



BẢN TIN

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM
♦ Số 01/2020 (848) ♦ Ngày 17.02.2020

Đăng ký nhận bản tin PDF: info@itpc.gov.vn
hoặc đọc bản tin PDF tại www.itpc.gov.vn

Cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng tiêu dùng vào thị trường Hoa Kỳ



TIN NỔI BẬT

BẢN TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



THƯ TỪ BÀI VỞ VUI LÒNG GỬI VỀ:

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

Phòng Thông tin

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3910 1225

Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 06/QĐ - XBTT - STTTT, ngày
30/5/2016 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



03



03



04

SỐ 01 ♦ 02.2020

03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng tiêu dùng vào thị trường Hoa Kỳ
ITPC tiếp và làm việc với KOTRA (Hàn Quốc)

05 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

EVFTA – cơ hội vàng cho Việt Nam

Xuất khẩu cà phê có khởi sắc trong năm 2020?

08 CHUYÊN ĐỀ

Mười tám điều cần làm khi kinh doanh tại thị trường mới

Thị trường Ba Lan: Môi trường đầu tư

12 TIN VEXA

Xuất khẩu hạt điều năm 2020: Giảm lượng, tăng chất

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty Cổ phần HTC Viễn thông Quốc tế

Cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng tiêu dùng vào thị trường Hoa Kỳ

Ngày 11/02/2020, tại Showroom Xuất khẩu 92 – 96 Nguyễn Huệ, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã tổ chức Hội thảo “Đưa hàng hóa vào thị trường Hoa Kỳ” nhằm kết nối các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng Việt Nam với các doanh nghiệp, nhà nhập khẩu Hoa Kỳ. Đến với Hội thảo là sự tham gia của hơn 50 người từ các doanh nghiệp trên địa bàn TP.HCM.

Bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc ITPC cho biết, theo số liệu của Tổng Cục Thống kê năm 2019, Trung Quốc là thị trường có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam; tuy nhiên xét riêng về hoạt động nhập khẩu, Hoa Kỳ là thị trường đứng đầu trong tất cả các nước. Trong năm nay, ITPC sẽ hướng tới việc đẩy mạnh hỗ trợ các doanh nghiệp để đưa hàng hóa vào 02 thị trường nói trên. Bà Vân cũng lưu ý, ngoài việc tuân thủ những yêu cầu của chính phủ Hoa Kỳ, các doanh nghiệp cũng nên hiểu rõ thêm về các quy định riêng mà những kênh phân phối của nước này có thể đưa ra (điển hình là Walmart).

Tại Hội thảo, bà Kimberly Oanh - Giám đốc vận hành Công ty Giao nhận và Vận chuyển Indo Trần (ITL) - khẳng định rằng Mỹ là thị trường có văn hóa đa dạng và nhu cầu về xuất nhập khẩu của nước này cũng rất phong phú. Điều đáng lưu ý, các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước phải tiếp cận và đáp ứng chính xác nhu cầu tiêu dùng và điều kiện của Hoa Kỳ. Tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu của Việt Nam vào thị trường này rất ngoạn mục. Bà Oanh cho hay: trong vòng 10 năm liên tiếp, con số tăng trưởng khá ấn tượng, đặc biệt là về mặt xuất khẩu.



Trong vòng 01 năm tính đến quý I/2019, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ tăng trưởng đến 140%, trong khi giao dịch thương mại giữa 2 nước cũng tăng lên 18,44 tỷ USD. Mỹ là nước thường xuyên tiếp nhận và xử lý một lượng hàng rất lớn tại các cổng hải quan và cũng có rất nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực này; vì vậy, nếu các doanh nghiệp xuất khẩu sang nước này thì quá trình thông quan hàng hóa sẽ gặp rất nhiều thuận lợi. Nếu sản lượng các mặt hàng quá lớn hoặc doanh nghiệp không chọn các nhà cung cấp dịch vụ thông quan có uy tín thì sẽ mất nhiều thời gian hơn, bà Oanh cho hay.

Theo Giám đốc điều hành Công ty Vietsway Erik Frankel, Hoa Kỳ là một trong những thị trường có tiêu chuẩn đòi hỏi cao đối với hàng nhập khẩu nhưng vẫn mở rộng cánh cửa cơ hội cho nhiều mặt hàng khác nhau. Mảng hàng tiêu dùng bình dân hay sản phẩm thủ công, vốn là điểm mạnh của doanh nghiệp Việt Nam, vẫn còn dư địa rất lớn để xuất khẩu

sang thị trường khó tính này. Ngoài ra, ông Erik khẳng định hàng tiêu dùng Việt bán ra thành công ở thị trường Hoa Kỳ sẽ đạt được biên lợi nhuận rất lớn do chi phí nguyên liệu và nhân công tương đối rẻ so với nhiều nước khác.

Tại Hội thảo, ITPC còn tổ chức hoạt động trao đổi đối đáp giữa doanh nghiệp TP.HCM và nhà nhập khẩu Hoa Kỳ. Trong phần tương tác này, các doanh nghiệp với các sản phẩm đa dạng thể hiện sự quan tâm sâu sắc đến cách thức vận chuyển hàng hóa/sản phẩm đến New York thông qua tư vấn chi tiết của các chuyên gia, cụ thể là về các quy cách, đóng gói, quy trình, và các giấy tờ hợp lệ trong quá trình giao nhận quốc tế. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn được hỗ trợ cụ thể cách thức trưng bày hàng hóa/thương hiệu Việt hiệu quả tại New York, cũng như được tư vấn về các mô hình liên kết kinh doanh đầy khả thi tại thị trường Mỹ thông qua hình thức bán hàng trên các kênh thương mại điện tử lớn cho nhiều sản phẩm khác nhau.

ITPC tiếp và làm việc với KOTRA (Hàn Quốc)



Ngày 07/02/2020 vừa qua, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã tiếp và làm việc cùng Cơ quan Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Hàn Quốc (KOTRA).

Bà Cao Thị Phi Vân – Phó Giám đốc ITPC đã tiếp và cung cấp cho phía bạn các thông tin tổng quan kinh tế - xã hội của thành phố Hồ Chí Minh, nhấn mạnh đến chính sách ưu đãi đầu tư của Thành phố.

Về phía bạn, ông Kim, Kwan Mook, Tổng giám đốc KOTRA, cho biết rất mong muốn sẽ cùng hợp tác với ITPC để tổ chức các hoạt động hỗ trợ cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và Hàn Quốc. KOTRA mong muốn đẩy mạnh mối quan hệ với

ITPC và các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp khác của Việt Nam triển khai các chương trình xúc tiến hữu ích và thiết thực. Phía bạn cũng hy vọng với vai trò là một tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư lớn và chuyên nghiệp, ITPC sẽ là cầu nối cho cộng đồng doanh nghiệp Hàn Quốc đến với Việt Nam, đặc biệt là đầu tư vào thành phố Hồ Chí Minh, là trung tâm kinh tế của cả nước.

Tại buổi làm việc, Bà Cao Thị Phi Vân cho biết ITPC sẵn sàng thực hiện các hoạt động xúc tiến như tổ chức các đoàn khảo sát thị trường cũng như hỗ trợ doanh nhân Hàn Quốc đến tìm kiếm cơ hội đầu tư tại thành phố, tổ chức các hội thảo, sự kiện kết nối doanh nghiệp, cung cấp thông tin thị trường cũng như ưu đãi đối với các nhà đầu tư Hàn Quốc, tham gia và tổ chức hội chợ thương mại nhằm giúp doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường.

