là khi quá trình hội nhập kinh tế Quốc tế sâu rộng đang diễn ra một cách nhanh chóng. Nếu như đối với các DN hoạt động tại các thị trường nước ngoài, thông tin minh bạch là một trong những tiêu chí hàng đầu quyết định đến tâm lý của những nhà đầu tư cũng như khách hàng đối với bản thân DN thì ở Việt Nam vấn đề đó chưa thực sự được quan tâm đúng mức. Việc công bố rộng rãi và công khai những thông tin liên quan đến bản thân DN là trách nhiệm và nghĩa vụ của DN đối với những nhà đầu tư, khách hàng và các bên liên quan – những người luôn theo dõi sát sao từng bước phát triển của DN.



vide this information proactively. It helps enhance the authenticity and quality of news source, and avoid the leakage of information through many channels which creating regretful incorrectness, adversely affects enterprise's reputation. On the other hand, the transparency of information related to enterprises is necessary and should be seriously developed, especially in the circumstance of widely and deeply international integration. While for enterprises operating in international markets, the information publishing is one of prominent conditions affecting attitude of investors

Hình 4.1: TOP 10 DN TRONG NHÓM DN CÓ TẦN SUẤT XUẤT HIỆN ĐẠT NGƯỠNG NHẬN BIẾT TRÊN TRUYỀN THÔNG CÓ TỶ LỆ THÔNG TIN XUẤT PHÁT TỪ DN NHIỀU NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 4.1: TOP 10 ENTERPRISES IN THE GROUP THAT REACHED THE RECOGNITION THRESHOLD HAVING THE HIGHEST RATIO OF INFORMATION RELEASED BY THEMSELVES (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015
Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

5. TỶ TRỌNG XUẤT HIỆN CỦA CEO TRÊN TRUYỀN THÔNG

CEO được coi là một trong những người có tiếng nói và tầm ảnh hưởng rất nhiều trong một tổ chức, vì thế những phát ngôn và sự xuất hiện của những vị lãnh đạo này trên truyền thông được đánh giá rất cao cả về độ tin cậy, chính xác cũng như chất lượng của nguồn tin. Điều đó đồng nghĩa với việc tỷ trọng xuất hiện của CEO các DN trên truyền thông càng nhiều thì tỷ lệ nhận biết đối với tên tuổi và thương hiệu của DN cũng tăng theo chiều tỷ lệ thuận. (Hình 5.1).

Trong số liệu nghiên cứu thu thập được thì NH Vietinbank, NH VIB, và Tập đoàn Vingroup là những DN có tỷ trọng xuất hiện của CEO cao nhất trong tổng số bản ghi thông tin về DN, đạt hơn 19%. Tiếp sau đó là Tổng Công ty Khí Việt Nam – CTCP, NH Agribank, Tập đoàn Hòa Phát là 3 DN có CEO tương đối “chăm chỉ” xuất hiện trên truyền thông với tỷ lệ đạt trên 18%. DN cuối cùng là Công ty CP Dược Hậu Giang ở mức hơn 16%.

Ở nước ngoài, việc CEO đăng đàn trả lời phỏng vấn của giới báo chí, thậm chí là tham gia những chuyên

and customers, enterprises in Vietnam has not put much attention to this requirement. The widely provision of information related to enterprises is the responsibilities and obligations of enterprises to investors, customers and relevant parties who closely care for the enterprise’s development.

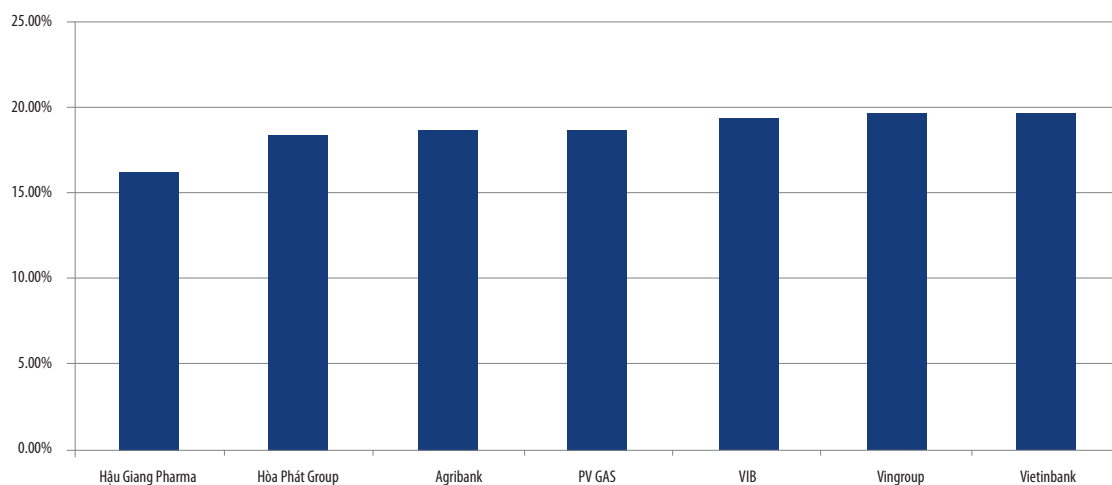
5. RATIO OF CEO’S APPEARANCE IN MASS MEDIA

People often regard CEOs as the one who has weight and influence in an organization, so statements and appearance of these leaders in mass media receive high recognition in credibility, accuracy as well as quality of the news source. This means the higher ratio of CEO’s appearance in mass media, the more popular and prestigious name and brand the enterprise have. (Figure 5.1).

According to statistics, Vietinbank, VIB and Vingroup are enterprises have the highest ratio of CEO’s appearance among records on enterprise with 19%. Following enterprises are PV Gas, Agribank and Hoa Phat Group with more than 18%; CEOs of these three firms are quite “hard-working” to come into view

Hình 5.1: TOP DN CÓ TỶ TRỌNG XUẤT HIỆN CỦA CEO CAO NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 5.1: TOP ENTERPRISES WITH THE HIGHEST RATIO OF CEO’S APPEARANCE (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

mục mang tính chuyên môn học thuật là tương đối phổ biến. Điều đó không chỉ mang lại danh tiếng cho bản thân cá nhân CEO mà còn đem lại những giá trị gia tăng về mặt uy tín cho DN. Một CEO thể hiện được những những thế mạnh và hiểu biết của bản thân đồng nghĩa với việc khẳng định khả năng lãnh đạo và quản lý tốt của người đứng đầu, hứa hẹn sẽ dẫn dắt tổ chức đi lên, ngày càng phát triển theo hướng tích cực.

6. TÍNH ĐỔI MỚI TRONG HOẠT ĐỘNG CỦA DN

Sự đổi mới luôn là một trong những điều kiện tiên quyết tạo nên những giá trị khác biệt, lợi thế của người tiên phong cũng như những đánh giá tích cực từ phía khách hàng và cộng đồng. Hầu hết các DN đều hướng tới những sự đổi mới đột phá trong các sản phẩm, dịch vụ đem lại sự tiện lợi cũng như nhiều giá trị gia tăng cho không chỉ khách hàng mà còn tăng tính cạnh tranh cho bản thân DN. Vì vậy đây cũng được coi là một ưu thế của DN trong cuộc chạy đua giành lấy uy tín, và sự tin tưởng của cộng đồng. (Hình 6.1).

Dẫn đầu về tính sáng tạo trong Top 10 DN trong nhóm DN có tần suất xuất hiện đạt ngưỡng nhận biết trên truyền thông chính là Tập đoàn Viễn thông Quân

in mass media. The last enterprise in the list is Hau Giang Pharma with the ratio of over 16%.

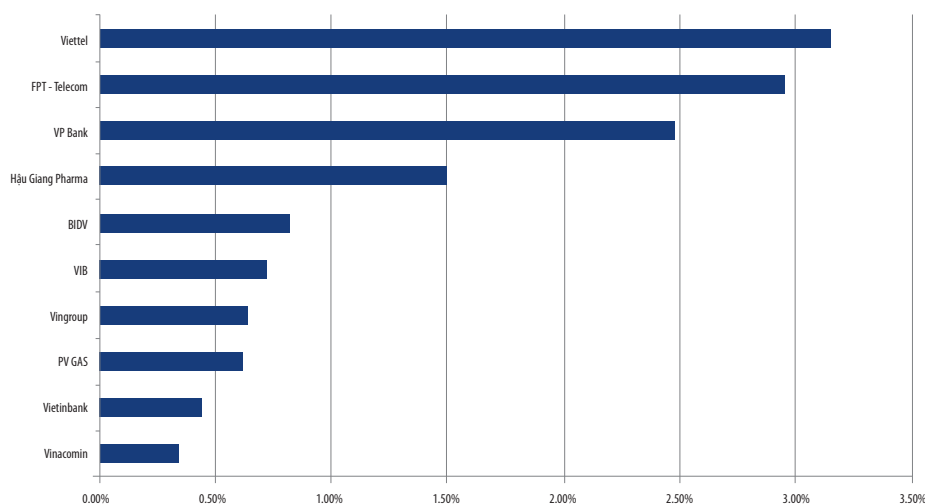
In foreign countries, the fact that CEOs take part in interviews with the press, even participate in academic and professional columns is rather popular. It not only helps the CEO gain reputation but also bring added benefits for the enterprise's reputation. The CEOs who are able to show their strength and knowledge prove their good management ability of the leaders, promise to lead the organization to develop and flourish in a positive direction.

6. THE INNOVATION IN ENTERPRISE'S OPERATION

Innovation is always one of prerequisites creating distinguished values, advantages for pioneers as well as positive feedback from customers and the community. Most of enterprises focus their attention to innovate in their products and services, which is not only providing convenience and added benefits for customers but also enhancing their competitiveness. This can be regarded as an advantage of the enterprise in a race of community's reputation and trust. (Figure 6.1).

Hình 6.1: TOP 10 DN TRONG NHÓM DN CÓ TẦN SUẤT XUẤT HIỆN ĐẠT NGƯỠNG NHẬN BIẾT TRÊN TRUYỀN THÔNG CÓ TỶ LỆ THÔNG TIN VỀ CHỦ ĐỀ ĐỔI MỚI NHIỀU NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 6.1: TOP 10 ENTERPRISES IN THE GROUP THAT REACHED THE RECOGNITION THRESHOLD HAVING THE HIGHEST RATIO OF INNOVATION TOPIC. (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

đội Viettel. Đây được xem như một trong những Tập đoàn vốn Nhà nước hoạt động hiệu quả nhất hiện nay của nước ta. Tuy không phải là một DN độc quyền trong lĩnh vực viễn thông, thậm chí khi mới ra đời, Viettel phải chịu áp lực cạnh tranh gay gắt với 2 DN viễn thông “lão làng” trong ngành lúc bấy giờ là Vinaphone và Mobifone, nhưng chính nhờ sự quyết tâm cao và hơn hết là đổi mới sáng tạo trong cách làm việc, phân khúc khách hàng, và những cải tiến mới lạ trong từng sản phẩm dịch vụ mà Viettel cung cấp tới khách hàng đã đem lại những kết quả xứng đáng cho DN trong suốt chặng đường xây dựng và phát triển.

FPT – Telecom, NH VPBank, và Công ty CP Dược Hậu Giang cũng là những DN có tính đổi mới rất cao trong hoạt động và sản phẩm. Ở vị trí thứ 2, là một thành viên của Tập đoàn FPT, FPT Telecom được kể thừa không những tiềm lực về tài chính, mà còn có lợi thế rất lớn về mặt công nghệ kỹ thuật, hơn thế nữa “văn hóa FPT” được biết đến nhiều với sự đề cao tính sáng tạo, giúp nhân viên thoải mái đưa ra những ý tưởng cũng là những yếu tố đóng góp vào sự khác biệt, mới mẻ của FPT – Telecom, đem đến thành công, uy tín cho DN.

7. NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ NHÂN SỰ

Khi xã hội ngày càng phát triển, cuộc cạnh tranh giữa các DN không chỉ dừng lại ở “miếng bánh thị phần” mà còn là cuộc chiến không ngừng nghỉ trong việc thu hút và chiêu mộ những “hiền tài”. Một DN với nhiều nhân viên giỏi, luôn nỗ lực cống hiến cho tổ chức chắc chắn sẽ đưa DN đó phát triển, gặt hái được nhiều thành công và ngược lại. Hơn thế nữa, vấn đề nhân sự hiện nay không chỉ ảnh hưởng đơn thuần đến bộ máy hoạt động của DN mà còn trực tiếp ảnh hưởng tới uy tín của tổ chức đó. Đối với những Công ty có vòng quay đào thải nhân sự nhanh chóng, hay có những thông tin tiêu cực liên quan đến vấn đề về chính sách hay chế độ đãi ngộ với nhân viên không chỉ ảnh hưởng trực tiếp tới việc tuyển dụng của DN mà còn gây ra sự thiếu thiện cảm của cộng đồng đối với hình ảnh, và đạo đức kinh doanh của DN đó. (Hình 7.1).

Trên đây là Top 5 DN có số lượng thông tin liên quan đến chủ đề nhân sự nhiều nhất trong đợt nghiên cứu lần này. Đứng đầu là Tập đoàn Than Khoáng sản

Viettel takes the lead in creativity among Top 10 enterprises whose frequency of appearance in mass media above the threshold of recognition. It is considered one of State-owned groups having the most effective business operation in the country. Viettel is not a monopolistic enterprise in telecommunication sector. From the beginning of its formation, Viettel was under great competition with two experienced telecommunication firms – Vinaphone and Mobifone. However, its great determination, especially the innovation and creativity in work, customer segmenting and other initiatives in each product and service providing to customers have brought deserved victory for Viettel during its establishment and development.

FPT – Telecom, VPBank and Hau Giang Pharmaceutical JSC are also enterprises having high innovation in their operation and products as well as services. Standing in the 2nd place, as a member of FPT group, FPT Telecom inherits not only financial potential but also a great advantage of technology. Moreover, “FPT culture” is also well known for its encouragement of creativity, motivating its employees to freely propose ideas, which creates FPT – Telecom’s distinctiveness as well as novelty and brings success for the enterprise.

7. ISSUES ON HUMAN RESOURCES

When the society is more and more developed, the competition among enterprises is not only lying in market share but also is an endless fight in attracting and recruiting talents. An enterprise with many talented employees who put huge effort for it will surely be a successful and developed one, and vice versa. Moreover, the HR issues not only simply affect enterprise’s business operation but also directly influence its reputation. Companies with excessive employee turnover or negative information related to policies of compensation or benefits will be adversely affected to its recruitment; this creates unpleasant comments of the community to that enterprise’s image and business ethics. (Figure 7.1).

The figure represents Top 5 enterprises with the greatest number of news related to human resource

Việt Nam Vinacomin với khoảng 6% số thông tin nhắc về chủ đề này. 4 DN còn lại đều là các NHTM. Sở dĩ, trong thời gian vừa qua các NH được nhắc nhiều đến chủ đề Nhân sự vì công cuộc tái cơ cấu ngành NH cũng như những thương vụ sáp nhập diễn ra khiến cho bộ máy Nhân sự trong toàn ngành nói chung cũng như những NH này nói riêng có nhiều biến động.

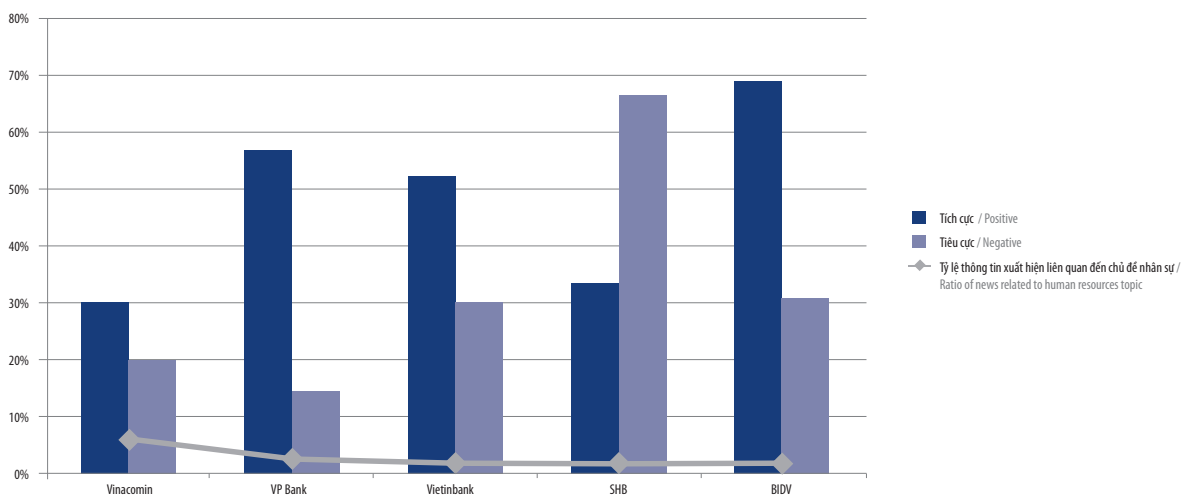
Những thông tin về Nhân sự cũng mang theo những đánh giá 2 chiều Tích cực và Tiêu cực. Những thông tin tốt như tăng lương thưởng, chế độ đãi ngộ hợp lý, tuyển dụng nhiều nhân sự mới, những thông tin xấu liên quan đến chủ đề này có thể xuất phát từ việc cắt giảm quá nhiều Nhân sự, giảm lương thưởng hay những sự cố không mong muốn về mối quan hệ giữa tổ chức với nhân viên, v.v. Trong Top 5 DN phía trên, hầu hết những thông tin về nhân sự đều là những tin tức tốt, vượt xa tỷ lệ những thông tin tiêu cực. Tuy nhiên, NH SHB là trường hợp có tỷ lệ tin tức ngược lại với số tin xấu nhiều hơn số tin tốt và nguyên nhân chính liên quan đến vấn đề lương thưởng dành cho nhân viên. Đây cũng là một trong những bài toán đau đầu của ngành NH hiện nay trong giai đoạn nước rút thực hiện tái cơ cấu bộ máy hoạt động theo một cơ chế mới đòi

topic in this research. The leading one is Vietnam National Coal – Mineral Industries Holding Corporation Limited – Vinacomin with about 6% news related to this topic. The other four enterprises are all commercial banks. These banks recently have been mentioned on human resource issues due to merger activities which affect HR system in banking sector in general and in these banks in particular.

HR Information consists of positive and negative assessments. Examples of positive information are improved salary and bonus, appropriate compensation and benefits, and more new recruitment activities. Negative information in HR topic may include excessive workforce reduction, decreased salary and bonus or unwanted breakdowns in the relationship between the organization and its staff, etc. In the above Top 5 enterprises, most of the HR information is the positive news that greatly outweighs the negative one. However, SHB is a contrast situation with negative news outweighs positive one and the main reason lies in salary and bonus issues. This is also a tough problem for banking sector for it is now running at a full sprint to reform its structure into a new mechanism,

Hình 7.1: TOP 5 DN CÓ SỐ LƯỢNG THÔNG TIN LIÊN QUAN ĐẾN CHỦ ĐỀ NHÂN SỰ NHIỀU NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 7.1: TOP 5 ENTERPRISES WITH THE GREATEST NUMBER OF NEWS RELATED TO HUMAN RESOURCES TOPIC (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

hỏi thời gian để thu về “trái ngọt”, chính vì vậy, việc tăng lương thưởng là tương đối khó khăn đối với rất nhiều nhà băng trong hệ thống tại giai đoạn hiện nay.

8. MỐI QUAN HỆ CỦA DN VỚI CỘNG ĐỒNG XÃ HỘI

Phát triển bền vững và đem lại những giá trị tốt đẹp cho cộng đồng và xã hội là một trong những mục tiêu hàng đầu của tất cả các DN trong nước hiện nay. Đây được coi là một trong những yếu tố quan trọng quyết định niềm tin của cộng đồng đối với DN. Trong nhiều trường hợp kết quả kinh doanh của DN trong một vài năm có những biến động mạnh, xã hội vẫn có thể chấp nhận tin tưởng chờ đợi sự bứt phá của DN, tuy nhiên nếu chỉ cần phạm phải những sai lầm ảnh hưởng tới lợi ích chung của cộng đồng, thứ DN đánh mất đó chính là lòng tin của mọi người và điều đó rất khó có thể lấy lại được. (Hình 8.1).

Xuất hiện trong số những DN “chăm chỉ” đóng góp nhiều hoạt động có ích cho cộng đồng chính là 3 nhà băng trong số “Big 4” của hệ thống NH Việt Nam là NH BIDV, NH Vietinbank, và NH Agribank. Với rất nhiều sản phẩm cho vay hỗ trợ cộng đồng cũng như nhiều

which requires a lot of time to gain achievements. Therefore, the task of increasing salary and bonus is relatively difficult for many banks in the present period.

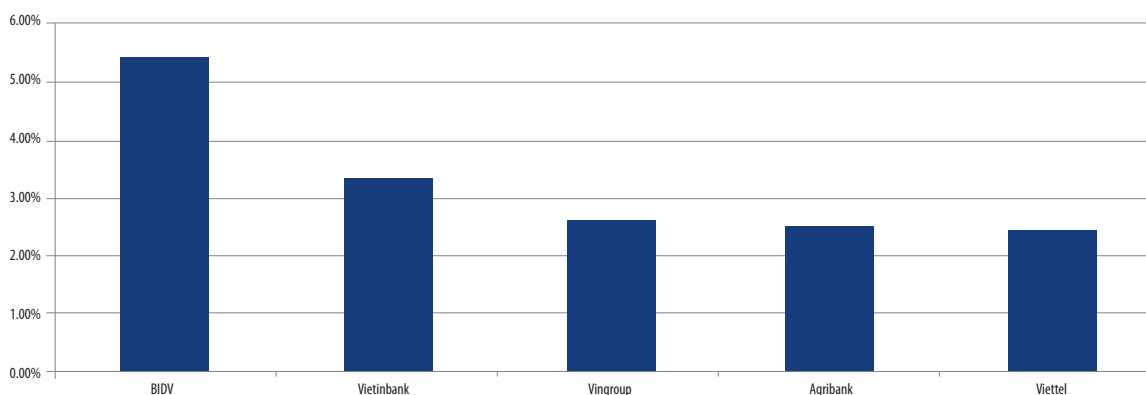
8. THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTERPRISE AND THE COMMUNITY

Sustainable development and bringing adequate values to the community as well as the society are leading targets of all domestic enterprises in the present. It is considered one of key factors determining community's trust to the enterprise. In many circumstances, although enterprise's business outcomes may fluctuate for several years, the society still accepts and waits for its dramatic achievement. However, if that enterprise makes mistakes affecting the common benefits of the community, it will lose everyone's trust that would be very hard to take back. (Figure 8.1).

Among enterprises “enthusiastic” about contributing to the community, there are three banks in the list of Vietnamese banking sector's “Big 4”: BIDV, Vietinbank and Agribank. With a broad array of lending services supporting the community as well as

Hình 8.1: TOP 5 DN CÓ SỐ LƯỢNG THÔNG TIN LIÊN QUAN ĐẾN CHỦ ĐỀ MỐI QUAN HỆ CỦA DN VỚI CỘNG ĐỒNG XÃ HỘI NHIỀU NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 8.1: TOP 5 ENTERPRISES WITH THE GREATEST NUMBER OF NEWS RELATED TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TOPIC (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015
Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

hoạt động thiện nguyện có ích cho xã hội, đây xứng đáng là những lá cờ đầu ngành không chỉ hoạt động hiệu quả mà còn đem lại nhiều giá trị tốt đẹp cho xã hội. Tập đoàn Vingroup và Viettel cũng là hai tập đoàn lớn không vì “quá mải mê” phát triển kinh doanh mà quên đi những đóng góp thiết thực cho cộng đồng, góp phần xây dựng và phát triển đất nước.

Có rất nhiều những tấm gương đi trước là minh chứng cho hệ quả của việc “coi thường” những giá trị chung của cộng đồng, từ việc không quan tâm bảo vệ môi trường cho đến sự “thiếu chăm chỉ” trong những công tác xã hội. Những DN này tuy có thể tạo ra nhiều Doanh thu trong thời gian ngắn, nhưng để tính đến sự phát triển bền vững lâu dài là điều không mấy dễ dàng. Bởi sự tồn tại và phát triển của DN xuất phát từ niềm tin của cộng đồng, mà trước hết để có được niềm tin đó, DN phải là người tiên phong tạo dựng những giá trị, lợi ích cho xã hội.

