

HỘI ĐỒNG CHÂU ÂU THÔNG QUA THỦ TỤC CUỐI CÙNG VỚI **EVFTA**



Bản tin số 09/2020 (856)
Ngày 06.04.2020

51 Đinh Tiên Hoàng, Quận 1, TP. HCM
mail.itpc.gov.vn
(84-28) 3823 6738
www.itpc.gov.vn

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 - XBBT - STTTT, ngày
30/5/2016 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



09

04

06

SỐ 09 ♦ 04.2020

03 CHUYÊN ĐỀ

Bí quyết cải thiện kinh doanh bằng cách kiểm tra đối thủ cạnh tranh
Xu hướng nào cung cấp cơ hội trên thị trường gia vị và thảo mộc châu Âu?
Văn hóa kinh doanh tại Brazil

08 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Hội đồng châu Âu thông qua thủ tục cuối cùng với EVFTA
Kỳ vọng xuất khẩu sang EU bật tăng vào cuối năm

10 ENGLISH FOR YOU

LEASE /li:s/, HIRE /'haɪə(r)/, RENT /rent/ và LET /let/

11 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Lịch sự kiện ITPC năm 2020

12 TIN VEXA

Bộ Công Thương kiến nghị xuất khẩu gạo trở lại

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH SX&TM Tân Quang Minh - Bidrico

Bí quyết cải thiện kinh doanh bằng cách kiểm tra đối thủ cạnh tranh

➤ Nghiên cứu những dịch vụ cung ứng mới

Như một trợ lý ảo, bạn chính là một “Girl Friday – một nữ trợ lý hữu dụng” đối với khách hàng. Bạn chính là người mà họ bàn bạc để giải quyết mọi công việc. Càng có nhiều kỹ năng và tài năng, bạn càng có nhiều yêu cầu. Điều này gây thích cho sự quan trọng của việc kiểm tra đối thủ cạnh tranh và xem dịch vụ của bạn khác biệt so với họ như thế nào.

➤ Tìm kiếm lĩnh vực cần cải thiện

Bạn cũng nên xác định những kỹ năng nào có yêu cầu cao hơn dựa theo chỗ nổi bật hoặc sự sắp xếp trên trang web của đối thủ cạnh tranh. Liệu những lĩnh vực có nhu cầu cao của họ thể hiện sự yếu kém trong các dịch vụ của bạn? Đó có phải là những kỹ năng mà bạn có thể dựa vào để nâng mình lên một tầm cao mới? Là một trợ lý ảo, bạn hãy luôn là một sinh viên - không ngừng mở mang kiến thức và kỹ năng nhằm cung cấp cho khách hàng nhiều dịch vụ giá trị hơn nữa. Điều này sẽ cải thiện yêu cầu của bạn và giúp các dịch vụ của bạn sinh lợi nhiều hơn.

➤ Khảo sát chính sách giá và cấu trúc

Điều quan trọng là bạn phải có sự so sánh tương đồng khi kiểm tra đối thủ cạnh tranh. Bạn đang tìm kiếm những người có cùng kỹ năng và theo đuổi cùng một thị phần. Việc khảo sát chính sách giá và cấu trúc sẽ giúp bạn xác định giá dịch vụ của bạn đang nằm ở mức nào trên thị trường.

Không chỉ nói về giá cả dịch vụ của bạn, mà còn về nghiên cứu cấu trúc giá mà đối thủ của bạn đang sử dụng. Họ có các chính sách giá khác nhau cho cùng một dịch vụ? Họ có tính giá theo giờ không? Họ xác định giá như thế nào và hệ thống của bạn được sắp xếp như thế nào?



Ảnh TIL

Hãy làm cho việc kinh doanh của bạn tốt hơn nữa bằng việc xem xét những gì đối thủ cạnh tranh của bạn hiện đang làm. Nghiên cứu những dịch vụ mới mà bạn có thể cung cấp, tìm kiếm những lĩnh vực cần cải tiến, và khảo sát chính sách giá của bạn.

➤ Đối thủ của bạn có chuyên biệt hay không

Đối thủ của bạn chuyên về một lĩnh vực nào đó? Nếu thế, liệu bạn có thể tận dụng ưu thế bằng cách mở rộng ra nhiều lĩnh vực? Nếu không, bạn nên cung cấp các dịch vụ chuyên môn trong một lĩnh vực mà bạn có kinh nghiệm làm việc, chẳng hạn ngân hàng, kế toán, bất động sản, các dịch vụ pháp lý, các dịch vụ y tế, v.v...? Liệu điều này có làm cho công việc trợ lý ảo của bạn thêm đáng giá?

Chìa khóa khi thăm dò trang web của các trợ lý ảo khác chính là tìm cách để bạn trở thành một lựa chọn hấp dẫn hơn cho các khách hàng tiềm năng. Hãy

ghi nhớ điều này trên hết khi kiểm tra đối thủ của bạn.

➤ Khảo sát sự khác biệt giữa các dịch vụ cung ứng

Một điều quan trọng là bạn phải biết liệu mình có những dịch vụ mà đối thủ không có hay không do đó bạn có thể tìm cách để tận dụng sự khác biệt đó. Bạn muốn mình nổi bật là một người có thể cung cấp nhiều hơn. Chỉ ra những kỹ năng và tài năng của riêng bạn là một cách quan trọng nhằm làm cho bạn trở nên thu hút hơn đối với những người có nhu cầu về một dịch vụ trợ lý ảo trọn gói.

Xu hướng nào cung cấp cơ hội trên thị trường gia vị và thảo mộc châu Âu?



Nhu cầu châu Âu về gia vị tăng giá và cảm giác khan hiếm, người mua châu Âu liên tục tìm kiếm nhà cung cấp mới. Bạn cũng có thể tìm thấy cơ hội trong các thị trường nhỏ hơn hay thị trường ngách tập trung vào các loại đặc biệt, chất

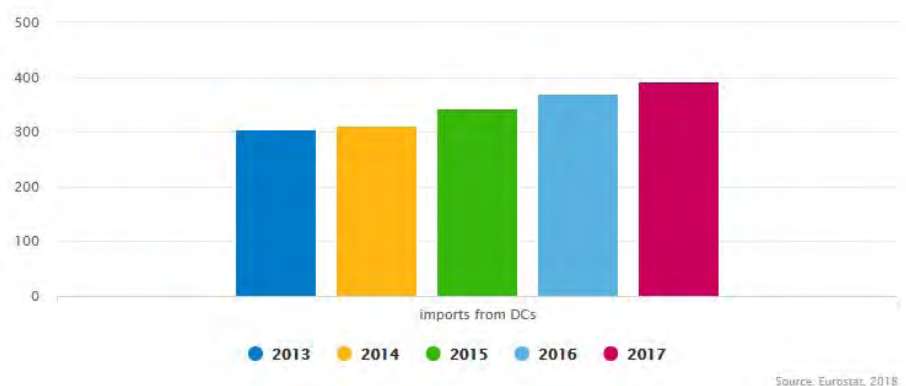
lượng được cải thiện và tính bền vững. Tuy nhiên, bạn cần tuân thủ các yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc để vào thị trường châu Âu.

