

CÔNG TY CỔ PHẦN HỮU HẠN VEDAN VIỆT NAM
(VEDAN VIETNAM ENTERPRISE CORPORATION LIMITED)

**ĐƠN YÊU CẦU ÁP DỤNG BIỆN PHÁP TỰ VỆ ĐỐI
VỚI MẶT HÀNG BỘT NGỌT**

BẢN LƯU HÀNH CÔNG KHAI

Đồng Nai, tháng 07 năm 2015

PHẦN A: NHỮNG THÔNG TIN CHUNG

A1. Tên tổ chức đại diện nộp đơn:

Tên Công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN HỮU HẠN VEDAN VIỆT NAM

Tên giao dịch bằng tiếng Anh: VEDAN VIETNAM ENTERPRISE CORP., LTD.

Địa chỉ: Quốc lộ 51, Ấp 1A, Xã Phước Thái, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai

Điện thoại: +84 61 382 5111

Fax: +84 61 382 5138

Email: vedanservices@vedaninternational.com

Website: www.vedan.com.vn

A2. Người liên lạc:

Tên: Ông **Kuo Ting Hung**

Chức danh: Phó Tổng Giám đốc

Số điện thoại liên lạc trực tiếp: (+84 04) 378 33721

Số fax trực tiếp: (+84 4) 378 33720

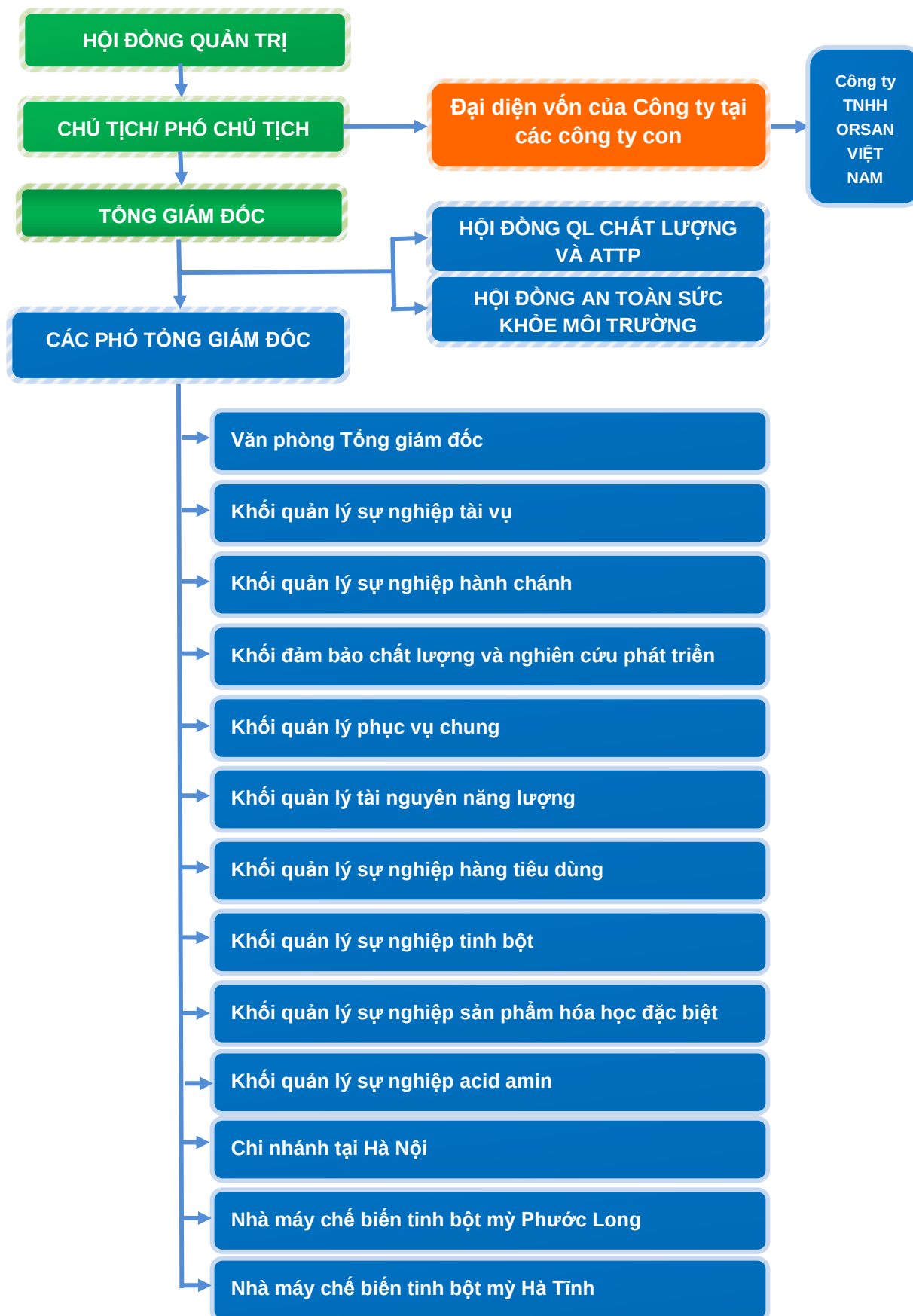
Email: th-kuo@vedaninternational.com

A3. Địa điểm sản xuất của Công ty:

Công ty cổ phần hữu hạn Vedan Việt Nam

Quốc lộ 51, ấp 1A, xã Phước Thái, huyện Long Thành, tỉnh Đồng Nai.

A4. Cơ cấu tổ chức của Công ty



A5. Loại hình Công ty: Công ty cổ phần, 100% vốn nước ngoài.

A6. Trình bày tóm tắt các thỏa thuận về nhượng quyền thương mại, sản xuất, li-xăng, bí quyết sản xuất, công nghệ và phân phối có liên quan đến đầu vào, quá trình sản xuất và đầu ra của những hàng hóa tương tự nội địa.

Các nhãn hiệu được công ty nhận Li-xăng cho sản phẩm bột ngọt gồm:

STT	Nhãn hiệu	Bên Li-xăng
1		VEDAN INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED.
2		VEDAN INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED.
3		VEDAN INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED.
4	ORSAN	AJINOMOTO FOODS EUROPE S.A.S

A7. Công ty không có luật sư tư vấn

Đại diện ủy quyền của Công ty trong quá trình điều tra:

Tên: Ông **Kuo Ting Hung**

Chức danh: Phó Tổng Giám đốc

Số điện thoại liên lạc trực tiếp: (+84 04) 378 33721

Số fax trực tiếp: (+84 4) 378 33720

Email: th-kuo@vedaninternational.com

PHẦN B: NGÀNH SẢN XUẤT TRONG NƯỚC

B1. Tên tổ chức nộp đơn

Tên Công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN HỮU HẠN VEDAN VIỆT NAM

Tên giao dịch bằng tiếng Anh: VEDAN VIETNAM ENTERPRISE CORP., LTD.

Địa chỉ: Quốc lộ 51, Ấp 1A, Xã Phước Thái, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai

Điện thoại: +84 61 382 5111

Fax: +84 61 382 5138

Email: vedanservices@vedaninternational.com

Người liên lạc:

Tên: Ông **Kuo Ting Hung**

Chức danh: Phó Tổng Giám đốc

Số điện thoại liên lạc trực tiếp: (+84 04) 378 33721

Số fax trực tiếp: (+84 4) 378 33720

Email: th-kuo@vedaninternational.com

B2. Tên các nhà sản xuất thuộc ngành sản xuất trong nước có liên quan

a) Tên Công ty: CÔNG TY AJINOMOTO VIỆT NAM

Tên người liên lạc: Ông **Hiroharu Motohashi**

Chức danh: Tổng Giám đốc

Địa chỉ: Tầng 5, Golden Tower, Số 6, Nguyễn Thị Minh Khai, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM.

Số điện thoại: (+84 8) 3930 8784

Fax: (+84 8) 3528 2701

Email: hiroharu_motohashi@ajinomoto.com.vn

Website: <http://www.ajinomoto.com.vn>

b) Tên Công ty: CÔNG TY TNHH MIWON VIỆT NAM

Tên người liên lạc: Ông **Hwang Duk Hyun**

Chức danh: Tổng Giám đốc

Địa chỉ: Đường 19/8 - Mai Dịch - Cầu Giấy - Hà Nội

Số điện thoại: (+84 4) 37680216

Fax: (+84 4) 37680220

Email: miwonvietnam@miwon.com.vn

Website: <http://miwon.com.vn>

B3. Tư cách khởi kiện của ngành sản xuất trong nước

Ngành sản xuất trong nước (Tổng sản lượng của các công ty sản xuất bột ngọt trong nước trong năm 2014 trước khi nộp đơn)			
<i>Đơn vị tính: tấn</i>			
Nhà sản xuất	Lượng sản xuất - Ủng hộ việc nộp Hồ sơ	Lượng sản xuất - Phản đối việc nộp Hồ sơ	Lượng sản xuất trung lập
1. Nguyên đơn	55.46%		
2. Các nhà sản xuất khác:			
Công ty Ajinomoto Việt Nam			30.08%
Công ty TNHH Miwon Việt Nam	14.46%		
Khác	0%	0%	0%
Tổng số	69.92%	0%	30.08%

PHẦN C: HÀNG HÓA

C1. Hàng hóa nhập khẩu thuộc đối tượng điều tra (subject imported products)

C1.1. Mô tả hàng hóa nhập khẩu: Bột ngọt

(a) Mô tả chi tiết: Bột ngọt

- (a1) **Tên khác, chỉ số** Monosodium L-glutamate, Sodium glutamate
INS 621
ADI không giới hạn
- **Tên thông thường**: Bột ngọt, mì chính, MSG, mononatri glutamat, sodium glutamate, muối natri của acid glutamic.
- **Tên thương mại**: Monosodium Glutamate (MSG), Bột ngọt

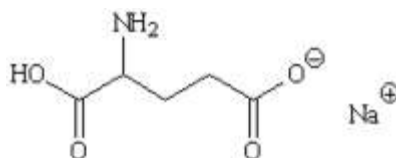
(a2) **Định nghĩa**

Tên hóa học Mononatri L-glutamat monohydrat; Muối mononatri của acid glutamic, monohydrat, Monosodium Glutamate (MSG)

Mã số C.A.S. 6106-04-3

Công thức phân tử $C_5H_8NNaO_4 \cdot H_2O$

Công thức cấu tạo



Khối lượng phân tử 187,13

(b) Thành phần nguyên liệu đầu vào: mật ri đường, tinh bột, NH_3 , H_3PO_4 , chất chống tạo bọt, HCl, NaOH.

(c) Quy trình sản xuất: Lên men từ các nguyên liệu tự nhiên như mật mía đường, tinh bột, thu hồi, tinh chế, kết tinh, đóng gói.

(d) Đặc tính kỹ thuật: Tinh thể hoặc bột tinh thể trắng, thực tế không mùi.