9. TRIỂN VỌNG TRONG TƯƠNG LAI CỦA CÁC DN

Những thông tin về triển vọng trong tương lai của các DN thường liên quan đến những chủ đề như Kế hoạch kết quả kinh doanh của DN; những nhận định về Chứng khoán như giá cổ phiếu; Chiến lược phát triển kinh doanh; Sản phẩm; và Đầu tư. Trong đó lượng thông tin về kế hoạch kết quả kinh doanh của DN chiếm tỷ lệ tương đối lớn với hơn 25% số thông tin liên quan đến chủ đề này. Điều này cũng tương đối dễ hiểu bởi giai đoạn nghiên cứu được tính từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015 bao gồm 2 mốc thời gian quan trọng đó là kết thúc năm tài chính 2014 và giữa năm 2015. Tại 2 thời điểm này, lượng thông tin công bố kết quả hoạt động của DN rất nhiều, kèm theo đó chính là kế hoạch đề ra cho giai đoạn sắp tới. (Hình 9.1).

Trong số những DN thành tựu xuất sắc, 10 DN dưới đây có tỷ lệ thông tin về triển vọng lớn nhất với tỷ lệ thông tin tích cực chiếm áp đảo so với lượng thông tin tiêu cực. Dẫn đầu là NH VIB với gần 25% số tin tức của NH trong giai đoạn nghiên cứu liên quan đến chủ đề này. 4 DN đứng đầu trong Top 10 đều là những NH với tỷ lệ thông tin tương đối lớn. Sở dĩ các NH chiếm áp đảo lượng thông tin liên quan đến triển vọng phát triển trong tương lai bởi trong khoảng thời gian nghiên cứu, ngành NH đang gấp rút thực hiện quá trình tái cơ cấu, vì thế có

many volunteer activities, they deserve to be banking sector's pioneers in not only effective operation but also bringing high values for the society. Vingroup and Viettel are also two big enterprises that are not too absorbed in business development to contribute to the community and make an effort to build and develop the country.

There are many examples of being a consequence of “neglecting” community's common values, from not protecting the environment to being “lack” of participation in social activities. These enterprises may create great revenue in a short time but regarding the long-term sustainable development, it would be rather difficult. Enterprise's existence and development originally come from the community's trust, and in order to earn that trust, enterprises must be pioneers in creating values and benefits for the society.

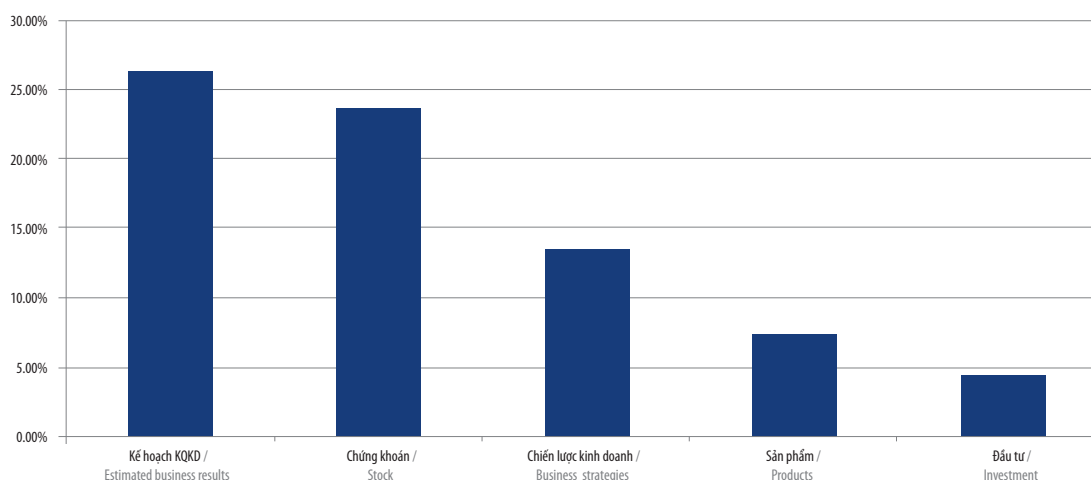
9. ENTERPRISES' OUTLOOK

News on enterprise's outlook is often topics of estimated business results, assessments on stock such as stock price, business development strategies, products and investment. Among them, the information on estimated business results take a large account of more than 25% information related to this topic. It is understandable that the research was conducted from July 2014 to June 2015, including two key points of time: the end of fiscal year 2014 and the middle of 2015. At these two points of time, there is a large number of information on enterprise's operation and production as well as its plan for the next period. (Figure 9.1).

Among Top 50 Best Tax Payers, these below 10 enterprises possess the greatest ratio of information on outlooks with the positive news outweighed the negative one. VIB is in the first rank with nearly 25% information of this bank in the time of conducting the research relating to the outlook topic. The four leading enterprises in Top 10 are banks with relative high ratio of information. The reason of high ratio of information related to development outlook topic in banking sector is that during the research conduction, banking sector was implementing the reform process; therefore, there are many information and assessments in the future of

Hình 9.1: TOP 5 CHỦ ĐỀ THÔNG TIN VỀ TRIỂN VỌNG CÓ TỶ TRỌNG LỚN NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 9.1: TOP 5 TOPICS WITH THE HIGHEST RATIO OF OUTLOOK. (UNIT: %)

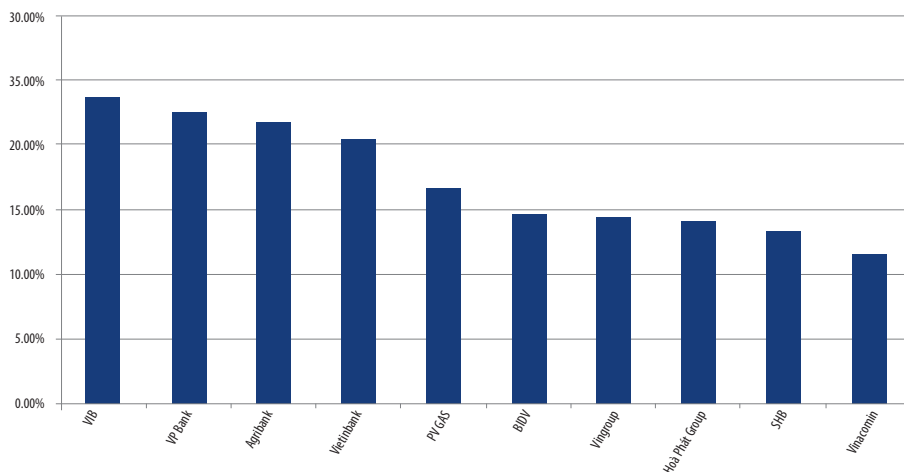


Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

Hình 9.2: TOP 10 DN TRONG NHÓM DN CÓ TẦN SUẤT XUẤT HIỆN ĐẠT NGƯỠNG NHẬN BIẾT TRÊN TRUYỀN THÔNG CÓ LƯỢNG THÔNG TIN VỀ TRIỂN VỌNG LỚN NHẤT. (ĐƠN VỊ: %)

Figure 9.2: TOP 10 ENTERPRISES IN THE GROUP THAT REACHED THE RECOGNITION THRESHOLD HAVING THE HIGHEST RATIO OF OUTLOOK TOPICS. (UNIT: %)



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

rất nhiều những thông tin, nhận định đánh giá về tương lai của những NHTM hậu Tái cơ cấu. (Hình 9.2).

Những thông tin về triển vọng tác động phần nào tới uy tín của DN trên truyền thông vì những DN có uy tín tốt được nhận định thường có xu hướng phát triển thuận lợi hơn trong tương lai và ngược lại bởi như đã đề cập đến phía trên, sự phát triển của DN liên quan trực tiếp tới sự tin tưởng của cộng đồng, khi Doanh nghiệp đã xây dựng được niềm tin tương đối lớn, đó không chỉ là động lực mà còn là tiền đề tương đối vững chắc giúp cho DN đạt được những kế hoạch phát triển trong tương lai.

10. TOP 10 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC UY TÍN TRÊN TRUYỀN THÔNG

Dựa trên 12 tiêu chí và cách tính điểm của phương pháp nghiên cứu được áp dụng, đứng đầu Top 10 Doanh nghiệp thành tựu xuất sắc uy tín trên truyền thông là Công ty CP Dược Hậu Giang – một trong những Công ty Dược phẩm hàng đầu tại thị trường Việt Nam cũng như DN hoạt động hiệu quả trong ngành. Trong hơn một thập kỷ qua, Dược Hậu Giang luôn xứng đáng là “cánh chim đầu ngành” về Doanh thu sản xuất và Lợi nhuận. Hơn thế nữa, thương hiệu của Dược Hậu Giang cũng được đánh giá rất cao, tạo được niềm tin trong cộng đồng thông qua hàng loạt những giải thưởng uy tín. Bên cạnh đó, sự tin nhiệm của các tổ chức tín dụng đối với DN cũng là một trong những thước đo đánh giá mức độ tin cậy của thương hiệu Dược Hậu Giang. Việc không ngừng đẩy mạnh phát triển, cải tiến dây chuyền sản xuất theo hướng hiện đại hóa, cũng như nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên hứa hẹn sẽ đem lại nhiều thành công hơn nữa cho DN. (Hình 10.1).

Tập đoàn Vingroup và Hòa Phát cũng như 2 nhà băng lớn là VIB và Vietinbank cũng xuất sắc lọt vào Top 5 những DN thành tựu uy tín cùng với 5 DN còn lại bao gồm Tập đoàn Viettel, Tập đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam Vinacomin, FPT – Telecom, Tổng Công ty Khí Việt Nam – CTCP, và NH BIDV. Đây không phải là những cái tên xa lạ trên thị trường khi đều là những DN lớn không chỉ hoạt động có hiệu quả mà còn đóng góp tích cực cho cộng đồng.

Có rất nhiều những cái tên đã từng xuất hiện trong

commercial banks in the post-reformation time. (Figure 9.2).

Information on the outlooks partially affects enterprise's reputation in mass media because enterprises with good reputation usually tend to be more successful in the future. On the contrast, as mentioned above, the enterprise's development has a direct connection with the community's trust. When that enterprise earns trust, it is not only motivation but also a solid basement supporting enterprise to gain development plans in the future.

10. TOP 10 REPUTABLE BEST TAX PAYERS IN MASS MEDIA

Basing on 12 criteria with the grading approach applied in this research, the leader of Top 10 excellent enterprises in mass media is Hau Giang Pharmaceutical JSC (Hau Giang Pharma) – one of the leading pharmaceutical companies in Vietnamese market and the one who effective operation in the pharma sector. Over the last decade, Hau Giang Pharma has always been a “pioneer” in revenue and profit. Moreover, through various prestigious awards, its brand is also highly rated which creates trust within the community. On the other hand, trust from credit organizations is also a key factor to assess Hau Giang Pharma brand's credit. The continuity of developing, innovating production chains in the direction of modernization as well as improving the quality of labor force promises more success for the enterprise. (Figure 10.1).

Vingroup and Hoa Phat group as well as two banks – VIB and Vietinbank rank in Top 5 Reputable Best Tax Payers together with five other enterprises including Viettel, Vinacomin, FPT – Telecom, PV Gas and BIDV. These enterprises are so popular in the market by their effective business operation and active contribution to the community.

Many enterprises were in the golden lists of reputation in mass media through Vietnam Report's previous researches with the latest example is List of reputation in mass media of banking sector, all of these three banks again reassure their prestige in the community. In addition, another enterprise that is so pop-

các bảng vàng uy tín truyền thông qua các đợt nghiên cứu trước đây của Vietnam Report, điển hình như mới nhất là Bảng xếp hạng uy tín truyền thông ngành NH, cả 3 nhà băng này lại một lần nữa xuất sắc khẳng định uy tín của mình trong lòng công chúng. Bên cạnh đó, có một cái tên cũng rất quen thuộc và xuất hiện khá nhiều trên truyền thông trong những ngày tháng 10 vừa qua, đó chính là Tập đoàn viễn thông Quân đội Viettel khi đã liên tiếp 2 lần giữ vững vị trí dẫn đầu trong Bảng xếp hạng V1000 – 1000 DN nộp thuế TNDN lớn nhất Việt Nam 2014 và 2015.

Xây dựng niềm tin đối với cộng đồng cũng giống như việc chúng ta xây dựng một ngôi nhà, phải xây dựng từ móng và phải tuân thủ đúng quy trình, không thể vội vã. Ngôi nhà càng xây chắc chắn bao nhiêu thì độ vững chãi, bền bỉ và khả năng chống chịu những sự cố, giông bão càng lớn bấy nhiêu. Việc sai sót trong quá trình xây dựng nếu nhỏ sẽ khiến chúng ta mất công sửa chữa lại, nếu lớn có thể khiến cả ngôi nhà đổ sập trong chốc lát. Khó có thể phủ nhận được mối quan hệ giữa việc thực hiện nghĩa vụ nộp thuế và uy tín truyền thông của DN. Vì vậy với những DN thành tựu xuất sắc trong Bảng xếp hạng V1000 đã tạo dựng được uy tín nhất định trong

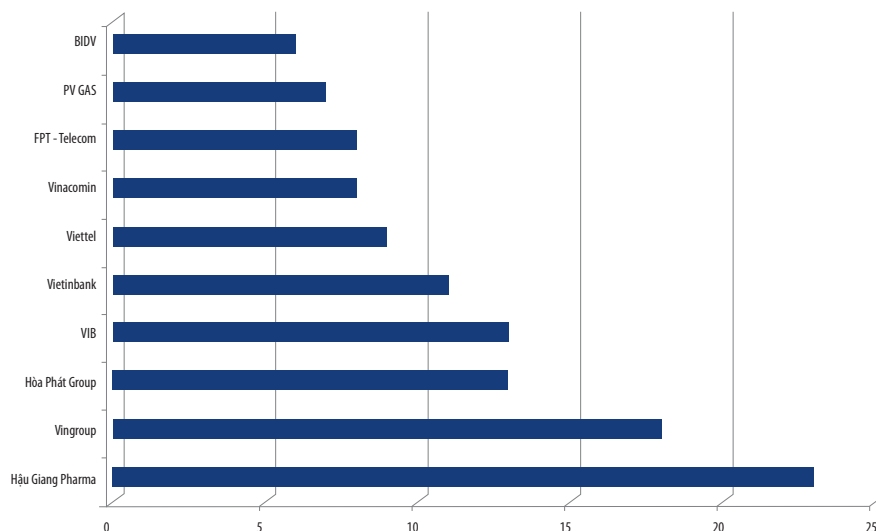
ular and frequently in mass media in the last October is Viettel. This organization continuously takes the lead in V1000 Ranking List - Top 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam 2014 and 2015.

Building trust in community is just like building a house, we have to build it from the foundation and comply with proper procedures without haste. The more solid the house is the more consistent, stable it can be against storms and incidents. Small faults happening during building process may take us time to repair; serious faults may collapse the whole house in a while. It is hard to deny the relationship between tax payment and reputation in mass media of an enterprise. For Best Tax Payers in V1000 Ranking List owning good reputation in mass media all over this time, they should enhance to gain achievements and make good of their shortcomings in order to improve the media prestige.

Firstly, what enterprises should do is maintaining the media coverage and diversifying topics related to them. Most of the enterprises have done a good job for this criterion, only a small number of them need to

Hình 10.1: ĐIỂM SỐ UY TÍN CỦA TOP 10 DN THÀNH TỰU XUẤT SẮC TRÊN TRUYỀN THÔNG TỪ THÁNG 7/2014 ĐẾN THÁNG 6/2015

Figure 10.1: CREDIT SCORE OF TOP 10 BEST TAX PAYERS ON MASS MEDIA FROM JULY 2014 TO JUNE 2015



Nguồn: CSDL 4.184 bản ghi về 50 DN thành tựu tại Việt Nam từ tháng 7/2014 đến tháng 6/2015

Source: Database of 4,184 records on 50 Best Tax Payers in Vietnam from July 2014 to June 2015

cộng đồng suốt chặng đường phát triển vừa qua cần cố gắng phát huy những thành tích đã đạt được và khắc phục những điểm hạn chế còn vướng mắc nhằm củng cố và nâng cao uy tín truyền thông của mình.

Thứ nhất, các DN cần duy trì sự xuất hiện thường xuyên trên truyền thông và đa dạng các chủ đề thông tin liên quan đến DN. Đa số các DN đã thực hiện rất tốt tiêu chí này tuy nhiên số ít còn lại cần xem xét tìm ra những phương pháp tốt hơn giúp cho việc quản lý hình ảnh, thông tin của DN trên truyền thông một cách hiệu quả hơn.

Thứ hai, việc chủ động minh bạch hóa và công khai thông tin tới công chúng được xem như một nhiệm vụ cần thiết. Điều đó không chỉ giúp cho lượng thông tin về DN chất lượng hơn mà còn là động lực thúc đẩy DN ngày càng phát triển, đạt được nhiều thành tích tốt hơn, bởi DN nào cũng mong muốn công bố những thông tin tốt, hình ảnh tích cực, và khi đã chấp nhận minh bạch hóa thông tin, các DN buộc phải nỗ lực cố gắng phát triển hơn bao giờ hết nếu không muốn những thông tin tiêu cực bị lan truyền sau vài cú nhấn chuột.

Thứ ba, xây dựng một tổ chức lành mạnh và bền vững là điều kiện tiên quyết giúp DN tạo được uy tín lâu dài. Dù là mục tiêu phát triển hoạt động kinh doanh, tổ chức bộ máy nhân sự hay những vấn đề về nghiên cứu sáng tạo sản phẩm mới, tất cả những giá trị đó phải được tính toán theo những bước đi đúng hướng tránh những sai lầm đáng tiếc dẫn đến những thông tin tiêu cực ảnh hưởng xấu đến uy tín của DN. Ngay cả những vấn đề liên quan đến trách nhiệm đối với cộng đồng, bao gồm cả việc thực hiện nghĩa vụ nộp thuế đối với NSNN, các DN cần nhìn nhận đến những giá trị trong dài hạn. Việc phát triển theo hướng vững chắc tuy trong ngắn hạn chưa thể đem lại những giá trị to lớn nhưng về lâu dài sẽ là tiền đề giúp DN tỏa sáng, giống như những ngôi nhà được xây dựng vững chắc sẽ dễ dàng vượt qua những thử thách khắc nghiệt.

Những DN này đều là những cái tên xứng đáng với niềm tin của cộng đồng và một lần nữa chúng minh cho nhận định những DN luôn hoàn thành tốt nghĩa vụ với Nhà nước và cộng đồng sẽ là những DN tạo dựng được uy tín nhất định trong lòng công chúng và trên truyền thông.■



find out a better approach to manage their image and information in mass media more effectively.

Secondly, it is necessary for them to take the initiative in releasing and making explicit their information. It not only helps improve the quality of news on enterprise but also motivate that enterprise to develop and gain better achievements. Every enterprise wants to release positive information and image about themselves; when they accept the information transparency, they have to put great effort to develop even more if they do not want the negative information to be widely spread in a few clicks.

Thirdly, developing a strong and sustainable organization is a prerequisite for creating a long-term reputation for the enterprise. Regardless its target is developing business operation, human resources or new product research, these targets must be carefully oriented for avoiding regretful mistakes causing negative information which adversely affects enterprise's reputation. Even issues on their responsibilities to the community including tax payment to the State budget, enterprises need to consider it in a long term. Development in a sustainable way may not bring great values in a short term but it will be a premise for the success of the enterprise in a long run, just like building a solid house for easily resistance with challenges and difficulties.

These above enterprises are merited the community's trust, and prove an assumption that enterprises who well accomplish responsibilities to the Government and the community are those gaining certain prestige in the public and mass media.■



HỒ SƠ TOP 50 DOANH NGHIỆP THÀNH TỰU XUẤT SẮC

TOP 50 BEST TAX PAYER PROFILES

TRANG
TRẮNG

P - 104

TẬP ĐOÀN VIỄN THÔNG QUÂN ĐỘI / VIETTEL GROUP

Địa chỉ: Số 1 Trần Hữu Dục - Phường Mỹ Đình 2 - Quận Nam Từ Liêm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-62556789 / 04-62996789
Email: vietteladm@viettel.com.vn
Website: www.viettel.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 1 (Bảng 1); 3 (Bảng 2)
MST: 0100109106

Sau 5 năm liên tục suy giảm về tốc độ tăng trưởng doanh thu thì năm 2014, Viettel lại có được tăng trưởng năm sau cao hơn năm trước với mức tăng trưởng là 20%. Lợi nhuận của Viettel bằng 85% lợi nhuận của các doanh nghiệp Quân đội, bằng 30% lợi nhuận của các Tập đoàn Kinh tế nhà nước, bằng 23% tổng lợi nhuận của tất cả các doanh nghiệp nhà nước. Tại Việt Nam, Viettel là doanh nghiệp nộp thuế lớn nhất. Viettel cũng là doanh nghiệp nộp thuế lớn nhất tại Lào và Campuchia.

Chiến lược phát triển của Viettel tập trung vào 3 trụ cột là viễn thông, đầu tư nước ngoài và nghiên cứu, sản xuất thiết bị. Về mạng lưới viễn thông, mạng viễn thông, cả di động và cố định của Viettel đang chuyển rất nhanh sang băng rộng và siêu rộng, hình thành hạ tầng viễn thông mới, tạo nền tảng cho một xã hội sáng tạo. Về đầu tư nước ngoài, hiện nay Viettel đã đầu tư tại 9 quốc gia với tổng dân số 175 triệu dân. Tổng doanh thu nước ngoài tăng trưởng 25% và đạt 1,2 tỷ USD, tổng lợi nhuận trước thuế đạt 156 triệu USD, tăng 32%. Hoạt động nghiên cứu, sản xuất thiết bị là trụ cột giúp Viettel trở thành một công ty không chỉ cung cấp dịch vụ mà còn sản xuất được thiết bị công nghệ cao.

Address: No. 1 Tran Huu Duc - My Dinh 2 Ward - Nam Tu Liem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-62556789 / 04-62996789
Email: vietteladm@viettel.com.vn
Website: www.viettel.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 1 (List 1); 3 (List 2)
Tax Code: 0100109106

After 5 years of continuous decline in revenue growth, in 2014, Viettel had a growth rate of 20% compared to the previous year. Viettel's profit was equal to 85% profit of the military enterprises, 30% profit of the state owned economic groups and 23% of the total profit of all state-owned enterprises. In Vietnam, Viettel is now the largest taxpayers. Viettel is also the largest taxpayer in Laos and Cambodia.

Viettel's development strategy focuses on three pillars, namely telecommunication, foreign investment, and equipment research and production. Regarding telecommunication networks, both mobile and fixed ones of Viettel are quickly moving to broadband and ultra-wide, forming a new telecommunication infrastructure, and creating the foundation for an innovative society. Regarding foreign investment, Viettel now has invested in 9 countries with a total population of 175 million people. Total foreign revenue increased 25% and reached USD 1.2 billion, total profit before tax was USD 156 million, up 32%. Equipment research and production activity is the mainstay that helps Viettel become a company which not only provides services, but also produces high-tech equipment.

TỔNG CÔNG TY KHÍ VIỆT NAM - CÔNG TY CP / PETROVIETNAM GAS JOINT STOCK CORPORATION

Địa chỉ: Tòa nhà PVGas Tower - 673 Nguyễn Hữu Thọ - Xã Phước Kiến - Huyện Nhà Bè - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-37816777 / 08-37815666
Email: pvgas@pvgas.com.vn
Website: www.pvgas.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 2 (Bảng 1); 5 (Bảng 2)
MST: 3500102710

Sau quá trình hoạt động khá dài, Tổng công ty Khí Việt Nam (PV Gas) đã không ngừng phát triển, mở rộng và được đánh giá là doanh nghiệp đứng đầu trong ngành công nghiệp khí, là đại diện trẻ trung và đầy tiềm năng của ngành công nghiệp khí Việt Nam. PV Gas có lợi thế là nhận được nhiều hỗ trợ, giúp đỡ từ Tập đoàn dầu khí Quốc gia Việt Nam. Hiện nay, mỗi năm PV Gas cung cấp khí làm nguyên, nhiên liệu để sản xuất trên 35% sản lượng điện, 70% sản lượng đạm và 70% thị phần khí hóa lỏng toàn quốc. Đến nay, PV Gas đã bao quát hầu hết các hoạt động của ngành công nghiệp Khí Việt Nam với định hướng chiến lược là: phát triển trở thành một trong những ngành công nghiệp đầu tàu trong nền kinh tế, từng bước vươn ra thị trường quốc tế, xếp thứ hạng cao trong khu vực ASEAN và có tên trong các thương hiệu Khí mạnh của châu Á. Năm 2014 là năm đầu tiên PV Gas tiếp nhận và tiêu thụ trên 10 tỷ m³ khí/năm. Công ty cũng đạt được mức doanh thu 73.648 tỷ đồng, tăng 12% so với năm 2013. Đặc biệt, lợi nhuận sau thuế 14.370 tỷ đồng – mức lợi nhuận cao nhất kể từ khi thành lập và cao nhất trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam.