NHU CẦU TIẾP TỤC TĂNG

Nhập khẩu gia vị và thảo mộc châu Âu từ các nước đang phát triển đã tăng đáng kể trong những năm gần đây, tăng 6,6% mỗi năm giai đoạn 2013-2017 (xem Hình 1). Thị trường gia vị toàn cầu dự kiến sẽ tăng 5,1% trong khoảng thời gian từ 2017 đến 2021 (<https://www.reportbuyer.com/product/4793531/global-spices-and-seasonings-market-2017-2021.html>).

Thị trường các loại gia vị ở châu Âu sẽ tiếp tục tăng trưởng. Tuy nhiên, do sự trưởng thành của ngành công nghiệp, tốc độ tăng trưởng của châu Âu chậm hơn so với các khu vực khác theo Market Watch. (<https://www.marketwatch.com/press-release/global-seasonings-and-spices-market-size-of-12179-million-in-2014-to-witness-5-cagr-during-2015---2020-ps-market-research-2015-11-10>).

Hầu hết nhập khẩu trực tiếp châu Âu đến từ các nước đang phát triển (97% tổng khối lượng nhập khẩu). Do đó, các điều kiện thị trường tích cực giúp bạn có thể hưởng lợi trực tiếp. Thị trường sản phẩm thống nhất, dựa trên khối lượng có thể cung cấp cơ hội, nhưng cạnh tranh cao hơn và tỷ suất lợi nhuận thấp hơn trên các thị trường như vậy.



Hình 1: Nhập khẩu gia vị và thảo mộc châu Âu từ các nước đang phát triển giai đoạn 2013-2017

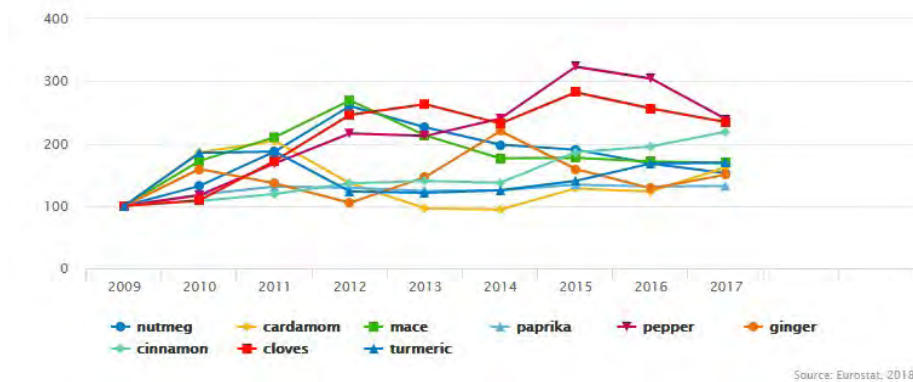
Là một doanh nghiệp vừa và nhỏ, bạn sẽ tìm thấy cơ hội tốt trong việc cung cấp những gì được gọi là gia vị và thảo mộc đặc biệt được giao dịch với khối lượng nhỏ hơn. Do đó, nó có thể quan tâm đến:

- Cung cấp các loại đặc biệt (ví dụ như ớt Mexico, hạt tiêu Tellicherry)
- Tập trung vào nét đặc trưng của sản phẩm (ví dụ như màu sắc và mùi vị)
- Làm theo yêu cầu sở thích của khách hàng (ví dụ như nghiền to, nghiền sơ sơ)
- Sản xuất bền vững (ví dụ như organic, fair trade)

❖ Lời khuyên:

- Trực tiếp nhắm mục tiêu đến các quốc gia hiện chủ yếu dựa vào các quốc gia châu Âu khác để cung cấp (các quốc gia khác ngoài Hà Lan, Đức, Vương quốc Anh, Pháp và Bỉ). Tuy nhiên, các quốc gia này có thể yêu cầu thêm chế biến, đóng gói, khối lượng nhỏ hơn và các dịch vụ khác.
- Tập trung vào các thị trường địa phương hoặc khu vực, chẳng hạn như khu vực châu Á-Thái Bình Dương. Khu vực thị trường này được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ 7% hàng năm từ năm 2015 đến 2020, thị trường gia vị phát triển nhanh nhất trên thế giới.

NGUỒN CUNG KHAN HIẾM DẪN ĐẾN GIÁ CAO CHO HẦU HẾT CÁC LOẠI GIA VỊ



Hình 2: Xu hướng giá cho các loại gia vị và thảo mộc quan trọng nhất 2009-2017

Nhìn chung xu hướng giá trên thị trường toàn cầu cho các loại gia vị và thảo mộc đã tăng lên. Sự gia tăng chủ yếu là do nhu cầu ngày càng tăng, trong khi sản xuất không theo kịp. Hình 2 minh họa mức tăng chung giai đoạn 2009 - 2017.

Một ví dụ điển hình của xu hướng này là vani. Giá nhập khẩu vani của châu Âu tăng gần 40% mỗi năm trong giai đoạn 2009-2017. Điều này là do vấn đề sản xuất tại nước sản xuất chính là Madagascar. Chỉ số của vani tăng vọt từ 100 trong năm 2009 lên hơn 1.400 trong năm 2017. Kết quả là, dữ liệu về vanilla không được đưa vào Hình 2.

Trong tương lai, ngành gia vị và thảo mộc phải chịu thách thức để đáp ứng nhu cầu. Là cây trồng nhỏ, gia vị và thảo mộc thường không cao trong chương trình nghị sự của các tổ chức hỗ trợ địa phương và quốc tế. Vì người trồng thường là các hộ sản xuất nhỏ, khả năng mở rộng sản xuất của họ bị hạn chế. Hơn nữa, nhiều loại gia vị đòi hỏi điều kiện phát triển cụ thể và kiến thức chuyên môn để trồng chúng. Nông dân nghỉ hưu không dễ dàng thay thế. Trồng các loại gia vị và thảo mộc mới không thể đáp ứng nhu cầu toàn cầu và bổ sung lượng dự trữ thấp.

Các chuyên gia trong ngành hy vọng giá sẽ vẫn cao hoặc tiếp tục tăng. Tuy nhiên, nhu cầu của châu Âu bắt đầu tăng trưởng hơn nữa. Gia vị và thảo mộc là những thành phần quan trọng đóng góp ít vào tổng chi phí của thực phẩm mà chúng được sử dụng. Nhu cầu vừa phải nên không bị ảnh hưởng bởi giá cả thay đổi.