Đại diện hai tổ chức cũng thống nhất sẽ phối hợp triển khai các hoạt động diễn đàn, hội thảo nhằm cung cấp thông tin và kết nối doanh nghiệp hiệu quả hơn, phối hợp tổ chức các đoàn tham dự hội chợ, khảo sát thị trường trong thời gian gần nhất... Buổi làm việc cũng thống nhất các bên phải có sự hợp tác chặt chẽ, các chương trình hoạt động phải được tổ chức hợp lý, mang lại nhiều hiệu quả cho doanh nghiệp hai nước.

PHÒNG THÔNG TIN - ITPC



EVFTA – cơ hội vàng cho Việt Nam



Ảnh TL

Với Hiệp định EVFTA được Nghị viện Châu Âu thông qua ngày 12/02/2020, Việt Nam là nước đang phát triển đầu tiên ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương có quan hệ thương mại tự do với EU, khẳng định vai trò và vị thế địa - chính trị quan trọng của Việt Nam trong khu vực.

Việc EVFTA được Nghị viện Châu Âu phê chuẩn đã mở ra một cơ hội vàng thúc đẩy sự chuyển dịch các chuỗi giá trị nhất là giữa lúc đại dịch COVID-19 đang lan rộng, thách thức tính bền vững của các chuỗi giá trị toàn cầu, trong đó nền kinh tế Việt Nam là một mắt khâu.

Cuộc đời vẫn thế: bên cạnh những thách thức hiện hữu vẫn có những cơ hội vàng đang mở ra. Tác động kép của COVID-19 và EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy những nỗ lực tái cấu trúc nền kinh tế, tái cấu trúc không gian thị trường của nền kinh tế Việt Nam theo hướng tăng cường tính tự chủ, giảm lệ thuộc vào các thị trường bên cạnh và nâng cấp Việt Nam trong các chuỗi giá trị toàn cầu.

EVFTA được Nghị viện các nước Châu Âu ngày 12/02/2020 và Quốc hội Việt Nam trong kỳ họp sắp tới phê chuẩn là một dấu mốc mới trên hành trình cải cách và hội nhập của nền kinh tế Việt Nam. Với việc phê chuẩn Hiệp định này, Liên minh châu Âu, một thị trường khó tính với những chuẩn mực cao nhất trên thế giới, đã chính thức ghi nhận những nỗ lực cải cách, xây dựng thể chế kinh tế thị trường và phát triển bền vững của Việt Nam và quyết tâm tăng cường hợp tác với Việt Nam.

Là một Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, EVFTA được ví là “con đường cao tốc hướng Tây”, kết nối chúng ta tới một không gian thị trường rộng lớn và có tiềm năng hàng đầu trên thế giới cả về tài chính, công nghệ và thị trường.

Lợi ích đến từ những con số có thể cân, đo, đong, đếm được: Ngay lập tức, Châu Âu dỡ bỏ 85,6% số dòng thuế, giúp tăng năng lực cạnh tranh cho 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này, Việt Nam xóa bỏ 48,5% tương đương với 64,5% kim ngạch nhập khẩu vào Việt Nam,

sẽ giúp giảm chi phí đầu vào cho các ngành sản xuất, giảm giá hàng hóa, dịch vụ, khơi thông một dòng chảy mới về thương mại giữa chúng ta với một thị trường có sức mua lớn thứ hai trên thế giới (chỉ sau Hoa Kỳ, mà với Hoa Kỳ thì chúng ta chưa có hiệp định thương mại tự do), tạo điều kiện cho cả người dân Việt Nam và Châu Âu có thể tiếp cận những hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao và giá rẻ.

Rượu vang Pháp, Ý rồi sẽ quen thuộc hơn trong bữa ăn của người dân Việt và tôm Việt Nam sẽ nhiều hơn trong bữa ăn của các gia đình các nước EU. Ăn theo dòng chảy thương mại là dòng vốn đầu tư, chuyển giao công nghệ, góp phần nâng cấp các mắt khâu “made in Viet Nam” hay “made by Viet Nam” trong các chuỗi giá trị toàn cầu mà Việt Nam đang nỗ lực tham gia. Với sự tham gia của các đối tác châu Âu, chúng ta kỳ vọng, giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ của những công đoạn sản xuất tại Việt Nam sẽ tăng lên...Bên cạnh đó, nỗ lực vươn tới những chuẩn mực quốc tế về quản trị

(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)

quốc gia và quản trị doanh nghiệp, về lao động, môi trường... cũng sẽ tạo ra nguồn năng lượng mới cho chiến lược phát triển bền vững của Việt Nam. “Phát triển bền vững” là từ khóa, là nền tảng tương tác giữa các nền kinh tế và doanh nghiệp theo khuôn khổ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới trong đó có EVFTA.

❖ **Doanh nghiệp phải làm gì khi trở thành chủ nhân của ngôi nhà EVFTA?**

Trước hết phải tìm, phải hiểu về các cam kết, thách thức, cơ hội liên quan đến ngành và lĩnh vực của mình để định vị lại mình và phải hành động ngay, phải tái cấu trúc các thị trường, bạn hàng, nguồn cung ứng... để tận dụng các cơ hội mà các cam kết mở ra.

Hai là, phải gia tốc những nỗ lực, nâng cấp nền tảng năng lực cạnh tranh của chính mình về mô hình kinh doanh, về chiến lược, quản trị, nhân lực, chất lượng hàng hóa và dịch vụ theo tiêu chuẩn châu Âu... Không có nền tảng là năng lực cạnh tranh bền vững thì không thể hội nhập thành công.

Muốn ra được thị trường thế giới thì phải đứng vững trên mảnh đất của mình. Hướng ra EU, hướng ra thị trường thế giới mệnh mông nhưng đừng quên thị trường “trước nhà”, “trong ngõ” của chính dân mình. Thị trường trong nước với gần 100 triệu dân trong một nền kinh tế đang cất cánh, sẽ là bệ đỡ, là điểm tựa cho các doanh nghiệp Việt vươn ra thị trường thế giới.

Cơ hội lớn mở ra, nhưng cạnh tranh cũng rất gay gắt. Về lý thuyết, ở những lĩnh vực nào có đối đầu trực tiếp giữa doanh nghiệp Việt Nam và các doanh nghiệp EU thì cạnh tranh trong EVFTA sẽ phức tạp hơn. Tuy nhiên, về tổng thể, cơ cấu kinh tế của Việt Nam và các nước EU mang tính bổ sung, tương hỗ lẫn nhau nên ít có cạnh tranh trực tiếp. Cạnh tranh gay gắt sẽ chỉ ở một số lĩnh vực mà Việt Nam còn yếu trong khi EU lại rất mạnh như logistic, chăn nuôi...

Mặc dù vậy, ngay cả với những ngành này, chúng ta cũng không phải quá lo lắng, bởi các cam kết mở cửa thị trường trong EVFTA là có chừng mực, với lộ trình đủ dài, vừa với sức vươn lên của các doanh nghiệp trong nước. Nỗ lực vươn lên đương đầu với cạnh tranh sòng phẳng phải là tâm thế của doanh nghiệp thời hội nhập, mà không phải là tiếp tục trông chờ vào bảo hộ. Thực tiễn của những ngành, những lĩnh vực có sức cạnh tranh cao của chúng ta hiện nay đều là những ngành, lĩnh vực đã nói không với bảo hộ, cam kết với cạnh tranh, dùng cảm mở cửa và hội nhập.

❖ **Nhà nước sẽ làm gì với tư cách người mở đường, dẫn dắt?**

Cộng đồng doanh nghiệp cần sát cánh với các cơ quan Chính phủ trong những nỗ lực thực thi EVFTA. Doanh nghiệp chuẩn bị về tâm thế, về nguồn lực. Nhà nước, bên cạnh việc phối hợp với các hiệp hội doanh nghiệp tuyên truyền phổ biến, hướng dẫn cho doanh nghiệp về Hiệp

định, thì việc chuẩn bị về thể chế là quan trọng nhất. Để nâng cao năng lực thể chế chuẩn bị cho hội nhập không chỉ có việc cải cách để “nội luật hóa” bảo đảm tuân thủ các cam kết mà còn phải cải cách để tận dụng tốt nhất các cơ hội. Cải cách thể chế sâu, rộng hơn cam kết sẽ mở không gian phát triển cho nền kinh tế Việt Nam. Nếu ví EVFTA là con đường cao tốc, thì những thể chế nội địa là những đường nội đô, nội thị, những đường gom.