Address: PVGas Tower - 673 Nguyen Huu Tho - Phuoc Kien Commune - Nha Be District - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-37816777 / 08-37815666
Email: pvgas@pvgas.com.vn
Website: www.pvgas.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 2 (List 1); 5 (List 2)
Tax Code: 3500102710

Over a long period of development, Petro Vietnam Gas Corporation (PV Gas) has been constantly growing and expanding and is considered the leading company in the gas industry, a young and great potential representative of the Vietnam gas industry. It is an advantage for PV GAS as it receives a lot of support from the Vietnam National Oil and Gas Group. Currently, each year PV Gas provides gas as fuels and materials to produce over 35% of electricity output, nearly 70% nitrogen sales and 70% liquefied petroleum gas market in the country. Up to now, PV Gas has covered most activities related to Vietnamese gas industry with the strategic expectation of becoming one of the leading industries in economic development, gradually reaching out to international gas markets with a high rating in the ASEAN region and being one of the strongest brands of gas in Asia. 2014 was the first year in which the PV Gas received and consumed over 10 billion m³ of gas/year. The company achieved revenue of VND 73,648 billion, up 12% compared to 2013. In particular, the profit after tax was VND 14,370 billion - the highest profit level since its inception and also the highest one on Vietnam Stock Exchange.

TỔNG CÔNG TY VIỄN THÔNG MOBIFONE / MOBIFONE CORPORATION

Địa chỉ: Tòa nhà Mobifone - Lô VP1 - Phường Yên Hòa - Quận Cầu Giấy - TP. Hà Nội
 Tel/Fax: 04-37831800 / 04-37831734
 Email: webmaster@mobifone.com.vn
 Website: www.mobifone.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 3 (Bảng 1); 6 (Bảng 2)
 MST: 0100686209

Trải qua 21 năm hình thành và phát triển, MobiFone đã thực sự trưởng thành, trở thành 1 trong những thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam, được đánh giá là điển hình của việc tăng trưởng hiệu quả. Hiện MobiFone đã xây dựng được mạng lưới lớn mạnh với 19.647 trạm 2G, 14.292 trạm 3G đáp ứng đủ năng lực phục vụ cho hơn 40 triệu thuê bao di động. MobiFone có kênh phân phối trực tiếp 120 showroom và hệ thống cửa hàng chính thức tại 63 tỉnh thành trên cả nước. Đặc biệt là trong giai đoạn 10 năm trở lại đây, ngay cả khi bối cảnh kinh tế khó khăn và thị trường cạnh tranh khốc liệt, Công ty luôn giữ được tốc độ tăng trưởng liên tục về lợi nhuận, hàng năm tăng trên 5%; là một trong số ít các doanh nghiệp có tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu cao. Theo số liệu mới công bố của Bộ TT&TT, MobiFone đang là mạng có doanh thu bình quân trên mỗi thuê bao cao nhất (khoảng 4 USD/thuê bao). Năm 2014, Mobifone đạt được kết quả kinh doanh khá tốt. Lượng thuê bao phát triển mới đạt 9,5 triệu, tăng 10% so với năm 2013, thực hiện được 135,8% kế hoạch. Doanh thu trả trước tăng 5,5%. Doanh thu trả sau tăng 3,3%. Theo đó, tổng doanh thu đạt 36.148 tỷ đồng, hoàn thành 100,1% kế hoạch. Lợi nhuận trước thuế đạt 7.300 tỷ đồng, tăng 5,2% so với năm 2013. Kết quả trên đạt được là nhờ MobiFone đưa ra khá nhiều chính sách kích cầu hướng đến nhiều lớp khách hàng để đảm bảo tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận.

Address: Mobifone Tower - Lot VP1 - Yen Hoa Ward - Cau Giay District - Hanoi
 Tel/Fax: 04-37831800 / 04-37831734
 Email: webmaster@mobifone.com.vn
 Website: www.mobifone.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 3 (List 1); 6 (List 2)
 Tax Code: 0100686209

Over 21 years of development, MobiFone has been really matured, became one of the popular brands in Vietnam, considered as typical one in the efficient growth. Now, MobiFone has built a strong network with 19,647 2G stations, 14,292 3G stations to have enough capacity to serve over 40 million mobile subscribers. MobiFone has direct distribution channels with 120 showrooms and the official stores system in 63 provinces across the country. Especially in the period of 10 years, even in the difficult economic context and intense market competition, the company has always maintained continuous growth in the annual profit, increased of 5%; is one of the few businesses with higher return on equity ratio. According to new figures released by the Ministry of Information and Communications, MobiFone is the network having the highest average revenue per subscriber (about USD 4/subscriber). In 2014, Mobifone achieved good business results. Development of new subscribers was 9.5 million, up 10% compared to 2013, achieving 135.8% of the plan. Prepaid revenue increased 5.5%. Postpaid revenue rose 3.3%. Accordingly, total revenue was VND 36,148 billion, fulfilling 100.1% of the plan. Profit before tax was VND 7,300 billion, up 5.2% compared to 2013. This result was achieved by offering stimulus policies aimed to multiple customer classes to ensure revenue and profit growth.

TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ VIỆT NAM / VIETNAM OIL AND GAS GROUP

Địa chỉ: 18 Láng Hạ - Phường Thành Công - Quận Ba Đình - TP. Hà Nội
 Tel/Fax: 04-38252526 / 04-38265942
 Email: petrovietnam@pvn.vn
 Website: www.pvn.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 4 (Bảng 1); 1 (Bảng 2)
 MST: 0100681592

Trải qua nhiều năm hình thành và phát triển, Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN) đã trở thành 1 đơn vị hoạt động vô cùng hiệu quả và được đánh giá là tập đoàn kinh tế lớn nhất cả nước với gần 40 đơn vị thành viên. Tập đoàn Dầu khí có lợi thế rất lớn khi được độc quyền trong sản xuất, phân phối cũng như khai thác, thăm dò dầu khí tại Việt Nam. Bên cạnh đó, có thể thấy cùng với sự phát triển kinh tế xã hội, nhu cầu sử dụng dầu khí trong mọi hoạt động sản xuất, sinh hoạt ngày càng tăng lên, là cơ sở để Tập đoàn Dầu khí tiếp tục khai thác thị trường và phát triển trong tương lai. Những năm gần đây, những thành tựu kinh doanh mà Tập đoàn đạt được đã thể hiện sự tăng trưởng vượt bậc của công ty mẹ nói riêng và toàn tập đoàn nói chung. Trong bảy năm qua (2008-2013), PVN đã duy trì vị trí số 1 trong Bảng xếp hạng 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam về doanh thu (VNR500).

Address: 18 Lang Ha - Thanh Cong Ward - Ba Dinh District - Hanoi
 Tel/Fax: 04-38252526 / 04-38265942
 Email: petrovietnam@pvn.vn
 Website: www.pvn.vn
 Ranking in V1000 (2015): 4 (List 1); 1 (List 2)
 Tax Code: 0100681592

Over years of formation and development, Vietnam Oil and Gas Group (PVN) has become an efficient and the largest economic group with about 40 subsidiary members. Furthermore, PVN has a great advantage thanks to their monopoly in producing, distributing as well as exploiting, exploring petro in Vietnam. Besides, it can be seen that along with the social economic development, gradually increasing demand for petro in production and daily life activities is foundation for PVN's market exploitation and future development. Achievements that the group gained over recent years have manifested the extraordinary growth of parent company in particular and the group in general. In the past seven years (2008-2013), PVN has maintained No 1 ranking among the 500 largest enterprises in terms of revenue (VNR500).

NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM / VIETNAM JOINT STOCK COMMERCIAL BANK FOR INDUSTRY AND TRADE

Địa chỉ: 108 Trần Hưng Đạo - Phường Cửa Nam - Quận Hoàn Kiếm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-39421030 / 04-39421032
Email: webmaster@vietinbank.vn
Website: www.vietinbank.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 5 (Bảng 1); 8 (Bảng 2)
MST: 0100111948

Address: 108 Tran Hung Dao - Cua Nam Ward - Hoan Kiem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-39421030 / 04-39421032
Email: webmaster@vietinbank.vn
Website: www.vietinbank.vn
Ranking in V1000 (2015): 5 (List 1); 8 (List 2)
Tax Code: 0100111948

VietinBank được đánh giá là một trong những ngân hàng thương mại CP lớn nhất tại Việt Nam với thị phần cho vay chiếm 11,6% của toàn hệ thống và là một trong những ngân hàng hàng đầu trong lĩnh vực huy động nội tệ. Đồng thời, VietinBank còn được đánh giá là một trong những ngân hàng giữ vai trò quan trọng và trụ cột của ngành ngân hàng Việt Nam. Với hệ thống mạng lưới giao dịch trải rộng toàn quốc gồm hơn 01 Sở giao dịch, 151 chi nhánh, trên 1.000 phòng giao dịch/ quầy tiết kiệm, đồng thời có quan hệ đại lý với trên 900 ngân hàng và định chế tài chính lớn trên toàn thế giới, Vietinbank đã và đang phục vụ một lượng lớn khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trên cả nước.

VietinBank is evaluated as one of the largest joint-stock commercial banks in Vietnam with its loan market share accounted for 11.6% of the total banking system and leading banks in domestic currency mobilization. VietinBank is also considered one of the banks which plays vital role in Vietnam banking industry. With the nationwide transaction network including more than 01 Transaction Base, 151 branches and over 1,000 transaction offices/ savings funds, and relationships with over 900 banks and large financial institutions worldwide, VietinBank has been serving a large number of individual and corporate customers across the country.

Năm 2014, tổng tài sản của VietinBank đạt 660 nghìn tỷ đồng, tăng 14,6% so với năm 2013 và đạt 103% kế hoạch. Hoạt động cấp tín dụng đạt số dư 544 nghìn tỷ đồng, tăng 18,2% so đầu năm (tăng trưởng toàn ngành là 12,62%), đạt 104,7% kế hoạch. Trong đó dư nợ cho vay nền kinh tế đạt 440 nghìn tỷ đồng, tăng 17% so với năm 2013.

In 2014, total assets of VietinBank reached VND 660 trillion, up 14.6% compared with 2013 and reached 103% of the plan. Granting credit activity reached VND 544 trillion balance, up 18.2% compared to the beginning of 2014 (the whole industry's growth was 12.62%), reached 104.7% of the plan. In which, loans to the economy reached VND 440 trillion, up 17% compared to 2013.

CÔNG TY HONDA VIỆT NAM / HONDA VIETNAM COMPANY

Địa chỉ: Phường Phúc Thắng - Thị xã Phúc Yên - Tỉnh Vĩnh Phúc
Tel/Fax: 0211-3868888 / 0211-3868910
Email: N.A
Website: http://www.honda.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 6 (Bảng 1); 9 (Bảng 2)
MST: 2500150543

Address: Phuc Thang Ward - Phuc Yen Town - Vinh Phuc Province
Tel/Fax: 0211-3868888 / 0211-3868910
Email: N.A
Website: http://www.honda.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 6 (List 1); 9 (List 2)
Tax Code: 2500150543

Công ty Honda Việt Nam tuy mới chỉ được thành lập và hoạt động trong khoảng 15 năm nhưng đã có những thành tích đáng kể trong nền công nghiệp sản xuất và lắp ráp động cơ xe máy và ô tô. Hiện nay, công ty Honda Việt Nam có 2 nhà máy sản xuất xe máy chính cùng với một nhà máy ô tô ở Vĩnh Phúc. Với sản phẩm xe gắn máy, Honda đã thực sự trở thành thương hiệu hàng đầu tại thị trường Việt Nam với hơn 70% thị phần xe gắn máy, vượt xa so với Yamaha, Suzuki, SYM. Ngoài ra, ở lĩnh vực sản xuất ô tô, Honda cũng đang được ưa chuộng với 2 dòng sản phẩm chính là CIVIC và CR-V đỉnh cao về phong cách và chất lượng. Thành tích hoạt động sản xuất kinh doanh của Honda Việt Nam được đánh giá là cao trong ngành, ngay cả khi nền kinh tế gặp khó khăn thì doanh số bán hàng của công ty vẫn rất lớn. Không chỉ chú trọng hoạt động kinh doanh, công ty còn tích cực tham gia vào các hoạt động hỗ trợ giáo dục, bảo vệ môi trường, hoạt động tình nghĩa, từ thiện.

Although Honda Vietnam Company has just been established and operated for about 15 years, it has had significant achievements in the industry of manufacturing and assembling motorcycles and automobiles. Currently, Honda Vietnam has 2 major motorcycles manufacturing and 1 automobile factory in Vinh Phuc. With its motorcycle products, Honda has actually become the leading brand in Vietnam market with over 70% of motorcycles market share, which totally surpasses Yamaha, Suzuki, and SYM, etc. Besides, in the field of automobile manufacture, Honda is also a popular brand with two major product lines – CIVIC and CR-V which reach the pinnacle of style and quality. Honda Vietnam has a highly evaluated performance. Though Vietnam's economy has been experiencing difficulties, the company still enjoys great performance in sales. Not only focusing on business activities, the company also actively participate into activities supporting education, environmental protection, charity works.

CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ UNILEVER VIỆT NAM / UNILEVER VIETNAM INTERNATIONAL LIMITED COMPANY

Địa chỉ: 156 Nguyễn Lương Bằng - Phường Tân Phú - Quận 7 - TP.Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-54135686 / 08-54135626
Email: bui-thu.huong@unilever.com
Website: <http://www.unilever.com.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 9 (Bảng 1); 13 (Bảng 2)
MST: 0300762150

Address: 156 Nguyen Luong Bang - Tan Phu Ward - District 7 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-54135686 / 08-54135626
Email: bui-thu.huong@unilever.com
Website: <http://www.unilever.com.vn>
Ranking in V1000 (2015): 9 (List 1); 13 (List 2)
Tax Code: 0300762150

Có mặt tại Việt Nam từ năm 1995, Unilever - một trong những tập đoàn đa quốc gia hàng đầu thế giới của Anh và Hà Lan chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm chăm sóc cá nhân, gia đình và thực phẩm tại hơn 150 quốc gia- đã đầu tư vào Việt Nam trên 300 triệu USD với nhà máy hiện đại tại khu công nghiệp Tây Bắc Củ Chi. Unilever Việt Nam có hệ thống phân phối rộng khắp toàn quốc gồm 150 nhà phân phối và 200.000 cửa hàng bán lẻ. Công ty trực tiếp tuyển dụng hơn 1.500 nhân viên và gián tiếp tạo thêm gần 10.000 việc làm cho các đối tác như các đơn vị gia công, nhà thầu, nhà phân phối, các công ty nhỏ và vừa trên khắp Việt Nam. Với những nỗ lực vượt bậc ngay từ những ngày đầu gia nhập thị trường Việt Nam, cho tới nay, hầu hết các nhãn hàng của Unilever như OMO, P/S, Clear, Pond's, Knorr, Lifebuoy, Sunsilk, VIM, Lipton, Sunlight, VISO, Rexona... đã trở thành những sản phẩm quen thuộc của mọi gia đình Việt Nam. Mỗi ngày hơn 30 triệu sản phẩm của Unilever đến tay người tiêu dùng trên khắp mọi miền đất nước, góp phần nâng cao điều kiện sống, vệ sinh và sức khỏe cho mọi gia đình Việt Nam.

Having been in Vietnam since 1995, Unilever - one of leading multinational corporations of the UK and the Netherlands specialized in manufacturing and selling personal and family care products and food in more than 150 countries- has invested over USD 300 million with the modern plant at Cu Chi North West industrial park in Vietnam. Unilever Vietnam has a wide distribution network throughout the country, including 150 distributors and 200,000 retail outlets. The company directly recruits more than 1,500 employees and creates nearly 10,000 indirect jobs for partners such as processing units, contractors, distributors, small and medium-sized companies throughout Vietnam. With the great efforts from the inception to enter Vietnam, most of the brands of Unilever such as OMO, P/S, Clear, Pond's, Knorr, Lifebuoy, Sunsilk, VIM, Lipton, Sunlight, VISO, Rexona... have become the familiar products of all Vietnamese families so far. Every day more than 30 million of Unilever products are provided to consumers all over the country, contributing to improving the living, sanitation condition and health for all Vietnamese families.

NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM / JOINT STOCK BANK FOR INVESTMENT AND DEVELOPMENT OF VIETNAM

Địa chỉ: Tòa nhà BIDV - 35 Hàng Vôi - Phường Lý Thái Tổ - Quận Hoàn Kiếm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-22200588/22205544 / 04-22200399
Email: info@bidv.com.vn
Website: <http://www.bidv.com.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 11 (Bảng 1); 12 (Bảng 2)
MST: 0100150619

Address: BIDV Tower - 35 Hang Voi - Ly Thai To Ward - Hoan Kiem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-22200588/22205544 / 04-22200399
Email: info@bidv.com.vn
Website: <http://www.bidv.com.vn>
Ranking in V1000 (2015): 11 (List 1); 12 (List 2)
Tax Code: 0100150619

Trong bối cảnh hoạt động chung của nền kinh tế còn nhiều thách thức, BIDV đã hoàn thành toàn diện các chỉ tiêu KHKD, khẳng định năng lực kinh doanh phát triển, ổn định, bền vững, xác lập vị thế quan trọng trên thị trường tài chính tiền tệ.

In the context of general activities of the economy remained challenging, BIDV has comprehensively completed business plan targets, confirming the business development capabilities, stability and sustainability, establishing an important position in the financial and monetary market.

Tính đến 31/12/2014, tổng tài sản của BIDV đạt 650 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 18,6% so với cùng kỳ 2013. Dự nợ tín dụng đạt trên 460 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 18,9%. Chất lượng tín dụng được cải thiện, tỷ lệ nợ xấu kiểm soát ở mức 2,03%. Nguồn vốn huy động đạt trên 501 tỷ đồng, tăng trưởng 20,4%. Lợi nhuận trước thuế đạt 6.297 tỷ đồng, tăng trưởng 19%. Hệ số an toàn vốn CAR đạt trên 9%.

As of December 31, 2014, the Bank's total assets reached VND 650 trillion, growing 18.6% over the same period of 2013. Total outstanding loans reached VND 460 trillion with 18.9% of growth. Credit quality was improved; the bad debt ratio was controlled at 2.03%. Mobilized capital reached over VND 501 billion with growth of 20.4%. Profit before tax was VND 6,297 billion, increasing by 19%. Capital adequacy ratio (CAR) was over 9%.

Đặc biệt hoạt động kinh doanh của BIDV trong năm 2014 nổi lên 2 điểm sáng. Một là tăng trưởng tín dụng đạt 18,9% - góp phần quan trọng tích cực trong tăng trưởng tín dụng của ngành ngân hàng. Hai là hoạt động bán lẻ tăng trưởng đột phá, lần đầu tiên trong 3 năm, tốc độ tăng trưởng tín dụng bán lẻ đạt gần 36%; huy động vốn bán lẻ có tốc độ tăng trưởng đạt 25%; nền khách hàng cá nhân đạt mốc gần 7 triệu khách hàng. Thành công này khẳng định năng lực, vị thế thị trường ngày càng được mở rộng trong hoạt động kinh doanh của BIDV.

In particular, BIDV's business activities in 2014 emerged two bright spots. Firstly, the credit growth reached 18.9% - a positive contribution in total credit growth of the banking sector. Secondly, retail operations had breakthrough growth, for the first time in 3 years, the credit retail growth reached nearly 36%; retail capital mobilization's growth rate reached 25% and personal customer base reached the milestone of nearly 7 million customers. This success confirms the capacity and market position of BIDV with the constant expansion of business activities.

CÔNG TY TNHH PHÁT TRIỂN PHÚ MỸ HƯNG / PHU MY HUNG DEVELOPMENT CORPORATION

Địa chỉ: 801 Nguyễn Văn Linh - Phường Tân Phú - Quận 7 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-54118888 / 08-54115678
Email: info@phumyhung.com.vn
Website: www.phumyhung.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 14 (Bảng 1); 20 (Bảng 2)
MST: 0300604002

Address: 801 Nguyen Van Linh - Tan Phu Ward - District 7 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-54118888 / 08-54115678
Email: info@phumyhung.com.vn
Website: www.phumyhung.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 14 (List 1); 20 (List 2)
Tax Code: 0300604002

Phú Mỹ Hưng là công ty đầu tư vào lĩnh vực cơ sở hạ tầng lớn nhất tại TP. Hồ Chí Minh với 2 công trình trọng điểm: đại lộ Nguyễn Văn Linh dài 17,8km, lộ giới 120m có 10 làn xe và 5 cụm khu đô thị mới Nam Sài Gòn - Phú Mỹ Hưng dọc đại lộ Nguyễn Văn Linh. Khu đô thị Phú Mỹ Hưng được đánh giá là một khu đô thị hiện đại được quy hoạch bài bản, khoa học, đồng bộ, hài hòa với cảnh quan thiên nhiên, phát triển bền vững trong cơ cấu bảo vệ môi trường. Quy hoạch tổng thể khu đô thị này đã vinh dự nhận nhiều giải thưởng quốc tế, tiêu biểu là giải thưởng của Tạp chí kiến trúc tiến bộ Mỹ năm 1995 và được đăng trên trang bìa của các tạp chí lớn ở Châu Âu và Đức. Đặc biệt, năm 1997, viện kiến trúc Mỹ bình chọn quy hoạch tổng thể đô thị mới Phú Mỹ Hưng là quy hoạch xuất sắc nhất tại khu vực Châu Á. Năm 2008, khu đô thị Phú Mỹ Hưng đã được Bộ Xây dựng chính thức công nhận là "Khu đô thị mới kiểu mẫu" của Việt Nam.

Phu My Hung Corporation is the biggest investor in infrastructure field in Ho Chi Minh City with 2 key works: Nguyen Van Linh Avenue with 17.8km in length, 120m of road boundary, 10 lanes and 5 clusters of new urban towns Nam Sai Gon - Phu My Hung along Nguyen Van Linh Avenue. Phu My Hung urban town is evaluated to be a modern town which was planned methodically, scientifically, synchronously, harmoniously with natural landscape and developed sustainably in structure of environment protection. The overall planning of this town was honorably granted with many international awards, remarkably the award of USA's Advanced Architecture Magazine in 1995 and published on the cover of famous magazines in Europe and Germany. Especially, in 1997, this overall planning of Phu My Hung New Urban Town was selected as the most excellent planning in Asia by USA's Architecture Institute. In 2008, Phu My Hung Urban Town was officially recognized as "Model new urban town" of Vietnam by Ministry of Construction.

NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP & PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM / VIETNAM BANK FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT

Địa chỉ: Số 2 Láng Hạ - Phường Thành Công - Quận Ba Đình - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-37723248 / 04-37722361
Email: N.A
Website: http://www.agribank.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 15 (Bảng 1); 21 (Bảng 2)
MST: 0100686174

Address: No. 2 Lang Ha - Thanh Cong Ward - Ba Dinh District - Hanoi
Tel/Fax: 04-37723248 / 04-37722361
Email: N.A
Website: http://www.agribank.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 15 (List 1); 21 (List 2)
Tax Code: 0100686174

Kể từ năm 1988 khi mới được thành lập, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) luôn giữ vai trò chủ đạo, dẫn dắt thị trường tín dụng nông thôn, có những đóng góp tích cực đối với quá trình phát triển và những thành tựu đáng kể của ngành nông nghiệp - một ngành kinh tế chủ chốt của Việt Nam. Đến 2015, Agribank có Tổng tài sản 762.000 tỷ VND (36 tỷ USD), mạng lưới 2.252 chi nhánh và phòng giao dịch trải rộng trên khắp lãnh thổ Việt Nam (63 tỉnh, TP), gần 40.000 cán bộ, nhân viên. Agribank hiện có quan hệ khách hàng với trên 10 triệu hộ sản xuất, cá nhân và 30.000 doanh nghiệp. Agribank tập trung vào lĩnh vực truyền thống, sở trường đó là nông nghiệp, nông thôn, và các lĩnh vực ưu tiên của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước với dư nợ cho vay lĩnh vực này chiếm gần 80%/tổng dư nợ của Agribank đầu tư cho nền kinh tế. Agribank là Ngân hàng thương mại duy nhất 05 năm liên tiếp nằm trong Top 10 trong 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam (VNR500); được Đảng, Chính phủ ghi nhận là doanh nghiệp có thành tích xuất sắc phục vụ phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn và nông dân thời kỳ đổi mới, doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội và phát triển cộng đồng.

Since its establishment in 1988, Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) always plays a key role and leads rural credit market. Agribank has positive contributions to the development and significant achievements of agriculture - the key economic sector of Vietnam. In 2015, Agribank has total assets of VND 762,000 billion (USD 36 billion), a network of 2,252 branches and transaction offices across the country (63 provinces/cities), nearly 40,000 employees. Agribank makes customer relationship with over 10 million households, individuals and 30,000 corporates. Agribank focuses on traditional and advantageous sectors such as agriculture, rural area, and the priorities of the Government and the State Bank of Vietnam whose outstanding loans account for nearly 80% of total outstanding loans that Agribank invests in the economy. Agribank is the only commercial bank that has been ranked in Top 10 of 500 largest enterprises in Vietnam (VNR 500) for 05 consecutive years and recognized for outstanding achievements in developing agricultural economy, rural areas and farmers in the renovation period, social responsibility and community development by the Party, the Government.