Đối với các nhà xuất khẩu và người trồng, điều này có nghĩa là gia vị và thảo mộc cung cấp một cơ hội tuyệt vời để đầu tư. Đầu tư là cần thiết trong sản phẩm ban đầu, khả năng chế biến và đảm bảo chất lượng. Với triển vọng kinh tế ổn định, thị trường châu Âu sẽ mang đến cơ hội tuyệt vời để bạn tăng lợi nhuận và đầu tư vào công ty của chính mình.

Hơn nữa, quản lý rủi ro là rất quan trọng trong kinh doanh các loại gia vị và thảo mộc. Cho nên, nông dân và nhà xuất khẩu tập trung vào nhiều mặt hàng hơn là tập trung vào duy nhất một mặt hàng. Trong trường hợp giá của một loại gia vị hoặc thảo mộc tăng lên làm ảnh hưởng đến lợi nhuận của cửa, các loại gia vị và thảo mộc khác của bạn có thể bù đắp cho những mất mát đó.

❖ Lời khuyên:

- Luôn cập nhật về giá cả và tình hình cung ứng gia vị toàn cầu của bạn. Điều này sẽ giúp bạn xác định vị trí cạnh tranh của bạn và tìm đúng thời điểm để bán.



Ảnh TL

- Hãy chắc chắn rằng bạn có một cái nhìn tổng quan tốt về sự phát triển giá ngắn hạn và dài hạn.
- Xem Người trong cuộc thị trường của ITC (<http://www.intracen.org/itc/market-insider/spices/>), Nedspice (<http://www.nedspice.com/news>), và Public Ledger (<https://agribusinessintelligence.informa.com/products-and-services/news-and-insights/the-public-ledger>) (có trả tiền cho các báo cáo giá cả và cây trồng).
- Sử dụng các chuyên gia ngành trong việc kết nối để bổ sung thông tin giá cả.
- Xem tài liệu để biết thêm giá và nguồn sản phẩm cụ thể, cũng như thông tin về diễn biến giá. Ví dụ: bạn có thể tham khảo thông tin về quế (<https://www.cbi.eu/market-inif/spices-herbs/cinnamon/>), bạch đậu khấu (<https://www.cbi.eu/market-information/spices-herbs/cardamom/>), hạt tiêu (<https://www.cbi.eu/market-inif/spices-herbs/pepper/>), vani (<https://www.cbi.eu/market-information/spices-herbs/vanilla/>), gừng khô (<https://www.cbi.eu/market-inif/spices-herbs/dried-ginger/>), ớt hoặc đinh hương (<https://www.cbi.eu/market-information/spices-herbs/cloves/>).
- Xem nghiên cứu về Xuất khẩu vani sang châu Âu để biết thêm thông tin về biến động giá nhập khẩu trên thị trường vanilla (<https://www.cbi.eu/market-inif/spices-herbs/vanilla/>).

(Xem tiếp kỳ sau) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC



Văn hóa kinh doanh tại Brazil

Khách Việt Nam đến Brazil nên làm quen với điều kiện làm việc đặc biệt ở Brazil. Tốc độ thương lượng công việc khá chậm và phụ thuộc nhiều vào các quan hệ cá nhân. Các cuộc thương lượng công việc quan trọng không được giải quyết qua điện thoại hoặc thư từ. Nhiều nhà kinh doanh Brazil không có phản ứng tốt trước các cuộc viếng thăm nhanh chóng và không thường xuyên của các đại diện bán hàng nước ngoài. Họ thích các mối quan hệ công việc lâu dài. Người mua hàng Brazil cũng quan tâm nhiều đến các dịch vụ sau bán hàng của nhà xuất khẩu. Tốc độ chậm rãi của các cuộc thương lượng không có nghĩa là người Brazil ít hiểu biết về công nghệ hoặc các thực tiễn kinh doanh hiện đại. Trên thực tế, họ có thể rất hiểu biết về kỹ thuật khi gọi điện thay mặt một công ty Sao Paulo hoặc một công ty Chicago. Thêm vào đó, các doanh nhân nước ngoài nên học hỏi nhiều về nền kinh tế và môi trường thương mại Brazil trước khi tham gia kinh doanh. Uống cà phê trong các cuộc họp bàn công việc là một phong tục ở Brazil.

❖ NGÔN NGỮ

Ngôn ngữ của Brazil là tiếng Bồ Đào Nha. Mặc dù nhiều người Brazil có thể nói được tiếng Anh, nhưng họ vẫn muốn bàn công việc bằng tiếng Bồ Đào Nha. Người Brazil rất trân trọng những người nước ngoài nói được tiếng của đất nước mình.

Những nhà kinh doanh nước ngoài không nói được tiếng Bồ Đào Nha nên thuê một phiên dịch. Tài liệu và các ấn phẩm giới thiệu sản phẩm nên in bằng tiếng Bồ Đào Nha và tiếng Anh được ưa thích hơn tiếng Tây Ban Nha. Các chỉ dẫn và các số liệu kỹ thuật khác nên dùng hệ thống mét.

❖ GIỜ LÀM VIỆC

Người Brazil rất coi trọng việc đúng giờ.

Các văn phòng thường làm việc từ 9h sáng đến 6h chiều, từ thứ 2 đến thứ 6.

Các siêu thị, cửa hàng bách hoá và các trung tâm mua bán thường mở cửa từ 10h sáng đến 10h tối, từ thứ 2 đến thứ 7 và từ 10h sáng đến 6h tối chủ nhật.

Các ngân hàng làm việc từ 10h sáng đến 4h chiều, từ thứ 2 đến thứ 6.

Các doanh nhân đến Sao Paulo nên lên kế hoạch rõ sẽ đi đâu để biết chính xác sẽ cần bao nhiêu thời gian. Nếu có thể, hãy tránh các giờ cao điểm (8h sáng đến 10h sáng và 5h30 đến 7h30 chiều). Trong mùa mưa (từ tháng 1 đến tháng 3) giao thông luôn luôn bị tắc nghẽn.

Người chủ chốt thường làm việc muộn hơn vào buổi sáng và ở lại muộn hơn vào buổi tối. Thời gian tốt nhất để gặp gỡ cho những nhà kinh doanh Brazil là từ 10h sáng đến trưa và từ 3h đến 5h chiều, mặc dù ở Sao Paulo các cuộc họp thường diễn ra cả ngày. Bữa ăn trưa thường diễn ra trong 02 tiếng đồng hồ.

❖ TRANG PHỤC

Đối với trang phục trong kinh doanh thì người Brazil ít khi có phán xét tiêu cực khi bạn quá ăn diện và trang trọng, nhưng nếu trang phục của bạn quá bình thường thì có thể bị xem là thiếu tôn trọng. Bạn chỉ nên dùng quần jean cho những ngày cuối tuần và đôi giày thể thao trong phòng tập thể dục, và không nên sử dụng chúng trong văn phòng.