(e) Mục đích sử dụng:

Bột ngọt là một chất kết tinh màu trắng (muối của axit glutamic) được sử dụng trên toàn thế giới, bởi chính nó hoặc trong hỗn hợp, chủ yếu như một chất tăng cường vị tươi trong thực phẩm mặn như thịt, cá, súp và nước canh, một số nước trái cây và đồ uống, đông lạnh và thực phẩm chế biến sẵn, và nước chấm và nước sốt. Nó được sử dụng một khối lượng nhỏ hơn trong các sản phẩm không phải thực phẩm, chẳng hạn như chất tẩy rửa, mỹ phẩm và dược phẩm.

f) Các đối tượng sử dụng:

- Các doanh nghiệp sản xuất và chế biến thực phẩm.
- Người tiêu dùng.

C1.2. Hãy liệt kê chi tiết các điểm khác biệt giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa tương tự sản xuất tại Việt Nam

Bột ngọt, có hoặc không pha trộn hay trong dung dịch với các sản phẩm khác. Cụ thể, bột ngọt đã được pha trộn hoặc là trong dung dịch với sản phẩm khác đều bao gồm trong phạm vi này khi kết hợp kết quả có chứa 15% hoặc nhiều hơn bột ngọt về trọng lượng khô. Sản phẩm mà bột ngọt có thể được pha trộn bao gồm, nhưng không giới hạn muối, đường, tinh bột, maltodextrins, và các gia vị khác nhau.

Hơn nữa, bột ngọt bị điều tra có trong bất kỳ hình thức vật lý nào bao gồm, nhưng không giới hạn, các chất liệu, các giải pháp, bột khô của bất kỳ kích thước hạt, hoặc các hình thức chưa hoàn thành như dung dịch bột ngọt, chất sền sệt, hoặc đóng gói. MSG ở dạng monohydrat có công thức phân tử của $C_5H_8NO_4Na \cdot H_2O$, số đăng ký CAS (Chemical Abstract Service) là 6106-04-3, và số UNII (Unique Ingredient Identifier) là W81N5U6R6U. MSG ở dạng khan có công thức phân tử của $C_5H_8NO_4Na$, số đăng ký CAS 142-47-2 và số UNII là C3C196L9FG.

C1.3. Phân loại hải quan

Phân nhóm thuế (Mã HS)	Mô tả	Đơn vị tính	Mức thuế hải quan ⁽¹⁾
2922.4220	Monosodium glutamate (MSG) Bột ngọt hạt tinh thể trong suốt	Tấn (Metric Tons)	- MFN: 20% - ATIGA: 0% - ACFTA: 0% - AJCEP: 23% - VJEP: 18% - AANZFTA: 10% - VAT: 10%

C2. Hàng hóa tương tự nội địa (domestic like product)

C2.1. Hàng hóa do Công ty sản xuất:

(a) Mô tả chi tiết:

Bột ngọt:

- Tên khoa học/ Tên tiếng Anh: Monosodium Glutamate (MSG)

¹ MFN: Thuế suất theo nguyên tắc tối huệ quốc

ATIGA: Thuế suất theo Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)

ACFTA: Thuế suất theo Khu vực mậu dịch tự do ASEAN-TRUNG QUỐC

AJCEP: Thuế suất theo Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN- Nhật Bản (AJCEP)

VJEP: Thuế suất theo Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam- Nhật Bản (EPA)

AANZFTA: Thuế suất theo Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN - Australia/New Zealand (AANZFTA)

VAT: Thuế giá trị gia tăng

- Tên thông thường: Bột ngọt, Mì chính, MSG, Mononatri glutamat, Monosodium L-glutamate, Sodium glutamate, Muối natri của acid glutamic,
- Tên thương mại: Monosodium Glutamate (MSG), Bột ngọt

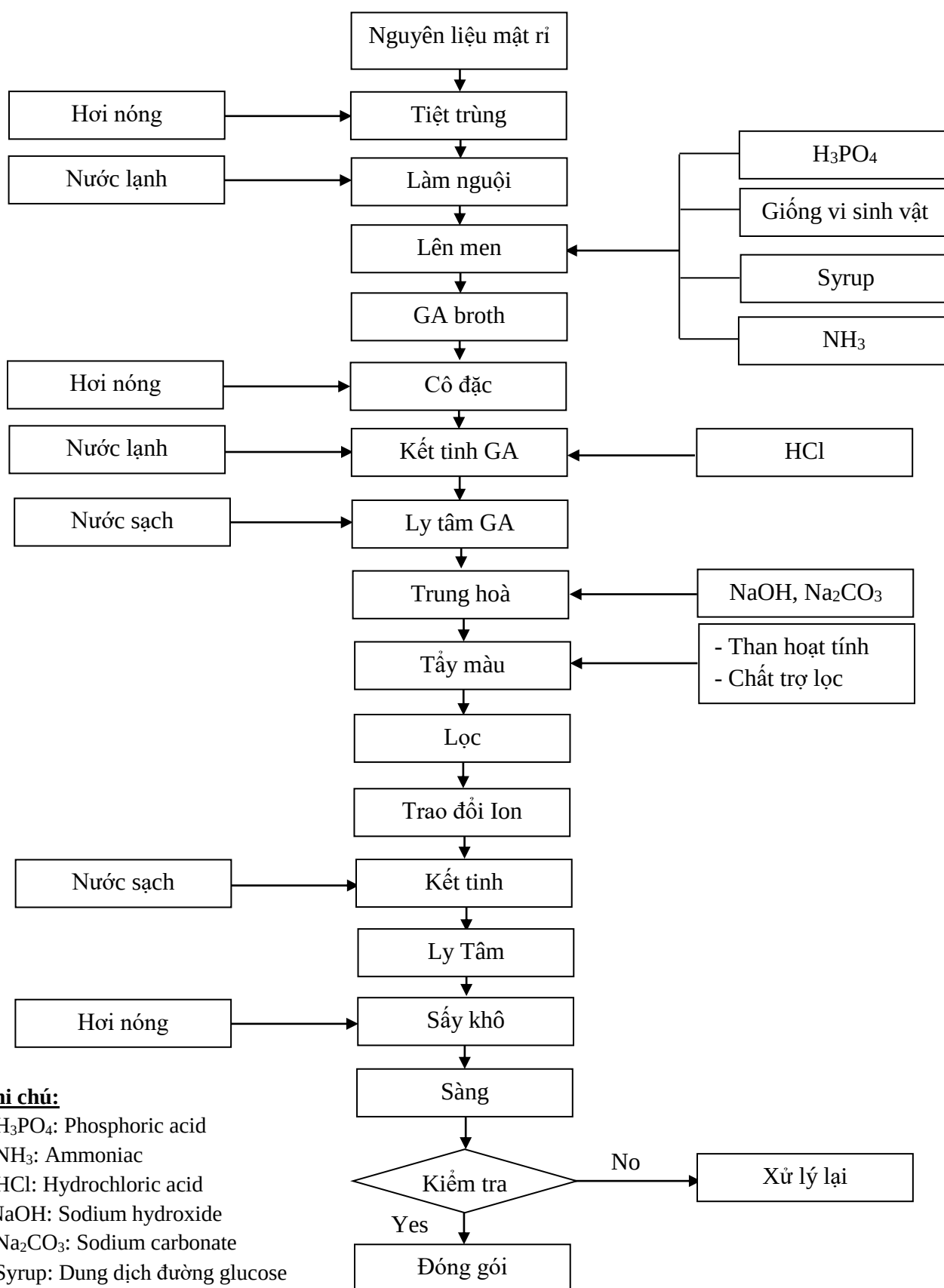
(b) Thành phần nguyên liệu đầu vào: mật rỉ đường, tinh bột, NH_3 , H_3PO_4 , chất chống tạo bọt, HCl , NaOH .

(c) Quy trình sản xuất:

- Nguyên liệu: Chuẩn bị nguyên liệu.
- Tiệt trùng: Dùng hơi nóng tiệt trùng nguyên liệu ở nhiệt độ 120 ± 2 oC trong khoảng thời gian 10 phút.
- Làm nguội: Sau khi tiệt trùng, nguyên liệu được làm nguội đến nhiệt độ thích hợp.
- Lên men: Giống vi sinh vật được cho vào môi trường dinh dưỡng và nuôi dưỡng trong điều kiện thích hợp ở môi trường dinh dưỡng, nhiệt độ, áp suất, pH, vv... sẽ sinh tổng hợp tạo ra Glutamic acid (GA).
- Cô đặc: Dịch sau khi lên men (GA broth) sẽ được đưa qua thiết bị cô đặc để nâng cao nồng độ Glutamic acid trước khi đưa vào kết tinh.
- Kết tinh GA: Sau khi cô đặc, làm lạnh dung dịch và dùng HCl điều chỉnh dung dịch đến pH thích hợp để tạo thành tinh thể Glutamic acid.
- Ly tâm GA: Dùng máy ly tâm tách Glutamic acid dạng tinh thể ra khỏi dịch lên men. Sau đó, cho nước sạch vào tiếp tục ly tâm để loại bỏ bớt tạp chất có trong tinh thể GA.
- Trung hòa: Dùng NaOH hoặc Na_2CO_3 để chuyển hóa GA thành dung dịch Bột ngọt thô.
- Tẩy màu: Dùng than hoạt tính và chất trợ lọc trộn với dung dịch Bột ngọt để hấp thụ các chất màu và một số tạp chất khác trong dung dịch.
- Lọc: Lọc để tách bã than, bột trợ lọc và các tạp chất khác ra khỏi dung dịch Bột ngọt.
- Trao đổi ion: Dung dịch Bột ngọt được cho qua cột nhựa trao đổi ion, hạt nhựa sẽ hấp thụ các chất màu và tạp chất khác. Dung dịch Bột ngọt thu được có độ tinh khiết cao.
- Kết tinh: Dùng thiết bị cô đặc chân không để chuyển Bột ngọt ở dạng dung dịch thành dạng tinh thể.

- Ly tâm: Dùng máy ly tâm để tách tinh thể Bột ngọt khỏi dung dịch kết tinh.
- Sấy khô: Bột ngọt ẩm được cho qua máy sấy, sử dụng không khí nóng để sấy khô. Lưu lượng Bột ngọt cho vào máy sấy và nhiệt độ không khí nóng được không chế phù hợp để đảm bảo độ ẩm và chất lượng Bột ngọt sau sấy.
- Sàng: Sử dụng các lưới kim loại có kích thước lỗ khác nhau nhằm loại bỏ bột mịn, các cục vón lớn, phân loại Bột ngọt theo cỡ hạt và bột ngọt được cho qua hệ thống nam châm để loại bỏ các vật lạ kim loại phát sinh do ma sát trong quá trình sản xuất.
- Kiểm tra: Bột ngọt sau khi qua sàng sẽ được kiểm tra. Nếu đạt quy cách sẽ được đưa đi đóng gói, không đạt quy cách được mang đi xử lý lại.
- Đóng gói: Bột ngọt thành phẩm được cho vào bao bì và niêm phong kín để bảo quản.