CÔNG TY Ô TÔ TOYOTA VIỆT NAM / TOYOTA MOTOR VIETNAM

Địa chỉ: Phường Phúc Thắng - Thị xã Phúc Yên - Tỉnh Vĩnh Phúc
 Tel/Fax: 04-35536878 / 0211-3868117
 Email: N.A
 Website: www.toyotavn.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 16 (Bảng 1); 18 (Bảng 2)
 MST: 2500150335

Address: Phuc Thang Ward - Phuc Yen Town - Vinh Phuc Province
 Tel/Fax: 04-35536878 / 0211-3868117
 Email: N.A
 Website: www.toyotavn.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 16 (List 1); 18 (List 2)
 Tax Code: 2500150335

Trải qua gần 20 năm hoạt động và phát triển, TMV đã đạt được nhiều thành tựu to lớn và tăng trưởng nhanh chóng, hoàn thành sứ mệnh của mình đối với khách hàng, tiên phong trong mọi lĩnh vực, đồng thời đóng góp đáng kể cho ngành công nghiệp ô tô và xã hội Việt Nam. Tính tới thời điểm hiện nay, doanh số bán cộng dồn của TMV đã cán mốc trên 250.000 chiếc và luôn giữ vị trí tiên phong trên thị trường ô tô Việt Nam với sản lượng sản xuất trung bình đạt trên 31.000 xe/năm. Bên cạnh đó, Toyota Việt Nam cũng là liên doanh sản xuất ô tô có tỷ lệ nội địa hóa cao nhất (từ 19% - 37% theo cách tính giá trị gia tăng của ASEAN tùy theo từng sản phẩm). Ngoài những con số về sản xuất, liên doanh TMV cũng đã tiếp nhận 625.707 xe vào làm dịch vụ, tăng 13% so với năm 2012. Bên cạnh đó, giá trị kim ngạch xuất khẩu phụ tùng của TMV cũng đạt mức kỷ lục 39,2 triệu USD. Từ đó doanh nghiệp này đã đóng góp cho ngân sách nhà nước trên 593 triệu USD. Năm 2013, TMV cũng để lại dấu ấn với khách hàng khi chính thức mang thương hiệu xe sang Lexus vào Việt Nam. Đồng thời, hãng cũng mở showroom Lexus đầu tiên tại Việt Nam, với những dịch vụ đẳng cấp thế giới. Hiện tại, Lexus đang phân phối 5 mẫu xe cao cấp, bao gồm ES350, GS350, LS460L, RX350 và LX570.

After nearly 20 years of operation and development, Toyota Motor Vietnam (TMV) has gained impressive achievements and rapid growth, fulfilled its mission to customers, pioneered in all aspects as well as made significant contribution to Vietnam's society and automobile industry. Up till now, TMV has reached cumulative sales of over 250,000 units and always kept leadership position in Vietnam's automobile market with average production of over 31,000 units per year. Additionally, TMV is the joint venture having the highest localization ratio (19% - 37% according to ASEAN's measurement method of value added on different products). In addition to the production figures, TMV also brought 625,707 vehicles in service, an increase of 13% compared to 2012. Besides, the value of exports of TMV spare parts also hit a record of USD 39.2 million. Accordingly, the company contributed USD 593 million to the State budget. In 2013, TMV left a mark to customer by launching luxury brand Lexus in Vietnam. At the same time, it also opened the first Lexus showroom in Vietnam with world-class service. Currently, there are 5 luxury models including ES350, GS350, LS460L, RX350 and LX570 which are distributed in Vietnam.

TẬP ĐOÀN CÔNG NGHIỆP THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM / VIETNAM NATIONAL COAL AND MINERAL INDUSTRIES HOLDING CORPORATION LIMITED (VINACOMIN)

Địa chỉ: 226 Lê Duẩn - Phường Trung Phụng - Quận Đống Đa - TP. Hà Nội
 Tel/Fax: 04-35161330 / 04-35180020
 Email: N.A
 Website: www.vinacomin.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 19 (Bảng 1); 27 (Bảng 2)
 MST: 5700100256

Address: 226 Le Duan - Trung Phung Ward - Dong Da District - Hanoi
 Tel/Fax: 04-35161330 / 04-35180020
 Email: N.A
 Website: www.vinacomin.vn
 Ranking in V1000 (2015): 19 (List 1); 27 (List 2)
 Tax Code: 5700100256

Hiện nay, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (Vinacomin) được đánh giá là nhà sản xuất than lớn nhất Việt Nam. Vinacomin hiện có khoảng 30 mỏ than lộ thiên và 20 mỏ hầm lò với tổng công suất khai thác khoảng 47-50 triệu tấn/năm. Lợi thế lớn nhất của Vinacomin chính là các mỏ than có trữ lượng lớn như bể than Quảng Ninh, bể than Đồng bằng sông Hồng. Đồng thời nhu cầu sử dụng than ngày càng tăng cũng chính là 1 cơ hội cho Vinacomin tiếp tục mở rộng quy mô hoạt động và ngày càng phát triển.

At this time, Vietnam National Coal - Mineral Industries Holding Corporation Limited (Vinacomin) is appreciated as the biggest coal producer in Vietnam. Vinacomin has about 30 open coal deposits and 20 strip mines with total exploited capacity of 47-50 million tons/year. The biggest advantage of Vinacomin is coal mine having large deposit named Quang Ninh, the Red River Delta. Moreover, the increasing demand on using coal is also considered as an opportunity for Vinacomin to expand operational scale and have further development.

NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG (VP BANK) / VIETNAM PROSPERITY JOINT STOCK COMMERCIAL BANK

Địa chỉ: Tầng 1 - 7 - tòa nhà Thủ Đô - 72 Trần Hưng Đạo - Phường Trần Hưng Đạo - Quận Hoàn Kiếm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-39288869 / 04-39288867
Email: customercare@vpb.com.vn
Website: <http://www.vpb.com.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 21 (Bảng 1); 30 (Bảng 2)
MST: 0100233583

Address: Floor 1 - 7 - Capital Tower - 72 Tran Hung Dao - Tran Hung Dao Ward - Hoan Kiem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-39288869 / 04-39288867
Email: customercare@vpb.com.vn
Website: <http://www.vpb.com.vn>
Ranking in V1000 (2015): 21 (List 1); 30 (List 2)
Tax Code: 0100233583

Sau 21 năm hoạt động, VPBank đã nâng vốn điều lệ lên 6.347 tỷ đồng, phát triển mạng lưới lên hơn 200 điểm giao dịch, với đội ngũ trên 7.000 cán bộ nhân viên. Năm 2014, VPBank đạt 1.609 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế, tăng 19% so với cùng kỳ năm 2013, lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 1.254 tỷ đồng, tăng 23%. Tổng chi phí dự phòng trong năm 2014 của VPBank là 979 tỷ đồng. Ở mảng huy động tiền gửi, con số VPBank đã huy động tăng 29% và lần đầu tiên vượt mốc 100.000 tỷ đồng (đạt 108.354 tỷ đồng, tăng ròng 24.510 tỷ so với năm 2013). Để có được những con số ấn tượng trên, VPBank đã lựa chọn hai phân khúc trọng tâm là: Khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa. Hai phân khúc này đã có sự tăng trưởng ấn tượng về quy mô huy động vốn và cho vay trong năm 2014, tạo tiền đề cho các mảng khác của VPBank đạt kết quả tốt về doanh thu và lợi nhuận.

After 21 years of establishment and development, VPBank raised its charter capital to VND 6,347 billion, developed operation network with more than 200 transaction offices and a workforce of more than 7,000 employees. In 2014, VPBank reached VND 1,609 billion profit before tax, an increase of 19% over the same period in 2013, profit after tax reached VND 1,254 billion, up 23%. Total provision expense in 2014 of VPBank was VND 979 billion. In the deposit segment, mobilization of VPBank increased by 29% and the first time surpassed VND 100.000 billion (reached VND 108,354 billion, a net increase of VND 24,510 billion compared with 2013). To achieve these impressive figures above, VPBank selected two target segments, those are: Personal customers and small and medium-sized enterprises. These two segments had impressive growth in scale of mobilization and lending in 2014, creating premises for other segments of VPBank to achieve good results in terms of revenue and profits.

CÔNG TY P.T VIETMINDO ENERGITAMA / PT VIETMINDO ENERGITAMA

Địa chỉ: Ưông Thượng - Phường Vàng Danh - Thị xã Ưông Bí - Tỉnh Quảng Ninh
Tel/Fax: 033-3853212 / 033-3853211
Email: N.A
Website: <http://www.vietmindo.com/>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 34 (Bảng 1); 48 (Bảng 2)
MST: 5700224325

Address: Ung Thuong - Vang Danh Commune - Ung Bi Town - Quang Ninh Province
Tel/Fax: 033-3853212 / 033-3853211
Email: N.A
Website: <http://www.vietmindo.com/>
Ranking in V1000 (2015): 34 (List 1); 48 (List 2)
Tax Code: 5700224325

Công ty PT. Vietmindo Energitama là một công ty được thành lập và hoạt động theo luật pháp của Indonesia có giấy phép số 64444/09-01/BP/II/90 do Bộ Thương Mại Indonesia cấp ngày 16 tháng 2 năm 1990. Công ty PT. Vietmindo Energitama đang tham gia hợp đồng hợp tác kinh doanh (BCC) với công ty TNHH Một Thành Viên Than Ưông Bí để khai thác, chế biến, xuất khẩu than tại khu vực Ưông Thượng, Vàng Danh, Ưông Bí, Quảng Ninh theo giấy phép kinh doanh số 260/GP do ủy ban nhà nước về Hợp Tác và Đầu Tư (Nay là Bộ Kế hoạch và Đầu tư) cấp ngày 22 tháng 10 năm 1991. Là doanh nghiệp FDI 100% vốn nước ngoài hoạt động kinh doanh tại Việt Nam, Công ty PT. Vietmindo luôn chấp hành tốt các chính sách pháp luật của Việt Nam, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế với nhà nước Việt Nam.

PT. Vietmindo Energitama is a company which was established and operates under the laws of Indonesia with the License No. 64444/09-01/BP/II/90 issued by the Ministry of Trade of Indonesia on February 16th, 1990. PT. Vietmindo Energitama Company is participating in business cooperation contract (BCC) with Ung Bi Coal One Member Limited Liability Company to exploit, process and export coal in the area of Ung Thuong, Vang Danh, Ung Bi, Quang Ninh according to the Business License No.260/GP issued by the State Committee for Cooperation and Investment (now is the Ministry of Planning and Investment) on October 22nd, 1991. As a FDI enterprise with 100% foreign capital operating in Vietnam, PT. Vietmindo always complies with the laws and policies of Vietnam, fulfills all the tax obligations to the State of Vietnam.

CÔNG TY CP BẢO VỆ THỰC VẬT AN GIANG / AN GIANG PLANT PROTECTION JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: 23 Hà Hoàng Hồ - Phường Mỹ Xuyên - TP Long Xuyên - Tỉnh An Giang
 Tel/Fax: 076-3841299 / 076-3841327
 Email: agpps@agpps.com.vn
 Website: http://www.agpps.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 35 (Bảng 1); 49 (Bảng 2)
 MST: 1600192619

Address: 23 Ha Hoang Ho - My Xuyen Ward - Long Xuyen City - An Giang Province
 Tel/Fax: 076-3841299 / 076-3841327
 Email: agpps@agpps.com.vn
 Website: http://www.agpps.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 35 (List 1); 49 (List 2)
 Tax Code: 1600192619

Từ một đơn vị kinh doanh nhỏ chỉ với 23 người và vốn vey 750 triệu đồng tiền vốn, đến nay, AGPPS đã trở thành nhà sản xuất và phân phối dẫn đầu thị trường Việt Nam trong lĩnh vực nông nghiệp và hoạt động trong nhiều ngành nghề: giống cây trồng, thuốc bảo vệ thực vật, sản xuất và chế biến gạo xuất khẩu, bao bì giấy, du lịch với đội ngũ nhân viên trên 3.000 người. Công ty hiện đang có hệ thống phân phối trên toàn quốc với hơn 500 đại lý cấp 1, hơn 4.000 đại lý cấp 2, đang mở rộng sang thị trường Campuchia. Bên cạnh đó, AGPPS là công ty tư nhân đầu tiên tại Việt Nam sở hữu một trung tâm nghiên cứu nông nghiệp với qui mô lớn và hiện đại đặt tại Định Thành, An Giang. Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, AGPPS có mối quan hệ hợp tác chiến lược với tập đoàn Syngenta toàn cầu (Thụy Sĩ). Không chỉ là nhà phân phối độc quyền các sản phẩm của Syngenta tại Việt Nam, AGPPS còn được Syngenta ủng hộ mạnh mẽ trong việc chuyển giao kỹ thuật và chia sẻ kinh nghiệm trong việc xây dựng một nền nông nghiệp bền vững với mục tiêu gia tăng giá trị lợi ích cho nông dân. Trong lĩnh vực xay xát lúa gạo và cơ khí nông nghiệp, AGPPS đang có mối quan hệ hợp tác chiến lược với tập đoàn Satake. AGPPS đã xây dựng 5 nhà máy gạo trên khắp vùng Đồng bằng Sông Cửu Long, mỗi nhà máy có công suất 200.000 tấn/năm và dự kiến sẽ đạt đến con số 12 nhà máy với vùng nguyên liệu 316.000 hecta vào năm 2018.

From a small business with 23 people and VND 750 million initial capital, up to now, AGPPS has become a leading manufacturer and distributor in Vietnam market in the field of agriculture and operated in many industries: plant breeding, plant protection chemicals, producing and processing rice for export, paper packaging, traveling with a labor force of over 3,000 people. The company currently has distribution networks across the country with more than 500 agents level 1, more than 4,000 agents level 2, and is expanding into Cambodian market. Besides, AGPPS is the first private company in Vietnam owns a modern and large agricultural research center located in Dinh Thanh, An Giang. During the process of establishment and development, AGPPS built strategic relationship with Syngenta global corporations (Switzerland). Not only is the exclusive distributor of Syngenta products in Vietnam, AGPPS also has strong support of Syngenta for technology transfer and experiences sharing in building a sustainable agricultural sector with the goal of increasing the value of benefits for farmers. In the field of rice milling and agricultural mechanics, AGPPS is having strategic relations with Satake Corporation. AGPPS has built five rice factories across the Mekong Delta region, each factory has a capacity of 200,000 tons per year and is expected to reach the figure of 12 factories with raw materials of 316,000 hectares in 2018.

LIÊN DOANH VIỆT - NGA VIETSOVPETRO / JOINT VENTURE VIETSOVPETRO

Địa chỉ: 105 Lê Lợi - Phường 6 - TP. Vũng Tàu - Tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu
 Tel/Fax: 064-3839871 / 064-3839857
 Email: hq@vietsov.com.vn
 Website: www.vietsov.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 36 (Bảng 1); 51 (Bảng 2)
 MST: 3500102414

Address: 105 Le Loi - Ward 6 - Vung Tau City - Ba Ria - Vung Tau Province
 Tel/Fax: 064-3839871 / 064-3839857
 Email: hq@vietsov.com.vn
 Website: www.vietsov.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 36 (List 1); 51 (List 2)
 Tax Code: 3500102414

Trong suốt 35 năm hoạt động, với những nỗ lực không ngừng của 13 đơn vị trực thuộc và các cán bộ công nhân viên giàu tiềm năng, Vietsovpetro đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể đối với ngành dầu khí Việt Nam như: phát hiện ra nhiều mỏ dầu có giá trị thương mại cao, trong đó có mỏ Bạch Hổ lớn nhất Việt Nam; phát hiện ra dầu từ tầng đá mỏng với trữ lượng lớn đồng thời tìm ra những giải pháp kỹ thuật và công nghệ phù hợp để khai thác dầu từ tầng mỏng với những đặc trưng địa chất cực kỳ phức tạp mà trên thế giới chưa từng có các mô hình tương tự. Ngoài ra Vietsovpetro còn tham gia xây dựng nhiều công trình khai thác dầu khí cho các công ty dầu khí hoạt động trên thềm lục địa Việt Nam và tại các nước khác trên thế giới, đồng thời Vietsovpetro cũng đã tham gia xây dựng các công trình trọng điểm quốc gia như đường ống dẫn khí PM3 - Cà Mau. Với những thành tích của mình, Vietsovpetro đã trở thành lực lượng chủ yếu của ngành kinh tế và công nghiệp dầu mỏ Việt Nam với 3 mỏ dầu thương mại: Bạch Hổ, Rồng và Gấu Lớn.

During its 35 operation years, with continuous efforts of the company's 13 divisions and their potential team, Vietsovpetro has obtained many remarkable achievements for Vietnam petroleum, for example: discovering a lot of oilfields with high commercial value including White Tiger, the largest one in Vietnam; discovering oil from thin rock layer with large reservoirs, as well as finding out suitably technical and technological solutions in order to exploit oil from under-stratum with extremely complicated geological features that have not been known in the world. Additionally, Vietsovpetro also involved in oil gas exploitation projects for petroleum companies operating in the shelf of Vietnam and other countries in the world. At the same time, Vietsovpetro also involved in building national key projects such as: PM3 - Ca Mau gas pipeline. With the above-mentioned achievements, Vietsovpetro has become a major resource of Vietnam's economy and petroleum industry with 3 commercial oilfields: White Tiger, Dragon and Ursa Major.

CÔNG TY TNHH DẦU THỰC VẬT CÁI LÂN / CAI LAN OILS AND FATS INDUSTRIES COMPANY LIMITED

Địa chỉ: KCN Cái Lân - TP. Hạ Long - Tỉnh Quảng Ninh
Tel/Fax: 033-3846993 / 033-3845971
Email: corporate@wilmar.com.vn
Website: www.calofic.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 41 (Bảng 1); 57 (Bảng 2)
MST: 5700101362

Address: Cai Lan Industrial Park - Ha Long City - Quang Ninh Province
Tel/Fax: 033-3846993 / 033-3845971
Email: corporate@wilmar.com.vn
Website: www.calofic.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 41 (List 1); 57 (List 2)
Tax Code: 5700101362

Công ty TNHH Dầu thực vật Cái Lân (CALOFIC) là một trong những công ty liên doanh hàng đầu đã đặt nền móng cho ngành công nghiệp sản xuất và chế biến dầu thực vật tại Việt Nam. Từ khi thành lập cho đến nay, Công ty TNHH Dầu thực vật Cái Lân (CALOFIC) đã không ngừng đẩy mạnh chất lượng sản phẩm, áp dụng nhiều công nghệ mới vào sản xuất và nuôi dưỡng nhiều tài năng cho nguồn nhân lực, từng bước giúp khẳng định vị trí của Công ty trên thị trường. Công ty TNHH Dầu thực vật Cái Lân (CALOFIC) đã trở thành thương hiệu quen thuộc đối với khách hàng thông qua những nhãn hiệu dầu thực vật nổi tiếng, đặc biệt nhãn hiệu Neptune 1:1:1, SIMPLY đã được người tiêu dùng ưa chuộng và bình chọn thông qua các giải thưởng uy tín như “Hàng Việt Nam chất lượng cao” và “Tin&Đùng” trong nhiều năm liền. Bên cạnh đó, công ty cũng tích cực tham gia rất nhiều hoạt động xã hội. Trong những năm gần đây, công ty liên tục thực hiện nhiều chương trình mang tính cộng đồng, nhân đạo như “Bếp yêu thương”, “Khám và tư vấn tim mạch miễn phí”, “Giảng sinh yêu thương”... Nhờ sự đóng góp của toàn bộ cán bộ công nhân viên, công ty đã xây dựng quỹ học bổng CALOFIC để cấp học bổng cho các cháu học sinh nghèo vượt khó trong nhiều năm liên tiếp; ủng hộ đồng bào lũ lụt miền Trung và đồng bào miền núi vượt qua nghịch cảnh, khó khăn.

Cai Lan Oils & Fats Industries Company (CALOFIC) is a leading joint venture company, setting the foundation and being the backbone of manufacturing and processing vegetable oils in Vietnam. Since its establishment, CALOFIC has incessantly improved product quality, applied new technologies in manufacturing and nourishing Human Resources, thereby gradually affirming its position in the market. CALOFIC has become a popular trademark in Vietnam with many well-known vegetable cooking oil brands. Particularly, Neptune 1:1:1 and SIMPLY are the two famous brands that are favored and voted by consumers via prestigious awards such as “Vietnam High Quality Goods”, “Trust Use” for many consecutive years. Besides, CALOFIC also actively implements many social and charitable programs, namely: “Beloved Kitchen”, “Free Medical Heart Check-up”, “Happy Christmas”, etc. Thanks to the contribution of staff, the company founded CALOFIC fund to grant scholarships to poor and talented children for many consecutive years; aided storm and flood victims in the Center as well as those in highlands to overcome difficulties in life.

CÔNG TY CP ACECOOK VIỆT NAM / ACECOOK VIETNAM JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Lô II - 3 Đường số 11 - KCN Tân Bình - Phường Tây Thạnh - Quận Tân Phú - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-38154064 / 08-38154067
Email: acecookvietnam@vnn.vn
Website: www.acecookvietnam.com
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 44 (Bảng 1); 68 (Bảng 2)
MST: 0300808687

Address: Lot II-3 Road 11-Tan Binh Industrial Park - Tay Thanh Ward - Tan Phu District - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-38154064 / 08-38154067
Email: acecookvietnam@vnn.vn
Website: www.acecookvietnam.com
Ranking in V1000 (2015): 44 (List 1); 68 (List 2)
Tax Code: 0300808687

Được biết đến như là ví dụ điển hình về sự thành công và năng động của các doanh nghiệp FDI, sau 22 năm hình thành và phát triển, công ty CP Acecook Việt Nam đã trở thành một trong những đơn vị sản xuất thực phẩm ăn liền hàng đầu Việt Nam. Với lợi thế từ việc thừa hưởng công nghệ sản xuất hiện đại từ Nhật Bản, Vina Acecook đem đến sự yên tâm cho hàng triệu người tiêu dùng không chỉ ở Việt Nam và còn trên toàn thế giới thông qua các sản phẩm chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm và các hệ thống quản lý chất lượng quốc tế. Tại thị trường nội địa, sở hữu 7 nhà máy sản xuất hiện đại trải rộng khắp cả nước, Vina Acecook xây dựng thành công hệ thống phân phối với hơn 300 đại lý và chiếm gần 50% thị trường tiêu thụ mì ăn liền tại Việt Nam. Với thị trường xuất khẩu, sản phẩm của Acecook Việt Nam hiện đã có mặt đến hơn 40 nước trên thế giới như Mỹ, EU, Hàn Quốc... Kể từ và phát huy hơn nữa thành quả đạt được, trong thời gian tới, Vina Acecook tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng tối đa nhu cầu của người tiêu dùng khắp thế giới. Để làm được điều này, công ty sẽ đẩy mạnh công tác định vị thương hiệu nhằm định hình nhiều phân khúc thị trường khác nhau, từ đó nghiên cứu những sản phẩm riêng biệt để phục vụ cho từng phân khúc của thị trường thế giới.

Being known as the typical example of the success and dynamic of FDI enterprises, after 22 years of construction and development, Acecook Vietnam JSC has become one of the leading instant food manufactures in Vietnam. With advantage of being inherited the modern production technology from Japan, Vina Acecook brings safety to millions of consumers not only in Vietnam but also all over the world through high quality products which are qualified for standards of food safety and international quality management systems. In the domestic market, owning 7 modern manufacturing plants across the country, Vina Acecook has successfully built its systems with over 300 agents accounting for 50% instant noodle market in Vietnam. For the export market, Vietnam Acecook products are now available to over 40 countries around the world such as the U.S., EU, Korea... Inheriting and promoting further its achievements, in the future, Vina Acecook continues to diversify products and improve product quality to meet the needs of consumers around the world. To do this, the company will promote the brand positioning in order to form many different market segments, then do research on specific products to cater to every segment of the world market.

CÔNG TY CP SUPE PHỐT PHÁT VÀ HOÁ CHẤT LÂM THAO / LAM THAO FERTILIZERS & CHEMICALS JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Khu Phương Lai 6 - Thị trấn Lâm Thao - Huyện Lâm Thao - Tỉnh Phú Thọ
Tel/Fax: 0210-3825139 / 0210-3825126
Email: supelt@supelamthao.vn
Website: www.supelamthao.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 51 (Bảng 1); 82 (Bảng 2)
MST: 2600108471

Trải qua quá trình xây dựng và phát triển, Công ty CP Supe phốt phát và Hóa chất Lâm Thao luôn giữ vững vai trò nòng cốt đầu trong ngành sản xuất kinh doanh phân bón, hóa chất nước ta, cung ứng gần 20 triệu tấn phân bón cho đồng ruộng, sát cánh cùng nông dân cả nước làm nên những vụ mùa bội thu, góp phần đưa nước ta trở thành nước xuất khẩu gạo đứng thứ 2 trên thế giới. Thương hiệu Lâm Thao "ba nhánh lá cọ xanh" đã trở nên quen thuộc trong nền kinh tế nước nhà, đặc biệt, tên gọi "Phân bón Lâm Thao" đã in sâu vào tiềm thức đông đảo bà con nông dân cả nước.