Các bộ comple ba mảnh đặc trưng cho những nhân viên cấp cao, ngược lại những bộ comple hai mảnh dành cho những nhân viên văn phòng bình thường. Màu sắc trên cờ của Brazil là màu vàng và màu xanh. Tránh mặc những trang phục kết hợp giữa hai màu này.

❖ XUNG HỒ

Ở Brazil người ta thường gọi nhau bằng tên, và rất hiếm khi gọi nhau bằng họ. Khác với các nơi khác là thường có tiêu đề được đặt trước tên. Ví dụ: Dr. João hoặc Seu João dùng cho đàn ông, và Dra. Glória hoặc Dona Glória dùng cho phụ nữ. Và đây là một bí mật: tiêu đề "Dr" được sử dụng ở đây không phải để chỉ học hàm tiến sĩ (PhD) mà ở Brazil "Dr" được sử dụng để thể hiện sự tôn trọng đối với vị trí cấp bậc, đẳng cấp trong xã hội. Làm việc ở đây bạn nên học tiếng Bồ Đào Nha – đây là một loại ngôn ngữ rất thông dụng, với các đại từ như là "o Senhor" để chỉ đàn ông và "a Senhora" để chỉ đàn bà.

❖ THĂM HỎI

Với khía cạnh này, khi gọi điện thoại cho đối tác, trước tiên bạn cần nhớ là phải hỏi thăm sức khỏe, gia đình sau đó mới đề cập đến công việc. Hành động này cho thấy rằng bạn quan tâm đến đối tác với tình cảm giữa con người với con người, chứ không phải là xem họ như một phương tiện để làm ăn.

❖ KẾT HỢP CÔNG VIỆC KINH DOANH VÀ CÔNG VIỆC CÁ NHÂN

Người Brazil đánh giá cao mối quan hệ cá nhân và tốt hơn hết là nên tạo dựng các mối quan hệ này trước khi tiến hành đàm phán kinh doanh. Hãy chắc chắn rằng bạn đã tạo dựng được các mối liên kết cá nhân trước khi đi thẳng vào các cuộc đàm phán. Một trong những cách tuyệt vời để tạo kết nối là bạn cần tìm hiểu về các món ăn truyền thống của địa phương, nơi có đối tác kinh doanh của bạn, và tổ chức một bữa ăn ngon cùng với đối tác trước khi tiến hành các cuộc đàm phán. Các bữa ăn dạng này thường kéo dài nhưng sẽ đem lại cơ hội tuyệt vời cho cả hai bên.

Với đối tác người Brazil, việc mời nhau đi ăn là bình thường, và thường có sự tham dự của chồng hoặc vợ đối tác. Chủ và

khách thường ngồi đối diện nhau, có lời chúc rượu ban đầu. Người Brazil thích những lời chúc rượu ngắn, mạch lạc và dí dỏm. Rượu mạnh chỉ nên dùng chút ít.

❖ BÀY TỎ CẢM XÚC

Hãy bày tỏ cảm xúc, chẳng hạn như sự hài lòng hay thất vọng hoặc có thể chỉ là những cái ôm.

Người Brazil rất thích người nước ngoài khen ngợi đất nước của họ, vẻ đẹp của phụ nữ Brazil cũng như truyền thống văn hóa của đất nước Brazil.

Người Brazil hiếm khi nói không. Bạn rất ít khi nghe được từ "không - không" thốt lên từ người Brazil. Người Brazil có xu hướng ngoại giao hơn là đối đầu. Khi nghe họ nói "có thể" ("talvez"), hoặc "có khả năng" ("potencialmente") thì có nghĩa là "không".

Người Brazil rất nhiệt tình, thân thiện và ngoại giao. Họ thông minh, nhanh nhẹn và lịch thiệp. Họ luôn đàm phán hết mình và tận dụng nó một cách tối đa. Bạn nên nghiên cứu con người, lịch sử của họ, và tìm hiểu văn hóa của đất nước này trước khi bước vào cuộc đàm phán.

Đó là lý do tại sao các bài học tiếng Bồ Đào Nha đường phố của Brazil (Street Smart Brazil's Portuguese lessons) luôn luôn có thêm các chỉ dẫn về văn hóa để giúp người kinh doanh nắm được không chỉ ngôn ngữ, mà còn hiểu biết văn hóa.

❖ GẶP GỠ, ĐÀM PHÁN

Người Brazil rất coi trọng những mối quan hệ làm ăn lâu dài và đúng đắn. Vì vậy khi giao dịch với đối tác Brazil, tốt hơn hết là bạn cần phải có một người trung gian không chỉ giúp cho việc tạo lập mối quan hệ, mà còn giúp bạn giải quyết các tình huống xảy ra, từ đó tạo được lòng tin đối với đối tác của mình. Bạn cũng cần hết sức chú ý xây dựng những mối quan hệ cá nhân trước khi tiến hành công việc.

Phải hẹn trước khi gặp ít nhất hai tuần. Đừng bao giờ liên lạc công việc qua điện thoại trong công việc kinh doanh hoặc tới các văn phòng chính phủ.

Chuẩn bị sẵn sàng các nguồn lực dài hạn (cả thời gian và tiền bạc) để thiết lập các mối quan hệ tốt ở Brazil. Đây là chìa khóa thành công trong kinh doanh.

Một số vùng không có ý thức nhiều về thời gian và công việc. Tuy nhiên San Paulo không thuộc các vùng này, và ở Rio sự thiếu trách nhiệm thường có đối với các cá nhân và trong các sự kiện xã hội, không xảy ra trong kinh doanh. ở hai thành phố này, các cuộc họp bàn công việc thường diễn ra đúng giờ.

Không được trực tiếp đi thẳng vào vấn đề trước người chủ tọa. Các cuộc họp bàn công việc thường bắt đầu bằng việc thảo luận ngoài lề.

Khi thương lượng với các doanh nhân Brazil, bạn nên biết rằng họ thường tính toán bằng USD.

Hội đồng châu Âu thông qua thủ tục cuối cùng với EVFTA



Toàn cảnh một phiên họp Nghị viện châu Âu tại Strassbourg, Pháp (Ảnh TIL)

Hội đồng châu Âu ngày 30/3 đã thông qua một quyết định về việc ký kết Hiệp định thương mại tự do (FTA) giữa EU và Việt Nam. Quyết định này mở đường để Hiệp định bắt đầu có hiệu lực bên phía EU.

Một khi Quốc hội Việt Nam phê chuẩn FTA, rất có thể là vào đầu mùa hè 2020, Hiệp định sẽ chính thức có hiệu lực.

“Đây là thỏa thuận thứ hai mà chúng ta ký kết với một quốc gia Đông Nam Á, sau Singapore. Nó cũng là Hiệp định thương mại tự do tham vọng nhất từng được ký kết với một quốc gia đang phát triển. Chúng ta đang mở rộng những cơ hội thương mại mới cho cả hai bên.”