**SƠ ĐỒ SẢN XUẤT SẢN PHẨM PHỤ GIA THỰC PHẨM:
BỘT NGỌT VEDAN – MONOSODIUM GLUTAMATE**



(d) Đặc tính kỹ thuật:

d.1 Các chỉ tiêu cảm quan

Stt	Tên chỉ tiêu	Yêu cầu
1	Trạng thái	Tinh thể hoặc bột tinh thể
2	Màu sắc	Màu trắng
3	Mùi vị	Không mùi
4	Trạng thái đặc trưng khác	

d.2 Chỉ tiêu chất lượng chủ yếu

Stt	Tên chỉ tiêu	Đơn vị tính	Mức công bố
1	Định tính độ tan	...	Dễ tan trong nước, ít tan trong ethanol, thực tế không tan trong ether
2	Định tính glutamat	...	Phải có phản ứng đặc trưng của glutamat
3	Định tính natri	...	Phải có phản ứng đặc trưng của natri
4	Giảm khối lượng khi làm khô (Sấy tại 98 độ C trong 5 giờ)	%	Không được quá 0.5
5	pH (Dung dịch mẫu thử 1/50)	...	6.7 - 7.2
6	Góc quay cực riêng (Dung dịch mẫu thử 10% (kl/tt) trong acid hydrochloric 2N)	Độ	+24.8 đến +25.3
7	Clorid	%	Không được quá 0.2
8	Acid pyrrolidon carboxylic	%	Không phát hiện

9	Hàm lượng monosodium glutamate (Tính theo chế phẩm đã làm khô)	%	Không thấp hơn 99.0
10	Chì (Pb)	mg/kg	Không được quá 1.0

(e) Mục đích sử dụng:

Dùng làm chất điều vị trong chế biến thực phẩm.

f) Các đối tượng sử dụng:

- Các doanh nghiệp sản xuất và chế biến thực phẩm.
- Người tiêu dùng.

C2.2. Các tiêu chuẩn/đặc điểm theo quy định pháp luật hoặc các tiêu chuẩn/đặc điểm kỹ thuật khác

Bột ngọt tham khảo Quy chuẩn Quốc gia QCVN 4-1:2010/BYT: Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phụ gia thực phẩm – Chất điều vị.

Sản phẩm theo bản công bố hợp quy đã đăng ký.

Xem [Phụ lục 1]: Quy chuẩn Quốc gia QCVN 4-1:2010/BYT: Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phụ gia thực phẩm – Chất điều vị.và Bản công bố hợp quy số TCCS 20:2014/CBHQ-VDN.

PHẦN D: CÁC BÊN LIÊN QUAN KHÁC

(a) Các nhà sản xuất/xuất khẩu hàng hóa (thuộc đối tượng điều tra) vào Việt Nam

Các nhà sản xuất/xuất khẩu hàng hóa (thuộc đối tượng điều tra) vào Việt Nam								
S T T	Tên công ty	Loại hình		Mã hàng hóa	Xuất xứ hàng hóa	Địa chỉ	Điện thoại/Fax	Email/Website
		SX	XK					
1	BAO JI FUFENG BIOTECNOLOGIES CO.,LTD	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	SHANN XI (TRUNG QUỐC)	陕西省宝鸡市渭滨区310国道	Tel : 86-0917-6735788 Fax : 86-0917-6735768	e-mail : admin@163.com Website: http://www.furuigroup.com/
2	NEIMENGGU FUFUNG BIOTECHNOLOGIES CO., LTD	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	NEIMENGGU (TRUNG QUỐC)	内蒙古呼和浩特市经济技术开发区金川区经二路（呼托路11公里处路西）	Tel: 86-0539-7212351 Fax: 86-0539-7398969	e-mail : admin@163.com Website: http://www.furuigroup.com/
3	HULUNBEIER NORTHEAST FUFENG BIOTECHNOLOGIES CO., LTD	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	NEIMENGGU (TRUNG QUỐC)	中国内蒙古自治区呼伦贝尔市扎兰屯市扎兰屯开创大街	Tel: 86-0539-7212351 Fax: 86-0539-7398969	e-mail : admin@163.com Website: http://www.furuigroup.com/
4	LANGFANG MEIHUA BIOTECHNOLOGY CO., LTD.	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	HEBEI (TRUNG QUỐC)	河北省廊坊市经济技术开发区华祥路66号	Tel: 86-316-2359999（总机） Fax: 86-316-2359621	e-mail : meihua@meihuagroup.com Website: http://www.meihuagroup.com/index.php/Index/final_index

5	SHANDONG LINGHUA MONOSODIUM GLUTAMATE	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	SHANDONG (TRUNG QUỐC)	Shandong Jining High-tech Industrial Development Zone Ryoka Road	Tel: 86-537-2080999 Fax: 86-537-2080657	e-mail : admin@linghua.com Website: http://www.linghua.com/yingwen/index.asp
6	HENAN LOTUS FLOWER GOURMET POWDER CO., LTD.	YES	YES	2922.42.20 / 2103.90.10	HENAN (TRUNG QUỐC)	河南省项城市莲花大道18号	Tel: 86-800 8834226 Fax: 86-0394-4298768	e-mail : kefu@TrungQuoclotus.com.cn Website: http://www.TrungQuoclotus.com.cn/
7	PT. CHEIL JEDANG INDONESIA	YES	YES	2922.42.20	INDONESIA	Menara Jamsostek, 21st Floor, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 38, Jakarta 12710, Indonesia		Website: http://www.cj.co.id/cjip.php

(b) Nhà nhập khẩu Việt Nam nhập khẩu hàng hoá từ các quốc gia nêu trên

S T T	Tên công ty	Địa chỉ	Điện thoại /Fax	Email/ Website	Mã hàng hóa	Xuất xứ hàng hóa	Nhập khẩu từ nước
1	Công ty Ajinomoto Việt Nam	22nd Floor, Centec Tower, 72 - 74 Nguyen Thi Minh Khai Str., Dist.3, Ho Chi Minh City	Tel: 08.393019 29 Fax: 08.393019 28	E-mail: tvkh@ajinomoto.com.vn Website : http://www.ajinomoto.com.vn/	2922.42.20	Thailand	Thailand

2	Công Ty Cổ Phần Thực Phẩm Á Châu	Số 9/2 đường DT743,Khu phố 1B,Phường An Phú,TX.Thuận An, Bình Dương, Việt Nam	Tel: 0650 3712 888	http://www.asia foods.vn	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa
3	Công Ty Cổ Phần Thương Nghiệp Quận 11	22 Duong 281 Ly Thuong Kiet, Phuong 15, Quan 11, Thanh Pho Ho Chi Minh	Tel: 08396285 24	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
4	Công Ty CP Sản Xuất Thương Mại Và Dịch Vụ Đại Lâm	Km 15+500, khối 3, Huyện Cao Lộc, Lạng Sơn, Việt Nam	Tel: 0253.871. 389 - 0253.	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
5	Công Ty TNHH Thương Mại Và Dịch Vụ Anh Đức F.C	42, Đường Số 15 Phường 11, Quận Gò Vấp Thành phố Hồ Chí Minh	Tel:08 39893710	http://anhducfc. com.vn	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa
6	Công Ty TNHH Công Nghiệp Thực Phẩm Việt Hưng	Đường Phan Văn Đồi, Ấp Tiên Lân, Xã Bà Điểm, Huyện Hóc Môn,Tp.Hồ Chí Minh, Việt Nam	Tel: +84 (8) 371 25697 Fax:+84 (8) 371 25699	http://www.viet hungfood.com/	2922.42. 20	Trung Quốc Indonesia	Trung Quốc Indonesia
7	Công Ty TNHH Hóa Chất M.K.V.N	Số 10 Phở Quang, Phường 2, Quận Tân Bình, Tp. HCM	Tel : +(84) 8 3997 6980 Fax: +(84) 8 3997 6981	http://www.mk vn- chemicals.com/	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa

8	Công Ty TNHH Một Thành Viên Dịch Vụ Thương Mại Hà Phúc Long	Thôn Quý Dương, Ân Trường, Cẩm Giàng, Tỉnh Hải Dương	Tel: + (84) 168 749 1226	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
9	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thực Phẩm á Châu Bắc Ninh	Lô F5, Đường D2, KCN Đại Đồng - Hoàn Sơn - Xã Hoàn Sơn - Huyện Tiên Du - Tỉnh Bắc Ninh	Tel: + (84) 650 3712 888	http://www.asiafoods.vn	2922.42.20	Indoneisa	Indoneisa
10	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thực Phẩm á Châu Đà Nẵng	Đường số 5B, Cụm Công nghiệp Thanh Vinh, Khu Công Nghiệp Hòa Khánh, Phường Hòa Khánh Bắc, Quận Liên Chiểu, Đà Nẵng	Tel: + (84) 3737399 Fax: + (84) 3737099	-	2922.42.20	Indoneisa	Indoneisa
11	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại Dịch Vụ Xuất Nhập Khẩu Tây Bắc	220A, Đường Nguyễn Đình Chiểu, Khóm 8, Phường 8, Thành Phố Cà Mau, Tỉnh Cà Mau	Tel: 0909 279 779	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
12	Công Ty TNHH Một Thành Viên Xuất Nhập Khẩu Thương Mại Hm	A44 Nguyễn Trãi, Phường Nguyễn Cư Trinh, Quận 1, Thành Phố Hồ Chí Minh	Tel : 0934323612	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
13	Công Ty TNHH Một Thành Viên	147 Phan Anh, Phường Bình Trị Đông, Quận Bình	-	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc

	Xuất Nhập Khẩu Tuyến Bính	Tân, TP Hồ Chí Minh					
1 4	Công Ty TNHH MTV Công Nghiệp MASAN	Khu Công Nghiệp Tân Đông Hiệp A, Lô 6,H. Dĩ An,Bình Dương	Tel: (0650) 3729913, 3729911 Fax: (0650) 3729912	<a href="http://masanco
nsumer.com/">http://masanco nsumer.com/	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
1 5	Công Ty TNHH Mtv Ngô Gia Thuận	Số 67 đường Lê Lợi, Phường Vĩnh Trại, TP.Lạng Sơn, Tỉnh Lạng Sơn	Tel : 0978.587. 635	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
1 6	Công Ty TNHH Mtv Vũ Đạt	Số 244, khu Nam Quan, Đồng Đăng, Cao Lộc, Tỉnh Lạng Sơn	Tel: 09132785 69	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
1 7	Công Ty TNHH Mtv Xuất Nhập Khẩu Việt Trung - Tân Thanh	Số 276, đường Trục Chính, cửa khẩu Tân Thanh, Huyện Văn Lãng	Tel : 0982 278 638 Fax: +(84) 25388883 6	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
1 8	Công ty TNHH Nestlé Việt Nam	Lầu 5, Empress Tower 138 – 142 Hai Bà Trưng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.Hồ Chí Minh	Tel : (08) 39113737 Fax: (08) 38238632	<a href="http://www.nes
tle.com.vn/">http://www.nes tle.com.vn/	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa
1 9	Công Ty TNHH Phát Triển Thương Mại Quốc Tế	Tổ 2, Khối 4, Thị Trần Cao Lộc, Huyện Cao Lộc, Tỉnh Lạng Sơn	Tel: 025. 626 3113	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc

	Phát Đạt						
20	Công Ty TNHH Sản Xuất - Thương Mại Tân Minh Thông	Số 94A-B Phạm Đình Hồ, Phường 02, Quận 6, Thành Phố Hồ Chí Minh	Tel: 08 39692094 Fax: 08 39693533	-	2922.42.20	Indoneisa	Indoneisa
21	Công Ty TNHH Thực Phẩm Nguyên Bình	125 Đinh Bộ Lĩnh, P. 26, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh	Tel: 08 3512 7054	info@nguyenbinhfood.com	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
22	Công Ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Toàn Ký	Số 16-C22-K300 Cộng Hòa, P. 12, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh	Tel:(08) 39485727 Fax: (08) 39485730	info@toanky.vn, sales@toanky.com	2922.42.20	Indoneisa	Indoneisa
23	Công Ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Và Xuất Nhập Khẩu Đại Phát Lộc	Số 73/296, phố Minh Khai, Phường Mai Động, Quận Hoàng Mai, Hà Nội		-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
24	Công Ty TNHH Thương Mại Tổng Hợp Ngọc Anh	Thôn Chi Ma, Xã Yên Khoái, Huyện Lộc Bình, Tỉnh Lạng Sơn	Tel: 0913 291 644	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
25	Công Ty TNHH Thương Mại Và Sản Xuất Thái Hà	Mk15-16 Bàu Cát, Phường 13, Quận Tân Bình, Thành Phố Hồ Chí Minh	Tel : (08) 38490402 Fax: (08) 39491054	-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc
26	Công Ty TNHH Thương Mại Và Xuất Nhập Khẩu An Hòa	43F Lý Chiêu Hoàng, Phường 10, Quận 6, Thành Phố Hồ Chí Minh		-	2922.42.20	Trung Quốc	Trung Quốc

2 7	Công ty TNHH thương mại và xuất nhập khẩu Mai Phương Hà Nam	Xóm Mới, Thôn Quang Trung, Xã Thanh Hà, Huyện Thanh Liêm, Tỉnh Hà Nam	Tel : 0351. 377 4988	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
2 8	Công Ty TNHH Thương Mại Và Xuất Nhập Khẩu Tổng Hợp Phước Lộc Phú	329 Ấp 2A, Xã Tân Thạnh Tây, Huyện Củ Chi, Thành Phố Hồ Chí Minh		-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
2 9	Công Ty TNHH Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Giao Nhận Và Vận Tải Đại Lộc Phát	Số 366 Lý Thường Kiệt, Quận Hồng Bàng, Hai Phong		-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
3 0	Công Ty TNHH Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Ngọc Hà	Số 10, Tổ An Trì 1, Phường Hùng Vương, Quận Hồng Bàng, Thành Phố Hải Phòng, Tỉnh Hải Phòng	Tel : 09054566 57	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
3 1	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Ngọc Viên	11 Đường Số 33A, Khu Phố 2, Phường Bình Trị Đông B, Quận Bình Tân, Thành Phố Hồ Chí Minh		-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
3 2	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Sơn Thủy	Số 480, đường Ngô Gia Tự, phường Thành Tô - Hải An - Hai Phong City -		-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc

		Vietnam					
3 3	Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên Satra Tây Nam	Chợ Đường Biên, khu kinh tế cửa khẩu Mộc Bài, ấp Thuận Tây	Tel: 06637657 65	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
3 4	Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên Thương Mại Phạm Gia Minh	Khu TTTM QT Phi Long, Ấp Thuận Tây, xã Lợi Thuận, huyện Bến Cầu, Tây Ninh	Tel: 0663 765 955	-	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc
3 5	Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Thảo Trang	Khóm Tây Chín, Huyện Hướng Hoá, Quảng Trị	Tel: 053 3777589	-	2922.42. 20	Lào	Lào
3 6	Cty Cổ phần Acecook Việt Nam	Lô II-3 , đường số 11, KCN Tân Bình, phường Tây Thạnh, quận Tân Phú, Tp. Hồ Chí Minh	Tel : 08.3815 4064 Fax: 08.3815 4064	http://www.ace cookvietnam.v n/	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa
3 7	Cty TNHH Quốc Tế Unilever Việt Nam	156 Nguyen Luong Bang Phuong Tan Phu Q7, TP HCMC	Tel:84-8- 5413 5686 Fax:84-8- 5413 5630	E-mail: info@unilever. com.vn Website : http://www.unil ever.com.vn/	2922.42. 20	Trung Quốc Indonesia	Trung Quốc Indonesia
3 8	Cty TNHH Saigon Ve Wong	1707 Quốc lộ 1A, Phường An Phú Đông, Quận 12, Tp HCM.	Tel :(84- 8)371955 50 Fax: (84- 8)371955	http://www.aon e.vn/intro.html	2922.42. 20	Trung Quốc	Trung Quốc

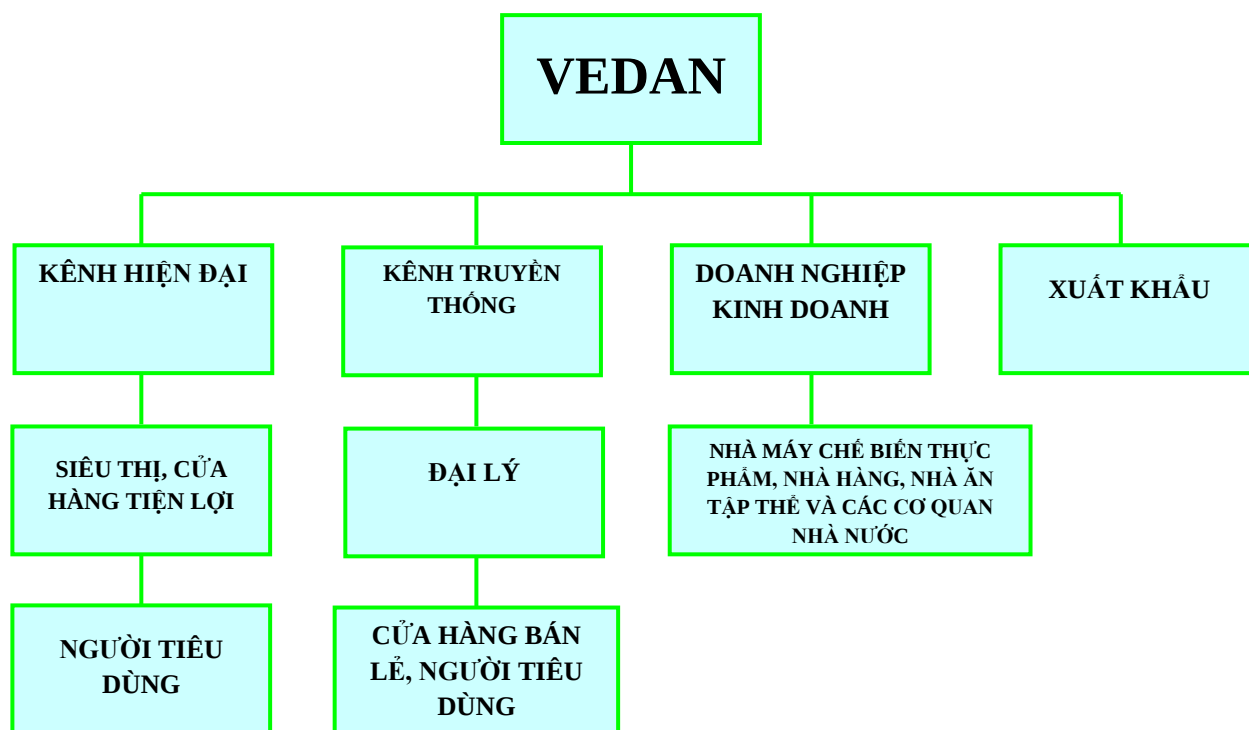
			59				
3 9	Cty TNHH Sản Xuất Thương Mại An Thạnh Phú	35 Cửu Long, Phường 2, Quận Tân Bình, Thành Phố Hồ Chí Minh		-	2922.42. 20	Indoneisa	Indoneisa
4 0	Cty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Xuất Nhập Khẩu Tín Hưng	372/3 Điện Biên Phủ, Phường 11, Quận 10, Thành Phố Hồ Chí Minh	Tel: 09037189 07	-	2922.42. 20	Thailand	Thailand

PHẦN E: THIẾT HẠY NGHIÊM TRỌNG

E1. Thông tin chung

E1.1. Biểu đồ các kênh tiếp thị/phân phối sản phẩm tương tự nội địa nêu trong Hồ sơ và tỷ lệ phần trăm của từng kênh phân phối

Biểu đồ các kênh phân phối sản phẩm tương tự của Công ty được cung cấp trong Bảng dưới đây:



E1.2. Các điều khoản và điều kiện bán hàng, giá bán đối với từng nhóm khách hàng, ví dụ như: nhà bán buôn, nhà bán lẻ, nhà sử dụng nhánh dưới (sử dụng sản phẩm của Công ty làm yếu tố đầu vào)

Xem [Phụ lục 2]: Mẫu hợp đồng bán hàng

E1.3. Lý do và cơ sở phân loại khách hàng

Theo lĩnh vực kinh doanh của khách hàng:

- + Đại lý/nhà phân phối
- + Các nhà chế biến, sản xuất công nghiệp
- + Doanh nghiệp kinh doanh: nhà hàng, khách sạn.

E1.4. Công ty không có thay đổi cơ bản trong vòng 3 năm gần đây nhất.

E2. Thông tin tài chính

E2.1. Kỳ kế toán của Công ty là ngày 1/1 đến 31/12 hàng năm

E2.2. Bản sao Báo cáo tài chính đã được kiểm toán bao gồm các báo cáo chi tiết về sản xuất, kinh doanh, lợi nhuận và thua lỗ trong 3 năm gần đây nhất

Xem [Phụ lục 3]: Báo cáo tài chính năm 2012, 2013, 2014

E2.3. Bản sao các sổ sách kế toán quản lý cho đến thời điểm hiện tại, bao gồm các tài khoản chi tiết về sản xuất, kinh doanh, lợi nhuận và thua lỗ trong khoảng thời gian từ khi kết thúc năm tài chính trước cho đến thời điểm cuối tháng gần nhất

Các thông tin này có trong Báo cáo tài chính của Công ty.

E2.4. Bảng phân tích riêng biệt về doanh số bán hàng và lợi nhuận (trước thuế) của hàng hóa tương tự nội địa của Công ty.

Bảng 1: Doanh thu và Lợi nhuận của hàng hóa tương tự nội địa

Năm	Sản lượng sản xuất (tấn)	Giá bán trung bình (đồng/tấn)	Doanh thu (đồng)	Đơn giá vốn (đồng/tấn)	Lợi nhuận gộp (đồng)	Lợi nhuận ròng (đồng)
2012	*****	*****	*****	*****	*****	*****
2013	*****	*****	*****	*****	*****	*****
2014	*****	*****	*****	*****	*****	*****

Bảng số liệu về doanh thu bán hàng và lợi nhuận của Công ty đối với sản phẩm bột ngọt thuộc đối tượng điều tra trong *giai đoạn 2012– 2014* cho thấy Doanh thu bán hàng của Công ty đối với sản phẩm tương tự có sự suy giảm theo các năm. Cụ thể, năm 2012 doanh thu bán hàng của Công ty là***** thì đến năm 2013, doanh thu giảm xuống còn*****, giảm 1.7%. Năm 2014, doanh thu của công ty tiếp tục giảm xuống còn*****, giảm 0.9% so với năm 2013. Sự suy giảm của doanh thu trong khi giá bán vẫn duy trì hoặc tăng nhẹ cho thấy sự suy giảm của lượng tiêu thụ.

Bên cạnh sự suy giảm của doanh thu bán hàng, lợi nhuận gộp của công ty cũng có sự suy giảm. Cụ thể, năm 2012, lợi nhuận gộp của Công ty là ***** thì năm 2013 chỉ còn*****, giảm tới 27.9%. Năm 2014, mặc dù giá bán tăng khoảng 1.6%, nhưng lợi nhuận gộp chỉ tăng nhẹ 0.2%. Từ năm 2012-2014, lợi nhuận ròng của Công ty liên tục sụt giảm. Năm 2012, Công ty có lợi nhuận ròng là ***** đồng thì đến năm 2013, lợi nhuận ròng chỉ còn*****, giảm 69.6%, năm 2014 lợi nhuận ròng tiếp tục giảm xuống còn*****, giảm

0.9% so với năm 2013. Sự suy giảm mạnh của lợi nhuận cho thấy, giá bán của công ty tuy có tăng nhưng không thể tăng tương ứng với mức tăng của giá thành sản xuất, khiến lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm suy giảm.

Sự suy giảm mạnh của doanh thu và lợi nhuận, đặc biệt mạnh vào năm 2013, và tiếp tục vào năm 2014 cho thấy Công ty đang bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Sự suy giảm này xảy ra đồng thời với việc hàng nhập khẩu gia tăng đột biến trong năm 2013, và tiếp tục tăng mạnh vào năm 2014 (xem chi tiết trong bảng 2 Mục E3 dưới đây). Công ty khẳng định rằng, việc hàng nhập khẩu gia tăng đột biến trong thị trường nội địa là nguyên nhân gây ra thiệt hại nghiêm trọng đối với Công ty, thể hiện qua việc lượng tiêu thụ của Công ty giảm, giá thành sản xuất tăng nhưng giá bán không thể tăng tương ứng, doanh thu và lợi nhuận của Công ty đều suy giảm đáng kể trong năm 2013, tiếp tục giảm trong năm 2014 và dự đoán tình hình này sẽ vẫn tiếp diễn trong thời gian tới.

E3. Hàng hóa nhập khẩu

Số liệu nhập khẩu sản phẩm thuộc đối tượng điều tra của ngành sản xuất nội địa theo năm

Bảng 2: Số liệu nhập khẩu sản phẩm thuộc đối tượng điều tra của ngành sản xuất nội địa

Khoản mục	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
Lượng (tấn)	100%	172%	441%

Từ bảng số liệu trên cho thấy trong ba năm gần đây tổng sản lượng bột ngọt được nhập khẩu vào Việt Nam tăng trưởng mạnh, trong đó có Trung quốc, Thái Lan và Ấn Độ, các nước này đồng thời cũng là cái nôi sản xuất bột ngọt của thế giới. Tổng sản lượng bột ngọt nhập khẩu năm 2014 là *****, từ thông tin của các nhà sản xuất mà công ty có được thì Trung Quốc chiếm khoảng 76%, Thái Lan chiếm 13%, Ấn Độ chiếm 11%, cụ thể như sau:

- Trung Quốc sau khi bị Hoa Kỳ và các nước Châu Âu áp dụng thuế chống bán phá giá từ năm 2013 nên đã mở rộng thị trường bột ngọt sang bán ở các nước Đông Nam Á, làm tăng độ cạnh tranh cục bộ, năm 2014, số lượng bột ngọt nhập khẩu vào Việt Nam khoảng *****, gấp 2.8 lần năm 2013. Các công ty sản xuất bột ngọt của Trung Quốc không tuân thủ quy luật thị trường, mù quáng mở rộng xưởng dẫn đến sản lượng dư thừa tạo thành cạnh tranh giảm giá ác liệt. Theo mạng nghiên cứu thị trường Trung Quốc ngày 13/12/2013, các báo cáo phân tích tình trạng phát triển ngành gia vị của bột ngọt Trung Quốc năm 2013 cho thấy sản lượng bột ngọt Trung Quốc năm 2010 đã đạt đến 2,560,000 tấn, hiện nay, sản lượng tiêu thụ bột ngọt trong nước của Trung Quốc vào khoảng 1,400,000 tấn, trong khi sản lượng bột ngọt

Trung Quốc vào năm 2006 chỉ có 1,700,000 tấn, do đó, việc mở rộng xưởng sản xuất một cách mù quáng như hiện nay khiến cho sản lượng bột ngọt Trung Quốc có sự tồn kho lớn, mà cách để tiêu thụ lượng tồn kho này chỉ có thể là tiến hành ngoại tiêu. Số lượng bột ngọt Trung Quốc xuất khẩu đến Việt Nam mỗi năm không ngừng tăng lên, có thể dự kiến vào năm 2015, bột ngọt Trung Quốc sẽ ồ ạt tiến vào thị trường Việt Nam. Căn cứ mức độ xác định của Bộ Thương Mại Hoa Kỳ, tháng 9 năm 2014, Bộ Thương Mại Hoa Kỳ áp dụng thuế chống bán phá giá từ 8.30% đến 8.32% đối với các nhà sản xuất bột ngọt Trung Quốc, Liên Minh Châu Âu áp dụng từ 33.8% đến 39.7% đối với các nhà sản xuất Trung Quốc.

- Ấn Độ tuy cũng chịu chế tài về chống bán phá giá của Hoa Kỳ và các nước Châu Âu nhưng vì sản lượng sản xuất trong nước không đủ, đa phần bột ngọt điều tiêu thụ trong nước cho nên phần nhập khẩu vào Việt Nam chỉ duy trì ở mức *****.
- Năm 2013, bột ngọt của Thái Lan nhập khẩu vào Việt Nam khoảng *****, năm 2014 tăng lên ***** chủ yếu vì Thái Lan có sự hỗ trợ lẫn nhau với các nước trong khu vực, làm tăng lượng nhập khẩu lên và cũng vì năm 2014, các nhà máy sản xuất bột niêm tại Việt Nam đã xây dựng xong, đưa vào hoạt động nên cần lượng lớn bột ngọt để sản xuất.

E4. Những tác động tới giá của Việt Nam E4.

E4.1. Chênh lệch giá thực tế E4.1.

E4.1.1. Chênh lệch giữa giá bán xuất xưởng của công ty với giá bán hàng hóa nhập khẩu (ở cùng cấp độ thương mại)

Bảng 3: Chênh lệch giá bán sản phẩm bột ngọt

Khoản mục	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Giá bán xuất xưởng bình quân bột ngọt của Nguyên đơn (đồng/tấn) (1)	*****	*****	*****
2. Giá bán bình quân bột ngọt nhập khẩu từ Trung Quốc			
- Đơn giá nhập khẩu bình quân (USD/tấn) (2)	*****	*****	*****
- Thuế nhập khẩu 5% (USD/tấn) (3)	*****	*****	*****
- Đơn giá nhập khẩu bình quân gồm cả thuế nhập khẩu (USD/tấn) (4)=(2)+(3)	*****	*****	*****
- Tỷ giá (VNĐ/USD) (5)	20,828	20,992	21,164
- Đơn giá nhập khẩu bình quân gồm cả thuế nhập khẩu (đồng/tấn) (6)=(4)x(5)	*****	*****	*****
- Chi phí nhập khẩu liên quan (đồng/tấn) (7)	*****	*****	*****
- Giá bán bình quân hàng nhập khẩu (đồng/tấn) (8)=(6)+(7)	*****	*****	*****
Chênh lệch giá (%) (9)=[(1)-(8)]/(1)	72.5%	67.0%	47.2%

(Theo giá nhập khẩu từ Trung Quốc)

E4.1.2

- Việt Nam nhập khẩu bột ngọt chủ yếu từ Trung Quốc, khoảng 75% tổng khối lượng bột ngọt nhập khẩu. Bảng số liệu này lấy số liệu hàng nhập từ Trung Quốc làm ví dụ.
- Từ số liệu 3 năm trở lại đây, bình quân giá bột ngọt Trung Quốc nhập khẩu dưới *****/tấn, nguyên nhân chủ yếu do thuế nhập khẩu bột ngọt từ Trung Quốc là 10%, các công ty Trung Quốc đưa ra giá thấp để nộp thuế ít, bởi vậy mới làm loạn giá thị trường, các công ty xuất nhập khẩu vì vậy cũng được lợi nhuận cao.
- Nhưng bắt đầu từ tháng 4 năm 2014, Chính phủ Việt Nam đã áp dụng chính sách giá sàn nhập khẩu cho bột ngọt Trung Quốc, tức là nếu giá nhập khẩu dưới 1,400 USD/tấn thì tiền thuế thấp nhất là 140 USD/tấn cho nên các nhà xuất khẩu Trung Quốc đã bán giá cao hơn nếu không sẽ gặp phải vấn đề thất thoát thuế. Vì thế, giá bình quân bột ngọt nhập khẩu từ Trung Quốc có hiện tượng tăng cao nhưng nếu so với giá sản xuất của các xưởng sản xuất trong nước thì giá đó vẫn thấp.

- Giá nhập khẩu bột ngọt Trung Quốc năm 2014 so với giá sản xuất trong nước vẫn chênh lệch lớn, chỉ vào khoảng 47.2% giá bình quân bán ra của Công ty. Bị ảnh hưởng bởi hàng Trung Quốc, các nhà sản xuất trong nước đã phải giảm thấp lợi nhuận kinh doanh của mình nhưng các nhà xuất khẩu Trung Quốc vẫn bán với giá thấp, cạnh tranh không lành mạnh tại thị trường Việt Nam, ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ của các nhà sản xuất trong nước.

E4.2. Kìm giá và ép giá²

E4.2.1.

Bảng 4: Sự ép giá của hàng nhập khẩu đối với sản phẩm tương tự của Công ty

Thời gian	Chi phí sản xuất (đồng/Kg)	Tổng chi phí (đồng/Kg)	Giá bán tại xưởng (đồng/Kg)	Tổng CP/GB tại xưởng
Bột ngọt				
01/2014	*****	*****	*****	103.9%
02/2014	*****	*****	*****	106.0%
03/2014	*****	*****	*****	105.8%
04/2014	*****	*****	*****	106.1%
05/2014	*****	*****	*****	104.8%
06/2014	*****	*****	*****	103.6%
07/2014	*****	*****	*****	103.4%
08/2014	*****	*****	*****	101.0%
09/2014	*****	*****	*****	100.5%
10/2014	*****	*****	*****	98.5%
11/2014	*****	*****	*****	96.0%
12/2014	*****	*****	*****	97.3%

² Ép giá là việc mà ngành sản xuất trong nước buộc phải giảm giá bán của mình, ví dụ việc ép giá diễn ra khi có suy giảm tuyệt đối về giá

Kìm giá diễn ra khi ngành sản xuất trong nước không có khả năng tăng giá trong khi các chi phí tăng, nghĩa là có sự suy giảm tương đối về giá

Giá bán bột ngọt của Công ty duy trì tương đối trong những tháng đầu năm 2014 và có xu hướng giảm nhẹ trong ba tháng cuối năm. Giá bán không giảm cũng nhờ vào thương hiệu tương đối mạnh của Công ty, hệ thống phân phối rộng khắp và ổn định. Trong tình hình giá cả hầu hết các mặt hàng trên thị trường đều tăng do ảnh hưởng của giá nhiên liệu, điện, chi phí lao động nhưng công ty vẫn giữ giá bán thì có nghĩa giá bán đã suy giảm tương đối về giá trị. Tuy nhiên trong tình hình khó khăn này, Công ty khó giữ được giá bán trong tương lai vì khó cạnh tranh về giá trên thị trường.

Bảng 5: Sự kìm giá của hàng nhập khẩu đối với sản phẩm tương tự của Công ty

Khoản mục	2012	2013	2014
Giá bán bình quân của Nguyên đơn (đồng/Kg)	*****	*****	*****
Tổng chi phí (đồng/Kg)	*****	*****	*****
Tỷ lệ tổng chi phí trên giá bán (%)	92%	98%	98%
Tỷ lệ Lợi nhuận	8%	2%	2%

Số liệu cho thấy, giá thành sản xuất tăng đều qua từng năm nhưng giá bán không theo kịp mức tăng của giá thành. Tình hình này dẫn đến tỷ lệ chi phí so với giá bán tăng, nhưng Công ty không thể tăng giá bán tương ứng với mức tăng giá thành sản xuất. Ngoài việc không thể tăng giá bán, Công ty còn phải tăng mức chiết khấu để giữ khách hàng.

Khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm dẫn đến lượng hàng tồn kho tăng cao qua các năm, như tồn kho bột ngọt năm 2013 tăng 10% so với năm 2012 và tồn kho năm 2014 tăng đến 19.5% so với năm 2013 mặc dù sản lượng sản xuất đã được điều chỉnh giảm.

Giá thành sản xuất tăng nhưng giá bán không thể tăng tương ứng dẫn đến lãi trên giá bán của Công ty giảm từ mức 8% năm 2012 xuống còn 2% năm 2014 và xu hướng này vẫn còn tiếp tục và gây sức ép đến lợi nhuận của Công ty.

E4.2.2. Nếu chi phí và mức giá của Công ty thay đổi đáng kể trong 18 tháng gần nhất, hãy cung cấp thêm những thông tin đã đề cập trên theo cơ sở hàng tháng hoặc hàng quý.

Chỉ tính riêng chi phí khí đốt thiên nhiên, giá tăng làm tăng chi phí***** đồng trong năm 2012 và ***** đồng trong năm 2013.

Năm	Số lượng (mmBTU)	Đơn giá (đồng/tấn)	Mức tăng giá	Ảnh hưởng do giá tăng (đồng)
2012	*****	*****		
2013	*****	*****	21.8%	*****
2014	*****	*****	10.2%	*****

E4.2.3. Hãy chỉ ra các yếu tố khác (không được đề cập trong bảng trên) làm giảm giá bán hàng tại xưởng, ví dụ thời hạn thanh toán kéo dài, các đợt giảm giá cuối năm, hàng tồn kho bổ sung.

Không có

E4.3. Tính toán chi phí

E4.3.1. Tính toán chi phí trong năm 2014

Bảng 6: Chi phí năm 2014 của Công ty

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Bột ngọt	%
1. Chi phí biến đổi	*****	78.9%
A-Nguyên vật liệu chính (Nội địa)	*****	
B-Nguyên vật liệu phụ (Nhập khẩu)	*****	
C-Phí nhiên liệu	*****	
2. Chi phí cố định	*****	5.9%
Nhân công	*****	
Khấu hao	*****	
Chi phí khác (điện....)	*****	
3. Tổng chi phí sản xuất	*****	84.8%
4. Lợi nhuận gộp	*****	15.2%
5. Chi phí lưu kho	*****	
6. Chi phí bán hàng và quản lý	*****	12.3%
Chi phí quản lý	*****	4.3%
_ Tiền lương	*****	
_ Tiền thuê	*****	
_ Phí và bảo hiểm	*****	
_ Khấu hao	*****	
_ Chi phí khác	*****	
Chi phí bán hàng	*****	8.0%
_ Lương NVBH	*****	
_ Quảng cáo	*****	
_ Chi phí khác	*****	
7. Chi phí tài chính	*****	0.4%
8. Tổng chi phí	*****	97.5%
9. Lợi nhuận ròng	*****	2.5%

E4.3.2. Hóa đơn nguyên vật liệu để sản xuất hàng hóa tương tự hoặc hàng hóa cạnh tranh trực tiếp trong nước

Xem [Phụ lục 4]: Hóa đơn nguyên vật liệu sản xuất sản phẩm tương tự của Công ty

E5. Bán hàng và thị phần của ngành sản xuất trong nước

E5.1. Lượng hàng hóa tương tự nội địa bán ra của Công ty tại Việt Nam

Bảng 7: Lượng bán hàng tương tự nội địa và thị phần của Công ty tại Việt Nam

Đơn vị: Tấn

Khoản mục	2012	2013	2014	Chênh lệch 2014~2013
Lượng bán hàng tương tự tại thị trường nội địa của Nguyên đơn (1)	*****	*****	*****	-2%
Lượng bán hàng tương tự tại thị trường nội địa của các nhà sản xuất trong nước khác (2)	*****	*****	*****	0%
Tổng lượng bán hàng tương tự tại thị trường nội địa của ngành sản xuất trong nước (3)=(1)+(2)	*****	*****	*****	-1%
Tổng lượng hàng hóa nhập khẩu thuộc đối tượng điều tra (4)	*****	*****	*****	53%
Lượng hàng hóa tiêu thụ nội địa (5)=(3)+(4)	*****	*****	*****	16%
Thị phần của Nguyên đơn (6)=(1)/(5)	38%	34%	28%	-20%
Thị phần của các nhà sản xuất trong nước khác (7)=(2)/(5)	52%	50%	41%	-18%
Thị phần của ngành sản xuất trong nước (8)=(6)+(7)	91%	85%	69%	-19%
Thị phần của hàng hoá nhập khẩu (9)=(4)/(5)	9%	15%	31%	109%
Tổng thị phần	100%	100%	100%	

E5.2.

Tổng thể thị trường bột ngọt Việt Nam đã tăng trưởng khoảng ***** nhưng phần tăng trưởng lại bị các công ty xuất khẩu nước ngoài nắm giữ, cho nên số lượng tiêu thụ của các nhà sản xuất trong nước không những không tăng mà còn giảm xuống.

Tổng số thị phần các xưởng sản xuất giảm từ 91% xuống còn 69%. Số lượng bột ngọt nước ngoài đưa vào Việt Nam mỗi năm một tăng. Năm 2014, lượng nhập khẩu đã chiếm 32% thị phần. Việt Nam là một quốc gia sản xuất bột ngọt lý ra có thể sử dụng sản phẩm sản xuất trong nước, không bị bột ngọt nhập khẩu chiếm lĩnh thị trường, cho nên cần phải cắt giảm sự phụ thuộc vào bột ngọt nước ngoài, đồng thời bảo vệ nhà sản xuất trong nước và quyền lợi người lao động, tránh bị uy hiếp.

E5.3. Do mặt hàng bột ngọt là hàng hóa tiêu dùng thiết yếu vì vậy việc bán hàng hóa này không có tính chất chu kỳ.

E6. Suy giảm lợi nhuận thực tế và tiềm năng

E6.1. Thông tin liên quan đến lợi nhuận của công ty đối với hàng hóa tương tự nội địa

Bảng 8: Lợi nhuận gộp và lợi nhuận ròng của Công ty

Đơn vị tính: đồng

Khoản mục	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
Tổng lợi nhuận gộp của sản phẩm tương tự	*****	*****	*****
Lợi nhuận gộp trên mỗi đơn vị hàng hóa	*****	*****	*****
Tỷ suất lợi nhuận gộp trên doanh thu (%)	20.5%	15.1%	15.2%
Tổng lợi nhuận ròng của sản phẩm tương tự	*****	*****	*****
Lợi nhuận ròng trên mỗi đơn vị hàng hóa	*****	*****	*****
Tỷ suất lợi nhuận ròng trên doanh thu (%)	8.0%	2.5%	2.5%

E6.2. Bình luận về sự suy giảm thực tế và tiềm năng về lợi nhuận của Công ty

Số liệu tại Bảng 8, Mục E6.1 cho thấy trong giai đoạn từ năm 2013 – 2014, lợi nhuận gộp và lợi nhuận ròng đối với sản phẩm bột ngọt của Công ty suy giảm đáng kể so với năm trước đó. Lợi nhuận của Công ty trong năm 2014 vẫn được duy trì tương tự trong năm 2013, do chi phí khấu hao giảm đáng kể (do đã hết thời hạn khấu hao) và Công ty cố gắng tăng nhẹ giá bán. Việc tăng giá bán đã làm doanh thu giảm mặc dù Công ty đã thúc đẩy bán hàng bằng các chương trình khuyến mại, tặng kèm. Như năm 2012, sản phẩm khuyến mại kèm theo khi bán hàng chỉ ở mức 7% doanh số nhưng đến năm 2014 đã lên đến mức 12% (xem bảng bên dưới).

Năm	Số lượng khuyến mại kèm theo (Kg)	Số lượng bán thu tiền (Kg)	Tỷ lệ khuyến mại trên số bán
2012	*****	*****	7%
2013	*****	*****	10%
2014	*****	*****	12%

Lợi nhuận có xu hướng còn tiếp tục giảm trong tương lai bởi vì xu hướng đi xuống đó rõ nhất từ giữa năm 2014 và còn kéo dài sang những tháng đầu năm 2015. Nhiều khả năng trong năm 2015 Công ty không thể duy trì lợi nhuận như năm 2014.

E7. Sự suy giảm thực tế và tiềm năng về sản lượng

E7.1. Sản lượng thực tế của nguyên đơn đối với hàng hóa tương tự nội địa trong giai đoạn 2012 – 2014:

Bảng 9: Sản lượng sản xuất sản phẩm tương tự của Công ty

Đơn vị: Tấn

Sản lượng sản xuất hàng hóa tương tự nội địa	2012	2013	2014	Chênh lệch 2014~2013
Nguyên đơn	*****	*****	*****	-0.25%
Các nhà sản xuất khác trong nước	*****	*****	*****	0
Ngành sản xuất hàng hóa tương tự nội địa	-	-	-	-

E7.2. Bình luận về sự suy giảm sản lượng

Thị trường tiêu thụ của công ty mỗi năm một giảm, tuy là giá bán ra không giảm nhưng lợi nhuận không tăng cao bởi vì bột ngọt Trung Quốc nhập khẩu quá nhiều. Công ty đã phải giảm sản lượng, sản xuất một cách hạn chế để giảm áp lực tồn kho, làm cho giá thành sản xuất tăng cao, từ đó tăng giá bán để duy trì sản xuất kinh doanh. Ngoài ra để kích thích sức mua, công ty phải tiến hành quảng cáo khuyến mãi, nhưng hiệu quả có hạn nhưng việc kinh doanh thì vẫn chịu sự cạnh tranh mạnh.

Số lượng tiêu thụ tại thị trường tiêu thụ trong nước của các nhà sản xuất hàng hóa tương tự nội địa khác thì không giảm, nguyên nhân chủ yếu là vì họ bán hàng gói nhỏ cho người tiêu dùng cuối cùng nhưng tại thị trường nội địa thì Công ty có hơn một nửa sản lượng bán hàng là bao lớn cho các công ty chế biến thực phẩm mà bột ngọt Trung Quốc cũng bán giá thấp vào Việt Nam với bao 25Kg, thậm chí còn lợi dụng giả mạo các nhãn hiệu khác trong nước, vì thế Công ty phải chịu thiệt hại trực tiếp.

E8. Sự suy giảm thực tế và tiềm năng trong công suất và công suất sử dụng

Bảng 10: Sự suy giảm thực tế và tiềm năng công suất sử dụng của Công ty đối với sản phẩm tương tự

Khoản mục	2012	2013	2014
Công suất thiết kế của công ty (tấn/năm)	*****	*****	*****
Sản lượng thực tế của công ty (tấn/năm)	*****	*****	*****
Công suất sử dụng của công ty (%)	88%	79%	77%

Nhìn vào bảng số liệu trên có thể thấy sản lượng sản xuất thực tế (gồm bột ngọt để xuất khẩu) của Công ty thấp hơn đáng kể so với công suất thiết kế và công suất sử dụng giảm đáng kể qua từng năm. Công ty hoàn toàn có khả năng gia tăng sản lượng sản xuất, đạt 100% công suất thiết kế nếu sản phẩm của Công ty không bị cạnh tranh không công bằng.

E8.2. Hãy cho biết công ty có thể tăng công suất mà không phải đầu tư thêm về máy móc, thiết bị và nhà xưởng hay không, nêu rõ phương pháp (ví dụ làm thêm ca, giờ hoặc các đơn vị lao động...) và mức gia tăng có thể về mặt lượng.

Hiện công suất sản xuất bột ngọt của Công ty đạt khoảng ***/năm, tương đương 77% công suất thiết kế. Công ty hoàn toàn có thể tăng công suất mà không cần có sự đầu tư thêm và có thể tăng sản lượng bất cứ khi nào nếu tình hình tiêu thụ sản phẩm tốt hơn.

PHẦN G: QUAN HỆ NHÂN QUẢ

G1. Hãy nêu các lý do mà công ty cho rằng hàng hóa nhập khẩu là nguyên nhân gây ra hoặc đe dọa gây ra thiệt hại nghiêm trọng.

Công ty CPHH Vedan Việt Nam (Vedan) là đơn vị đầu tàu, là đại diện cho ngành sản xuất bột ngọt trong nước, đã trải qua hơn 20 năm hình thành và phát triển. Trong chặng đường phát triển của mình, ngành sản xuất bột ngọt trong nước đã phải phấn đấu tột bậc để có thể vượt qua mọi khó khăn và thử thách. Công CPHH Vedan Việt Nam ngay từ ban đầu đã có kế hoạch xây dựng và phát triển với quy mô lớn và đầu tư lâu dài. Từ khi bắt đầu xây dựng nhà máy, Vedan Việt Nam đã xác định mục tiêu “Cắm rễ tại Việt Nam - Kinh doanh lâu dài”. Kể từ khi thành lập cho đến nay, công ty đã liên tục điều chỉnh tăng tổng vốn đầu tư sản xuất, mở rộng vùng nguyên liệu trên cả nước, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho hàng vạn nông dân, thúc đẩy phát triển ngành nông nghiệp tại các tỉnh. Đến nay, Công ty Vedan Việt Nam đã có công góp phần cho sự phát triển kinh tế xã hội, cũng như sự đóng góp cho ngân sách nhà nước tại địa phương tỉnh Đồng Nai. Đồng thời trong quá trình phát triển, hàng năm công ty không ngừng gia tăng tổng vốn đầu tư, nhằm mục tiêu xây dựng Công ty Vedan Việt Nam trở thành cơ sở sản xuất và cung ứng những sản phẩm công nghệ sinh học cho toàn khu vực châu Á.

Tiếp đà phát triển, việc Việt Nam chuẩn bị gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN đặt ngành sản xuất bột ngọt trước những cơ hội cũng như thách thức mới và lớn lao hơn. Cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý ngành sản xuất bột ngọt là Bộ Công Thương đã có những quy hoạch mang tính chiến lược để phát triển cho ngành như Quyết định số 202/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành Kỹ nghệ thực phẩm Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, do Thứ trưởng Bộ Công Nghiệp ký ngày 8 tháng 01 năm 2014 (Phụ lục 5). Theo đó, đến năm 2020, ngành sản xuất bột ngọt trong nước cần mở rộng, nâng công suất một số dự án hiện có lên thêm khoảng 40.000 tấn. Đầu tư mới tại mỗi khu vực: Khu vực phía Bắc, xây dựng mới 01 nhà máy tại Phú Thọ; khu vực miền Trung tại Quảng Ngãi; khu vực phía Nam tại Đồng Nai. Tổng công suất xây dựng mới khoảng 100.000 tấn. Đến năm 2020 ngành sản xuất bột ngọt cơ bản đáp ứng nhu cầu trong nước. Đến năm 2030, dự kiến sẽ đầu tư chiều sâu và mở rộng một số dự án công nghệ tiên tiến, hiện đại hơn; sản xuất xanh, sạch, có giá trị gia tăng cao, tiếp tục kêu gọi đầu tư xây dựng mới 03 nhà máy sản xuất bột ngọt tại 3 miền, mỗi nhà máy công suất khoảng 20.000 - 50.000 tấn/năm.

Những thành tựu, đóng góp cũng như toàn bộ nguồn lực đã đầu tư của Vedan cũng như của ngành sản xuất bột ngọt Việt Nam sẽ nhanh chóng mất đi, quy hoạch phát triển của chính phủ sẽ bị đe dọa nghiêm trọng nếu tình trạng nhập khẩu hàng hóa tăng lên đột biến như trong năm 2013, 2014. Lượng nhập khẩu mặt hàng bột ngọt thuộc đối tượng điều tra đã gia tăng đột biến trong năm 2013, tăng từ ***** trong năm 2012 lên tới ***** trong năm 2013, tức tăng 71.8%, và ***** trong năm 2014, tức tăng 341.4% so với năm

2012. Đây là một tốc độ tăng trưởng rất lớn, thể hiện hàng hóa nhập khẩu đang dần chiếm vị trí thống lĩnh trên thị trường Việt Nam. Sự gia tăng đột biến này đã gây nên thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước. Việc hàng nhập khẩu tăng mạnh và được bán với giá thấp hơn so với giá bán nội địa của doanh nghiệp sản xuất trong nước khiến hàng hóa tương tự trong nước khó có thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu. Điều này làm giảm thị phần của Công ty và của ngành sản xuất trong nước đồng thời mở rộng thị phần của hàng hóa nhập khẩu. Cụ thể, thị phần của hàng hóa nhập khẩu đã tăng từ 9% trong năm 2012 lên tới 31% trong năm 2014, trong khi đó thị phần của ngành sản xuất nội địa giảm từ 91% trong năm 2012 xuống còn 69 % năm 2014 (*Xem chi tiết Bảng 7, Mục E5.1*).

Để cạnh tranh với bột ngọt nhập khẩu trên thị trường nội địa, Công ty không còn sự lựa chọn nào khác ngoài việc cắt giảm sản lượng sản xuất, tăng mức chiết khấu, thúc đẩy các chương trình khuyến mại, tặng kèm để giữ khách hàng, khiến chi phí gia tăng gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến lợi nhuận của Công ty. Hàng tồn kho của Công ty tăng cao qua các năm, tồn kho bột ngọt năm 2013 tăng 10% so với năm 2012 và tồn kho năm 2014 tăng đến 19.5% so với năm 2013 mặc dù Công ty đã điều chỉnh giảm lượng sản xuất từ ***** trong năm 2013 xuống còn ***** trong năm 2014. Ngoài ra, lợi nhuận ròng của Công ty cũng giảm từ ***** đồng trong năm 2012 xuống còn ***** trong năm 2014, tức giảm 69.9%. Mặt khác, Công ty cũng đang phải đối mặt với thiệt hại và lãng phí của việc đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất theo các quy hoạch phát triển ngành bột ngọt đã được phê duyệt. Nếu tình hình này tiếp tục tiếp diễn, hoạt động sản xuất và kinh doanh của Công ty và các nhà sản xuất bột ngọt khác trong nước sẽ bị ngưng trệ và ảnh hưởng trầm trọng.

Bột ngọt là mặt hàng thực phẩm thiết yếu cho con người, vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm và chất lượng được đòi hỏi kiểm tra một cách nghiêm ngặt trong suốt quá trình từ nhà sản xuất nước xuất khẩu đến người tiêu dùng nước nhập khẩu. Tuy nhiên, tình trạng các doanh nghiệp thương mại không có sản xuất nhập khẩu ở at hàng hóa ở dạng không bao bì về Việt Nam, sau đó đóng gói và tiêu thụ như hiện nay thì vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm và suy giảm chất lượng là không thể kiểm soát. Điều đó chắc chắn có ảnh hưởng không nhỏ đến sức khỏe của người tiêu dùng.

G2. Hãy so sánh giá bán hàng hóa thực tế tại xưởng của Công ty và tổng chi phí thực tế của hàng hóa nhập khẩu thuộc đối tượng điều tra trong 3 năm tài chính gần nhất, và chỉ ra giá thực tế của hàng hóa khi chưa bị kìm giá.

Theo phân tích của chúng tôi về giá bán tại xưởng của Công ty và giá bán hàng nhập khẩu bình quân từ Trung Quốc, trong giai đoạn từ năm 2012 – 2014 giá bán tại xưởng của Công ty luôn cao hơn rất nhiều so với giá bán hàng nhập khẩu (thấp hơn

khoảng từ 47.2% đến 72.5%) (Xem chi tiết bảng 3 mục E4.1 ở trên). Năm 2014, chính phủ Việt Nam áp dụng chính sách thuế quan mới dành cho bột ngọt Trung Quốc, khiến các công ty xuất khẩu Trung Quốc nâng giá bột ngọt lên. Theo đó, giá bán hàng nhập khẩu từ mức thấp hơn bột ngọt trong nước 67.0% năm 2013 giảm xuống thấp hơn khoảng 47.2% so với giá bán sản phẩm tương tự của Công ty.

G3. Cho biết thông tin chi tiết về việc ép giá đối với giá bán hàng hóa tại xưởng của Công ty để có thể cạnh tranh với hàng nhập khẩu (chỉ ra sự ép giá, các điều khoản thanh toán được gia hạn hoặc các khoản chiết khấu thấp hơn...)