Tất cả những con đường này có thông thoáng, kỷ cương thì cỗ xe kinh tế Việt Nam mới có thể tăng tốc. Nỗ lực cải cách thể chế thời hội nhập phải tiếp tục củng cố những nền tảng cạnh tranh minh bạch và công bằng; phát triển bền vững, bảo đảm hài hòa các mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường; hỗ trợ doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa; thúc đẩy liên kết, phát triển công nghiệp hỗ trợ, tạo ra hệ sinh thái cộng sinh cùng có lợi giữa các FDI với doanh nghiệp trong nước. Có rất nhiều việc phải làm để phát huy hiệu quả của hội nhập.

“Thể chế nào thì doanh nghiệp đó”, chìa khóa để hội nhập EVFTA nói riêng, hay hội nhập kinh tế quốc tế nói chung thành công, suy cho cùng, phải bắt nguồn từ những nỗ lực cải cách thể chế của Nhà nước song hành với những nỗ lực nâng cấp về quản trị, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đó là đôi chân ngàn dặm để nền kinh tế Việt Nam có thể đi tới thành công.

Hy vọng EVFTA, CPTPP sẽ luôn là những động cơ quan trọng cho tiến trình cải cách và phát triển của Việt Nam.



(Nguồn: Vietnamnet.vn) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

Xuất khẩu cà phê có khởi sắc trong năm 2020?

❖ GIÁ TUỐT DỐC, DÀN BỎ CÀ PHÊ

Theo báo cáo của Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Bộ NN&PTNT): Năm 2019, XK cà phê đạt 1,59 triệu tấn, giá trị 2,75 tỷ USD, giảm 15,2% về khối lượng và giảm tới 22,4% về giá trị so với năm 2018. Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là 2 thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam.

Bước sang những ngày đầu của năm 2020, ngành hàng cà phê tiếp tục đón nhận thông tin không mấy khả quan. Giữa tháng 1/2020, giá cà phê Robusta và Arabica giao kỳ hạn ghi nhận giảm so với tuần đầu tháng 1/2020. Cụ thể: Trên sàn giao dịch London, ngày 18/1/2020, cà phê Robusta giao kỳ hạn tháng 3/2020 giảm 1,4% so với ngày 10/1/2020 và giảm 6,9% so với ngày 18/12/2019, xuống mức 1.319 USD/tấn. Tương tự, trên sàn giao dịch New York, ngày 18/1/2020, giá cà phê Arabica giao kỳ hạn tháng 2/2020 giảm 4,4% so với ngày 10/1/2020 và giảm 16,1% so với ngày 18/12/2019, xuống còn 112,15 Uscent/lb. Tại cảng TP HCM, cà phê Robusta XK loại 2, tỷ lệ đen vỡ 5% giao dịch ở mức giá 1.399 USD/ tấn, giảm 2,4% so với ngày 10/1/2020 và giảm 5,8% so với ngày 18/12/2019. Giá cà phê giảm do nguồn cung dồi dào, giao dịch diễn ra trầm lắng.

Là người nhiều năm gắn bó với cây cà phê, ông Siu Tới (Đắk Đoa-Gia Lai) cho biết: Hiện nay, giá cà phê xuống quá thấp, chỉ còn khoảng một nửa so với 2 năm trước. Tiền thu hoạch từ cà phê không đủ bù chi phí tưới nước, bón phân. Nếu giá vẫn tiếp tục giảm, ông sẽ chặt bỏ vườn cà phê để trồng cây khác. "Tôi đã chia đều toàn bộ diện tích cà phê cho 5 người con, chỉ giữ lại khoảng 150 gốc cà phê. Hiện nay, cả 5 người con của tôi cùng và nhiều người dân tại Đắk Đoa đều đang muốn chuyển từ trồng cà phê sang loại cây khác. Tuy nhiên, vấn đề là người dân đều rơi vào tình trạng thiếu vốn, thiếu thông tin, loay hoay chưa biết trồng cây gì. Một số loại cây hướng đến là dưa, chanh leo, bí đỏ...", ông Siu Tới nói.

❖ CHẾ BIẾN SÂU, NÂNG CHẤT LƯỢNG

Ông Nguyễn Đỗ Anh Tuấn, Vụ trưởng Vụ Hợp tác quốc tế (Bộ NN&PTNT) đánh giá: Ngành cà phê Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức lớn do biến động giá cả, bất cân đối cung - cầu. Giá cà phê giảm sâu khiến nông dân trồng cà phê gặp khó khăn và có xu hướng giảm diện tích trồng, giảm đầu tư cho cây

cà phê. "Tuy nhiên phải khẳng định rằng, dù giá cà phê nhân thô giảm mạnh nhưng giá cà phê rang xay và cà phê thành phẩm ở các nước phát triển vẫn tăng đáng kể", ông Tuấn nói.

Đứng từ góc độ DN XK, ông Đỗ Hà Nam, Tổng giám đốc Tập đoàn Intimex cho biết: Thời gian qua, để khắc phục khó khăn, các DN cà phê Việt Nam đã quan tâm đầu tư nhiều hơn cho chế biến sâu, đặc biệt là cà phê hoà tan, qua đó từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm. Riêng về vấn đề giá cà phê, ông Nam nhấn mạnh: "Trước mắt hiệp hội và DN thu mua, XK cà phê Việt Nam cần phát huy vai trò điều phối thị trường, giúp nông dân cải thiện giá bán. Với việc nắm giữ 60% sản lượng cà phê Robusta toàn thế giới, nếu các nhà XK Việt Nam giữ hàng, làm giảm nguồn cung thế giới thì sẽ có tác động tích cực đến giá cà phê. Để làm được điều này, cần có sự phối hợp nhịp nhàng của cả cơ quan quản lý, hiệp hội, DN và cả người trồng cà phê".

Theo Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), định hướng hiện nay là xây dựng ngành cà phê Việt Nam phát triển theo hướng hiện đại, đồng bộ, có tính cạnh tranh cao với các sản phẩm đa dạng, chất lượng; hướng tới mục tiêu đạt kim ngạch XK 6 tỷ USD vào năm 2030, đồng thời nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm cà phê Việt. Để đạt được mục tiêu trên, Bộ Công Thương khẳng định sẽ chú trọng thực hiện nhiều giải pháp nhằm hỗ trợ thúc đẩy tiêu thụ, phát triển thị trường đối với mặt hàng cà phê như đàm phán mở cửa thị trường, kết nối thúc đẩy tiêu thụ, xúc tiến thương mại và thông tin thị trường.... Bên cạnh đó, Bộ Công Thương cũng tiếp tục nghiên cứu, tổng hợp thông tin về thị trường (nhu cầu, chủng loại, quy cách, mẫu mã, cung cầu, giá cả, các chính sách quản lý XNK và quản lý chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm...) đối với mặt hàng cà phê để cung cấp thông tin cho Bộ NN&PTNT, các địa phương, DN và người dân nhằm phối hợp tổ chức sản xuất, cơ cấu sản phẩm hợp lý, tạo nguồn hàng đảm bảo ổn định về chất lượng và số lượng, đáp ứng nhu cầu của thị trường.