Address: Phuong Lai 6 Quarter - Lam Thao Township - Lam Thao District - Phu Tho Province
Tel/Fax: 0210-3825139 / 0210-3825126
Email: supelt@supelamthao.vn
Website: www.supelamthao.vn
Ranking in V1000 (2015): 51 (List 1); 82 (List 2)
Tax Code: 2600108471

During its history of establishment and development, Lam Thao Fertilizers & Chemicals JSC has become the leading producer and trader in Vietnam's fertilizer and chemical industry, supplying approximately 20 million tons of fertilizer and contributed bumper harvests that makes our country become the second largest rice exporter in the world. The "three green palm branches" trademark of Lam Thao becomes familiar with national economy; especially the name of "Lam Thao Fertilizer" has gone into mind of almost farmers in Vietnam.

TỔNG CÔNG TY LƯƠNG THỰC MIỀN BẮC / VIETNAM NORTHERN FOOD CORPORATION

Địa chỉ: Số 6 Ngô Quyền - Phường Lý Thái Tổ - Quận Hoàn Kiếm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-39264466 / 04-39264477
Email: vinafood1@vinafood1.com.vn
Website: www.vinafood1.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 60 (Bảng 1); 76 (Bảng 2)
MST: 0100102608

Trải qua 20 năm hoạt động kể từ khi tái cơ cấu, Tổng Công ty Lương thực Miền Bắc đã nỗ lực hết mình nhằm giữ vững vai trò là đơn vị thu mua, xuất khẩu lương thực lớn, cùng các doanh nghiệp nông nghiệp khác góp phần quan trọng trong việc thực hiện các chương trình phát triển nông nghiệp, nông thôn của Chính phủ. Tổng công ty được đánh giá là đơn vị chủ lực tham gia tiêu thụ lương thực hàng hóa của nông dân, góp phần bình ổn thị trường trong nước, xuất khẩu lương thực và đảm bảo an ninh lương thực quốc gia. Tổng công ty hiện có trên 50 cơ sở chế biến lương thực, thực phẩm, nông sản chủ yếu tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long và đồng bằng sông Hồng. Công suất chế biến gạo trên 1 triệu tấn/năm, 03 nhà máy chế biến bột mì có công suất 1.000 tấn nguyên liệu/ngày. Chiến lược phát triển của Tổng công ty là đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân 6,5%/năm, với tổng doanh thu, thu nhập đạt 24.296 tỷ đồng vào năm 2015. Trong đó: Công ty mẹ tăng trưởng doanh thu bình quân 6,8%/năm với tổng doanh thu, thu nhập đạt 10.873 tỷ đồng vào năm 2015.

Address: No. 6 Ngo Quyen - Ly Thai To Ward - Hoan Kiem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-39264466 / 04-39264477
Email: vinafood1@vinafood1.com.vn
Website: www.vinafood1.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 60 (List 1); 76 (List 2)
Tax Code: 0100102608

20 years from the reconstruction, Vietnam Northern Food Corporation has made its best effort to maintain its role of being a significant food purchaser and exporter. Together with other agricultural companies, the Corporation has made important contribution to the implementation of the Government's programs in rural and agricultural development. The Corporation has been ranked as the leading corporation to consume farmers' products, with contributions to stabilizing domestic market, exporting food, and ensuring national food security. The Corporation is currently holding 50 food and agricultural processing units, mostly in provinces in the Mekong River Delta, and the Red River Delta. The processing productivity of rice plants is more than 1 million tons/year, 03 flour mills have processing productivity of 1,000 tons/day. The Corporation has development strategy of reaching average annual revenue growth of 6.5% and total turnover of VND 24,296 billion in 2015 in which the Parent company's annual revenue will grow 6.8%/year, and average turnover will be VND 10,873 billion in 2015.

TỔNG CÔNG TY BẢO VIỆT NHÂN THỌ / BAOVIET LIFE

Địa chỉ: Tầng 6 - Tòa nhà Ocean Park - Số 1 Đào Duy Anh - Quận Đống Đa - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-62517777 / 04-35770958
Email: baovietnhantho@baoviet.com.vn
Website: www.baovietnhantho.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 64 (Bảng 1)
MST: 0102641429

Address: Floor 6, Ocean Park Building - No. 1 Dao Duy Anh - Dong Da District - Hanoi
Tel/Fax: 04-62517777 / 04-35770958
Email: baovietnhantho@baoviet.com.vn
Website: www.baovietnhantho.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 64 (List 1)
Tax Code: 0102641429

Tổng Công ty Bảo Việt Nhân thọ (Bảo Việt Nhân Thọ) là một trong những đơn vị đầu tiên tại Việt Nam cung cấp dịch vụ bảo hiểm nhân thọ. Sau 18 năm phát triển, đến nay Tổng công ty đã có một hệ thống phục vụ gồm 60 công ty thành viên, trên 300 điểm phục vụ khách hàng và gần 50.000 tư vấn viên trên toàn quốc.

Bao Viet Life is one of the first companies in Vietnam providing life insurance service. After 18 years of development, today, the company possesses a wide-spreading network with 60 member companies, more than 300 agents and approximately 50,000 advisors throughout the country.

TỔNG CÔNG TY DU LỊCH SÀI GÒN - TNHH MTV / SAIGON TOURIST HOLDING COMPANY

Địa chỉ: 23 Lê Lợi - Phường Bến Nghé - Quận 1 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-38225887-38225874 / 08-38243239-38291026
Email: saigontourist@sgtourist.com.vn
Website: <http://www.saigon-tourist.com>
<http://www.saigontourist.hochiminhcity.gov.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 68 (Bảng 1); 85 (Bảng 2)
MST: 0300625210

Address: 23 Le Loi - Ben Nghe Ward - District 1 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-38225887-38225874 / 08-38243239-38291026
Email: saigontourist@sgtourist.com.vn
Website: <http://www.saigon-tourist.com>
<http://www.saigontourist.hochiminhcity.gov.vn>
Ranking in V1000 (2015): 68 (List 1); 85 (List 2)
Tax Code: 0300625210

Trải qua một chặng đường dài xây dựng và phát triển, đến nay Saigontourist đã trở thành doanh nghiệp hàng đầu của ngành du lịch Việt Nam. Hàng năm, Saigontourist đón tiếp và phục vụ khoảng 2 triệu lượt khách, tổng doanh thu trên 13.000 tỉ đồng, tổng lãi gộp 3.800 tỉ đồng và tổng nộp ngân sách trên 1.880 tỉ đồng, góp phần trong công cuộc thúc đẩy sự phát triển của du lịch Việt Nam cùng các ngành kinh tế khác. Trong giai đoạn hiện nay, Công ty duy trì mức tăng trưởng khá tốt. Tổng lượt khách đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm là 1,8%. Tổng doanh thu đạt tốc độ tăng doanh thu hàng năm 18,1%. Tổng lãi gộp đạt tốc độ tăng lãi gộp hàng năm là 24,5%. Tổng nộp ngân sách đạt tốc độ tăng trưởng hàng năm là 24,3%. Tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn đạt 24%.

After a long history of operation and development, Saigontourist has become the leading company in tourism in Vietnam. Every year, the company welcomes and serves about 2 million tourists, generates total revenue of VND 13,000 billion, total gross profit of VND 3,800 billion, total payment to the state budget of over VND 1,880 billion, contributing to the enhancement of Vietnam tourism together with other economic industries. In the current period, the company is maintaining a fairly good growth rate. Total number of tourists reaches average growth rate of 1.8%/year. Total revenue grows at the rate of 18.1%/year. Total gross profit increases at growth rate of 24.5%/year. Total contribution to the state budget grows 24.3%/year. The profit ratio over total capital is 24%.

LIÊN HIỆP HỢP TÁC XÃ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH / SAIGON UNION OF TRADING CO-OPERATION (SAIGON CO.OP)

Địa chỉ: 199 - 205 Nguyễn Thái Học - Phường Phạm Ngũ Lão - Quận 1 - TP. Hồ Chí Minh
 Tel/Fax: 08-38360143 / 08-38370560
 Email: sgcoop@saigonco-op.com.vn
 Website: www.saigonco-op.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 72 (Bảng 1); 89 (Bảng 2)
 MST: 0301175691

Hệ thống Co.opMart của Saigon - Co.op là một trong những thương hiệu quen thuộc của người dân TP. Hồ Chí Minh và người tiêu dùng cả nước. Với thị phần bán lẻ siêu thị hiện chiếm hơn 50% trên cả nước, Saigon Co.op vẫn đang ở thế thượng phong so với các chuỗi bán lẻ nội địa như Maximark, Citimart, Satramart (có quy mô chưa tới 10 cửa hàng/chuỗi). Mức tăng trưởng doanh thu của Saigon Co.op từ ngày thành lập đến nay là xấp xỉ 380 lần. Mức độ này thể hiện quá trình lột xác của Saigon Co.op với thương hiệu cốt lõi Co.opmart. Gần đây, Saigon Co.op đã khai trương đại siêu thị đầu tiên mang tên Co.opXtra, liên doanh với NTUC FairPrice (Singapore). Điểm khác biệt của Co.opXtra với chuỗi Co.opmart là quy mô gấp 4-5 lần, lượng hàng hóa gấp 2-3 lần. Vốn đầu tư cho mỗi đại siêu thị Co.opXtra là khoảng 6-9 triệu USD. Theo dự kiến, liên doanh này sẽ phát triển khoảng 2-3 đại siêu thị mỗi năm để đạt được 20 đại siêu thị vào năm 2020. Trong năm 2014, Saigon Co.op đã mở được 6 siêu thị Co.opmart, 17 Co.opFood, 30 cửa hàng Co.op và một trung tâm thương mại Sense City tại Cần Thơ, nâng tổng số điểm bán lên hơn 365 điểm. Trong đó, việc đưa vào hoạt động Co.opmart Cao Lãnh tại tỉnh Đồng Tháp có ý nghĩa quan trọng trong việc hoàn chỉnh hệ thống chuỗi phân phối hàng bình ổn và quảng bá hàng Việt phủ khắp tất cả 13 tỉnh miền Tây Nam Bộ.

Address: 199 - 205 Nguyen Thai Hoc - Pham Ngu Lao Ward - District 1 - Ho Chi Minh City
 Tel/Fax: 08-38360143 / 08-38370560
 Email: sgcoop@saigonco-op.com.vn
 Website: www.saigonco-op.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 72 (List 1); 89 (List 2)
 Tax Code: 0301175691

Co.opMart system of Saigon Co.op is one of the familiar brands to Ho Chi Minh city's citizens and consumers nationwide. Holding a market share accounting for over 50% of Vietnam's retail supermarkets, Saigon Co.op still has more advantages than other domestic retail chains such as Maximark, Citimart, Satramart, whose scale is less than 10 stores per chain. Compared to the value at its inception, Saigon Co.op's of revenue has grown by approximately 380 times. This figure represents the transformation process of Saigon Co.op with core brand Co.opmart. Recently, Saigon Co.op has opened its first hypermarket called Co.opXtra, a joint venture with NTUC Fair Price (Singapore). The difference between Co.opXtra and Co.opmart is that Co.opXtra's scale and amount of goods is equal to 4-5 times and 2-3 times as much as Co.opmart's ones respectively. The capital invested in each hypermarket Co.opXtra is about USD 6-9 million. This joint venture is expected to open 2-3 hypermarkets every year to reach 20 hypermarkets in 2020. In 2014, Saigon Co.op opened 6 Co.opmart supermarkets, 17 Co.opFood stores, 30 Co.op stores and a business center in Can Tho City namely Sense City, bringing the total number to more than 365 points of sale. In particular, the operation of Co.opmart Cao Lanh in Dong Thap province has important implications in completing the chain of distribution of stabilization and promoting Vietnamese goods to all 13 provinces in the Mekong River delta.

TỔNG CÔNG TY ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP - TNHH MTV / INVESTMENT AND INDUSTRIAL DEVELOPMENT CORPORATION

Địa chỉ: 230 Đại Lộ Bình Dương - Phường Phú Hòa - TP. Thủ Dầu Một - Tỉnh Bình Dương
 Tel/Fax: 0650-3822655 / 0650-3822713
 Email: info@becamex.com.vn
 Website: http://www.becamex.com.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 74 (Bảng 1); 91 (Bảng 2)
 MST: 3700145020

Với bề dày gần 40 năm hoạt động, từ một công ty thương nghiệp tổng hợp với chức năng hoạt động đơn giản, đến nay Becamex IDC đã trở thành một tập đoàn kinh tế đa ngành nghề, trong đó lấy phát triển cơ sở hạ tầng công nghiệp, giao thông, đô thị làm chủ đạo, tạo động lực để thúc đẩy các ngành nghề khác. Hiện, Becamex IDC đang được đánh giá là một trong những thương hiệu có uy tín trong lĩnh vực đầu tư và xây dựng hạ tầng khu công nghiệp, khu dân cư, đô thị và hạ tầng giao thông. Là một trong những doanh nghiệp tiên phong của Bình Dương, với phương tiện, kỹ thuật thi công hiện đại và đội ngũ kỹ sư có trình độ cao, giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực xây dựng cơ sở hạ tầng, trong thời gian qua, các dự án phát triển đô thị do Becamex IDC làm chủ đầu tư đã và đang góp phần thay đổi diện mạo của tỉnh Bình Dương, điển hình là dự án TP. mới Bình Dương và dự án ốc đảo sinh thái - Ecolakes Mỹ Phước. Tên tuổi của Becamex IDC còn gắn liền với nhiều khu công nghiệp lớn - những khu công nghiệp kiểu mẫu được xây dựng theo hướng chú trọng đến bảo vệ môi trường như khu công nghiệp Mỹ Phước, VSIP.

Address: 230 Binh Duong Boulevard - Phu Hoa Ward - Thu Dau Mot City Binh Duong Province
 Tel/Fax: 0650-3822655 / 0650-3822713
 Email: info@becamex.com.vn
 Website: http://www.becamex.com.vn
 Ranking in V1000 (2015): 74 (List 1); 91 (List 2)
 Tax Code: 3700145020

With nearly 40-year operation, from a general commerce company with basic function, until now, Becamex IDC has become a multidisciplinary economic corporation, which considers development of industry - traffic - urban infrastructure as a key factor to make efforts to promote other branches. At present, Becamex IDC is evaluated to be one of prestigious brands in investment and construction of infrastructure for industrial parks, civil areas, urban areas and traffic. Being one of pioneer enterprises in Binh Duong, with modern facilities and techniques, highly skillful and well-experienced engineers in infrastructure construction, over many years, urban development projects whose investor is Becamex IDC have contributed to changing Binh Duong's image, typically Binh Duong New City project and ecological oasis project - Ecolakes My Phuoc. The reputation of Becamex IDC is also known with many big industrial parks - model industrial parks which were built attaching to environmental protection such as My Phuoc industrial park, VSIP.

CÔNG TY CP DỊCH VỤ LẮP ĐẶT, VẬN HÀNH VÀ BẢO DƯỠNG CÔNG TRÌNH DẦU KHÍ BIỂN PTSC / PTSC OFFSHORE SERVICES JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: 65A Đường 30/4 - Phường 8 - TP.Vũng Tàu - Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu
Tel/Fax: 064-3515758 / 064-3515759
Email: ptsc-pos@ptsc.com.vn
Website: <http://www.pos.ptsc.com.vn/>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 77 (Bảng 1)
MST: 3500818790

Address: 65A Road 30/4 - Ward 8 - Vung Tau City - Ba Ria - Vung Tau Province
Tel/Fax: 064-3515758 / 064-3515759
Email: ptsc-pos@ptsc.com.vn
Website: <http://www.pos.ptsc.com.vn/>
Ranking in V1000 (2015): 77 (List 1)
Tax Code: 3500818790

Công ty CP Dịch vụ Lắp đặt, Vận hành và Bảo dưỡng Công trình Dầu khí biển PTSC (POS) là Công ty thành viên trực thuộc Tổng Công ty CP Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam - PTSC thành lập với chức năng chính cung cấp các dịch vụ lắp đặt, chạy thử, vận hành và bảo dưỡng cho các công trình dầu khí và công nghiệp khác. Kể từ khi thành lập đến nay, POS đã có những phát triển đáng kể và trở thành một trong những công ty thành công nhất trong nhóm các công ty con của PTSC và được công nhận là một trong những nhà cung cấp dịch vụ hàng đầu trong công nghiệp dầu khí tại Việt Nam. Là đơn vị hoạt động trong lĩnh vực có xác suất rủi ro cao và với những yêu cầu khắt khe của khách hàng quốc tế về chất lượng, an toàn, sức khỏe và môi trường (CL-ATSKMT), Công ty luôn ưu tiên hàng đầu công tác quản lý an toàn cùng với hoạt động sản xuất kinh doanh. Công ty thường xuyên rà soát và hoàn thiện các tài liệu quản lý CL-ATSKMT phù hợp với hoạt động SXKD thực tế, tiếp tục triển khai và duy trì hiệu quả các hệ thống quản lý của Công ty phù hợp với tiêu chuẩn trong nước và quốc tế.

PTSC Offshore Service JSC (POS), a member of Petrovietnam Technical Services Corporation (PTSC), was established with the main function of supplying services such as connecting, commissioning, operating and maintaining oil and gas projects and other industry projects. Since its establishment, POS has developed considerably and become one of the most successful subsidiaries of PTSC. It is also recognized as one of the leading service providers in oil and gas industry in Vietnam. Operating in the sector having high probability of risk and strict requirements of international customers for quality, safety, health and environment, the company always pays attention at safety management and production and business. It regularly checks and completes documents managing quality, safety, health and environment suited with the actual business activities. It continues to implement and maintain effectively management systems of the Company in accordance with national and international standards.

TỔNG CÔNG TY PHÂN BÓN VÀ HÓA CHẤT DẦU KHÍ - CÔNG TY CP / PETROVIETNAM FERTILIZER AND CHEMICAL CORPORATION

Địa chỉ: Số 43 Mạc Đình Chi - Phường Đa Kao - Quận 1 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-38256258 / 08-38256269
Email: N.A
Website: www.dpm.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 81 (Bảng 1); 113 (Bảng 2)
MST: 0303165480

Address: No. 43 - Mac Dinh Chi - Da Kao Ward - District 1 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-38256258 / 08-38256269
Email: N.A
Website: www.dpm.vn
Ranking in V1000 (2015): 81 (List 1); 113 (List 2)
Tax Code: 0303165480

Kể từ khi bắt đầu đi vào hoạt động cách đây 12 năm, Tổng công ty đã cung cấp hơn 8 triệu tấn Đạm Phú Mỹ và phân bón các loại ra thị trường, góp phần quan trọng trong việc bình ổn thị trường, đảm bảo đáp ứng đủ và kịp thời nhu cầu mùa vụ cho bà con nông dân trên cả nước. Hiện nay, Tổng công ty đang cung cấp cho thị trường hơn 40% nhu cầu phân đạm và hiện đang mở rộng lĩnh vực hoạt động kinh doanh đa ngành, phấn đấu trở thành doanh nghiệp hàng đầu cả nước và khu vực trong sản xuất - kinh doanh phân bón và hóa chất. Ngoài ra, PVFCCo còn có hệ thống kho bãi trải dài từ Bắc đến Nam, đảm bảo đáp ứng nhu cầu về phân bón đúng thời điểm, vụ mùa. Để giải quyết bài toán tăng trưởng, với quyết tâm đổi mới - sáng tạo, trong những năm qua, Ban lãnh đạo PVFCCo đã tập trung mọi nguồn lực đẩy mạnh công tác nghiên cứu phát triển, đa dạng hóa sản phẩm, triển khai đầu tư các dự án trọng điểm thuộc lĩnh vực sản xuất phân bón, hóa chất, hóa dầu theo chiến lược phát triển đề ra. Sau 12 năm hoạt động, được đào tạo, phát triển, đội ngũ nhân lực của TCT đã đạt được những bước tiến rất đáng kể, tích lũy nhiều kinh nghiệm và phát huy năng lực sáng tạo. Hiện nay, tổng số người lao động tại TCT là 1.950 người, trong đó khoảng 53% có trình độ chuyên môn Cao đẳng trở lên, 37% là công nhân kỹ thuật và 10% là lao động phổ thông. Lực lượng lao động của TCT tương đối trẻ, đầy nhiệt huyết, quyết tâm cao, được đào tạo bài bản về vận hành và quản lý sản xuất nhà máy phân bón hóa chất. Với nguồn nhân lực này, tiềm năng nghiên cứu, phát triển đầu tư các dự án sản xuất, kinh doanh mới để phát triển TCT là rất lớn.

Started operating 12 years ago, the corporation has provided more than 8 million tons of Phu My nitrogen and other types of fertilizer to the market, kept an important role in stabilizing market, ensured satisfying sufficiently and timely the harvest demand of farmers across the country. Recently, the corporation is providing to the market with more than 40% demand of nitrogen and now expanding to interdisciplinary area of business operation, striving for leading company in the country and region in producing and trading fertilizer and chemical. In addition, PVFCCo also has warehouse system from North to South, ensures satisfying sufficiently the fertilizer demand in the right time of harvest. To deal with the growth problem, with the determination to be innovative - creative, in the last years, the board of leaders of PVFCCo gathered all resources to step up research and development, product diversification, deploy investing to major projects belong to fertilizer, chemical, petrochemical production field following the development strategy. After 12 years of operation, labor force of the corporation has been educated and developed, gained remarkable advance, gathered many experiences and proved their creative ability. Currently, the total number of employees at TCT is 1,950 people, of which about 53% have college qualifications or above, 37% are technicians and 10% are unskilled workers. TCT's workforce is relatively young, energetic, strong determination, are trained to operate and manage the chemical fertilizers production plant. With this labor force, the potential for researching, developing investment in new business projects is very high.

CÔNG TY CP DƯỢC HẬU GIANG / DHG PHARMACEUTICAL JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: 288 Bis - Nguyễn Văn Cừ - Phường An Hòa - Quận Ninh Kiều - TP. Cần Thơ
Tel/Fax: 0710-3891433 / 0710-3895209
Email: dhgpharma@dhgpharma.com.vn
Website: <http://www.dhgpharma.com.vn/>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 82 (Bảng 1); 84 (Bảng 2)
MST: 1800156801

Công ty CP Dược Hậu Giang được đánh giá là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành dược phẩm Việt Nam. Dược Hậu Giang có hệ thống nhà xưởng, dây chuyền máy móc hiện đại, công nghệ tiên tiến đạt tiêu chuẩn GMP-WHO, GLP, GSP do Cục Quản lý Dược Việt Nam chứng nhận. Phòng kiểm nghiệm đạt tiêu chuẩn quốc tế ISO/IEC 17025:2001 do Tổng Cục tiêu chuẩn đo lường chất lượng Việt Nam chứng nhận. Hệ thống quản lý chất lượng đạt chuẩn quốc tế ISO 9001:2000 do tổ chức quốc tế Anh BVQI chứng nhận.

Kết thúc năm 2014, Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang công bố báo cáo tài chính với những chỉ tiêu đạt được sự tăng trưởng kì vọng của cổ đông đồng thời vẽ nên một bức tranh toàn cảnh tươi sáng của ngành dược trong tình hình kinh tế thị trường còn nhiều khó khăn. Năm 2014, doanh thu thuần năm 2014 của DHG đạt 3.913 tỷ đồng, tăng 522 tỷ đồng – tương ứng tăng 15,4% so với năm 2013. Lợi nhuận trước thuế 722 tỷ đồng.

Address: 288 Bis - Nguyen Van Cu - An Hoa Ward - Ninh Kieu District - Can Tho City
Tel/Fax: 0710-3891433 / 0710-3895209
Email: dhgpharma@dhgpharma.com.vn
Website: <http://www.dhgpharma.com.vn/>
Ranking in V1000 (2015): 82 (List 1); 84 (List 2)
Tax Code: 1800156801

DHG Pharmaceutical Joint Stock Company is evaluated as one of the leading enterprises in Vietnam pharmaceutical industry. DHG Pharma has modern system of pharmaceutical plant and production line, and advanced technology at the standards GMP-WHO, GLP, GSP certified by the Vietnam Drug Administration. The company's laboratories are at international standard ISO/IEC 17025:2001 certified by Vietnam Directorate for Standards, Metrology and Quality. Quality management system meets international standard ISO 9001:2000 certified by BVQI - a United Kingdom's international organization.

By the end of 2014, DHG issued its financial report with indices of which growth rates met the expectation of shareholders and simultaneously drew a big picture with brightness of the industry in the context of tough economy. The gross revenue of 2014 was VND 3,913 billion, increased by VND 522 billion equivalent to 15.4% compared with 2013. Earnings before tax achieved VND 722 billion.