Với sự chênh lệch 47.2% giữa giá bán của Công ty và giá bán hàng nhập khẩu, để có thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu, Công ty buộc phải giảm giá bán của mình (Xem chi tiết trong Bảng 4, Mục E4.2.1 ở trên) trong năm 2014. Công ty khẳng định là mặt hàng bột ngọt đang phải chịu ép giá để có thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu.

G4. Cho biết thông tin chi tiết về việc kìm giá đối với giá bán hàng hoá tại xưởng của Công ty để có thể cạnh tranh với hàng nhập khẩu. Nêu các yếu tố như các khoản gia tăng chi phí đầu vào bắt buộc có ảnh hưởng đến một phần hoặc toàn bộ công ty.

Do sự chênh lệch bất lợi về giá đối với hàng nhập khẩu, Công ty buộc phải giảm giá bán sản phẩm tương tự để có thể cạnh tranh với hàng nhập khẩu. Mặc dù tổng chi phí tăng qua các năm, nhưng Công ty không có khả năng tăng giá bán sản phẩm tương tự lên tương ứng. (Xem chi tiết trong Bảng 5, Mục E4.2.1 ở trên) Công ty đang phải chịu sự kìm giá do hàng nhập khẩu gây ra. Nếu tình trạng này tiếp diễn, Công ty sẽ tiếp tục bị thua lỗ trong thời gian tới.

G4.1. Hãy cho biết ý kiến của các khách hàng của Công ty về:

(a) Chất lượng hàng hoá của Công ty

Hàng hóa của Công ty được sản xuất trên dây chuyền thiết bị hiện đại, theo một quy trình khép kín từ khâu nhập nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm đầu ra. Chất lượng hàng hóa đáp ứng đúng theo tiêu chuẩn đã công bố.

Công ty hiện đang áp dụng hệ thống kiểm soát chất lượng ISO 9001:2008

Sản phẩm của Công ty được khách hàng đánh giá có chất lượng tốt.

Đồng thời về mặt kinh doanh công ty đều đạt được chứng nhận hệ thống quản lý quốc tế như: hệ thống quản lý môi trường ISO 14001, hệ thống quản lý an toàn sức khỏe nghề nghiệp OHSAS 18001, hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn HACCP, năng lực phòng hóa nghiệm trung tâm ISO/IEC 17025: 2005, Hệ thống An toàn Thực phẩm FSSC 22000 và HALAL, KOSHER, GMP+B2.

(b) Thời hạn giao hàng của Công ty

Thời hạn giao hàng luôn đáp ứng đúng theo tiến độ của hợp đồng giữa Công ty với khách hàng.

(c) Các dịch vụ khác của Công ty

Các dịch vụ khác của Công ty như thông tin với khách hàng, chính sách bán hàng, địa điểm giao hàng, thái độ của nhân viên,.. cũng được khách hàng đánh giá cao.

(d) Các dịch vụ sau bán hàng của Công ty như bảo trì, bảo hành và chỉ dẫn kỹ thuật cho khách hàng.

Công ty kịp thời xử lý các khiếu nại của khách hàng, đối với sản phẩm cung cấp nếu có vấn đề về chất lượng, Công ty sẽ tiến hành theo quy định của hệ thống quản lý, bao gồm thu hồi, xử lý và thay thế, nên được khách hàng đánh giá tốt đối với việc xử lý các khiếu nại.

G4.2. Hãy nêu tình hình lực lượng lao động của Công ty và thái độ của họ đối với Công ty, hãy cho biết cách thức tiến hành đàm phán lương.

Trong năm 2014, dưới tác động của hàng hóa nhập khẩu tăng đột biến và thị phần của hàng hóa qua sản xuất bị sụt giảm, Công ty rất khó khăn trong việc đảm bảo đủ ngày công cho công nhân sản xuất. Doanh thu, lợi nhuận không đạt so với kế hoạch dẫn đến thu nhập của người công nhân hơi không được ổn định. Nếu tình hình này tiếp diễn sẽ ảnh hưởng đáng kể đến tâm lý của người lao động, đồng thời ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

G4.3. Có bất kỳ cuộc đình công, lãn công hay đóng cửa nhà máy xảy ra trong thời gian 12 tháng qua hay không? Nếu có, hãy nêu chi tiết.

Công nhân viên là tài sản quan trọng nhất của công ty. Với nỗ lực và các biện pháp mà Công ty đã thực hiện nhằm cố gắng đảm bảo quyền lợi cho người lao động một cách tốt nhất, cho đến nay, mặc dầu tình hình trong năm 2014 rất khó khăn nhưng không có bất kỳ cuộc đình công hoặc bãi công tại Công ty và nhà máy.

G4.4. Có sự giảm cầu đối với hàng hoá của công ty hay có sự thay đổi về cách thức tiêu thụ hay không? Nếu có, hãy nêu chi tiết.

Lượng cầu đối với hàng hóa của Công ty sản xuất giảm đáng kể do lượng hàng nhập khẩu tràn vào với số lượng lớn và giá bán thấp hơn rất nhiều. Điều này thể hiện rõ qua việc giảm lượng tiêu thụ hàng hóa của Công ty sản xuất.

G4.5. Hãy nêu những bước phát triển công nghệ đã được thực hiện kể từ khi Công ty nâng cấp quy trình sản xuất gần đây nhất.

1. Kể từ năm 2011, các hệ thống xử lý nước thải tăng thêm chức năng khử đạm để nâng cao năng lực xử lý, đạt tới 100% nước thải đều phù hợp quy chuẩn nhà nước.

2. Kể từ năm 2012, phối trộn mật rỉ được tự động hóa, thay thế phối trộn bằng nhân công, tỷ lệ phối trộn ổn định.
3. Không khí làm mát của Xưởng Lên men được thu hồi dưới dạng hơi nóng, dùng làm nhiệt năng cho nước vô khuẩn, biện pháp này đã được áp dụng cho Xưởng Lên men I vào năm 2013, và dự tính vào năm 2015 sẽ áp dụng cho Xưởng Lên men II.
4. Vào năm 2013, Xưởng Tinh bột sử dụng bột ướt để chế tạo tinh bột dùng trong ngành công nghiệp, giảm lượng thu mua nguyên liệu và hạ giá thành sản xuất.
5. Vào năm 2013, thay thế một số Máy đông lạnh hấp thụ nhiệt hiện có bằng Máy đông lạnh ly tâm, giảm được tiêu hao hơi nước, nâng cao năng lực đông lạnh, tiết kiệm nguồn năng lượng, dự tính vào năm 2015 sẽ tiếp tục thay thế các máy cũ.
6. Năm 2013, tháp hạt nhựa của Xưởng Tinh chế MSG lắp đặt hệ thống tái chế tự động và bán thành phẩm được đóng gói tự động để giảm bớt sai số thao tác và chi phí nhân công.
7. Năm 2013, Xưởng Tinh chế MSG khởi động hệ thống gió tải, nâng cao chất lượng sản phẩm.
8. Năm 2014, Xưởng Sud-Acid sửa đổi thiết bị Bồn điện giải, giảm chi phí thao tác.
9. Năm 2014, Xưởng Tinh chế MSG khởi động hệ thống đóng gói tự động.
10. Năm 2014, Xưởng Phân bón dạng viên khởi động nguồn năng lượng sinh khối (biomass), sử dụng viên trấu nén thay cho gas đốt thiên nhiên, tận dụng được tài nguyên thu hồi và tiết kiệm được năng lượng thiên nhiên.
11. Năm 2015, khởi động lò hơi đốt than, giảm bớt giá thành cao và sự ỷ lại đối với gas đốt thiên nhiên.

G4.6. Hãy bình luận về năng suất của Công ty tương quan so sánh với năng suất của các nhà xuất khẩu.

Hiện tại, Công ty đang sử dụng dây chuyền công nghệ sản xuất tiên tiến nhất trên thế giới. Do đó, có thể nói, năng suất lao động cũng như hiệu quả sản xuất của Công ty đạt mức tối ưu. Tuy nhiên, đối với các nhà xuất khẩu, do Công ty không có thông tin đầy đủ nên không thể so sánh được về các chỉ số này.

PHẦN H - KẾT LUẬN

Qua số liệu và phân tích ở trên, có thể đi đến kết luận rằng:

- Sản phẩm bột ngọt được nhập khẩu vào Việt Nam các năm nay có sự gia tăng đột biến, nhất là vào năm 2014, đã gây thiệt hại nghiêm trọng cho Công ty và ngành sản xuất nội địa, trực tiếp dẫn đến những đình đốn trong sản xuất do sản lượng sản xuất giảm mạnh, lượng tiêu thụ suy giảm, công suất sử dụng thiết bị giảm mạnh và gây lãng phí đầu tư ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Nếu tình hình nhập bột ngọt tiếp tục gia tăng trong thời gian tới mà Nhà nước không có chính sách phù hợp kịp thời thì Công ty và ngành sản xuất bột ngọt trong nước sẽ mất dần thị phần trong nước cho mặt hàng bột ngọt nhập khẩu, buộc phải cắt giảm công suất sản xuất và Công ty thực sự gặp khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh khi sản lượng tiêu thụ giảm mạnh, doanh thu, lợi nhuận thua lỗ gây thiệt hại nghiêm trọng cho Công ty, giảm đóng góp ngân sách cho Nhà nước.

Với những lý do trên, Công ty khẩn thiết đề nghị các cơ quan nhà nước có thẩm quyền nhanh chóng áp dụng các biện pháp tự vệ để bảo vệ ngành sản xuất bột ngọt trong nước. Cụ thể, đối với mặt hàng bột ngọt nhập khẩu từ nước ngoài, Công ty kiến nghị:

1. Áp thuế tương đối với dòng sản phẩm là bột ngọt nhập khẩu với mức **20%** (Bảng mức thuế suất theo nguyên tắc tối huệ quốc MFN) tính trên giá trị nhập khẩu CIF của lô hàng trong thời gian từ nay đến hết năm 2019.
2. Trong khi chờ đợi Cục Quản lý cạnh tranh - Bộ Công Thương tiến hành điều tra, Công ty xin đề nghị áp dụng ngay biện pháp tạm thời là: Áp dụng một mức thuế nhập khẩu chung là **20%** tính trên giá trị nhập khẩu CIF của lô hàng cho tất cả các sản phẩm bột ngọt nhập khẩu, không phân biệt nước xuất khẩu trong thời gian 200 ngày để tháo gỡ khó khăn cho Công ty và đảm bảo khả năng cạnh tranh của sản phẩm bột ngọt sản xuất trong nước.

Công ty CPHH Vedan Việt Nam rất mong nhận được sự quan tâm, hỗ trợ kịp thời của quý Cơ quan và sẵn sàng phối hợp đầy đủ trong quá trình điều tra.

CAM KẾT

Chúng tôi đảm bảo rằng thông tin cung cấp trong Hồ sơ là chính xác, chúng tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính trung thực của những thông tin đã nêu.

Đại diện ngành sản xuất trong nước

CÔNG TY CỔ PHẦN HỮU HẠN VEDAN VIỆT NAM

Ngày

YANG KUN HSIANG

TỔNG GIÁM ĐỐC