"Bộ Công Thương đã và đang chú trọng tới các hoạt động xúc tiến thương mại tại một số thị trường trọng điểm nhiều tiềm năng tăng trưởng như Trung Quốc, Liên bang Nga, ASEAN, EU, Hoa Kỳ, Bắc Phi, Nam Phi, Trung Đông... để nâng dần sản lượng cà phê chế biến XK, từng bước tạo dựng nền tảng vững chắc cho các thương hiệu cà phê chế biến của Việt Nam trên thị trường thế giới", đại diện Cục Xuất nhập khẩu cho hay.

(Nguồn: Hải quan Online) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

Mười tám điều cần làm khi kinh doanh tại thị trường mới

➤ KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG VỀ NHỮNG NHU CẦU VÀ SỞ THÍCH

Một trong những công việc quan trọng nhất trước khi kinh doanh tại thị trường mới là bạn phải khảo sát khách hàng của bạn để hiểu những gì họ quan tâm nhất, những gì là nhu cầu của họ trong lĩnh vực, ngành hàng mà bạn dự định kinh doanh. Sau đó bạn chạy thử nghiệm để kiểm tra nhu cầu đã khảo sát được, cũng như để được đảm bảo các thông tin bạn thu thập được là phù hợp và chính xác. Điều này bạn cần phải làm thường xuyên nhằm giúp bạn có thể theo sát những nhu cầu để tạo ra một sản phẩm mà thị trường thực sự muốn.

➤ ĐỪNG CỐ GẮNG TẠO RA MỘT SẢN PHẨM/DỊCH VỤ HOÀN HẢO NGAY LẬP TỨC

Điều này có nghĩa là bạn đừng quá lo lắng khi việc kinh doanh của bạn còn nhiều bất cập, nhận nhiều phản nản từ khách hàng, và đôi khi từ chính đối thủ cạnh tranh... từ buổi đầu xâm nhập thị trường. Bạn hãy bình tĩnh và giải quyết từng “mối rối”, công việc sẽ dần trở nên hoàn hảo và trơn tru. Trong đầu hãy luôn tập trung vào việc kinh doanh cho đúng kế hoạch của mình đặt ra ngay từ buổi đầu.

➤ LUÔN NGHĨ CÁCH NÂNG CAO SỰ PHỤC VỤ CỦA MÌNH ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG HIỆN TẠI

Hãy tập trung vào đối tượng là khách hàng hiện hữu của bạn. Nếu bạn đã có một danh sách khách hàng từ 5.000 người/đối tượng trở lên, thay vì tập trung vào việc mở rộng danh sách này lên 8.000, 10.000 hoặc tăng lượng “view”, lượng “like” trên các kênh phương tiện truyền thông xã hội của bạn, thì hãy tập trung vào việc tạo ra những nội dung mới, những giá trị mới cho lượng khách hàng hiện hữu mà bạn đang có. Hãy đặt ra câu hỏi “Sản phẩm hoặc chương trình mới nào họ cần tiếp theo?”, “Nên tạo thêm những giá trị công thêm nào?”... Việc này cho phép bạn tiếp tục hỗ trợ được khách hàng của bạn trong tương lai, cũng như thu hút đồng thời tăng doanh thu của công ty lên từ lượng khách hàng cũ, cũng như quảng bá sản phẩm/dịch vụ của mình với nhiều thông tin mới, giá trị mới.

➤ LUÔN SUY NGHĨ CÂU HỎI “THỊ TRƯỜNG CẦN GÌ”

Không suy nghĩ theo sách vở mà hãy làm theo thực tế thị trường. Như ta thường nói “Bán thứ khách hàng cần, chứ không bán thứ mình có”.

➤ LẮNG NGHE PHẢN HỒI ĐỂ THAY ĐỔI

Không ai thực sự hoàn hảo. Đến một lúc nào đó, bạn phải quyết định đây là thời điểm tôi cần thay đổi và sự thay đổi này dựa trên những phản hồi từ khách hàng của mình. Những thay đổi này mang đến sự phát triển cho công ty bạn thông qua những sản phẩm, dịch vụ hoặc thậm chí chỉ là những công dụng nhỏ nhưng mới lạ mà bạn mang đến cho khách hàng, và bạn luôn luôn phải suy nghĩ đến những thay đổi này vì đối thủ của bạn không bao giờ đứng một chỗ.

➤ DÙNG MẠNG XÃ HỘI ĐỂ XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG

Nhóm Facebook, những người dùng Twitter, LinkedIn,... của bạn không đơn thuần chỉ là một nhóm, nó là một cộng đồng phát triển và vận động xung quanh doanh nghiệp của bạn, và bạn cần phát triển nó một cách tự nhiên qua nhiều năm. Cộng đồng này giúp thúc đẩy lẫn nhau, tôn vinh lẫn nhau và thực sự hợp tác trong việc kinh doanh.

➤ KHÔNG VIỄN VONG VỀ SẢN PHẨM/DỊCH VỤ CỦA BẠN

Khách hàng rất thực tế và sẽ cho bạn thấy ý tưởng của bạn có thực tế và thiết thực hay không thông qua số tiền họ bỏ ra để sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn. Đừng quá hy vọng viễn vọng khi khách hàng chưa tự nguyện tiêu tiền đối với sản phẩm/dịch vụ của bạn.

➤ THƯƠNG HIỆU LÀ THỨ ĐỂ THU HÚT KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Một thương hiệu thành công là thương hiệu giúp khách hàng hiểu được bạn là ai, bạn đang đại diện cho điều gì, thị

trường của bạn là ở đâu và bạn đang ở vị trí nào. Thông qua thương hiệu bạn có thể thu hút khách hàng mục tiêu. Bạn định vị thương hiệu của mình thông qua sự giao thoa giữa uy tín, sự khác biệt và tính độc đáo và sự phù hợp tại thị trường mục tiêu.

➤ **HÃY ĐỂ KHÁCH HÀNG CỦA BẠN THẤY ĐƯỢC SỰ QUAN TÂM**

Luôn quan tâm chăm sóc khách hàng bằng cách tạo ra nhiều nội dung đáp ứng những nhu cầu hiện có, cũng như những nhu cầu trong tương lai bằng cách gợi ý và tập trung giải quyết đáp ứng nó. Thông qua đó bạn có thể tạo ra một tập hợp những khách hàng trung thành và sẵn sàng bỏ tiền ra sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn.

➤ **XÂY DỰNG NỀN TẢNG CÁ NHÂN**

Bạn không cần phải cố gắng thể hiện đến từng cá nhân khách hàng mà hãy tạo niềm tin thông qua những việc bạn làm cho những nhóm khách hàng đó. Nếu khách hàng của bạn tự nhận thấy bạn đang khát khao muốn phục vụ cho họ và bạn thực sự có khát vọng đó, thì họ sẽ trở thành một phần trong kinh doanh và trong cuộc sống của bạn.

➤ **CHIA SẺ NHỮNG CÂU CHUYỆN VỀ BẢN THÂN NHẪM KẾT NỐI VỚI KHÁCH HÀNG**

Hãy chia sẻ với khách hàng những câu chuyện đời thường, đưa những câu chuyện đó vào trong sản phẩm của bạn. Với những điều giản dị và gần gũi trong cuộc sống, bạn có thể kết nối chặt chẽ với khách hàng, cũng như các khách hàng có thể tạo thành một mạng lưới khi được kết nối với nhau thông qua các câu chuyện của bạn.

➤ **CÁCH TỐT NHẤT ĐỂ TIẾP THỊ DOANH NGHIỆP CỦA BẠN LÀ CHO KHÁCH HÀNG BIẾT RẰNG BẠN HIỂU HỌ**

Bạn không nên tiếp thị và bằng mọi cách khiến mọi người phải hiểu giá trị của những gì bạn đang có. Hãy để khách hàng hiểu rằng công ty của bạn biết rõ họ cảm thấy thế nào. Cách tốt nhất để tiếp thị là để mọi người cảm thấy bạn hiểu họ. Bạn không cần cố gắng để làm cho họ hiểu rõ sản phẩm của bạn cũng như giá trị của nó.