Ông Gordan Grlić Radman, Bộ trưởng Ngoại giao và EU của Croatia, cho biết.

FTA này loại bỏ gần như hoàn toàn thuế hải quan (99%) giữa hai bên. 65% thuế đối với hàng xuất khẩu của EU sang Việt Nam sẽ được miễn ngay khi FTA có hiệu lực, trong khi phần còn lại sẽ được loại bỏ dần trong khoảng thời gian lên tới 10 năm. Ở chiều ngược lại, 71% thuế đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực, phần còn lại sẽ được loại bỏ dần trong khoảng thời gian lên tới 7 năm. FTA cũng sẽ giảm nhiều hàng rào phi thuế quan hiện nay trong thương mại với Việt Nam

và mở cửa thị trường dịch vụ và mua sắm công của Việt Nam cho các doanh nghiệp đến từ EU.

Hiệp định thương mại Việt Nam – EU cũng có những điều khoản quan trọng về bảo hộ sở hữu trí tuệ, quyền lao động và phát triển bền vững. FTA bao gồm các cam kết thực thi những tiêu chuẩn cốt lõi của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) và công ước của Liên hiệp quốc (UN) liên quan đến chống biến đổi khí hậu hoặc bảo vệ đa dạng sinh học.

Việt Nam đã đạt được nhiều tiến bộ về một số cam kết sau:

- Phê chuẩn Công ước ILO 98 về thương lượng tập thể vào tháng 6/2019.
- Thông qua Bộ Luật Lao động sửa đổi vào tháng 11/2019.
- Xác nhận lộ trình phê chuẩn hai công ước ILO cơ bản còn lại về tự do lập hội và lao động cưỡng bức.

Hiệp định bảo hộ đầu tư (IPA) cũng đã được ký kết cùng thời điểm với Hiệp định thương mại tự do nêu trên vào ngày 30/6/2019 tại Hà Nội. IPA sẽ cần phải được tất cả các nước thành viên EU phê chuẩn theo trình tự thủ tục tương ứng với mỗi quốc gia trước khi có hiệu lực. Khi được phê chuẩn, nó sẽ thay thế cho các Hiệp định đầu tư song phương mà 21 quốc gia thành viên EU hiện đang có với Việt Nam.

(Nguồn: Europa.eu) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

Kỳ vọng xuất khẩu sang EU bật tăng vào cuối năm

➤ SUY GIẢM THƯƠNG MẠI CHỈ LÀ TẠM THỜI

Trước diễn biến dịch bệnh ngày càng nghiêm trọng, châu Âu trở thành tâm dịch của thế giới, lần đầu tiên lãnh đạo của tất cả các quốc gia thành viên EU đã thông qua một kế hoạch chung đóng cửa biên giới khu vực lãnh thổ EU trong 30 ngày và có thể kéo dài nếu cần thiết.

Theo đánh giá của Bộ Công thương, trong quý II/2020, xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực của Việt Nam sang EU như máy tính, điện thoại và linh kiện sẽ tiếp tục sụt giảm mạnh do gặp khó khăn cả về khâu cung ứng lẫn nhu cầu thị trường giảm. Tuy nhiên, dự báo sức mua đối với các mặt hàng nông sản, thực phẩm vẫn có thể được duy trì.

EU là đối tác thương mại quan trọng, là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam. Lưu lượng hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam sang EU tương đối lớn. Năm 2019, lượng hàng hóa xuất khẩu qua đường biển đạt 20,5 tỷ euro, đường hàng không đạt 14,5 tỷ euro, đường sắt đạt 671 triệu

euro; trong khi nhập khẩu qua đường biển, đường hàng không và đường sắt lần lượt là 5,99 tỷ euro, 3,56 tỷ euro và 9 triệu euro.

Với một khu vực thị trường có tổng kim ngạch thương mại 2 chiều gần 57 tỷ USD (năm 2019), trong đó xuất khẩu trên 41 tỷ USD, chỉ cần một sự chậm trễ trong lưu thông hàng hóa do tác động của kiểm soát biên giới quá chặt chẽ cũng làm giảm đáng kể giá trị xuất khẩu. Các doanh nghiệp lo lắng là tất yếu.

Thực tế, xuất khẩu sang khối này đã có sự sụt giảm nhẹ từ năm 2019. 2 tháng đầu năm 2020, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU đã sụt giảm 4,56%, chỉ đạt 5,15 tỷ USD.

Lãnh đạo Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ (Bộ Công thương) cho rằng, trong bối cảnh dịch Covid-19, hàng hóa nhập khẩu vào các nước EU bằng đường hàng không có thể bị ảnh hưởng đáng kể do nhiều chuyến bay bị hoãn, hủy hoặc cắt giảm. Vận tải nội khối cũng ít nhiều bị

ảnh hưởng do một số quốc gia siết quy định kiểm soát biên giới.

Ngoài ra, lượng cung - cầu của thị trường; nhu cầu trao đổi hàng hóa; các hoạt động giao thương giữa EU với các đối tác trong đó có Việt Nam cũng sẽ phần nào bị hạn chế.

Nhận định về những ảnh hưởng của việc EU đóng cửa biên giới tới hoạt động sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu của các doanh nghiệp, ông Nicolas Audier, Chủ tịch EuroCham cho rằng, không riêng doanh nghiệp Việt Nam, mà các doanh nghiệp trên thế giới cũng đang đối mặt với những thách thức chưa từng có. Song, việc suy giảm thương mại chỉ là tạm thời, tình hình này sẽ sớm được khắc phục, bởi Chủ tịch Liên minh châu Âu Ursula Von der Leyen đã nhấn mạnh, hàng hóa, các dịch vụ cơ bản đến EU cần phải được tiếp tục lưu thông để bảo đảm nguồn cung ứng, đặc biệt là các mặt hàng thiết yếu như thực phẩm, linh kiện sản xuất, thuốc men...

➤ KỶ VỌNG “QUẦN BÀ” EVFTA

Đưa ra những kịch bản tăng trưởng xuất khẩu bị ảnh hưởng bởi Covid-19, Bộ Công thương cũng khẳng định, các ngành hàng xuất khẩu không cần quá lo lắng, bởi thông lệ, sau kỳ sụt giảm, tăng trưởng xuất khẩu nửa cuối năm có thể khả quan hơn do bệnh dịch được đẩy lùi và EVFTA có hiệu lực.

Sở dĩ thương mại với EU 3 tháng đầu năm giảm là do có nhiều ngày nghỉ của cả hai bên (Noel, Tết Dương lịch của phương Tây, Tết Nguyên đán của Việt Nam), kết hợp với việc doanh nghiệp trong một số lĩnh vực chờ EVFTA có hiệu

lực mới xuất hàng để được hưởng thuế quan ưu đãi.

Trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp, các doanh nghiệp Việt Nam đang kỳ vọng EVFTA sớm được thực thi, giúp mở rộng cửa cho hàng hóa xuất khẩu vào thị trường EU.

“Nghị viện châu Âu đã bỏ phiếu thông qua EVFTA với Việt Nam từ tháng trước, nhưng bước tiếp theo vẫn phải chờ Quốc hội Việt Nam thông qua trong kỳ họp tới. Trong khi tất cả chúng ta đang trải qua giai đoạn khó khăn do dịch bệnh, EVFTA sẽ mở ra một làn sóng thương

mại và đầu tư mới giữa EU và Việt Nam”, ông Nicolas Audier hy vọng.

Trong tình hình hiện tại, Bộ Công thương khuyến cáo các doanh nghiệp cần theo dõi sát tình hình dịch bệnh để có kế hoạch sản xuất, kinh doanh phù hợp, tận dụng kết nối doanh nghiệp trực tuyến để duy trì và phát triển thị trường ngay cả khi dịch bệnh đang diễn ra; bảo đảm có thể nhanh chóng khôi phục mọi hoạt động ngay sau khi dịch bệnh suy giảm và kết thúc. Khi EVFTA được thực thi, doanh nghiệp đã sẵn sàng “đổ bộ” vào châu Âu.

LEASE /li:s/, HIRE /'haɪə(r)/, RENT /rent/ và LET /let/

Bạn đã bao giờ gặp một loạt các biển quảng cáo về việc cho thuê nhưng sử dụng các từ cứ na ná nhau. Vậy điểm khác biệt ở giữa các thuật ngữ này là gì? Bạn có căn hộ, hay bất

động sản muốn cho người nước ngoài thuê nhưng lại không biết sử dụng từ ngữ sao cho thích hợp? Nếu câu trả lời là có thì bài viết sau đây là dành cho bạn.

Tiếng Anh kiểu Anh (UK English)	Tiếng Anh kiểu Mỹ (US English)
LEASE Mang ý nghĩa CHO THUÊ dài hạn (từ 1 năm trở lên) với căn hộ (apartment), văn phòng (office), bất động sản (real estate). Ngoài ra, nó còn có nghĩa là HỢP ĐỒNG THUÊ.	
RENT và HIRE Đều có nghĩa là THUÊ hoặc CHO THUÊ.	
Người Anh đặc biệt dùng RENT cho một hợp đồng hay thỏa thuận mang tính lâu dài. Ví dụ như thuê nhà (house), thuê căn hộ (flat) hay thuê TV. Đối với hợp đồng hay thỏa thuận mang tính ngắn hạn, người Anh lại nghiêng về sử dụng từ HIRE. Ví dụ như thuê xe hơi (car), thuê xe comple (suit).	Người Mỹ sử dụng từ RENT cho cả hợp đồng hay thỏa thuận ngắn và dài hạn. Đặc biệt, đối với từ HIRE thì người Mỹ lại thường sử dụng khi thuê nhân công, nhân sự để làm việc
LET Bạn có thể bắt gặp LET trong cụm ROOM TO LET khá phổ biến ở Anh quốc và các nước Châu Âu. Cụm từ này nghĩa là căn phòng này sẵn sàng để cho thuê.	

❖ MỘT SỐ TỪ VỰNG THÔNG DỤNG:

- Rent = Hire = lease (v): thuê
- For rent/ hire/ lease: cho thuê
- N + Rental agency: nơi cho thuê....
□ Eg: Car rental agency: nơi cho thuê xe hơi
- Sublease /,sʌb'li:s/ (v): cho thuê lại
- Evict /i'vikt/ (v): đuổi ra (khỏi nhà, khỏi đất thuê)
- Vacate /və'keit/ (v): dọn khỏi, rời bỏ
- Lessor /'lesə:[r]/ (n): người cho thuê
- Lessee /le'si:/ (n): người thuê
- Landlord /'lændlɔ:d/ (n): chủ nhà cho thuê
- Tenant /'tenənt/ (n): người thuê
- Deposit /di'pɒzɪt/ (n): tiền đặt cọc
- Downpayment /,daʊn 'peɪmənt/ (n): tiền trả trước

- Mortgage /'mɔ:ɡɪdʒ/ (n): sự cầm cố, thế chấp
- Premises /'premisɪz/ (n): mặt bằng
- Rental agreement (n): hợp đồng thuê
- Lease agreement (n): hợp đồng thuê
- Minutes of liquidation (n): biên bản thanh lý
- Minutes of acceptance (n): biên bản nghiệm thu

Lịch sự kiện ITPC năm 2020

DỰ KIẾN LỊCH QUÝ II/2020

- Chuỗi Hội thảo - Triển lãm ảnh kết hợp sản phẩm của các doanh nghiệp đạt danh hiệu Thương hiệu Quốc gia trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh
- Hội thảo XTĐT giữa Việt Nam và Hoa Kỳ
- Hội thảo Xử lý nước và chất thải
- Cụm gian hàng TP.HCM tại Hội chợ Thương mại Việt Lào
- Tọa đàm “Vượt qua rào cản để kinh doanh với EU và Pháp”
- Chuỗi lớp tập huấn phục vụ xây dựng nông thôn mới
- Lớp tập huấn “Những rào cản trong thương mại quốc tế”
- Lớp tập huấn “Kỹ năng xúc tiến thương mại ngành công nghiệp hỗ trợ”
- Lớp tập huấn về chuyên viên thực hành tiêu chuẩn Halal
- Cụm gian hàng TP.HCM tham gia các Hội chợ, triển lãm của TP.HCM và các Tỉnh, Thành
- Tham dự Hội chợ triển lãm, kết nối hệ thống phân phối, nhà nhập khẩu và khảo sát thị trường sản phẩm Halal tại Singapore – Brunei
- Hội thảo thông tin về xúc tiến thương mại tại thị trường Malaysia
- Chương trình triển lãm, hội nghị kết nối hệ thống phân phối, nhà nhập khẩu tại Malaysia
- Chương trình VEXA Talk 1 - chủ đề “Chia sẻ kinh nghiệm xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp”

DỰ KIẾN LỊCH QUÝ III/2020

- Hội nghị và Triển lãm xúc tiến xây dựng chuỗi cung ứng toàn cầu
- Cụm gian hàng TP.HCM tại Hội chợ thương mại Việt Nam 2020 tại Myanmar
- Cụm gian hàng TP.HCM tại Hội chợ Quốc tế Da và Giày tại TP.HCM
- Diễn đàn xuất khẩu năm 2020
- Chương trình xúc tiến đầu tư tại Nhật Bản “Tham gia triển lãm MTECH Osaka 2020 và tổ chức Hội nghị xúc tiến đầu tư tại Osaka”
- Cụm gian hàng TP.HCM tham gia các Hội chợ, triển lãm của TP.HCM và các Tỉnh, Thành
- Cụm gian hàng TP.HCM tại Hội chợ Thương mại Việt Lào
- Chương trình xúc tiến thương mại và đầu tư tại Đức và Hà Lan
- Tuần lễ Triển lãm sản phẩm Việt Nam, gặp nhà phân phối Central Group, nhà nhập khẩu tại Thái Lan
- Kết nối thương mại và đầu tư với Đoàn EU về chuyên ngành công nghệ nước và xử lý môi trường

DỰ KIẾN LỊCH QUÝ IV/2020

- Cụm gian hàng TP.HCM tại Triển lãm Quốc tế Công nghiệp Thực Phẩm Việt Nam
- Cụm gian hàng tại Hội chợ hàng Việt Nam tại Myanmar
- Đoàn doanh nghiệp tham gia “Tuần lễ Triển lãm sản phẩm Việt Nam tại Aeon Nhật Bản, gặp nhà phân phối, nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối hiện đại tại Nhật Bản”

Bộ Công Thương kiến nghị xuất khẩu gạo trở lại

Sau khi tính toán lại số liệu, Bộ Công Thương đề xuất Chính phủ cho xuất khẩu 800.000 tấn gạo trong tháng 4, 5 nhưng có kiểm soát.

Theo báo cáo Bộ Công Thương gửi Thủ tướng ngày 28/3, cơ quan này đề xuất tiếp tục xuất khẩu gạo trở lại nhưng kiểm soát chặt số lượng theo từng tháng, trước mắt là tháng 4 và 5. Kiến nghị này được Bộ Công Thương đưa ra sau khi làm việc, khớp lại số liệu với các doanh nghiệp xuất khẩu, Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) và các bộ, ngành liên quan như Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn, Tổng cục Hải quan.

Cụ thể, tổng lượng gạo xuất khẩu trong tháng 4 và 5 là 800.000 tấn, sau khi đã trừ 300.000 tấn vào kho dự trữ quốc gia và 400.000 tấn giữ lại phòng tình huống có thể xảy ra trong 2 tháng tới. So với cùng kỳ năm 2019, lượng gạo được phép xuất khẩu 2 tháng tới giảm 40% và khoảng 36% so với giai đoạn 2018.

Riêng trong tháng 4, lượng gạo có thể xuất khẩu là 400.000 tấn gạo. Lượng còn lại xuất trong tháng 5 sẽ được Thủ tướng quyết định vào tuần cuối cùng của tháng 4.

Tổng cục Hải quan chịu trách nhiệm quản lý 400.000 tấn gạo được phép xuất khẩu trong tháng 4 bằng cách cộng dồn, trừ lùi số lượng theo tờ khai hải quan.

Để xuất khẩu gạo, Bộ Công Thương đề nghị Chính phủ chỉ đạo Bộ Tài chính khẩn trương mua đủ số lượng lương thực dự trữ theo kế hoạch (300.000 tấn). Ngoài ra, chỉ cho phép xuất khẩu gạo qua cửa khẩu quốc tế (đường bộ, đường sắt, đường biển, đường hàng không...), nơi có đủ trang thiết bị nối mạng để Tổng cục Hải quan tiện theo dõi, phản ánh theo thời gian thực.

Ngoài ra, đoàn kiểm tra đề xuất, 20 doanh nghiệp xuất khẩu gạo lớn phải ký thoả thuận với ít nhất 1 hệ thống siêu thị bảo đảm cung cấp dự trữ lưu thông 5% khi được yêu cầu. Trường hợp không thực hiện theo thoả thuận, Bộ Công Thương có quyền thu hồi Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo đã cấp.

Trước đó, tại cuộc họp ngày 23/3 với Chính phủ, Bộ trưởng Công Thương Trần Tuấn Anh đề xuất tạm hoãn xuất khẩu gạo tới cuối tháng 5 để đảm bảo an ninh lương thực. Đề xuất này sau đó được Thủ tướng chấp thuận. Nhưng chỉ một ngày sau, Bộ này lại đề nghị Chính phủ cho tiếp tục xuất khẩu gạo.

Giải thích về lý do thay đổi, ông Trần Quốc Khánh - Thứ trưởng Công Thương cho biết, do có độ vênh số liệu gạo dự trữ,



nhất là sản lượng lúa vụ Đông Xuân tại đồng bằng sông Cửu Long trong doanh nghiệp, người trồng lúa... nên cần tính toán lại.

Tuy nhiên, báo cáo Thủ tướng lần này, Bộ Công Thương khẳng định các số liệu về tình hình tồn kho, sản xuất lúa gạo Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn đưa ra về sản lượng gạo xuất khẩu, sản lượng mùa vụ Đông Xuân... trước đó về cơ bản là đúng.

Cụ thể, dự báo vụ lúa 2020 sẽ cho thu hoạch 43,5 triệu tấn thóc, sản lượng gạo xuất khẩu năm 2020 là 6,5-6,7 triệu tấn gạo. Riêng vụ Đông Xuân năm 2020 có khoảng 3 triệu tấn gạo hàng hoá dành cho xuất khẩu, số này có thể tăng thêm 200.000-300.000 tấn do một lượng gạo nhất định "gối đầu" từ năm trước chuyển qua.

Trong khi đó rà soát tại doanh nghiệp, riêng các thành viên của Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), lượng gạo còn trong kho là hơn 1,65 triệu tấn. Đến 31/5, số gạo dư của các thành viên VFA là 266.000 tấn. Tính chung các doanh nghiệp ngoài hiệp hội này, lượng gạo hiện có trong kho là 1,783 triệu tấn.

Gần một tuần qua khi phải dừng xuất khẩu gạo, các doanh nghiệp "đứng ngồi không yên". Nhiều doanh nghiệp cho biết họ trở tay không kịp với quyết định đột ngột này. Ông Vũ Thanh Sơn - Tổng giám đốc Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) cho biết không hề biết trước, chỉ khi hàng ra tới cảng, mở tờ khai mới được hải quan thông báo.

Tương tự, hai đơn hàng của Tập đoàn Lộc Trời đang trên đường ra cảng xuất khẩu cũng buộc phải nằm chờ ngay khi có công văn hoá tốc dừng mở tờ khai từ 0h ngày 24/3. Họ buộc phải thương lượng với đối tác và chưa biết sẽ bị phản ứng ra sao. Không được xuất khẩu, hàng nằm chờ tại cảng phát sinh thêm chi phí kho bãi, doanh nghiệp còn đối diện với án phạt từ đối tác, thậm chí huỷ đơn hàng khi không giao kịp thời hạn.