CÔNG TY TNHH MTV XỔ SỐ KIẾN THIẾT VÀ DỊCH VỤ TỔNG HỢP ĐỒNG NAI / DONG NAI LOTTERY AND GENERAL SERVICES COMPANY LIMITED

Địa chỉ: Số 3 Nguyễn Ái Quốc - Phường Quang Vinh - TP. Biên Hòa - Tỉnh Đồng Nai
Tel/Fax: 061-3822562 / 061-3821067
Email: xosoktdongnai@yahoo.com
Website: <http://xosodongnai.com.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 87 (Bảng 1); 99 (Bảng 2)
MST: 3600299669

Trải qua hơn 37 năm hình thành và phát triển, đến nay, công ty TNHH MTV Xổ Số Kiến Thiết và Dịch Vụ Tổng Hợp Đồng Nai đã trở thành một đơn vị tiêu biểu trong hoạt động kinh doanh và đóng góp xây dựng tỉnh Đồng Nai, đặc biệt là các công trình phúc lợi xã hội như bệnh viện, trường học.

Address: No. 3 Nguyen Ai Quoc - Quang Vinh Ward - Bien Hoa City - Dong Nai Province
Tel/Fax: 061-3822562 / 061-3821067
Email: xosoktdongnai@yahoo.com
Website: <http://xosodongnai.com.vn>
Ranking in V1000 (2015): 87 (List 1); 99 (List 2)
Tax Code: 3600299669

Spending more than 37 years of formation and development, Dong Nai Lottery and General Services One Member Limited Company has become a typical unit in trading and contributing to Dong Nai Province, especially as social welfare facilities such as hospitals and schools.

TỔNG CÔNG TY CP BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI / HA NOI BEER ALCOHOL AND BEVERAGE JOINT STOCK CORPORATION

Địa chỉ: 183 Hoàng Hoa Thám - Phường Ngọc Hà - Quận Ba Đình - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-38453843 / 04-37223784
Email: habeco@habeco.com.vn
Website: www.habeco.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 88 (Bảng 1); 41 (Bảng 2)
MST: 0101376672

Trải qua lịch sử phát triển, Habeco đã xây dựng và khẳng định uy tín thương hiệu trong ngành sản xuất đồ uống bên cạnh các nhãn hiệu nổi tiếng như: bia Hà Nội, bia Trúc Bạch. Năm 2010, việc hoàn thành dự án đầu tư xây dựng Nhà máy bia công suất 200 triệu lít/năm tại Mê Linh, Hà Nội, với hệ thống thiết bị đồng bộ hiện đại bậc nhất Đông Nam Á đã đưa Tổng công ty đạt công suất gần 400 triệu lít bia/năm. Habeco trở thành một trong hai Tổng công ty sản xuất bia lớn nhất của Việt Nam. Tổng công ty đã hoàn thành vượt kế hoạch một số chỉ tiêu kế hoạch năm 2014, đặc biệt là chỉ tiêu về lợi nhuận, vốn đầu tư của chủ sở hữu được bảo toàn và phát triển, thực hiện tốt nhiệm vụ nộp ngân sách nhà nước. Các chỉ tiêu cụ thể như sau: Tổng doanh thu đạt 11.281 tỷ đồng, tăng 4,5% so với cùng kỳ và hoàn thành 100% kế hoạch năm; sản lượng bia các loại đạt 661 triệu lít, tăng 3,8% so với cùng kỳ và hoàn thành 100% kế hoạch năm; sản lượng rượu các loại đạt 5,16 triệu lít, bằng 54,2% cùng kỳ và đạt 39% KH năm; lợi nhuận trước thuế đạt 1.461 tỷ đồng, tăng 2,6% so với cùng kỳ và vượt 17,8% kế hoạch năm; nộp ngân sách đạt 3.975 tỷ đồng, tăng 1,3% so với cùng kỳ và vượt 2,1% kế hoạch năm. Phương hướng nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2015 cho toàn Tổng công ty tập trung chủ yếu các mặt công tác đầu tư; công tác kỹ thuật, công nghệ; chất lượng; công tác tiêu thụ sản phẩm... Một số chỉ tiêu chính cho năm 2015 như sau: Tổng doanh thu 12.020 tỷ đồng, tăng 6,6% so với cùng kỳ; sản xuất bia các loại 696 triệu lít, tăng 5,2% so với cùng kỳ; sản xuất rượu các loại: phần đầu đạt 8,6 triệu lít.

Address: 183 Hoang Hoa Tham - Ngoc Ha Ward - Ba Dinh District - Hanoi
Tel/Fax: 04-38453843 / 04-37223784
Email: habeco@habeco.com.vn
Website: www.habeco.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 88 (List 1); 41 (List 2)
Tax Code: 0101376672

Throughout the history of development, Habeco has affirmed its reputation in the industry with other famous brands such as Hanoi beer and Trúc Bạch beer. In 2010, with the construction completion of the brewery factory equipped with the most modern system in Southeast Asia with the capacity of 200 million liters per year in Me Linh, Hanoi, the company achieved the capacity of nearly 400 million liters per year. Habeco became one of the two largest beer corporations in Vietnam. The corporation over fulfilled some targets for 2014, especially indicators of profitability and owners' equity were preserved and developed and the budget contribution plan was completed. The specific targets are as follows: Total revenue reached VND 11,281 billion, increased 4.5% over the last year and reached 100% of the year plan; Beer volume reached 661 million liters of various kinds, increased 3.8% over the last year and reached 100% of the year plan; wine output was 5.16 million liters of various kinds, equivalent to 54.2% of the same period last year and reached 39% of the plan; Profit before tax reached VND 1,461 billion, up 2.6% year on year and reached 17.8% of the plan; budget reached VND 3,975 billion, up 1.3% year on year and exceeded by 2.1% of the target. The orientation for the manufacturing business in 2015 of the Corporation focuses primarily in investment, techniques and technology as well as product quality and consumption. Some key indicators for 2015 are: Total revenue of VND 12,020 billion, up 6.6% over the same period; production of 696 million liters of beer; up 5.2% over the same period and production of various wine types is planned to strive to reach 8.6 billion liters.

CÔNG TY TNHH CARGILL VIỆT NAM / CARGILL VIETNAM COMPANY LIMITED

Địa chỉ: Lầu 4 - Cao ốc Đại Minh - Số 77 Hoàng Văn Thái - Phường Tân Phú - Quận 7 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08- 54161515 / 08- 54160495
Email: N.A
Website: http://www.cargill.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 90 (Bảng 1); 104 (Bảng 2)
MST: 3600233178

Cargill Việt Nam được đánh giá là một công ty hàng đầu trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản với các dòng sản phẩm chất lượng cao, được sản xuất bởi công nghệ tiên tiến, kỹ thuật hiện đại, đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Cargill Việt Nam sản xuất chế biến các loại nông sản thực phẩm, dầu thực vật, bột có độ đậm cao, các loại axit béo, sản xuất thức ăn gia súc, thức ăn thủy sản, chăn nuôi gà giống với công suất trên 700.000 tấn/năm. Hệ thống nhà máy chiến lược được đặt tại hầu hết các tỉnh thành có thế mạnh về nông nghiệp và chăn nuôi giúp Cargill mang đến cho khách hàng của mình hai lợi thế cạnh tranh lớn trong kinh doanh là tốc độ giao nhận và cắt giảm chi phí vận chuyển. Chiến lược của Cargill là luôn cung cấp những sản phẩm có chất lượng cao và ổn định. Với sự hỗ trợ của Trung tâm nghiên cứu dinh dưỡng của Cargill mẹ tại Hoa Kỳ, hàng năm công ty luôn ứng dụng những công nghệ mới vào các sản phẩm của mình để gia tăng cải tiến chất lượng sản phẩm cũng như giới thiệu những sản phẩm mang tính đột phá, giúp người chăn nuôi có năng suất cao khi sử dụng sản phẩm Cargill, giảm chi phí thức ăn và mang lại lượng thịt tốt.

Address: Floor 4 - Dai Minh Convention Tower - No. 77 Hoang Van Thai - Tan Phu Ward - District 7 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08- 54161515 / 08- 54160495
Email: N.A
Website: http://www.cargill.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 90 (List 1); 104 (List 2)
Tax Code: 3600233178

Cargill Vietnam Company Ltd is highly appreciated as a leading company in terms of cattle-breeding food and aquaculture with series of high quality products manufactured by modern technology and technique to meet the demand of the market. Cargill Vietnam produces and processes farm products, food, vegetable oil, flour with high protein, fat acid, cattle food, aquaculture food and breeding chicken food with the output of over 700,000 tons per year. The strategic factory system is located in most provinces having strong potential of agriculture and cattle-breeding, which brings into two main competitive advantages for Cargill's customers in trading including speed of transportation and cost reduction. The company's objective is to provide customers with high and stable quality products. With the support from parent company's Nutrition Research Center in the US, the company annually applies modern technology into production in order to improve the quality of its products and introduce its breakthrough products, which helps farmers to get the best productivity when using Cargill products, reduce cost and improve meat quality.

CÔNG TY TNHH MTV XỔ SỐ KIẾN THIẾT AN GIANG / AN GIANG LOTTERY COMPANY

Địa chỉ: 64 C Nguyễn Thái Học - Phường Mỹ Bình - TP. Long Xuyên - Tỉnh An Giang
Tel/Fax: 076-3852420 / 076-3857906
Email: ctyxsktag@gmail.com
Website: <http://xsktangiang.com.vn>
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 91 (Bảng 1); 105 (Bảng 2)
MST: 1600190393

Công ty TNHH MTV Xổ số kiến thiết An Giang tiền thân là Ban Xổ Số Kiến Thiết An Giang ra đời vào năm 1980. Sau nhiều lần chuyển đổi, đến năm 2010, công ty được chuyển thành Công ty TNHH MTV Xổ số kiến thiết An Giang. Công ty TNHH MTV Xổ số kiến thiết An Giang hoạt động chính trong lĩnh vực: kinh doanh các loại hình xổ số và các ngành nghề khác như: nhà hàng, khách sạn; xây dựng cơ sở hạ tầng, khu dân cư; dịch vụ, du lịch, ... Từ khi thành lập đến nay, hoạt động kinh doanh xổ số của công ty ổn định và phát triển, các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận, nộp ngân sách hằng năm đều tăng cao, tạo nguồn thu góp phần phát triển sự nghiệp y tế, giáo dục và các công trình phúc lợi xã hội của tỉnh nhà.

Address: 64 C Nguyen Thai Hoc - My Binh Ward - Long Xuyen City - An Giang Province
Tel/Fax: 076-3852420 / 076-3857906
Email: ctyxsktag@gmail.com
Website: <http://xsktangiang.com.vn>
Ranking in V1000 (2015): 91 (List 1); 105 (List 2)
Tax Code: 1600190393

An Giang Lottery Company Limited was formerly known as Lottery Committee of An Giang province established in 1980. After several transformations, in 2010, the company was converted into An Giang Lottery One Member Company Limited. The company operates in the fields of lottery business and other industries such as restaurants, hotels; construction of infrastructure and residential areas; tourism and other services... Since its establishment, lottery business has maintained stability and development, sales targets, profit, annual payment to the State budget have increased, creating revenues to develop medical, education and social welfare projects of the province.

NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN - HÀ NỘI / SAIGON - HANOI COMMERCIAL JOINT STOCK BANK

Địa chỉ: 77 Trần Hưng Đạo - Phường Trần Hưng Đạo - Quận Hoàn Kiếm - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-39423388 / 04-39410944
Email: shbank@shb.com.vn
Website: www.shb.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 99 (Bảng 1); 101 (Bảng 2)
MST: 1800278630

Qua 22 năm hình thành và phát triển, Ngân hàng SHB đã có sự phát triển không ngừng, trở thành một ngân hàng có quy mô lớn, năng lực tài chính vững mạnh, uy tín cao trên thị trường tài chính tiền tệ, hoạt động an toàn, hiệu quả, có hệ thống mạng lưới giao dịch không chỉ mở rộng tại các tỉnh, TP. trong cả nước mà còn trên quốc tế như Lào, Campuchia.

Trong năm 2014, SHB tiếp tục có những tăng trưởng vượt bậc về quy mô. Tổng tài sản đạt 169.035,5 tỷ đồng, tăng 17,69% so với cuối năm 2013. Tổng nguồn vốn huy động đạt 155.496 tỷ đồng, trong đó vốn huy động thị trường I đạt 127.353,1 tỷ đồng, tăng 17,76%. Dự nợ cho vay cá nhân và tổ chức kinh tế đạt 104.095,7 tỷ đồng, tăng 36,1%. Tỷ lệ nợ xấu đến 31/12/2014 còn 2,02%, giảm mạnh so với thời điểm 31/12/2013 là 4,06%. Bên cạnh đó về phát triển mạng lưới, số điểm giao dịch của SHB năm 2014 đã đạt 408 điểm, số lượng nhân sự đạt trên 5.500 người. Số lượng và chất lượng sản phẩm dịch vụ Ngân hàng gia tăng đáng kể.

Address: 77 Tran Hung Dao - Tran Hung Dao Ward - Hoan Kiem District - Hanoi
Tel/Fax: 04-39423388 / 04-39410944
Email: shbank@shb.com.vn
Website: www.shb.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 99 (List 1); 101 (List 2)
Tax Code: 1800278630

Over 22 years of formation and development, SHB has not stopped growing to become a bank with large scale, strong financial capacity, reputation in the financial and monetary markets, safe and efficient operation. Its network spreads not only all provinces/cities nationwide but also foreign countries including Laos and Cambodia.

In 2014, SHB kept achieving tremendous growth in scale. Total assets reached VND 169,035.5 billion, up 17.69% from the end of 2013. Total mobilized capital was VND 155,496 billion, while deposits reached 127,353.1 billion, up 17.76%. Outstanding loans to individuals and economic organizations stood at VND 104,095.7 billion, up 36.1%. As of December 31, 2014, NPL ratio was 2.02%, dropping sharply from 4.06% as of December 31, 2013. Regarding network development, the number of transaction of SHB in 2014 increased to 408 points, human resource rose to over 5,500 employees. The quantity and quality of products and services improved significantly.

CÔNG TY TNHH MTV DẦU KHÍ TP. HỒ CHÍ MINH / HO CHI MINH CITY'S PETROLEUM COMPANY LIMITED

Địa chỉ: 27 Nguyễn Thông - Phường 07 - Quận 3 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-39307989 / 08-39307642
Email: sp@saigonpetro.com.vn
Website: www.saigonpetro.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 104 (Bảng 1); 119 (Bảng 2)
MST: 0300507707

Address: 27 Nguyen Thong - Ward 7 - District 3 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-39307989 / 08-39307642
Email: sp@saigonpetro.com.vn
Website: www.saigonpetro.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 104 (List 1); 119 (List 2)
Tax Code: 0300507707

Sau gần 30 năm thành lập, Saigon Petro được đánh giá là 1 trong 3 nhà cung cấp gas lớn nhất và cũng là một trong những đầu mối xuất nhập khẩu xăng dầu và các sản phẩm hóa dầu chính tại Việt Nam. Saigon Petro cũng là doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam có hệ thống kiểm định chai gas cùng nhiều tiêu chuẩn, hệ thống kiểm định chất lượng khác nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm của mình. Riêng hoạt động kinh doanh xăng dầu, hiện tại công ty đã cung cấp cho thị trường trên 1 triệu vỏ chai gas các loại, với hệ thống 70 nhà phân phối với gần 5.000 đại lý từ Đà Nẵng trở vào, sản lượng kinh doanh hàng tháng của Gas Saigon Petro là trên 6.500 tấn, chiếm khoảng 15% thị trường cả nước. Xưởng LPG Cát Lái đã được trang bị thiết bị chiết nạp tự động, hệ thống kho chứa 3.000 tấn, có hệ thống công nghệ phù hợp cho việc nhập hàng từ tàu biển và xuất hàng cho xe bồn, xưởng sơn và kiểm định chai gas, 9 xe bồn chuyên dụng vận chuyển gas. Ngoài xưởng LPG Cát Lái, Saigon Petro đã thực hiện đầu tư các trạm chiết ở Đồng Nai, Bình Phước, Tiền Giang, Cần Thơ đảm bảo cung cấp hàng cho hệ thống phân phối tại các khu vực này với chi phí thấp nhất. Cùng với hệ thống trạm chiết mà công ty đầu tư, Saigon Petro còn có các Tổng đại lý quản lý các trạm chiết nạp gas tại các quận 7, 9, Hóc Môn, Bình Chánh, độc quyền phân phối Saigon Petro Gas.

After 30 years of foundation and development, Saigon Petro has been valued as one of the three biggest gas providers and one of the main ex-importers of petrol and petrochemical products in Vietnam. Furthermore, Saigon Petro is also the first enterprise in Vietnam having gas inspection system with many standards, other quality inspection system in order to improve their product quality. Particularly petroleum business, the company now provides the market more than 1 million bottles of gas of all types, with the system 70 distributors with approximately 5,000 agents from Da Nang back in, the production business per month of Saigon Petro Gas is over 6,500 tons, accounting for about 15% of national market. Cat Lai LPG factory was equipped with automatic filling, 3,000 tons storage system, with technological systems that are suitable for import of goods from ships and tankers for shipment, the paint shop and the gas bottle inspection, 9 dedicated road tankers transporting gas. Besides LPG Cat Lai workshop, Saigon Petro has made investments to the extraction stations in Dong Nai, Binh Phuoc, Tien Giang, Can Tho to ensure supply distribution system in the region with the lowest cost. Along with filling system plants that company invested in, Saigon Petro also has general agents managing gas filling stations in the District 7, 9, Hoc Mon, Binh Chanh, exclusive distributor Saigon Petro Gas.

CÔNG TY CP VINH HOÀN / VINH HOAN JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Quốc Lộ 30 - Phường 11 - TP. Cao Lãnh - Tỉnh Đồng Tháp
Tel/Fax: 067-3891166 / 067-3891672
Email: vh@vinhhoan.com.vn
Website: http://www.vinhhoan.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 113 (Bảng 1); 107 (Bảng 2)
MST: 1400112623

Address: National Route 30 - Ward 11 - Cao Lanh City - Dong Thap Province
Tel/Fax: 067-3891166 / 067-3891672
Email: vh@vinhhoan.com.vn
Website: http://www.vinhhoan.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 113 (List 1); 107 (List 2)
Tax Code: 1400112623

Công Ty CP Vinh Hoàn là một trong những công ty chế biến và xuất khẩu cá tra, basa hàng đầu của Việt Nam. Vinh Hoàn là công ty có quy mô thuộc vào những doanh nghiệp lớn trong ngành chế biến xuất khẩu của cả nước, tổng công suất hiện tại lên đến 250 tấn cá nguyên liệu/ngày. Công ty có lợi thế về nguồn cung cấp nguyên liệu do nằm tại tỉnh Đồng Tháp, một tỉnh thuộc khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long có môi trường và điều kiện được xem là thuận lợi nhất của ngành nuôi thả cá Tra, Basa nguyên liệu với 8 vùng nuôi cá tra, tổng diện tích 136,5 ha, cung cấp 34% nhu cầu nguyên liệu. Các sản phẩm của công ty đủ điều kiện xuất khẩu rất nhiều nước trên thế giới trong đó có Mỹ và các nước thuộc EU, thị trường khó tính nhất trong ngành xuất khẩu thực phẩm từ các thị trường ngoài nước và dần trở thành thương hiệu có uy tín cả trong và ngoài nước. Năm 2014, Vinh Hoàn đạt được kết quả kinh doanh khá tốt. Doanh thu thuần tăng 23,5% so với năm trước, đạt mức 6.292 tỷ đồng. Doanh thu từ hoạt động tài chính tăng trưởng mạnh so với năm trước, đạt 238 tỷ đồng, bằng 2,55 lần thực hiện năm 2013. Nhờ vậy, lợi nhuận khá cao, đạt gần 463 tỷ đồng, tương đương 266% kết quả thực hiện năm 2013.

Vinh Hoan Corporation is one of the Vietnam's top processor and exporters of pangasius fish. Vinh Hoan is a large scale enterprise in the processing and exporting field across the country with the current capacity of 250 tons of raw fish per day. The company has an advantage in fish source when located in Dong Thap, a province in the Mekong River Delta with the most favorable natural conditions for farming fresh pangasius fish with 8 areas to farm pangasius fish with total space of 136.5 hectares, providing 34% of fresh fish demand. Vinh Hoan's products are eligible to be exported to countries in the world such as the US and EU, the most difficult markets in exporting food. The company is now becoming a reputed brand in Vietnam and the world. In 2014, Vinh Hoan achieved good business results. Net sales increased 23.5% over the previous year, reached VND 6,292 billion. Revenue from financial operations grew strongly over the previous year, reached VND 238 billion, equivalent to 2.55 times higher than the performance of 2013. As a result, profitability was fairly high, reached nearly VND 463 billion, equivalent to 266% of the results implemented in 2013.

TỔNG CÔNG TY KHÁNH VIỆT / KHANH VIET CORPORATION

Địa chỉ: 84 Hùng Vương - Phường Lộc Thọ - TP. Nha Trang - Tỉnh Khánh Hoà
 Tel/Fax: 058-3526790 / 058-3524221
 Email: tochuchctct@khatoco.com
 Website: www.khatoco.com
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 120 (Bảng 1); 74 (Bảng 2)
 MST: 4200486169

Với 29 đơn vị thành viên bao gồm 11 đơn vị hạch toán phụ thuộc, 9 công ty con và 9 công ty liên kết, Khatoco hoạt động kinh doanh đa ngành nghề với địa bàn hoạt động rộng khắp cả nước. Trong đó, ngành công nghiệp thuốc lá là ngành hoạt động sản xuất kinh doanh chính đóng góp phần lớn doanh thu, lợi nhuận và nộp ngân sách của Tổng công ty. Trong ngành thuốc lá Việt Nam, Tổng công ty Khánh Việt là đơn vị đứng thứ 2 về sản lượng và nộp ngân sách nhà nước.

Từ lúc thành lập đến nay, Tổng công ty Khánh Việt đã không ngừng lớn mạnh và phát triển về doanh thu, tài sản, vốn chủ sở hữu. Tính đến cuối năm 2014, theo số liệu báo cáo hợp nhất, tổng doanh thu của Tổng công ty đạt 9.201 tỷ đồng, tổng tài sản đạt 4.380 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu đạt 2.376 tỷ đồng.

Trong thời gian tới, Tổng công ty Khánh Việt tập trung đầu tư vào những lĩnh vực ngành nghề kinh doanh mà Tổng công ty đang có thế mạnh, địa phương có lợi thế về tiềm năng như công nghiệp thuốc lá, ngành chăn nuôi đa điều, cá sấu, ngành du lịch. Mục tiêu hướng tới là trở thành tập đoàn kinh tế mạnh, hoạt động đa ngành, trong đó từng ngành phần đầu nằm trong top đầu của khu vực miền Trung và trên phạm vi cả nước về quy mô hoạt động lẫn hiệu quả kinh doanh.

Address: 84 Hung Vuong - Loc Tho Ward - Nha Trang City - Khanh Hoa Province
 Tel/Fax: 058-3526790 / 058-3524221
 Email: tochuchctct@khatoco.com
 Website: www.khatoco.com
 Ranking in V1000 (2015): 120 (List 1); 74 (List 2)
 Tax Code: 4200486169

With 29 unit members including 11 dependent accounting units, 9 subsidiaries and 9 associate companies, Khatoco operates in multi-disciplinary activities with nationwide business scale. In particular, tobacco industry is the core business, contributing the largest amount to revenue, profit and budget of the Corporation. In terms of Vietnam's tobacco industry, Khanh Viet Corporation is the 2nd unit in terms of output and state budget contribution.

Since its establishment, Khanh Viet corporation has continuously grown and developed in revenue, assets and equity. By the end of 2014, according to the consolidated report, the total revenue of the corporation reached VND 9,201 billion, total assets reached VND 4,380 billion and equity reached VND 2,376 billion.

In the future, Khanh Viet Corporation is focusing on investing in the field of business which the corporation has advantages and the local has potential such as tobacco industry, ostrich, crocodile raising industry and tourism. Its goal is to become a strong economic group with multi-disciplinary activities in which each one strives to be among the top of operation scale and business efficiency in the Central region and in the country.

CÔNG TY XI MĂNG CHINFON / CHINFON CEMENT CORPORATION

Địa chỉ: Thị trấn Minh Đức - Huyện Thuỷ Nguyên - TP. Hải Phòng
 Tel/Fax: 031-3875480 / 031-3875478
 Email: N.A
 Website: http://www.cfc.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 123 (Bảng 1); 112 (Bảng 2)
 MST: 0200110200

Chinfon được đánh giá là một trong những nhà sản xuất xi măng hàng đầu ở Việt Nam với 2 dây chuyền sản xuất có công suất lên đến 9.200 tấn clinker/ngày, 3.900.000 tấn xi măng/năm. Chinfon hiện là một trong những doanh nghiệp FDI hoạt động hiệu quả nhất tại Việt Nam. Ngoài việc tập trung nâng cao năng lực sản xuất, Chinfon còn chú trọng đầu tư, xây dựng các chương trình quản lý môi trường. Nhờ có nguồn nguyên liệu với chất lượng tốt, trang thiết bị hiện đại, tiên tiến, đội ngũ cán bộ, công nhân viên lành nghề, chất lượng xi măng của Chinfon ngày càng khẳng định được vị thế của mình không chỉ trong nước mà trên cả thị trường khu vực.

Address: Trang Kenh - Minh Duc Township - Thuy Nguyen District - Hai Phong City
 Tel/Fax: 031-3875480 / 031-3875478
 Email: N.A
 Website: http://www.cfc.vn
 Ranking in V1000 (2015): 123 (List 1); 112 (List 2)
 Tax Code: 0200110200

Chinfon is evaluated to be one of the leading cement manufacturers in Vietnam with 2 production lines and the capacity up to 9,200 tons of clinker per day and 3.9 million tons of cement per year. Chinfon is now one of the most efficient FDI enterprises in Vietnam. In addition to paying attention to enhancing production capability, Chinfon also focuses on investment and development of environmental management programs. Thanks to its high quality of raw material resources, modern equipment and machines and professional staff, Chinfon cement has gradually affirmed its position in both domestic and regional markets.

CÔNG TY TNHH MTV APATIT VIỆT NAM / VIETNAM APATITE LIMITED COMPANY

Địa chỉ: Phường Pom Hân - TP. Lào Cai - Tỉnh Lào Cai
Tel/Fax: 020-3852252 / 020-3852399
Email: vinaapaco@vinaapaco.com
Website: www.vinaapaco.com
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 198 (Bảng 1); 47 (Bảng 2)
MST: 5300100276

Address: Pom Han Ward - Lao Cai City - Lao Cai Province
Tel/Fax: 020-3852252 / 020-3852399
Email: vinaapaco@vinaapaco.com
Website: www.vinaapaco.com
Ranking in V1000 (2015): 198 (List 1); 47 (List 2)
Tax Code: 5300100276

Với bề dày 60 năm xây dựng và phát triển, Công ty Apatit Việt Nam luôn là đơn vị dẫn đầu Tập đoàn hóa chất Việt Nam về khai thác, chế biến khoáng sản, đóng góp lớn vào sự phát triển Kinh tế - Xã hội của đất nước. Hiện nay, công ty có năng lực sản xuất quặng Apatit các loại đạt trên 2,5 triệu tấn/năm, sản xuất phân bón NPK trên 30.000 tấn/năm, sản xuất fenspat, cao lin, phụ gia các loại trên 40.000 tấn/năm, sản xuất photpho vàng trên 10.000 tấn/năm. Trong thời gian tới, công ty tiếp tục đầu tư phát triển trên cơ sở tập trung 3 nội dung. Một là, tiếp tục thăm dò, khai thác và tuyển làm giàu quặng Apatit, đáp ứng đầy đủ quặng Apatit cho nền kinh tế quốc dân. Hai là, tập trung đầu tư hiện đại hóa thiết bị nâng cao hiệu quả và chất lượng sản phẩm quặng Apatit, đầu tư chế biến các sản phẩm có chất lượng và giá trị kinh tế cao từ quặng Apatit như axit photpho rich, phân DAP, phân bón chất lượng cao, thức ăn gia súc và hóa chất tiêu dùng cao cấp khác. Ba là, đầu tư tài chính và liên kết thực hiện đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa sở hữu các ngành nghề như khai thác, chế biến khoáng sản, sản xuất DAP, sản xuất photpho vàng... Mục tiêu thực hiện chủ trương của tỉnh Lào Cai và Tập đoàn công nghiệp hóa chất Việt Nam là xây dựng tại Lào Cai cụm công nghiệp thăm dò, khai thác, chế biến quặng Apatit nhằm sử dụng hợp lý, tiết kiệm, có hiệu quả tài nguyên Apatit phục vụ phát triển kinh tế quốc dân.

With a long history of 60 years of construction and development, Vietnam Apatite Company has always been a leading unit of Vietnam Chemical Corporation in mining, mineral processing, making great contributions to the economic development of the social and economical of the country. Currently, the company has apatite production capacity of all kinds of over 2.5 million tons/year, produces 30,000 tons NPK/year, produces feldspar, kaolin, additives of all kinds over 40,000 tons/year, produces yellow phosphorus of 10,000 tons/year. In the coming time, the company has continued to invest in development on the basis of concentration 3 contents. Firstly, continuing exploration, mining and processing apatite to fully meet the national economy's demand. Secondly, focusing on investment to modernize equipment and improve the efficiency of apatite product quality, investment to processing products with quality and high economic value such as acid from phosphoric, DAP fertilizer, high-quality fertilizer, animal feed and premium consumption chemicals. Thirdly, financial investment and association implementing product diversification, diversification of ownership as mining industries, mineral processing, production of DAP, yellow phosphorus production, etc. The objective of implementing Lao Cai provincial policy and Chemical Industry Corporation of Vietnam is building in Lao Cai an industrial cluster for exploring, mining and processing apatite to use rationally, economically and efficiently Apatite resource for national economic development.

CÔNG TY CP CÔNG NGHIỆP NHỰA PHÚ LÂM / FULIN PLASTIC INDUSTRY JSC

Địa chỉ: Km 9 Đường Phạm Văn Đồng - Phường Hải Thành - Quận Dương Kinh - TP. Hải Phòng
Tel/Fax: 031-3860399 / 031-3860373
Email: N.A
Website: N.A
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 205 (Bảng 1); 214 (Bảng 2)
MST: 0200109445

Address: Km 9 Pham Van Dong Road - Hai Thanh Ward - Duong Kinh District - Hai Phong City
Tel/Fax: 031-3860399 / 031-3860373
Email: N.A
Website: N.A
Ranking in V1000 (2015): 205 (List 1); 214 (List 2)
Tax Code: 0200109445

Công ty CP công nghiệp nhựa Phú Lâm chuyên sản xuất các mặt hàng vải giả da đặc, giả da, màng nhựa PVC, vải không dệt PP cung cấp cho các nhà xưởng để sản xuất ghế sofa, áo mưa, cặp túi, giày dép, đồ gia dụng... Hiện Phú Lâm là xưởng sản xuất vải giả da PVC lớn nhất, chất lượng tốt nhất tại Việt Nam. Đa dạng hóa sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng là mục tiêu nỗ lực lâu dài của công ty, đặc biệt, thông qua việc thành lập chi nhánh tại KCN Đồng Nai, công ty có thể đáp ứng được nhu cầu lớn của các nhà xưởng sản xuất gia công. Các sản phẩm của Công ty ngày càng tinh tế hơn, phù hợp hơn, đáp ứng sự kỳ vọng của khách hàng.

Fulin Plastic Industry JSC specializes in manufacturing leatherette, PVC film, PP unweaved fabric to provide workshops to produce sofa, rain coat, briefcase bag, shoes, home appliance... At present, Fulin is the largest and most qualified PVC leatherette manufacturer in Vietnam. Diversifying product items to satisfy customer's need is the company's long-term goal. In particular, opening a brand in Dong Nai Industrial Park helps the company to meet the huge demands of processing workshops. The company's products are more and more sophisticated and consistent, meeting customer's expectation.

CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY TÂN SƠN NHẤT (SASCO) / SOUTHERN AIRPORTS SERVICES JSC (SASCO)

Địa chỉ: Sân bay Quốc tế Tân Sơn Nhất - Phường 02 - Quận Tân Bình - TP. Hồ Chí Minh
 Tel/Fax: 08-38448358 / 08-38447812
 Email: sasco@sasco.com.vn
 Website: www.saigonairport.com
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 226 (Bảng 1); 407 (Bảng 2)
 MST: 0301123125

Address: Tan Son Nhat International Airport - Ward 2 - Tan Binh District - Ho Chi Minh City
 Tel/Fax: 08-38448358 / 08-38447812
 Email: sasco@sasco.com.vn
 Website: www.saigonairport.com
 Ranking in V1000 (2015): 226 (List 1); 407 (List 2)
 Tax Code: 0301123125

Qua 22 năm hoạt động, Công ty SASCO được đánh giá là một trong những đơn vị đạt hiệu quả cao trong sản xuất kinh doanh của Tổng Công ty Cảng Hàng không Việt Nam. Đồng thời SASCO còn được đánh giá là doanh nghiệp nhà nước có tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao và ổn định. Thương hiệu SASCO là thương hiệu có uy tín và chính phục được đông đảo khách hàng, đối tác trong và ngoài nước nhờ các sản phẩm dịch vụ chất lượng trong nhiều lĩnh vực. Liên tục từ năm 2007 đến nay, SASCO được xếp hạng trong Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam.

Throughout 22 years of operation, SASCO has been considered as one of the units with high efficiency in services and trading business of Airports Corporation of Vietnam (ACV). Likewise, SASCO is also evaluated as an enterprise with a high and stable average growth rate. SASCO's brand is a reputable one pleasing numerous domestic and foreign customers and partners thanks to its high-quality services in many business fields. Continuously from 2007 to the present, SASCO has been ranked the top 500 largest enterprises in Vietnam.

Là đơn vị kinh doanh dịch vụ phi hàng không chủ lực tại sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, SASCO luôn khẳng định vị thế của doanh nghiệp hàng đầu có tiềm lực - thương hiệu vững mạnh với chuỗi hệ thống dịch vụ thương mại sân bay tiêu chuẩn, đáp ứng nhu cầu phục vụ hàng triệu lượt hàng khách. Bên cạnh thị trường mục tiêu, SASCO phát huy thế mạnh, năng lực đa phương hóa phương thức hoạt động và ngành nghề kinh doanh, mở rộng thị trường ra bên ngoài ngành hàng không và nước ngoài, tạo thế phát triển cân bằng, vững chắc.

As a key business unit trading in non-aviation services at Tan Son Nhat international airport, SASCO has always affirmed its position of potential leading business and strong brand with a chain of standardized airport services and trading system, satisfying the needs of millions of passengers. Beside the target markets, SASCO also enhances its strength and capability of diversifying operation mode and business lines, and expands into outside markets of non-aviation sector and foreign countries for a steady and sustainable development.

TẬP ĐOÀN VINGROUP - CTCP / VINGROUP JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Số 7 Đường Bằng Lăng 1, KĐT Sinh Thái Vinhomes Riverside - Phường Việt Hưng - Quận Long Biên - TP. Hà Nội
 Tel/Fax: 04-39749999 / 04-39748888
 Email: info@vingroup.net
 Website: www.vingroup.net
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 274 (Bảng 1); 7 (Bảng 2)
 MST: 0101245486

Address: No. 7 Bang Lang 1, Vinhomes Riverside - Viet Hung Ward - Long Bien District - Hanoi
 Tel/Fax: 04-39749999 / 04-39748888
 Email: info@vingroup.net
 Website: www.vingroup.net
 Ranking in V1000 (2015): 274 (List 1); 7 (List 2)
 Tax Code: 0101245486

Trên tinh thần phát triển bền vững và chuyên nghiệp, sau khi thành lập, Vingroup đã cơ cấu lại và tập trung phát triển trên nhiều lĩnh vực như Bất động sản với các thương hiệu Vinhomes, Vincom và Vincom Mega Mall, Vincom Office; Du lịch nghỉ dưỡng - vui chơi giải trí với các thương hiệu Vinpearl Resort và Vinpearl Luxury, Vinpearl Land, Vinpearl, Vinpearl Golf Club; Bán lẻ với các thương hiệu VinMart, VinFashion, VinDS, VinPro và A Đây Rồi. Bên cạnh ba lĩnh vực nói trên, Vingroup tiếp tục mở rộng và phát triển sang các lĩnh vực quan trọng khác với mục tiêu nâng cao chất lượng sống tại Việt Nam như Y tế, Giáo dục và Nông nghiệp. Trong mọi lĩnh vực hoạt động, Vingroup đều chứng tỏ được vai trò tiên phong, đón đầu các xu hướng tiêu dùng mới, đem đến cho thị trường những sản phẩm và dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế và những trải nghiệm hoàn toàn mới mang phong cách sống hiện đại. Với những nỗ lực và sự sáng tạo không ngừng nghỉ, chỉ trong một thập niên, Vingroup tự hào đã vươn lên vị trí của một trong những tập đoàn kinh tế tư nhân hàng đầu Việt Nam, đứng thứ 4 trong bảng xếp hạng Top 500 doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam 2014 (VNR500).

Emphasizing on sustainable and professional development, Vingroup has reformed its structure and initially focused investments on fields: real estate with brands of Vinhomes, Vincom, Vincom Mega Mall and Vincom Office; tourism and entertainment with brands of Vinpearl Resort, Vinpearl Luxury, Vinpearl Land, Vinpearl and Vinpearl Golf Club; supermarket and retail market with brands of VinMart, VinFashion, VinDS, Vin Pro and A Đây Rồi. Apart from three mentioned fields, Vingroup continues expanding its operation into other important industries such as healthcare, education and agriculture in order to improve the living condition in Vietnam. In all business activities, Vingroup proves its pioneer role in leading consumer trends introducing Vietnamese consumers to international standard products and services and new and modern life-style experience. With these efforts and achievements, just in a decade, Vingroup is proud to be one of the nation's leading private enterprises, ranked 4th in Top 500 largest private enterprises in Vietnam 2014 (VNR500).

CÔNG TY CP PHÂN BÓN BÌNH ĐIỂN / BINH DIEN FERTILIZER JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: C12/21 Quốc Lộ 1A - Xã Tân Kiên - Huyện Bình Chánh - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-37561191 / 08-37560686
Email: phanbon@binhdien.com
Website: www.binhdien.com
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 297 (Bảng 1); 200 (Bảng 2)
MST: 0302975517

Address: C12/21 National Route 1A - Tan Kien Commune - Binh Chanh District - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-37561191 / 08-37560686
Email: phanbon@binhdien.com
Website: www.binhdien.com
Ranking in V1000 (2015): 297 (List 1); 200 (List 2)
Tax Code: 0302975517

Sau hơn 40 năm thành lập và phát triển, đến nay, Công ty Bình Điển với thương hiệu "Phân bón Đầu Trâu" trở thành một trong những doanh nghiệp dẫn đầu ngành sản xuất phân bón của cả nước về năng suất, tham gia bình ổn thị trường phân bón trong nước. Thị trường của công ty những ngày mới thành lập chỉ tập trung ở một vài tỉnh, nay đã mở rộng ra không những cả nước mà còn là nhà sản xuất phân bón Việt Nam tiên phong tham gia vào thị trường một số nước lân cận như Campuchia, Myanmar, Thái Lan, Lào với kim ngạch xuất khẩu trên 50 triệu USD/năm. Năm 2014 là một năm khá thành công với Công ty CP phân bón Bình Điển. Điều này thể hiện qua sản lượng sản xuất 670.213 tấn, đạt 104,39% kế hoạch; giá trị sản xuất công nghiệp đạt gần 2.045 tỉ đồng. Tổng doanh thu đạt 6.426 tỷ đồng, đạt 96,78% kế hoạch; lợi nhuận trước thuế đạt 367 tỷ đồng. Đặc biệt, thu nhập bình quân của người lao động đạt mức 12,8 triệu đồng/người/tháng.

After more than 40 years of formation and development, up to now, Binh Dien company with trademark of "Dau Trau Fertilizer" has become one of leading enterprises in manufacturing fertilizer in Vietnam in terms of capacity, contributed to stabilizing national fertilizer market. The company's market at the beginning days of foundation only focused on some provinces, now, is expanded nationwide. Moreover, the company is the first fertilizer manufacturer in Vietnam entering neighboring markets such as Cambodia, Myanmar, Thailand, Laos with export turnover of more than USD 50 million/year. 2014 was quite successful year of the company. That was shown through the production output of 670,213 tons, reached 104.39% of plan; industrial production value reached nearly VND 2,045 billion. Total revenue was VND 6,426 billion, reached 96.78% of the plan; profit before tax was VND 367 billion. Especially, the average income of workers was VND 12.8 million per worker per month.

CÔNG TY CP HỮU HẠN VEDAN VIỆT NAM / VEDAN JSC

Địa chỉ: Quốc lộ 51 - ấp 1A - Xã Phước Thái - Huyện Long Thành - Tỉnh Đồng Nai
Tel/Fax: 061-3825111 / 061-3825138
Email: vngm@vedaninternational.com
Website: http://www.vedan.com.vn/
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 306 (Bảng 1); 299 (Bảng 2)
MST: 3600239719

Address: National Route 51 - Hamlet 1A - Phuoc Thai Commune - Long Thanh District - Dong Nai Province
Tel/Fax: 061-3825111 / 061-3825138
Email: vngm@vedaninternational.com
Website: http://www.vedan.com.vn/
Ranking in V1000 (2015): 306 (List 1); 299 (List 2)
Tax Code: 3600239719

Từ khi thành lập tại xã Phước Thái - Long Thành - Đồng Nai, cho đến nay, Công ty Vedan Việt Nam đã mở rộng đầu tư phát triển các cơ sở chi nhánh tại các tỉnh thành trong cả nước. Trong quá trình mở rộng quy mô đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh, Vedan Việt Nam cũng đã tạo dựng một loạt hệ thống đại lý và các kênh phân phối tiêu thụ rộng lớn. Trên thị trường quốc tế, Vedan Việt Nam là nhà sản xuất tiên tiến hàng đầu tại khu vực Châu Á trong lĩnh vực sử dụng công nghệ sinh học, công nghệ lên men sản xuất ra các sản phẩm Axit Amin, chất điều vị thực phẩm, tinh bột, tinh bột biến đổi, chất phụ gia thức ăn chăn nuôi và các sản phẩm cung ứng cho các ngành công nghiệp khác. Cho đến nay, xét toàn diện, công ty đã đạt được hiệu quả sơ bộ, đồng thời đã tạo dựng được nền tảng vững chắc cho việc phát triển tại Việt Nam. Bên cạnh đó, công ty luôn chú trọng thiết lập các hệ thống quản lý về an toàn, sức khỏe, môi trường và hóa nghiệm, hệ thống thiết bị xử lý nước thải hiện đại để bảo vệ môi trường cũng như tạo nền tảng phát triển vững chắc.

Since being founded in Phuoc Thai Commune - Long Thanh district - Dong Nai Province, up to now, Vedan Vietnam Company has invested, developed, enlarged and established branches in provinces and cities across the country. In the process of enlarging its scale of trade-production development and investment, Vedan Vietnam has also set up a range of dealers and distribution channels for consumption in the whole country. In the world market, Vedan Vietnam is one of the leading advanced producers in Asia applying biotechnology and fermentation technology to produce products such as amino acid, food flavor enhancers, starch, additives, animal feed and supply products for other industries. Up to now, the company has gained achievements and built a solid foundation for development in Vietnam. Besides, the company always pays attention to establishing management systems of safety, health, environment and testing chemistry and modern wastewater treatment system to protect the environment and build the solid basis.

CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VCN / VCN INVESTMENT JSC

Địa chỉ: Tòa nhà VCN đường A1 - KĐT Vĩnh Diêm Trung - Xã Vĩnh Hiệp - TP. Nha Trang - Tỉnh Khánh Hòa
 Tel/Fax: 058-6254125 / 058-6254025
 Email: info@vcn.vn
 Website: www.vcn.vn
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 364 (Bảng 1); 281 (Bảng 2)
 MST: 4200644489

Address: VCN Building - Road A1 - Vinh Diem Trung Industrial Park - Vinh Hiep Commune - Nha Trang City - Khanh Hoa Province
 Tel/Fax: 058-6254125 / 058-6254025
 Email: info@vcn.vn
 Website: www.vcn.vn
 Ranking in V1000 (2015): 364 (List 1); 281 (List 2)
 Tax Code: 4200644489

Trong 08 năm xây dựng và trưởng thành, VCN đã có những nỗ lực và ngày càng khẳng định được năng lực, uy tín và thương hiệu của mình tại TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa. Đến nay, công ty có 08 phòng Ban chức năng, 01 Sàn Giao dịch Bất động sản. Ngoài ra còn có các công ty thành viên: Công ty CP Bê Tông VCN; Công ty Phát triển đô thị VCN; Công ty Xây dựng VCN; Công ty CP Đầu tư & Tư vấn công nghệ xây dựng Archivina. Các công ty thành viên hiện đang đảm nhiệm thiết kế, thi công các hạng mục hạ tầng kỹ thuật, các công trình kiến trúc của các dự án do công ty làm chủ đầu tư xây dựng. Với số vốn điều lệ 60 tỷ đồng, tổng giá trị tài sản hiện nay lên tới khoảng 700 tỷ đồng, hàng năm công ty đều nộp ngân sách nhà nước vượt chỉ tiêu đề ra. Ba năm liên tục (năm 2012, 2013, 2014) đều đứng trong top 1000 doanh nghiệp nộp thuế thu nhập doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam và hai năm liên tục đứng trong top 500 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam. Tầm nhìn rộng, chiến lược rõ ràng, sự đoàn kết, kinh nghiệm và quyết tâm của tập thể CBNV, Công ty CP Đầu Tư VCN hứa hẹn ngày càng phát triển, thịnh vượng trong tương lai.

In 08 years of construction and development, VCN has made efforts and reaffirmed the capacity, credibility and brand in Nha Trang city, Khanh Hoa province. Up to the present, the company has 08 functional departments, 01 Real Estate Exchange. There are also some member companies: VCN Concrete JSC; VCN Urban Development Company; VNC Construction Company; Archivina Investment and Construction Technology Consultants JSC. The member companies currently undertake the designation and construction of technical infrastructure works, the structure of the projects of the company as a procuring agency. With the chartered capital of VND 60 billion, total current assets of about VND 700 billion, every year, the company contributes to State budget exceeded the targets. For three consecutive years (2012, 2013, 2014), the company is always in the top of 1000 enterprises of tax contribution in Vietnam and two consecutive years in the top 500 fastest growing companies in Vietnam. With broad vision, clear strategy, unity, experience and determination of the staff, VCN Investment JSC is expected to be more and more developmental, and prosperous in the future.

NGÂN HÀNG TMCP NAM Á / NAM A COMMERCIAL JOINT STOCK BANK

Địa chỉ: 201 - 203 Cách Mạng Tháng 8 - Phường 04 - Quận 3 - TP. Hồ Chí Minh
 Tel/Fax: 08-39296699 / 08-39296688
 Email: namabank@namabank.com.vn
 Website: http://namabank.com.vn/
 Thứ hạng BXH V1000 (2015): 368 (Bảng 1); 320 (Bảng 2)
 MST: 0300872315

Address: 201 - 203 Cách Mạng Tháng 8 - Ward 4 - District 3 - Ho Chi Minh City
 Tel/Fax: 08-39296699 / 08-39296688
 Email: namabank@namabank.com.vn
 Website: http://namabank.com.vn/
 Ranking in V1000 (2015): 368 (List 1); 320 (List 2)
 Tax Code: 0300872315

Từ những ngày đầu hoạt động, Ngân hàng chỉ có 3 chi nhánh với số vốn điều lệ 5 tỷ đồng và gần 50 cán bộ nhân viên. Đến nay, qua những chặng đường phấn đấu đầy khó khăn và thách thức, Ngân hàng Nam Á đã không ngừng lớn mạnh, có mạng lưới gồm hơn 50 địa điểm giao dịch trên cả nước. So với năm 1992, vốn điều lệ hiện nay tăng gấp 600 lần, số lượng cán bộ nhân viên tăng gấp 20 lần, phần lớn là cán bộ trẻ, nhiệt tình được đào tạo chính quy trong và ngoài nước, có năng lực chuyên môn cao. Tính đến hết tháng 12/2014, tổng tài sản của Nam A Bank đạt 37.293 tỷ đồng, vượt 7% kế hoạch năm, huy động vốn của Nam A Bank đạt 33.481 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 90% tổng tài sản, vượt 13% kế hoạch năm, dư nợ cho vay của Ngân hàng tính đến cuối năm 2014 là 16.629 tỷ đồng, trong đó cho vay ngắn hạn 8.671 tỷ (chiếm 52% dư nợ cho vay) và cho vay trung dài hạn 7.958 tỷ (chiếm 48% dư nợ cho vay), lợi nhuận trước thuế đạt, trên 242 tỷ đồng. Về kế hoạch kinh doanh năm 2015, ngân hàng đã đặt ra chỉ tiêu nâng tổng tài sản lên 40.000 tỷ đồng, tăng 7% so với 2014, huy động vốn tăng 16%, tín dụng tăng trưởng 26%. Lợi nhuận trước thuế tăng lên 360 tỷ đồng và duy trì nợ xấu ở dưới 3% trên tổng dư nợ.