➤ **CẠNH TRANH LÀ ĐIỀU TỐT CHO CÔNG TY BẠN**

Đừng ngại cạnh tranh trên thị trường. Chính sự tồn tại của nó sẽ xác nhận rằng trên thị trường hiện đang có nhu cầu về sản phẩm/

dịch vụ mà bạn đang cung cấp. Hãy đi sâu phân tích và tìm hiểu sự cạnh tranh đó, từ đó sẽ cho bạn nhiều kết quả bất ngờ và hữu ích.

➤ **SỬ DỤNG PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG ĐỂ LẬP DANH SÁCH KHÁCH HÀNG**

Một điều quan trọng là bạn phải có cách để tạo ra danh sách khách hàng thông qua các công cụ truyền thông mà bạn sử dụng. Khi bạn tương tác với họ thì họ sẽ trở thành khách hàng tiềm năng của bạn trong tương lai.

➤ **ĐỪNG CỐ GẮNG SỬ DỤNG TẤT CẢ CÁC KÊNH TIẾP THỊ**

Khi bắt đầu kinh doanh hay đưa một sản phẩm/dịch vụ mới ra thị trường, hãy chỉ sử dụng 1 hoặc 2 kênh truyền thông chính để đưa thông điệp đến khách hàng tiềm năng. Sau đó hãy dần dần thử nghiệm với nhiều cách tiếp xúc khác mà bạn nhận thấy mọi người đang sử dụng, tuy nhiên hãy làm thật đơn giản, và luôn hướng sự chú ý của khách hàng đến kênh tiếp thị chính mà bạn đặt ra ngay từ đầu.

➤ **KHÔNG CHỈ TẬP TRUNG VÀO BÁN HÀNG, HÃY CÙNG THÀNH CÔNG VỚI KHÁCH HÀNG CỦA BẠN**

Không thể bắt khách hàng mua sản phẩm của bạn, và cũng đừng tìm mọi cách để bán sản phẩm. Hãy chia sẻ, đồng cảm và cùng phát triển với khách hàng của mình, ngay cả khi bạn không bán được sản phẩm/dịch vụ cho họ.

➤ **ĐẦU TƯ VÀO CÔNG NGHỆ VÀ CON NGƯỜI**

Có một câu nói của cổ nhân phương Tây: “Hôm nay bạn hãy làm những việc mà những việc đó có thể giúp bạn có nhiều thời gian hơn vào ngày mai”. Ngay từ hôm nay, hãy đầu tư vào công nghệ và con người cho công ty của bạn. Đến một lúc nào đó, chính những điều này sẽ khiến bạn thoải mái và tự tin hơn trong điều hành, và mang lại hiệu quả trong kinh doanh cho công ty bạn.

➤ **KHI THÀNH CÔNG, HÃY NHỚ ĐẾN NGƯỜI KHÁC**

Trong kinh doanh có hai cách để tìm ra những điều mà bạn không được học trong nhà trường. Cách thứ nhất là chính bạn sẽ nhận được bài học thông qua những thất bại, mà giới doanh nhân thường gọi là cú shock. Còn nếu không muốn nhận những cú shock, bạn cần phải học hỏi từ những sai lầm của người khác. Và nếu bạn không bị lặp lại những sai lầm hay thất bại này, hãy mang ơn và nhớ đến họ như là một người thầy trong trường.

Thị trường Ba Lan

Môi trường đầu tư

❖ MỞ CỬA ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI

Ba Lan chào đón đầu tư nước ngoài không những bởi nguồn vốn, tăng trưởng và việc làm, mà còn là một phương tiện để chuyển giao công nghệ, nghiên cứu & phát triển (R&D), và hội nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Đến cuối năm 2012, theo IMF và dữ liệu ngân hàng quốc gia Ba Lan, Ba Lan đã thu hút được khoảng 235 \$ tỷ đồng (cộng dồn) vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), chủ yếu từ Tây Âu và Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp nước ngoài được truy cập không giới hạn vào thị trường Ba Lan. Tuy nhiên, luật pháp Ba Lan giới hạn quyền sở hữu nước ngoài trong các ngành chiến lược, và vẫn hạn chế nước ngoài mua bất động sản, đặc biệt là đất nông nghiệp.

Ba Lan đưa ra hàng loạt cải cách trong những năm gần đây để cải thiện môi trường đầu tư nước ngoài và trong nước. Tháng 4/2014, chính phủ Ba Lan phê duyệt “Chương trình phát triển doanh nghiệp 2020” - Program Rozwoju Przedsiębiorczosci do 2020, nhằm mục đích tạo ra môi trường kinh doanh thân thiện cho các doanh nghiệp cũng như hỗ trợ R&D, các dự án đổi mới và hợp tác giữa doanh nghiệp và giới học viện.

Ba Lan cũng cải thiện quản lý đăng ký bất động sản và luật mua sắm công. Chính quyền địa phương và nhà nước đang thực hiện chương trình đăng ký “một cửa” đối với các doanh nghiệp mới. Mặc dù có nhiều cải cách, nhiều nhà đầu tư nước ngoài vẫn phân nản về thủ tục hành chính rườm rà và quá nhiều quy định. Quốc hội thành lập ủy ban thường trực vào cuối năm 2012 để đẩy nhanh tiến độ trong việc bãi bỏ các quy định tại Ba Lan.

❖ LUẬT /QUY ĐỊNH ĐỐI VỚI FDI

Khung pháp lý cơ bản đối với việc thành lập và hoạt động công ty tại Ba Lan, bao gồm các công ty có vốn đầu tư nước ngoài được thể hiện trong bộ Luật Thương mại doanh nghiệp. Luật này cung cấp cho việc thành lập các công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, hoặc quan hệ đối tác (ví dụ, quan hệ đối tác hạn chế cổ phần, xí nghiệp hợp doanh chuyên nghiệp). Những hình thức hợp tác có sẵn cho các nhà đầu tư nước ngoài đến từ EU hay các nước thành viên của Khu vực Thương mại tự do châu Âu (EFTA) hoặc từ những nước có đặc quyền thương mại với Ba Lan.

Các nhà đầu tư nước ngoài được bảo đảm đối xử như công ty trong nước. Với một số ngoại lệ, các công ty không có công ty con được thành lập trong EU trước ngày 1/5/2004, nhưng vẫn có kế hoạch triển khai hoạt động kinh doanh tại Ba Lan phải tuân thủ tất cả các quy định của EU, và có thể không được hưởng lợi ích từ những đặc quyền mà các công ty trong EU được hưởng. Nhà đầu tư nước ngoài không có hộ khẩu thường trú và quyền được làm việc tại Ba Lan có thể bị hạn chế tham gia hoạt động công ty hằng ngày tại Ba Lan.

Theo luật đăng ký Tòa án quốc gia vào tháng 10/1997, tất cả công ty, quan hệ đối tác thương mại và các doanh nghiệp tư nhân phải được liệt kê trong sổ Đăng ký doanh nghiệp, một phần của Luật đăng ký tòa án quốc gia do tòa án quận quản lý. Sổ đăng ký doanh nghiệp là tài liệu công. Luật sẽ xem xét từng trường hợp cụ thể để cấp phép hoặc



Ảnh TL

từ chối (ví dụ, nếu tài liệu yêu cầu không nộp không đúng hạn hoặc trên cơ sở an ninh quốc gia)

Theo Luật về Tự do hoạt động kinh tế, văn phòng chi nhánh được đăng ký tại cơ quan Đăng ký tòa án quốc gia theo tên của nhà đầu tư nước ngoài, với ghi chú “chi nhánh tại Ba Lan”. Văn phòng chi nhánh có thể thực hiện bất kỳ hoạt động nào trong phạm vi kinh doanh của nhà đầu tư nước ngoài thành lập chi nhánh đó. Ngược lại, văn phòng đại diện phải hạn chế các hoạt động của mình về xúc tiến và quảng cáo cho các nhà đầu tư mẹ nước ngoài. Văn phòng đại diện phải đăng ký với Bộ Kinh tế.