(Nguồn: Vnexpress.net) - VEXA - ITPC

“ Da đẹp dáng thon với **NHA ĐAM Bidrico** ”



Nước Nha Đam Bidrico chai 360ml



Nha đam chanh dây 360ml



Nha đam đường phèn 360 ml



Nha đam đường phèn 360ml



Nha đam mật ong 360ml

- Nước uống Nha Đam Đường Phèn, Nha đam Mật Ong, Nha đam Chanh dây, Nha đam hương Bắp Bidrico được chiết xuất từ nha đam nguyên chất kết hợp với đường phèn, mật ong, chanh dây, hương bắp... tạo nên một thức uống thơm ngon, bổ dưỡng và thanh mát.
- Sản phẩm được sản xuất trên dây chuyền hiện đại, sản phẩm chất lượng cao, phục vụ cho mọi đối tượng.
- Nha đam trong y học còn gọi là Lô Hội. Nha đam chứa nhiều khoáng chất bổ dưỡng như: Natri, Magie, Selen, Protein, Vitamin, v.v. Nha đam còn có tác dụng thanh nhiệt, giải độc giúp chữa một số bệnh như: Đau đầu, chóng mặt, viêm dạ dày,...
- **Các hình thức đóng gói:**

Đựng trong chai 360ml, đóng thành phẩm 24 chai/ thùng, 1.520 thùng/cont 20 feet.

❖ Tổng cục Thống kê vừa công bố số liệu kinh tế ba tháng đầu năm, với tăng trưởng GDP chỉ đạt 3,82%. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng quý I đạt hơn 1,2 triệu tỷ đồng, chỉ tăng 4,7% so với cùng kỳ và là mức tăng thấp nhất hơn 10 năm. Trong đó, riêng tháng 3, chỉ tiêu này giảm 0,8% - lần đầu tiên ghi nhận mức tăng âm trong 5 năm gần đây. Với hoạt động xuất nhập khẩu, tính chung quý I, tổng kim ngạch hàng hóa đạt hơn 115 tỷ USD, giảm 0,7% so với cùng kỳ. Trong đó, xuất khẩu chỉ tăng 0,5% còn nhập khẩu giảm 1,9%. Kết quả này đã chấm dứt chuỗi tăng liên tục từ năm 2010 đến 2019. (Vnexpress, 01/4)

❖ Chính phủ vừa ban hành Nghị định 37/2020/NĐ-CP bổ sung Danh mục ngành, nghề ưu đãi đầu tư ban hành kèm theo Nghị định số 118/2015/NĐ-CP ngày 12/11/2015 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư. Theo đó, bổ sung khoản 2 vào Mục V Phần B Phụ lục I về Danh mục ngành, nghề ưu đãi đầu tư ban hành kèm theo Nghị định số 118/2015/NĐ-CP ngày 12/11/2015 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư. Nghị định có hiệu lực từ ngày 15/5/2020. (Báo Hải quan, 31/03)

❖ Theo WB, triển vọng trung hạn Việt Nam nhìn chung thuận lợi nhưng tăng trưởng GDP sẽ bị ảnh hưởng tiêu cực do dịch Covid-19, tốc độ tăng trưởng của Việt Nam có thể giảm còn khoảng 4,9% năm 2020 (giảm 1,6 điểm % so với dự báo trước đó của WB). WB cũng dự báo, tăng trưởng Việt Nam lấy lại đà trong năm 2021 và có thể đạt mức 7,5% nhờ sức cầu bên ngoài được cải thiện, ngành dịch vụ được củng cố và sản xuất nông nghiệp dần được khôi phục. (Báo Nhân dân, 31/03)



Doanh nghiệp muốn đối thoại với chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh, hãy gửi câu hỏi của quý vị về doithoai@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.

Kê khai thuế thu nhập cá nhân

Công ty có Chi nhánh trực thuộc hoạt động theo hình thức hạch toán phụ thuộc tại địa phương cấp tỉnh khác nơi đặt trụ sở chính của Công ty. Công ty ký hợp đồng trực tiếp với người lao động sau đó Công ty điều động đến Chi nhánh làm việc. Các khoản lương hàng tháng của người lao động phát sinh tại các Chi nhánh là do Công ty trả và Chi nhánh chỉ thực hiện việc chi hộ tiền lương cho Công ty và báo cáo về cho Công ty.

Vậy xin hỏi: Công ty chính thực hiện khấu trừ thuế, kê khai thuế, quyết toán thuế và quyết toán thuế thay cho cá nhân có ủy quyền quyết toán thuế đối với toàn bộ khoản thu nhập trả cho các cá nhân làm việc tại Công ty và Chi nhánh là có đúng quy định không?

Trả lời:

Căn cứ Thông tư số 111/2013/TT-BTC của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế thu nhập cá nhân;

Căn cứ Khoản 1 Điều 16 Thông tư số 156/2013/TT-BTC của Bộ Tài chính hướng dẫn luật Quản lý thuế quy định khai thuế, nộp thuế đối với tổ chức, cá nhân trả thu nhập chịu thuế thu nhập cá nhân;

Căn cứ Khoản 1 Điều 21 Thông tư 92/2015/TT-BTC sửa đổi, bổ sung Điều 16 Thông tư số 156/2013/TT-BTC (Đã được sửa đổi tại Điều 19 Thông tư 151/2014/TT-BTC),

Trường hợp Công ty ký hợp đồng trực tiếp với người lao động sau đó điều động người lao động đến Chi nhánh làm việc. Các khoản lương hàng tháng của người lao động do Công ty chi trả (Chi nhánh chỉ thực hiện việc chi hộ tiền lương cho Công ty) thì Công ty thực hiện khấu trừ, kê khai thuế thu nhập cá nhân, khai quyết toán thuế thu nhập cá nhân và quyết toán thuế thu nhập cá nhân thay cho các cá nhân có ủy quyền đối với người lao động làm việc tại Công ty và Chi nhánh.

Ủy nhiệm xuất hóa đơn

Công ty có chương trình khuyến mại mua hàng được tặng quà cho khách hàng. Vì số lượng khách hàng quá lớn trải dài ở nhiều tỉnh, công ty thuê 1 công ty chuyên thực hiện dịch vụ khuyến mại (công ty dịch vụ) phát quà đến khách hàng, đồng thời công ty muốn ủy nhiệm cho công ty dịch vụ xuất hóa đơn hàng tặng đến khách hàng cho công ty. Hóa đơn ủy nhiệm được sử dụng là hóa đơn của công ty dịch vụ, không phải hóa đơn của công ty. Trên hóa đơn ủy nhiệm có 2 tên người bán hàng là công ty dịch vụ và công ty. Xin hỏi công ty có được thực hiện ủy nhiệm hóa đơn như vậy không?

Trả lời:

Căn cứ Điều 17 Thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/3/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ thì việc Công ty ủy nhiệm cho bên thứ 3 (Công ty cung cấp dịch vụ) sử dụng hóa đơn của bên thứ 3 để lập cho hàng hóa dùng để khuyến mại khách hàng của Công ty là không phù hợp.

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



HO CHI MINH CITY
ITPC - nối kết bạn và thế giới



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 I, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận I, 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