From the first days of operation, the Bank has only 3 branches with a charter capital of VND 5 billion and nearly 50 employees. Now, through the striving way with many difficulties and challenges, Nam A Bank has not stopped growing, has a network of over 50 transaction points across the country. Compared with 1992, the current charter capital increased 600 times, the number of employees increased by 20 times, mostly are young staff with enthusiasm and formal education at home and abroad, and high professional capabilities. At the end of December 2014, the total assets of the Bank reached VND 37,293 billion, exceeded 7% of the plan, capital mobilization of the Bank reached VND 33,481 billion, accounted for 90% of total assets, exceeded 13% of the plan, outstanding loans of the Bank at the end of 2014 was VND 16,629 billion, in which, short term loan was VND 8,671 billion (52% of total loans) and long-term loans was VND 7,958 billion (accounted for 48% of total loans), pretax profit was over VND 242 billion. With the business plan in 2015, the bank has set a target of raising total assets to VND 40,000 billion, up 7% compared with 2014, increasing capital mobilization of 16%, credit growth of 26%. Profit before tax will increase to VND 360 billion and maintain bad debt below 3% of total loans.

CÔNG TY CP TÔN ĐÔNG Á / TON DONG A CORPORATION

Địa chỉ: Số 5 Đường số 5 - KCN Sóng Thần 1 - Thị xã Dĩ An - Huyện Dĩ An - Tỉnh Bình Dương
Tel/Fax: 0650-3732575 / 0650-3790420
Email: info@tondonga.com.vn
Website: www.tondonga.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 912 (Bảng 1); 994 (Bảng 2)
MST: 3700255880

Address: No. 5 Road 5 - Song Than 1 Industrial Park - Di An Town - Di An District - Binh Duong Province
Tel/Fax: 0650-3732575 / 0650-3790420
Email: info@tondonga.com.vn
Website: www.tondonga.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 912 (List 1); 994 (List 2)
Tax Code: 3700255880

Tôn Đông Á là đơn vị chuyên sản xuất tôn mạ kẽm, tôn mạ màu và tôn mạ hợp kim nhôm kẽm (tôn lạnh) phục vụ cho ngành xây dựng công nghiệp và dân dụng. Với hai nhà máy tại Sóng Thần 1 và Thủ Dầu Một, Tôn Đông Á hiện có 2 dây chuyền mạ nhôm kẽm với công nghệ lò ủ NOF, 3 dây chuyền mạ màu, 1 dây chuyền tẩy rỉ và 1 dây chuyền cán nguội; tất cả các dây chuyền được vận hành và quản lý bởi hệ thống quản lý của Tổng Đông Á được cấp chứng chỉ ISO 9001-2008, có khả năng cung cấp sản lượng thép mạ lên đến 350.000 tấn/năm. Đến nay, Tôn Đông Á đã xây dựng và phát triển một mạng lưới phân phối rộng khắp trải dài từ Bắc vào Nam và đã xuất khẩu ổn định vào các nước ASEAN như: Lào, Campuchia, Indonesia, Thái Lan, Malaysia, Singapore, các nước Châu Phi, Trung Đông. Đặc biệt đầu năm 2015, Tôn Đông Á đã xuất thành công những lô hàng đầu tiên vào thị trường Mỹ, thị trường khó tính và tiềm năng hàng đầu trên thế giới, đánh dấu bước ngoặt phát triển không ngừng của Tôn Đông Á.

Ton Dong A Corporation majors in galvanized steel sheet, color coated steel sheet, galvalum steel sheet for industrial and civil construction. With 2 factories located in Song Than 1 Industrial Park and Thu Dau Mot City, Ton Dong A currently has 2 galvalum coil coating lines with NOF technology, 3 color coil coating lines, 1 rust removing line and 1 cold rolling line. Whole production activities are managed under the standard of ISO 9001-2008 with total capacity up to 350,000 metric tons per year. The company has built and developed a distribution network spreading from the North to the South of Vietnam. Additionally, Ton Dong A's products have been exported to not only ASEAN countries such as Laos, Cambodia, Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapore but also Africa and the Middle East. Particularly in the early 2015, the first shipment of Ton Dong A entered the U.S, the leading strict and potential market, marking ongoing development of Ton Dong A.

CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CẢNG ĐÌNH VŨ / DINH VU PORT DEVELOPMENT AND INVESTMENT JSC

Địa chỉ: Cảng Đình Vũ - Phường Đông Hải 2 - Quận Hải An - TP. Hải Phòng
Tel/Fax: 031-3769955 / 031-3769946
Email: N.A
Website: www.dinhvuport.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 1000 (Bảng 1); 949 (Bảng 2)
MST: 0200511481

Address: Dinh Vu Port - Dong Hai 2 Ward - Hai An District - Hai Phong City
Tel/Fax: 031-3769955 / 031-3769946
Email: N.A
Website: www.dinhvuport.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 1000 (List 1); 949 (List 2)
Tax Code: 0200511481

Ngày 19/12/2002, Đại hội đồng cổ đông lần thứ nhất thông qua điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty, đánh dấu sự ra đời của Công ty CP Đầu tư và Phát triển cảng Đình Vũ. Cảng Đình Vũ là một bến cảng của Cảng cửa ngõ quốc tế Hải Phòng, đóng vai trò là cảng trung chuyển hàng hóa quan trọng của toàn khu vực phía Bắc Việt Nam, phía Nam Trung Quốc và khu vực Đông Nam Á. Với vị trí đắc địa, gần cửa sông Bạch Đằng, hiện có luồng vào cảng khá rộng (trên 100m), độ sâu trước bến luôn đạt - 8,7 m, Cảng Đình Vũ có nhiều lợi thế so với các cảng khác trong khu vực, thu hút nhiều khách hàng, tàu trọng tải lớn vào cập cảng. Nhờ sự lãnh đạo sáng suốt của ban lãnh đạo cùng với sự nỗ lực của toàn thể CBCNV, Cảng Đình Vũ đã đạt được những bước tăng trưởng nhảy vọt, tạo được uy tín và thương hiệu trong nước và quốc tế. Với tư duy chiến lược sáng suốt, đội ngũ lãnh đạo giàu kinh nghiệm và sự quyết tâm cao của toàn thể CBCNV, Cảng Đình Vũ đã và đang tiến tới mục tiêu trở thành cảng container chuyên nghiệp, hiện đại, có vị thế dẫn đầu khu vực miền Bắc. Điều này là cơ sở vững chắc cho những quyết sách phát triển theo chiều sâu và chiều rộng, mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ sau cảng, nhằm tận dụng tối đa nguồn lực, lợi thế của cảng, tối đa hóa lợi nhuận, tạo ra những bước tăng trưởng tiếp theo.

On December 19, 2002, the shareholders approved the company's organization and operation at the first General Shareholder's Meeting, marking the birth of Dinh Vu Port Investment and Development JSC. Dinh Vu Port is a port of Hai Phong international gateway, playing an important role in trans - shipping goods in the North of Vietnam, the South of China and Southeast Asia. With a prime location which is close to Bach Dang River with larger water flow (over 100 meters) and the depth at berth is at - 8.7 m, Dinh Vu Port has many advantages compared to other ports in the region, attracting many customers and vessels with large tonnage. Thanks to the wise leadership of the director board along with the efforts of all staff, Dinh Vu Port has achieved dramatic growth, creating its reputation and brand in the country and the world. With wise strategies, experienced leaders and strong determination of all staffs, Dinh Vu Port has been trying to reach the goal of becoming the leading professional modern container port in Northern region. This is a solid basis for the decision to develop in depth and width, expand its business in the field of after - port services in order to make use of resources and advantages of the port, maximize profits, pave the way for further growth.

CÔNG TY CP ĐỊA ỐC PHÚ LONG / PHU LONG REAL ESTATE CORPORATION

Địa chỉ: D2-19 KP Mỹ Hưng 2 - Phường Tân Phong - Quận 7 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-62915858 / 08-54121717
Email: info@phulong.com
Website: www.phulong.com
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 789 (Bảng 2)
MST: 0303739921

Address: D2-19 My Hung 2 Quarter-Tan Phong Ward-District 1-Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-62915858 / 08-54121717
Email: info@phulong.com
Website: www.phulong.com
Ranking in V1000 (2015): 789 (List 2)
Tax Code: 0303739921

Thành lập từ năm 2005, Công ty Cổ phần Địa ốc Phú Long đã đạt được nhiều thành quả đáng kể, khẳng định uy tín thương hiệu đồng thời tạo nên những dấu ấn tốt đẹp trong lòng khách hàng cùng các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

Established in 2005, Phu Long Real Estate Joint Stock Company has achieved significant successes, affirm the credibility of the brand and create a good impression with domestic as well as foreign customers and investors.

Chủ đầu tư Phú Long cùng các cổ đông tâm huyết luôn cam kết đồng hành cùng khách hàng, xây dựng những sản phẩm tốt nhất cho mỗi căn nhà của khách hàng sau đầu tư, luôn gia tăng giá trị thông qua phương pháp quản lý chuyên nghiệp, được quảng bá rộng rãi và luôn mang trách nhiệm cao nhất với cộng đồng trong những công tác môi trường và an sinh xã hội. Hướng tới dòng sản phẩm dịch vụ cao cấp, Phú Long tự hào về những ưu thế nổi bật: Tiềm lực tài chính vững mạnh; Tổ chức chuyên nghiệp; Đội ngũ quản lý cấp cao tâm huyết và dày dặn kinh nghiệm; Nguồn nhân lực trẻ, tự tin, năng động, sáng tạo. Phú Long cam kết lấy sự hài lòng của khách hàng làm mục tiêu phấn đấu cho những thành công lớn trong tương lai.

Phu Long and enthusiastic shareholders always commits to accompany with customers, build the best products to each customer's house after investment, add value through professional management method, be widely advertised and always carry the highest responsibility to the community in environmental activities and social welfare. Towards high-end products & services, Phu Long is proud of its outstanding advantages: Strong financial status; Professional organization; An experienced & devoted senior management team; A young, confident, dynamic, creative work force. Phu Long is committed to placing customer satisfaction as its utmost goal, so as to create great success in the future.

CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN ĐÔ THỊ CÔNG NGHIỆP SỐ 2 / NO. 2 INDUSTRIAL URBAN DEVELOPMENT JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: H22 Võ Thị Sáu - Phường Thống Nhất - TP. Biên Hòa - Tỉnh Đồng Nai
Tel/Fax: 061-3818063 / 061-3817768
Email: d2d@d2d.com.vn
Website: www.d2d.com.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 873 (Bảng 2)
MST: 3600259560

Address: H22 Vo Thi Sau - Thong Nhat Ward - Bien Hoa City - Dong Nai Province
Tel/Fax: 061-3818063 / 061-3817768
Email: d2d@d2d.com.vn
Website: www.d2d.com.vn
Ranking in V1000 (2015): 873 (List 2)
Tax Code: 3600259560

D2D hiện được đánh giá là một trong những doanh nghiệp hàng đầu về kinh doanh bất động sản tại tỉnh Đồng Nai thông qua hàng loạt các dự án thành công, điển hình là KCN Nhơn Trạch 2. Đây là KCN được hình thành khá sớm, thu hút vốn đầu tư nước ngoài rất tốt nhờ hạ tầng đồng bộ, hiện đại cũng như vị trí chiến lược. Quan điểm phát triển bền vững, không đầu tư quá mạo hiểm nên trong suốt quá trình hoạt động, tình hình tài chính của D2D luôn vững mạnh. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn hàng năm thấp nhất là 36%.

D2D is considered as one of leading enterprises in the real estate business in Dong Nai province through a series of successful projects, typically Nhon Trach 2 Industrial Zone. Formed quite early, this industrial zone has attracted a lot of foreign investment due to modern and synchronous infrastructure as well as strategic location. Thanks to sustainable development perspective with no highly risk investment, D2D's financial situation remains strong. Annual return on capital is at least of 36%.

CÔNG TY CP XÂY DỰNG VÀ KINH DOANH ĐỊA ỐC HÒA BÌNH / HOA BINH CONSTRUCTION & REAL ESTATE CORPORATION

Địa chỉ: 235 Võ Thị Sáu - Phường 7 - Quận 3 - TP. Hồ Chí Minh
Tel/Fax: 08-39325030 / 08-39325221
Email: info@hbcr.vn
Website: www.hbcr.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 957 (Bảng 2)
MST: 0302158498

Address: 235 Vo Thi Sau - Ward 7 - District 3 - Ho Chi Minh City
Tel/Fax: 08-39325030 / 08-39325221
Email: info@hbcr.vn
Website: www.hbcr.vn
Ranking in V1000 (2015): 957 (List 2)
Tax Code: 0302158498

Công ty CP xây dựng và kinh doanh địa ốc Hòa Bình hiện là một trong những công ty có quy mô lớn và được tin nhiệm trong lĩnh vực thi công xây dựng tại Việt Nam. Với kinh nghiệm lâu năm hoạt động trong lĩnh vực này cũng như khả năng thanh toán lành mạnh công ty đã chiếm được sự tin tưởng của các chủ đầu tư, giành được nhiều lợi thế trong công tác đấu thầu. Trong những năm qua, công ty đã không ngừng cải tiến và hoàn thiện lĩnh vực hoạt động chính. Đồng thời, công ty còn đầu tư sang các lĩnh vực có liên quan khác (sản xuất vật liệu và các dịch vụ trong ngành xây dựng) nhằm phát huy tối đa các nguồn lực và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh đó, công ty cũng tiếp tục phát triển thị trường nước ngoài, đặc biệt là các nước ASEAN theo hướng từng bước chuyển từ vai trò quản lý xây dựng sang vai trò nhà thầu.

Hoa Binh Construction and Real Estate Corporation is one of the large-scale and prestigious companies in the construction field of Vietnam. Along with experiences operating in this industry as well as healthy solvency, the company has gained the trust of investors and advantages in bidding. In the past years, the company continuously improved its major construction. Simultaneously, in order to make full use of its potentials and enhance its business results, the company also invested in related fields like construction material manufacture and construction services. Besides, the company continues to develop the overseas market, especially ASEAN's countries, gradually changing its role from the construction manager to the contractor.

CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN ĐÔ THỊ TỪ LIÊM / TU LIEM URBAN DEVELOPMENT JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Tầng 2A Nhà N09B1 - Khu đô thị mới Dịch Vọng - Quận Cầu Giấy - TP. Hà Nội
Tel/Fax: 04-22214124 / 04-22214134
Email: lideco@lideco.vn
Website: http://www.lideco.vn
Thứ hạng BXH V1000 (2015): 995 (Bảng 2)
MST: 0101533886

Address: Floor 2A Building N09B1 - Dich Vong new urban zone - Cau Giay District - Hanoi
Tel/Fax: 04-22214124 / 04-22214134
Email: lideco@lideco.vn
Website: http://www.lideco.vn
Ranking in V1000 (2015): 995 (List 2)
Tax Code: 0101533886

Tuy mới cổ phần hóa từ năm 2004 nhưng Công ty CP Phát triển Đô thị Từ Liêm đã sớm khẳng định vị thế của mình trên thị trường kinh doanh địa ốc. Hiện tại, Công ty đang chiếm lĩnh một thị phần đáng kể trong ngành địa ốc Việt Nam, xấp xỉ 0,15% tổng giá trị thị trường. Trải qua hơn 40 năm xây dựng, phát triển và trưởng thành, đến nay quy mô tổ chức hoạt động của Công ty đã được nâng lên tầm cao mới và hoạt động theo mô hình Công ty kinh doanh đa ngành nghề. Hiện nay, Công ty đã đầu tư vào các công ty thành viên cho các lĩnh vực chuyên sâu như Tư vấn thiết kế, Xây dựng, đầu tư và phát triển công nghệ môi trường, v.v.

Despite being a newly capitalized company in 2004, Tu Liem Urban Development JSC has soon asserted its position in the real estate market. Currently, the Company is covering a remarkable market share in Vietnam real estate, approximately 0.15% of market value. For over 40 years of development, the company scale has been raised to a new height and they are now operating as a multi-industry company. Currently, the Company has invested in member companies in some areas such as: design consultancy, construction, environmental investment and development, etc.

CHÚC MỪNG SINH NHẬT

CÁC DOANH NGHIỆP HỘI VIÊN CÂU LẠC BỘ VNR QUÝ IV NĂM 2015



01/10/1986
CÔNG TY CP ĐẦU TƯ, THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ - VINACOMIN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 224 - B2



01/10/1992
CÔNG TY CP CÔNG NGHIỆP ĐỒNG HƯNG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 306 - B2



02/10/2004
CÔNG TY CP QUỐC TẾ SAMNEC
VNR500 2014 - Xếp hạng: 140 - B2



02/10/2002
CÔNG TY CP SẢN XUẤT THÉP VINA ONE
VNR500 2014 - Xếp hạng: 281 - B2



04/10/2000
CÔNG TY CỔ PHẦN ĐTK
VNR500 2014 - Xếp hạng: 85 - B2



06/10/1975
CÔNG TY CP DÂY CÁP ĐIỆN VIỆT NAM (CADIVI)
VNR500 2014 - Xếp hạng: 224 - B1



14/10/2004
CÔNG TY TNHH PHÂN PHỐI TIỀN TIẾN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 137 - B2



15/10/1987
CÔNG TY CP SẢN XUẤT NHỰA DUY TÂN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 164 - B2



20/10/1999
CÔNG TY TNHH JAPFA COMFEED VIỆT NAM
VNR500 2014 - Xếp hạng: 149 - B1



04/10/2004
CÔNG TY CỔ PHẦN GIA VIỆT
FAST500 2015 - Xếp hạng: 389 - B2



07/10/2004
CÔNG TY CP TÍNH BỐT SẮN FOCOEV
FAST500 2015 - Xếp hạng: 95 - B1



20/10/1983
CÔNG TY CP KẾT CẤU KIM LOẠI VÀ LẮP MÁY DẦU KHÍ
FAST500 2015 - Xếp hạng: 211 - B1



31/10/2005
CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI XUẤT NHẬP KHẨU DỊCH VỤ PHÚ QUÝ
FAST500 2015 - Xếp hạng: 490 - B2



01/10/2005
CÔNG TY TNHH KHUÔN CHÍNH XÁC MINH ĐẠT
V1000 2015 - Xếp hạng: 609 - B2



21/10/1992
NGÂN HÀNG TMCP NAM Á
V1000 2015 - Xếp hạng: 320 - B2

CHÚC MỪNG SINH NHẬT

CÁC DOANH NGHIỆP HỘI VIÊN CÂU LẠC BỘ VNR QUÝ IV NĂM 2015



24/10/1977
CÔNG TY CP DƯỢC PHẨM OPC
V1000 2015 - Xếp hạng: 510 - B2



01/11/2000
CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI XUẤT NHẬP KHẨU THIÊN NAM
VNR500 2014 - Xếp hạng: 236 - B2



01/11/2001
CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ NÔNG THÔN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 95 - B2



04/11/1994
NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI
VNR500 2014 - Xếp hạng: 60 - B2



05/11/1973
CÔNG TY CP TỔNG CÔNG TY CÔNG TRÌNH ĐƯỜNG SẮT
VNR500 2014 - Xếp hạng: 405 - B2



TON DONG A

05/11/1998
CÔNG TY CỔ PHẦN TÔN ĐỒNG Á
VNR500 2014 - Xếp hạng: 117 - B2



VIMEDIMEX

06/11/1984
CÔNG TY CP Y DƯỢC PHẨM VIMEDIMEX
VNR500 2014 - Xếp hạng: 20 - B2



11/11/1997
CÔNG TY CP SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI XUẤT NHẬP KHẨU VIÊN THÔNG A
VNR500 2014 - Xếp hạng: 182 - B2



12/11/1936
TẬP ĐOÀN CÔNG NGHIỆP THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM
VNR500 2014 - Xếp hạng: 9 - B1



17/11/1998
CÔNG TY CP QUỐC TẾ SƠN HÀ
VNR500 2014 - Xếp hạng: 202 - B2



19/11/2001
CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ VẬN TẢI THÁI TÂN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 349 - B2



20/11/1981
CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN THIÊN LONG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 277 - B2



20/11/1970
CÔNG TY TNHH MTV VIỆT NAM KỸ NGHỆ SÚC SẢN (VISSAN)
VNR500 2014 - Xếp hạng: 256 - B1



20/11
TỔNG CÔNG TY XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 142 - B1



21/11/1994
CÔNG TY TNHH XNK THƯƠNG MẠI CÔNG NGHỆ DỊCH VỤ HÙNG DUY
VNR500 2014 - Xếp hạng: 285 - B2

CHÚC MỪNG SINH NHẬT

CÁC DOANH NGHIỆP HỘI VIÊN CÂU LẠC BỘ VNR QUÝ IV NĂM 2015



21/11/2002
CÔNG TY CP THỨC ĂN CHĂN NUÔI VIỆT THẮNG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 82 - B2



23/11/1999
CÔNG TY CP ĐẦU KHÍ THẢI BÌNH DƯƠNG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 377 - B2



11/28/1993
CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT VÀ THƯƠNG MẠI TÂN Á
VNR500 2014 - Xếp hạng: 234 - B2



29/11/2001
CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ AN PHA
VNR500 2014 - Xếp hạng: 184 - B2



29/11/1963
CÔNG TY CP GANG THÉP THÁI NGUYÊN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 122 - B1



30/11/1999
CÔNG TY TNHH O LAM VIỆT NAM
VNR500 2014 - Xếp hạng: 92 - B1



18/11/2001
TỔNG CÔNG TY CP KHOAN VÀ DỊCH VỤ KHOAN DẦU KHÍ
VNR500 2014 - Xếp hạng: 61 - B1



11/11/2002
CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CẢNG ĐÌNH VŨ
FAST500 2015 - Xếp hạng: 459 - B1



14/11/1968
CÔNG TY CP GIỐNG CÂY TRỒNG TRUNG ƯƠNG
FAST500 2015 - Xếp hạng: 426 - B1



28/11/1993
CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT VÀ THƯƠNG MẠI TÂN Á
FAST500 2015 - Xếp hạng: 86 - B1



11/2006
CÔNG TY CP AN HƯNG
FAST500 2015 - Xếp hạng: 204 - B2



01/11/1979
CÔNG TY TNHH MTV XỔ SỐ KIẾN THIẾT VÀ DỊCH VỤ TỔNG
HỢP ĐỒNG NAI
V1000 2015 - Xếp hạng: 87 - B1



01/11/1993
CÔNG TY CP GEMADEPT
V1000 2015 - Xếp hạng: 115 - B2



09/11/1990
CÔNG TY TNHH NHÀ NƯỚC MTV YẾN SÀO KHÁNH HÒA
V1000 2015 - Xếp hạng: 242 - B1



13/11/2009
CÔNG TY TNHH MTV CAO SU DẦU TIẾNG
V1000 2015 - Xếp hạng: 125 - B1

CHÚC MỪNG SINH NHẬT

CÁC DOANH NGHIỆP HỘI VIÊN CẦU LẠC BỘ VNR QUÝ IV NĂM 2015



22/10/1989
Công ty cổ phần tập đoàn Vạn Thịnh Phát
V1000 2015- Xếp hạng: 328 - B1



06/12/2007
CÔNG TY CP DỆT ĐỒNG QUANG
VNR500 2015 - Xếp hạng: 209 - B2



13/12/2003
CÔNG TY CP DINH DƯỠNG HỒNG HÀ
VNR500 2014 - Xếp hạng: 163 - B2



14/12/1997
CÔNG TY CP THẾ GIỚI SỐ
VNR500 2014 - Xếp hạng: 119 - B2



16/12/2008
GROUP CÔNG THƯƠNG NGHIỆP ĐẦU TƯ MINH HƯNG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 315 - B2



19/12/2002
CÔNG TY CP VICOSTONE
VNR500 2014 - Xếp hạng: 305 - B2



21/12/1991
NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
VNR500 2014 - Xếp hạng: 7 - B2



22/12/2003
CÔNG TY CP HÓA DẦU QUÂN ĐỘI
VNR500 2014 - Xếp hạng: 141 - B2



22/12/2004
CÔNG TY CP XI MĂNG FICO TÂY NINH
VNR500 2014 - Xếp hạng: 410 - B1



23/12/2002
CÔNG TY CP THÉP NAM KIM
VNR500 2014 - Xếp hạng: 70 - B2



29/12/2007
CÔNG TY CP THỰC PHẨM AN LONG
VNR500 2014 - Xếp hạng: 388 - B2



01/12/2004
CÔNG TY CP XÂY DỰNG THƯƠNG MẠI SAO BẮC
FAST500 2015 - Xếp hạng: 52 - B2



09/12/1994
CÔNG TY CP HANEL XỐP NHỰA
FAST500 2015 - Xếp hạng: 497 - B1



15/12/2000
CÔNG TY CP KHOÁNG SẢN QUẢNG TRỊ
FAST500 2015 - Xếp hạng: 20 - B1



30/12/1994
CÔNG TY TNHH XÂY DỰNG SEOGWOO (VIỆT NAM)
V1000 2015 - Xếp hạng: 637 - B2