❖ KHUYẾN KHÍCH CÔNG NGHIỆP

Chính phủ Ba Lan đưa ra một số chương trình để kích thích đầu tư đặt mục tiêu cho các lĩnh vực bao gồm: chính sách năng lượng của Ba Lan đến năm 2030, chương trình ngành điện, chính sách của chính phủ nước cộng hòa Ba Lan đối với ngành công nghiệp dầu, và hoạt động khai thác mỏ tại Ba Lan giai đoạn 2007 – 2015. Đầu tư lớn được ưu tiên trong các lĩnh vực thuộc “Chương trình hỗ trợ các khoản đầu tư có tầm quan trọng đáng kể cho nền kinh tế của Ba Lan năm 2011 – 2020”, cung cấp hỗ trợ cho các khoản đầu tư lớn để tạo ra công ăn việc làm trong các lĩnh vực ưu tiên gồm: ô tô, điện tử, hàng không, công nghệ sinh học, và các dịch vụ hiện đại (tài chính, thông tin và truyền thông, dịch vụ kinh doanh chuyên nghiệp). Chương trình cũng hỗ trợ cho nghiên cứu và phát triển (R&D).

Thông tin chi tiết tại:

http://www.paiz.gov.pl/governmental_grants

❖ HẠN CHẾ KIỂM SOÁT NƯỚC NGOÀI

Ba Lan đưa ra giới hạn về sở hữu nước ngoài và vốn sở hữu nước ngoài bị hạn chế trong một số lĩnh vực. Luật pháp Ba Lan giới hạn công dân ngoài EU sở hữu 49% vốn cổ phần trong ngành vận tải hàng không, phát thanh, truyền hình và các ngành hoạt động trong sân bay và cảng biển. Chính phủ bãi bỏ luật yêu cầu sở hữu nhà nước của Hãng hàng không Ba Lan LOT và các chi nhánh vào tháng 7/2013. Do đó, PLL LOT S.A, EuroLOT S.A và LS Airport Services S.A có thể được bán cho các tổ chức EU. Giấy phép và nhượng quyền trong sản xuất quốc phòng và quản lý cảng biển được cấp trên cơ sở quốc gia đối với nhà đầu tư từ các nước OECD. Theo Luật phát thanh truyền hình, các công ty phát thanh truyền hình chỉ có thể nhận được cấp phép nếu cổ phần sở hữu nước ngoài không vượt quá 49% và nếu đa số thành viên quản trị và ban giám sát là công dân Ba Lan và có hộ khẩu thường trú tại Ba Lan.

Trong lĩnh vực bảo hiểm, phải có ít nhất hai thành viên của ban quản lý, bao gồm chủ tịch phải biết nói tiếng Ba Lan.

Luật Tự do trong hoạt động kinh tế đòi hỏi các công ty phải được chính phủ nhượng quyền, cấp phép hoặc cho phép công

ty hoạt động kinh doanh trong những lĩnh vực nhất định bao gồm: phát thanh truyền hình, hàng không, năng lượng, vũ khí/thiết bị quân sự, khai thác mỏ và các dịch vụ an ninh tư nhân. Theo Luật tự do trong hoạt động kinh tế, các giao dịch lớn phải được Bộ Tài chính cấp giấy phép (ví dụ như thành lập một công ty khi toàn bộ hoặc một phần hoạt động kinh doanh thuộc sở hữu của Ba Lan đóng góp bằng hiện vật cho một công ty sở hữu nước ngoài).

Luật pháp Ba Lan hạn chế đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực đất đai và bất động sản. Kể từ khi gia nhập vào EU năm 2004, công dân từ các nước thành viên EU, Iceland, Liechtenstein, Na Uy, và Thụy Sĩ được phép mua bất động sản phi nông nghiệp hoặc mua lại hoặc nhận cổ phần của công ty cổ phần bất động sản phi nông nghiệp tại Ba Lan. Những công dân này vẫn còn bị hạn chế trong việc mua lại đất nông nghiệp của Ba Lan. Tuy nhiên, theo các điều khoản khi gia nhập vào EU, Ba Lan sẽ loại bỏ gần như tất cả các hạn chế trong việc mua lại đất nông nghiệp của Ba Lan cho tất cả các công dân của các nước trên vào cuối tháng 5/2016.

Công dân từ các nước khác, ngoài EU, Iceland, Liechtenstein, Na Uy và Thụy Sĩ được phép mua một căn hộ 0,4ha (4.000 m²) đất đô thị không hạn chế, hoặc 1 ha đất nông nghiệp với hạn chế xây dựng và hạn chế điều kiện theo các chương trình hỗ trợ của chính phủ. Để mua số lượng lớn bất động sản thương mại, công dân nước ngoài phải có được giấy phép của Bộ Nội vụ (với sự đồng ý của Bộ Quốc phòng và Bộ Nông nghiệp), theo quy định của Luật Mua lại bất động sản của nước ngoài. Doanh nghiệp nước ngoài có ý định mua bất động sản tại Ba Lan có thể sử dụng một giấy phép tạm thời từ Bộ Nội vụ, có giá trị hai năm kể từ ngày phát hành và trong giai đoạn này doanh nghiệp cần thu nhập giấy tờ chứng minh việc kinh doanh khả thi. Cấp phép có thể bị từ chối vì các lý do chính sách xã hội hoặc an ninh công cộng.

Người nước ngoài có thể cho thuê đất nông nghiệp.

❖ LUẬT CẠNH TRANH

Cơ quan chống độc quyền của Ba Lan, Văn phòng Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (UOKiK) đánh giá các giao dịch đầu tư và sáp nhập có liên quan đến cạnh tranh. Cơ quan này có nhiệm vụ xem xét mức ảnh hưởng của các giao dịch, hoặc ảnh hưởng đến thị trường Ba Lan. Theo Luật cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, để tham gia vào các giao dịch phải được UOKiK cho phép nếu doanh số của năm trước khi sáp nhập vượt quá 1 tỉ euro trên toàn cầu hoặc 50 triệu euro tại Ba Lan. Luật quy định miễn trừ nghĩa vụ thông báo cho UOKiK trong một số tình huống nhất định, chẳng hạn như nếu doanh thu hàng năm tại Ba Lan của doanh nghiệp ở mức dưới 10 triệu euro trong hai năm trước đó, hoặc nếu bên tham gia sáp nhập cũng có cùng mức vốn.

(Xem tiếp kỳ sau)

Xuất khẩu hạt điều năm 2020: Giảm lượng, tăng chất

Năm 2020, Hiệp hội Điều Việt Nam (Vinacas) sẽ tiếp tục thực hiện chủ trương “giảm lượng, tăng chất” nhằm nâng cao chất lượng hạt điều nhân và hiệu quả chế biến trong bối cảnh thị trường hạt điều toàn cầu được dự báo sẽ còn nhiều yếu tố rủi ro, khó đoán định.

Ông Phạm Văn Công - Chủ tịch Vinacas – đánh giá, năm 2019 đã khép lại với sự hồi phục mạnh mẽ của toàn ngành sau “con bão lớn” 2017, 2018. Xuất khẩu điều nhân đạt 450.000 tấn và nhập khẩu hạt điều thô đạt 1,5 triệu tấn, hoàn thành và vượt mục tiêu. Số lượng hạt điều nhân sơ chế nhập khẩu vào Việt Nam có xu hướng tăng mạnh hơn so với năm 2018 và các năm trước đó. Mặt khác, lượng hàng hóa đưa vào “thị trường không tên” theo số liệu báo cáo ngày càng tăng.

❖ Doanh nghiệp cần đầu tư mạnh cho chế biến sâu

Về thị trường năm 2020, Vinacas dự báo, trong 6 tháng đầu năm 2020, giá hạt điều thô và hạt điều chế biến sẽ biến động trong biên độ hẹp do diễn biến phức tạp của kinh tế toàn cầu, căng thẳng thương mại giữa Hoa Kỳ - Trung Quốc, Hoa Kỳ - Ấn Độ. Các quốc gia châu Phi như: Bờ Biển Ngà, Mozambique... ngày càng có những chính sách mới nhằm siết chặt hơn, như việc áp giá sàn hạt điều thô khi giao dịch, hay chính phủ đứng ra trực tiếp dự trữ và giao dịch.

Ấn Độ là thị trường tiêu thụ hạt điều nhiều nhất thế giới với dân số khoảng 1,3 tỷ người, nhưng nước này hiện đang áp dụng chính sách thuế để hạn chế lượng hạt điều nhân nhập khẩu, chủ yếu từ Việt Nam. Hiệp hội, nhà máy chế biến điều Ấn Độ cũng vận động Chính phủ có biện pháp kiểm soát việc nhập khẩu hạt điều nhân, khi giá hạt điều nhân tại thị trường nội địa Ấn Độ cao

hơn giá tại các thị trường châu Âu, Hoa Kỳ. Hoa Kỳ và châu Âu sẽ áp dụng thêm một số tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và sẽ kiểm tra thêm dư lượng hóa chất cấm. Nguyên nhân là do các siêu thị ngày càng khắt khe hơn về an toàn thực phẩm.

Các nhà rang, chiên lớn của Hoa Kỳ và châu Âu cho biết, kỳ tới đây họ sẽ áp đặt thêm một số tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và sẽ kiểm thêm dư lượng hóa chất cấm.

Trong bối cảnh thị trường hạt điều toàn cầu được dự báo sẽ còn nhiều yếu tố rủi ro, khó đoán định, ông Phạm Văn Công cho hay, năm 2020, Vinacas sẽ tiếp tục thực hiện chủ trương “giảm lượng, tăng chất” nhằm nâng cao chất lượng hạt điều nhân và hiệu quả chế biến.

Ông Phạm Văn Công đánh giá, với những tín hiệu khả quan trên thị trường toàn cầu từ quý III/2019 và khả năng chủ động nguồn nguyên liệu, ngành điều Việt Nam vẫn đặt mục tiêu xuất khẩu 4 tỷ USD trong năm 2020. Theo đó, Vinacas sẽ thực hiện các hoạt động thiết thực nhằm thúc đẩy cải tiến máy móc, thiết bị để nâng cao năng lực và hiệu quả chế biến, trong đó có chế biến chuyên sâu; tiếp tục hợp tác với Hiệp hội điều các quốc gia có lượng hạt điều lớn như Ấn Độ, Bờ Biển Ngà... về sản xuất, kinh doanh hạt điều chế biến và hạt điều thô. Doanh nghiệp ngành điều cần phải nhạy bén, điều chỉnh để có kế hoạch năm 2020 phù hợp và sát thực tế. Đồng thời, cần phải bám sát thị trường, nhất là về nguồn cung và nhu cầu; có sự hợp tác, trao đổi thông tin giữa những doanh nghiệp lớn để có đường hướng, kế hoạch cụ thể trong nhập khẩu hạt điều thô và việc cung ứng hạt điều chế biến ra thị trường.



Ảnh TL

Công ty Cổ phần HTC Viễn Thông Quốc Tế là đơn vị thành viên của Hanoi Telecom (tên gọi tắt là HTC-ITC) là một trong những nhà cung cấp dịch vụ viễn thông cố định, di động, internet, VOIP, điện thoại đường dài trong nước và quốc tế hàng đầu và được khách hàng tin tưởng.

Lịch sử phát triển:

- 2007: Thành lập công ty
- 2011: Bắt đầu xây dựng trục 1-7500km
- 2014: Hoàn thành xây dựng trục 1 - Bắt đầu dịch vụ hạ tầng MS
- 2016: Bắt đầu xây dựng trục 2-8000km
- 2017: Nhận giấy phép thiết lập hạ tầng viễn thông và giấy phép CCDV viễn thông trên phạm vi toàn quốc.
- 2019: Xây dựng Data Center tiêu chuẩn UpTime Tier3 cho thiết kế và xây dựng đầu tiên ở Việt Nam.



Tầm nhìn:

Trở thành doanh nghiệp có thương hiệu trong thị trường Viễn thông - CNTT Việt Nam

Sứ mệnh:

Cung cấp dịch vụ chất lượng cao, hướng tới khách hàng song song với ổn định tăng trưởng lợi nhuận

Giá trị cốt lõi:

- Đáng tin cậy
- Phát triển bền vững
- Sáng tạo - trung thực - tận tâm.

Công ty chuyên về các dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin - giải pháp hỗ trợ IT cho các doanh nghiệp như:



Với đội ngũ các chuyên gia và kỹ thuật viên am hiểu nghiệp vụ, nắm vững các kỹ thuật và công nghệ trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin, HTC-ITC sẽ nhanh chóng tạo lập được niềm tin nơi khách hàng và trở thành Công ty số một Việt Nam cung cấp các dịch vụ viễn thông và giá trị gia tăng chất lượng cao.

HTC Viễn Thông Quốc Tế
Khơi dậy sự kết nối ổn định và chuyên nghiệp tại mỗi doanh nghiệp/tổ chức.

☎ 024 353 819 16 📞 190040008 ✉ info@htc-itc.com.vn 🌐 <http://htc-itc.com.vn>
📍 6th Floor, Lotus Building, No.2 Duy Tan Str, Cau Giay Dist, Hanoi, Vietnam

❖ Xuất khẩu (XK) hàng hóa của Việt Nam ghi nhận sụt giảm mạnh mẽ ngay tháng đầu tiên của năm 2020 trong bối cảnh bùng phát dịch viêm đường hô hấp cấp do virus corona gây gián đoạn giao thương Việt-Trung. Đáng chú ý, dự báo tình hình xuất nhập khẩu (XNK) sẽ còn tiếp tục phải đối mặt khó khăn trong nhiều tháng tới. Theo số liệu mới nhất từ Bộ Công Thương: Tổng kim ngạch XNK hàng hóa của Việt Nam trong tháng đầu tiên của năm 2020 ước đạt 38,1 tỷ USD, giảm 12,9% so với cùng kỳ năm trước; trong đó XK ước đạt 19 tỷ USD, giảm 14,3% so với cùng kỳ năm 2019. (Hải quan Online, 09/02)

❖ Ngân hàng nhà nước dự kiến sẽ không đưa tỷ lệ giới hạn vốn góp của nhà đầu tư nước ngoài vượt mức 49% tại các trung gian thanh toán vào Dự thảo Nghị định thay thế Nghị định 101. (VTV24, 11/02)

❖ Theo Sở Giao dịch hàng hóa Việt Nam, nhóm hàng nguyên liệu công nghiệp nhẹ trong phiên ngày 10/2 đã có những biến động trái chiều. Trong khi giá, cà phê Arabica kỳ hạn tháng 5/2020 trên sàn ICE New York tăng lên mức hơn 52 triệu đồng/tấn, thì giá cà phê Robusta lại giảm xuống còn hơn 29 triệu đồng/tấn, mức thấp nhất trong 3 tháng rưỡi qua. Giá ca cao cũng đã giảm nhẹ xuống mức hơn 66 triệu đồng/tấn. Giá đường tăng lên mức cao nhất 2 năm rưỡi qua, do tình hình thời tiết khô hạn tại Thái Lan (VTV24, 11/02)

❖ Cục Phòng vệ thương mại đã nhận được thông tin về việc Ủy ban kinh tế Á - Âu (EEC) đã thông báo chấm dứt điều tra tự vệ đối với ống thép không gỉ do đơn kiện đã được rút lại. Như vậy, EEC sẽ không áp thuế tự vệ với ống thép không gỉ nhập khẩu. Hoạt động xuất khẩu ống thép không gỉ của nước ta sẽ không bị ảnh hưởng. (VTV24, 12/02)



Doanh nghiệp muốn đối thoại với chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh, hãy gửi câu hỏi của quý vị về doithoi@itpc.gov.vn. Thông tin riêng của doanh nghiệp được bảo mật hoàn toàn. Các cơ quan ban ngành, UBND các quận huyện luôn trả lời trong thời gian nhanh nhất. Vui lòng truy cập <http://www.doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn> để biết thêm chi tiết.

Hóa đơn điện tử

Có bắt buộc phải thể hiện ngày phát hành hóa đơn trên phần chữ ký của người bán hay không?

Trả lời:

Căn cứ Điều 6 Thông tư số 32/2011/TT-BTC ngày 14/03/2011 của Bộ Tài chính hướng dẫn về khởi tạo, phát hành, sử dụng hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ quy định về nội dung hóa đơn điện tử;

Căn cứ Điều 6 Nghị định số 119/2018/NĐ-CP ngày 12/09/2018 của Chính phủ quy định về hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ quy định về nội dung hóa đơn điện tử;

Căn cứ các quy định trên, tiêu thức ngày lập hóa đơn điện tử là chỉ tiêu bắt buộc.

Thuế thu nhập cá nhân (Thuế TNCN)

Hiện nay khi người lao động tự quyết toán thuế TNCN với cơ quan thuế, Công ty chi trả thu nhập có bắt buộc phải cấp Thư xác nhận thu nhập không hay chỉ cần cấp Biên lai khấu trừ thuế TNCN?

Trả lời:

Căn cứ Khoản 2 Điều 16 Thông tư số 156/2013/TT-BTC ngày 06/11/2013 được sửa đổi, bổ sung theo Thông tư số 92/2015/TT-BTC ngày 15/6/2015

Cá nhân có thu nhập từ tiền lương, tiền công không thuộc trường hợp được ưu quyền cho tổ chức, cá nhân trả thu nhập quyết toán thuế thay thì khai quyết toán thuế trực tiếp với cơ quan thuế theo mẫu sau: Tờ khai quyết toán thuế mẫu số 02/QTT-TNCN, Phụ lục mẫu số 02-1/BK-QTT-TNCN nếu có đăng ký giảm trừ gia cảnh cho người phụ thuộc, Bản chụp các chứng từ chứng minh số thuế đã khấu trừ, đã tạm nộp trong năm, số thuế đã nộp ở nước ngoài (nếu có), Bản chụp các hoá đơn chứng từ chứng minh khoản đóng góp vào quỹ từ thiện, quỹ nhân đạo, quỹ khuyến học (nếu có). Trường hợp cá nhân nhận thu nhập từ các tổ chức Quốc tế, Đại sứ quán, Lãnh sự quán và nhận thu nhập từ nước ngoài phải có tài liệu chứng minh về số tiền đã trả của đơn vị, tổ chức trả thu nhập ở nước ngoài. Cá nhân tự chịu trách nhiệm trước pháp luật về hồ sơ khai quyết toán thuế TNCN khi nộp cho cơ quan Thuế.

Chi phí làm visa

Công ty có phát sinh phí làm visa cho nhân viên đi công tác tại Nhật. Cục xuất nhập cảnh Hồ Chí Minh không phát hành hóa đơn GTGT cho Công ty mà chỉ phát hành phiếu thu theo mẫu của Cục xuất nhập cảnh. Trên phiếu thu cũng không ghi tên Công ty, và không ghi mã số thuế của Công ty. Vậy với phiếu thu này Công ty có được tính chi phí được trừ không?

Trả lời:

Trường hợp Công ty có phát sinh khoản chi phí làm visa cho nhân viên đi công tác nước ngoài phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty thì biên nhận thu lệ phí do Đại sứ quán/Lãnh sự quán nước ngoài cấp là căn cứ để Công ty tính vào chi phí được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN.

CHƯƠNG TRÌNH SẮP TỚI

Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

Phòng Dịch vụ - ITPC cung cấp dịch vụ trọn gói cho doanh nghiệp và nhà đầu tư:

- Tổ chức sự kiện thương mại - đầu tư: hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo, huấn luyện - đào tạo;
- Tổ chức đoàn khảo sát thị trường, tham dự hội chợ - triển lãm, hội nghị và hội thảo
- Đón tiếp, cung cấp thông tin cho các đoàn doanh nghiệp nước ngoài đến Thành phố. Tổ chức gặp gỡ các cơ quan chức năng, kết nối doanh nghiệp (Business To Business);
- Tổ chức các hoạt động truyền thông, tiếp thị;
- Tư vấn các hoạt động thương mại - đầu tư mở văn phòng, lập dự án đầu tư, xây dựng thương hiệu;
- Dịch vụ văn phòng, phòng họp với trang thiết bị đi kèm tại trung tâm thành phố.
- Showroom trưng bày hàng hóa

• Liên hệ: Phòng Dịch vụ – ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3910 4733

(028) 3910 4903

Fax: (028) 3910 4902

Email: bizcenter@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại & Đầu Tư
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ
Online Trade and Investment Information Portal



DÀNH CHO NHÀ XUẤT KHẨU



Nội dung bao gồm thông tin về xuất khẩu cho từng sản phẩm và thị trường cụ thể, hỗ trợ bán hàng xuất khẩu, thông tin về các khóa huấn luyện cũng như các sự kiện về hội chợ và đoàn xúc tiến thương mại.

[ENTER] >>



FOR INTERNATIONAL BUYERS AND IMPORTERS



A place for international buyers who want to source from Vietnam, containing Vietnamese exporter database, instructions on how to import from Vietnam and trade offers.

[ENTER] >>



FOR FOREIGN INVESTORS



A place for foreign investors who want to make investment in Vietnam, containing essential information such as opportunities, how to invest and what you should know.

[ENTER] >>

© Copyright ITPC 2008. All Rights Reserved

Cổng thông tin Điện tử Thương mại và Đầu tư (www.itpc.gov.vn)

Website của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM cung cấp thông tin các hoạt động xúc tiến, dữ liệu ngành hàng, thị trường, các chính sách đầu tư của Việt Nam và nước ngoài. Doanh nghiệp có thể tìm thấy nhiều thông tin hữu ích tại trang web của ITPC: www.itpc.gov.vn



Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre – ITPC) là đơn vị trực thuộc Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. ITPC có nhiệm vụ tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố, tham mưu cho Ủy ban nhân dân thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư, triển khai các giải pháp, chương trình xúc tiến thương mại, thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

- Thực hiện các dịch vụ bồi dưỡng nghiệp vụ, cung cấp các dịch vụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư ở trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm.
- Tổ chức hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ, triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài.
- Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại
- Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề.
- Xây dựng phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm xuất khẩu; tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu.
- Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gặp gỡ doanh nghiệp.
- Thu thập ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài về chủ trương, chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; giải quyết các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp.
- Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư trong và ngoài nước.
- Thu thập khảo sát thông tin và nghiên cứu thị trường trong nước và quốc tế. Cung cấp thông tin về cơ hội đầu tư và giao thương.
- Xây dựng cơ sở dữ liệu về tiềm năng của thành phố, hàng hóa, thị trường, xuất nhập khẩu và đầu tư. Phát hành bản tin, các ấn phẩm thương mại và đầu tư. Tổ chức thông tin về thương mại và đầu tư qua mạng.

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn