

BẢN TIN
XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ



Bản tin số 19/2020 (866)
Ngày 01.06.2020

EVFTA: **HỘI NHẬP ĐỂ PHÁT TRIỂN VÀ** **NÂNG CAO THU NHẬP NGƯỜI DÂN**

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



06



08



04

SỐ 19 ♦ 06.2020

03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Hội thảo trực tuyến “Làm thế nào để chủ động và tìm kiếm cơ hội giao thương quốc tế dưới tác động của Covid-19?”

Tập huấn và tư vấn trực tuyến về thiết kế bao bì và nhãn mác sản phẩm

Rào cản thương mại: Bất lợi hay lợi thế của doanh nghiệp

Làm thế nào để có những bước tiến cao hơn khi dịch Covid 19 kết thúc

06 CHUYÊN ĐỀ

Xuất khẩu hạt điều sang châu Âu

06 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

EVFTA: Hội nhập để phát triển kinh tế và nâng cao thu nhập người dân

Ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam hưởng cơ hội từ Covid-19

11 ENGLISH FOR YOU

CLOTHES / CLOTHING

12 TIN VEXA

Doanh nghiệp cần trọng khi xuất khẩu đồ phòng dịch vào thị trường EU, Mỹ

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty cổ phần cao su Bến Thành

Hội thảo trực tuyến “Làm thế nào để chủ động và tìm kiếm cơ hội giao thương quốc tế dưới tác động của Covid-19?”

Đại dịch Covid-19 bùng phát và lây lan mạnh trên thế giới, nhất là tại các quốc gia có hợp tác thương mại hàng đầu của Việt Nam như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU, Mỹ... đã ảnh hưởng lớn đến nền sản xuất cũng như kim ngạch xuất, nhập khẩu nước ta. Trong bối cảnh khó khăn chung toàn cầu này, công tác nghiên cứu, chủ động tìm kiếm thị trường, giữ vững năng lực cạnh tranh từ các doanh nghiệp Việt Nam trở nên rất thiết yếu để nắm bắt nhiều cơ hội giao thương quốc tế. Với lý do trên, Trung tâm Xúc tiến

Thương mại Đầu tư TP.HCM phối hợp với Công ty Source Of Asia (một trong những công ty hàng đầu về hỗ trợ xuất khẩu tại Việt Nam) tổ chức Hội thảo trực tuyến “Làm thế nào để chủ động và tìm kiếm cơ hội giao thương quốc tế dưới tác động của Covid-19?”. Chương trình đem đến nhiều nội dung mới lạ đúng với một bước tiến của “bình thường mới”.

➤ **Thời gian:** Từ 14 giờ - 15 giờ 30 ngày 09/6/2020.

Hình thức: Hội thảo trực tuyến qua Zoom.

➤ **Chi phí:** Ban Tổ chức tài trợ.

➤ **Nội dung:**

- Tổng quan góc nhìn chuyển biến kinh tế thị trường;
- Phân tích và khám phá chiến lược xuất khẩu phù hợp;
- Giải pháp vận hành kinh doanh để thu hút khách hàng nước ngoài;
- Q – A

➤ **Báo cáo viên:** Chuyên gia kinh tế đến từ tập công ty SOA.

Đăng ký tham dự trước 17g00 ngày 05/6/2020 (Thứ Sáu) để nhận Zoom ID và Password.

Phòng Huấn luyện - ITPC

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng, Q.1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3910 4730

Liên hệ đăng ký tham dự với chuyên viên Huỳnh Trúc (090 262 3353; quynhtruc.itpc@gmail.com)

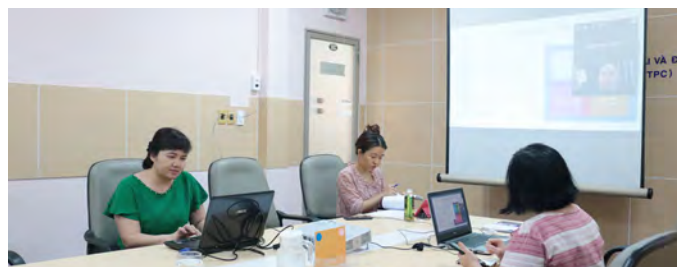
Website: www.itpc.gov.vn

PHÒNG HUẤN LUYỆN - ITPC

Tập huấn và tư vấn trực tuyến về thiết kế bao bì và nhãn mác sản phẩm

Bao bì sản phẩm và thương hiệu luôn có sự gắn kết bền bỉ với nhau hầu như trong mọi lĩnh vực. Không ít các quyết định mua hàng của người tiêu dùng dựa vào cách thể hiện thông tin, màu sắc thiết kế ấn tượng và bắt mắt trên bao bì. Do đó, vai trò của bao bì đối với thương hiệu phải được chú trọng và cân nhắc kỹ lưỡng. Nắm bắt tính chất thiết yếu này, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM đã tổ chức chương trình tập huấn trực tuyến “Tư vấn thiết kế bao bì và nhãn mác hàng hóa” vào ngày 26 tháng 5 năm 2020. Báo cáo viên của chương trình là ông Danny Võ Thành Đăng - Chuyên gia Việt kiều Singapore giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực hỗ trợ xây dựng & quản lý thương hiệu, phát triển con người, thiết kế & sáng tạo cho doanh nghiệp và các dự án xã hội.

Chương trình thu hút hơn 50 đại diện doanh nghiệp thành phố tham gia tương tác trực tuyến. Nội dung được xây dựng mới lạ và thu hút, tập trung vào các thông tin quan trọng như nền tảng cơ bản để xây dựng thương hiệu hiệu quả; thành phần của bao bì; phong cách và xu hướng thiết kế bao bì bắt mắt, tạo thiện cảm; v.v... Các nội dung trên được Ban tổ chức liên hệ và minh họa trực tiếp bằng các thiết kế bao bì, logo của chính



các doanh nghiệp tham gia. Điều này giúp phần truyền đạt của chuyên gia rõ ràng, dễ hiểu, giúp doanh nghiệp dễ ghi nhớ và áp dụng. Ngoài việc cung cấp thông tin quan trọng về thiết kế bao bì nhãn mác, chương trình còn thực hiện tư vấn, tương tác cụ thể đến từng thiết kế của doanh nghiệp tham dự. Chuyên gia đã đưa ra những góp ý cũng như gợi ý cho doanh nghiệp trong việc thể hiện, truyền tải thông điệp vào logo, bao bì sản phẩm.

Sau khi kết thúc tập huấn, Ban tổ chức nhận được rất nhiều phản hồi tích cực từ phía doanh nghiệp. Chương trình đã nhận được hơn 1000 lượt quan tâm trên phương tiện truyền thông. Đây là chủ đề rất thiết thực để doanh nghiệp nâng cao giá trị sản phẩm và giữ vững khách hàng.

PHÒNG HUẤN LUYỆN - ITPC

Rào cản thương mại

Bất lợi hay lợi thế của doanh nghiệp

Tiếp nối thành công của khoá đầu tiên, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) tiếp tục phối hợp với Trung tâm Hỗ trợ Hội nhập quốc tế TP.HCM (CIIS) tổ chức lớp tập huấn “Tiếp cận thị trường xuất nhập khẩu trong bối cảnh mới” vào ngày 27-28-29/5/2020 với sự tham dự của gần 40 người.

Chương trình được thiết kế với mong muốn giúp các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nâng cao kỹ năng tiếp cận và phân tích thông tin thị trường nước ngoài để có sự chuẩn bị cho hoạt động sản xuất kinh doanh, định hướng thị trường mục tiêu phù hợp với năng lực của doanh nghiệp để tạo nền tảng và củng cố kiến thức cần thiết về rào cản phi thuế quan, giúp các nhà xuất nhập khẩu giảm thiểu các chi phí thương mại cũng như định hướng – chủ động đầu tư, đổi mới công nghệ để đáp ứng các yêu cầu, tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường mục tiêu, tăng tính minh bạch và sự hiểu biết về các biện pháp phi thuế quan, bao gồm các rào cản thương mại và các thủ tục liên quan, phân tích diễn biến tình hình thị trường, dự báo những thách thức và rào cản thương mại có thể phát sinh.



Đây là khoá tập huấn tập trung cung cấp những kiến thức chuyên sâu về các rào cản thương mại bao gồm rào cản kỹ thuật và phi kỹ thuật, thông qua việc vận dụng các công cụ liên quan của Trung tâm Thương mại Thế Giới (ITC). Cụ thể, người tham dự sẽ nắm vững những kiến thức về Các biện pháp phi thuế quan, kỹ năng tìm kiếm và xác thực nguồn thông tin, sử dụng Bản đồ tiếp cận thị trường cũng như các công cụ thuận lợi hoá Quy tắc xuất xứ của ITC hay công cụ cảnh báo

ePing như thế nào... Đặc biệt doanh nghiệp có thể tổng hợp và phân tích được sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp mình phù hợp với thị trường nào hơn, từ đó, giúp doanh nghiệp có kế hoạch và biện

pháp ứng phó kịp thời, tránh thiệt hại cho doanh nghiệp.

Bên cạnh những kiến thức cơ bản, các báo cáo viên cũng đưa ra những bài tập tình huống cụ thể để học viên vận dụng kiến thức ngay tại lớp, tạo cơ hội để các học viên chia sẻ những thắc mắc với từng ngành hàng mình đang hoạt động, những trường hợp mình đã gặp vừa để được giải đáp, hiểu sâu và rõ hơn những kiến thức vừa học cũng như chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn giúp các anh chị học viên tránh những rủi ro tương tự trong tương lai. Đồng thời đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp giao lưu kết nối, tìm kiếm đối tác tiềm năng mở rộng cơ hội hợp tác trong tương lai.

Các học viên đã có những phản hồi tích cực và có mong muốn BTC mở những khoá học tương tự hoặc chuyên sâu hơn để tạo cơ hội cho doanh nghiệp tìm hiểu sâu hơn để tận dụng thật tốt các công cụ của ITC nhằm hỗ trợ cho các hoạt động xúc tiến thương mại, giao thương của doanh nghiệp.



Làm thế nào để có những bước tiến cao hơn khi dịch Covid 19 kết thúc



Với mong muốn hỗ trợ các lãnh đạo doanh nghiệp thành viên câu lạc bộ VEXA cũng như doanh nghiệp thành phố vượt qua khó khăn và ảnh hưởng của dịch covid 19, Trung tâm Xúc tiến thương mại & đầu tư TP.HCM, Câu lạc bộ doanh nghiệp xuất khẩu TP.HCM (VEXA) phối hợp với Tập đoàn Mentally Fit Global Hội thảo trực tuyến VEXA TALK 1 với chủ đề "Làm thế nào một Tập đoàn/ Doanh nghiệp/ Tổ chức có thể "bật nảy" cao hơn điểm xuất phát của họ khi "trận bão Covid-19" kết thúc vào lúc 16g ngày 28 tháng 05 năm 2020. Đối tượng mà hội thảo nhắm đến bao gồm Chủ Tập đoàn/ Doanh nghiệp, Lãnh đạo cấp cao & Quản lý làm việc tại các

Tập đoàn/ Doanh nghiệp/ Tổ chức Việt Nam & nước ngoài.

Diễn giả chính của chương trình là ông Global Performance Coach Alain Goudsmet, Chủ tịch & Người sáng lập Tập đoàn Mentally Fit Global, Huấn luyện viên tinh thần của Đội tuyển Olympic Bỉ, Huấn luyện viên của Lãnh đạo cao cấp các Tập đoàn Đa quốc gia, Giảng viên Cao cấp chương trình MBA tại Học viện INSEAD, Diễn giả TEDx

Hội thảo đã thu hút hơn 200 người tham dự. Xuyên suốt 75 phút Hội thảo trực tuyến, Diễn giả Alain Goudsmet đã chia sẻ với Doanh nghiệp những trải nghiệm của mình sau những tuần huấn luyện thực chiến (on-field performance coaching) cho các vị Lãnh đạo, Thành

viên Ban Điều hành của nhiều Tập đoàn đa quốc gia để hỗ trợ các vị Lãnh đạo này & đội ngũ của họ vượt qua những thử thách dồn dập trong & sau "trận bão Covid-19" hoành hành tại mọi chi nhánh của các Tập đoàn này ở nhiều quốc gia trên thế giới.

Nhiều doanh nghiệp chia sẻ đây là buổi hội thảo thiết thực, đào sâu các vấn đề đang nhức nhối của doanh nghiệp trong việc quản lý và điều hành nhân sự khi dịch covid đang hoành hành và việc tái cấu trúc lại công ty sau dịch. Doanh nghiệp mong rằng ITPC cũng như Câu lạc bộ doanh nghiệp xuất khẩu TP.HCM sẽ có nhiều hơn những chương trình thiết thực như trên cho doanh nghiệp

Xuất khẩu hạt điều sang châu Âu

(Tiếp theo kỳ trước)

BAO BÌ

Không có quy tắc chung cho kích thước xuất khẩu của bao bì hạt điều, nhưng loại bao bì xuất khẩu phổ biến nhất là 10-25 kg trong túi nhựa dẻo. Hạt điều cũng được đóng gói trong hộp hoặc thùng carton chứa hai hộp thiếc tráng kín để bảo vệ sản phẩm khỏi bị oxy hóa.

Lời khuyên: Đọc nghiên cứu về yêu cầu của người mua đối với trái cây và rau quả chế biến để tìm hiểu thêm về ghi nhãn và nguyên liệu tiếp xúc với thực phẩm (<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/buyer-requirements/>).

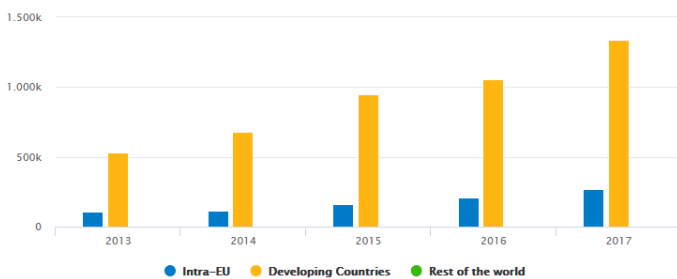
NHỮNG THỊ TRƯỜNG NÀO CỦA CHÂU ÂU CUNG CẤP CƠ HỘI CHO CÁC NHÀ XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU?

> NHẬP KHẨU

- Tăng trưởng nhập khẩu đáng kể từ các nước đang phát triển

Hình 1: Nhập khẩu hạt điều châu Âu, theo nguồn gốc chính (ĐVT: Ngàn €)

(Nguồn: ITC trademap)



Hà Lan, Đức và Anh hiện là những thị trường nhập khẩu lớn nhất châu Âu và họ cung cấp cơ hội tốt cho các nhà xuất khẩu hạt điều từ các nước đang phát triển. Các thị trường đang phát triển của Trung Âu và Đông Âu cũng mang đến những cơ hội tốt.

Về lâu dài, thị trường hạt điều châu Âu dự kiến sẽ cho thấy sự tăng trưởng cao. Sự tăng trưởng này có thể được thúc đẩy bởi những thay đổi trong mô hình tiêu dùng của người tiêu dùng châu Âu, bao gồm cả nhu cầu gia tăng đối với các lựa chọn ăn vặt lành mạnh hơn. Trong số tất cả các loại hạt ăn được, nhập khẩu hạt điều đã tăng gần đây nhất. Năm 2017, lần đầu tiên giá trị nhập khẩu của hạt điều châu Âu đã vượt qua hạt phỉ.

Kể từ năm 2013, nhập khẩu hạt điều vỏ của châu Âu tăng với tỷ lệ trung bình hàng năm là 21% về giá trị và 12% về số lượng, đạt lần lượt 1,6 tỷ euro và 180 nghìn tấn.

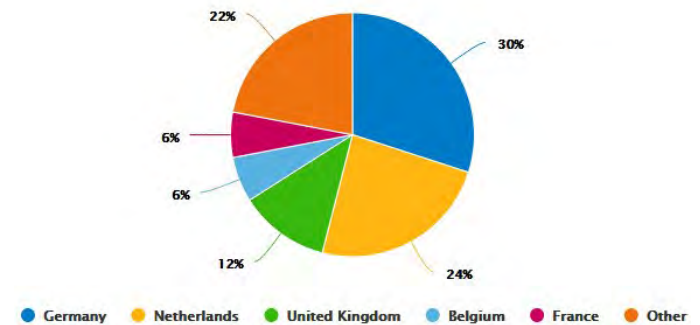
Nhập khẩu hạt điều của châu Âu từ các nước đang phát triển đã tăng hơn 250% trong 5 năm qua, từ 534 triệu euro năm 2013 lên 1,34 tỷ euro năm 2018.

Biến động thường xuyên trong nhập khẩu sẽ tiếp tục bị ảnh hưởng bởi các vụ mùa thu hoạch hơn là thay đổi nhu cầu.

- Đức và Hà Lan các nhà nhập khẩu hàng đầu

Hình 2: Nhập khẩu hạt điều châu Âu theo quốc gia năm 2017, thị phần nhập khẩu thể khối lượng (%)

(Nguồn: ITC trademap)



Thị trường châu Âu cho hạt điều rất tập trung. Các nhà nhập khẩu chính là Đức và Hà Lan, chiếm gần 60% tổng nhập khẩu của châu Âu. Cả hai quốc gia này đều là những quốc gia tiêu dùng hạt điều lớn và họ cũng là những quốc gia quá cảnh cho các điểm đến khác ở châu Âu.

Hà Lan là một trung tâm thương mại quan trọng cho việc tái xuất hạt điều ở châu Âu. Hà Lan tái xuất sang các nước châu Âu khác khoảng 75% (khoảng 30 nghìn tấn) hạt điều đã bóc vỏ. Những hàng nhập khẩu này thường đến cảng Rotterdam. Các cảng quan trọng khác cho hạt điều là Hamburg ở Đức và Felixstowe và Tilbury ở Anh.

Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng năm của một số thị trường Trung Âu và Đông Âu thậm chí còn cao hơn ở Tây Âu kể từ năm 2013. Các quốc gia đó bao gồm Ba Lan (tăng trưởng nhập khẩu 49% về giá trị), Cộng hòa Séc (31%), Slovakia (31%) và Bulgaria (34%). Mặc dù khối lượng nhập khẩu của Trung Âu và Đông Âu rất nhỏ so với Tây Âu, những thị trường này mang đến cơ hội tốt cho các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển mới do ít cạnh tranh.

Ví dụ các nhà nhập khẩu và thương nhân hạt điều bao gồm Catz International (<http://www.catz.nl/>), Seeberger (<https://www.seeberger.de/>), Kluth (<https://www.kluth.com/>),

Nutland (<https://www.nutland.nl/>), Amberwood Trading (<http://amberwoodrotterdam.com/>), Global Trading (www.globaltrading.nl), Barrow, Lane & Ballard (<http://www.barrow-lane.co.uk/>) và Freeworld Trading (<https://www.freeworld-trading.co.uk/>).

□ Việt Nam là nhà cung cấp hàng đầu

Quốc gia đang phát triển cung cấp hạt điều hàng đầu cho châu Âu là Việt Nam, tiếp theo là Ấn Độ. Hà Lan là nước cung cấp lớn thứ ba, nhưng tái xuất hạt điều. Năm 2017, Việt Nam đạt giá trị xuất khẩu hạt điều cao nhất từ trước tới nay sang châu Âu ở mức 887 triệu euro, cao hơn gần 205 triệu euro so với năm trước.

Honduras và Indonesia cũng đã tăng thị phần của họ tại thị trường châu Âu với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình hàng năm lần lượt là 40% và 50% trong 5 năm qua. Tuy nhiên, khối lượng xuất khẩu của hai nước này vẫn còn rất nhỏ.

Hình 3: Các nhà cung cấp điều hàng đầu đến châu Âu
(ĐVT: Ngàn USD)

(Nguồn: Eurostat)



Các quốc gia Tây Phi, đặc biệt là Bờ Biển Ngà, là nước cung cấp hạt điều có vỏ cho Việt Nam, Ấn Độ, và ở một phạm vi nhỏ hơn nhiều là Brazil. Chỉ 10% hạt điều thô được trồng ở châu Phi được chế biến. Đã có nhiều nỗ lực cố gắng để trở lại mô hình cũ và tăng tỷ lệ hạt điều được bóc vỏ tại địa phương ở châu Phi.

Các nhà máy chế biến ở Ấn Độ đặc biệt có lợi thế đáng kể so với người bán hạt điều ở châu Phi. Ấn Độ có một thị trường hạt điều trong nước mạnh mẽ, ở nơi này các loại thấp hơn được chấp nhận, do đó làm tăng giá trị bán hàng tổng thể. Châu Phi nói chung không có một thị trường nội địa lớn như vậy và các loại thấp (bị hỏng, cháy xém, loại nhỏ) cũng có nhu cầu ít hơn ở châu Âu. Ấn Độ cũng có một môi trường rất cạnh tranh đối với loại hạt điều còn vỏ và kinh nghiệm lâu năm, cả hai đều dẫn đến hiệu quả cao và tỷ lệ sản lượng rất cao của các loại hạt còn nguyên.

Trong khi chi phí lao động đang gia tăng ở một số bang của Ấn Độ, đặc biệt là ở bờ biển phía tây, ngành điều đang thích nghi bằng cách chuyển quá trình bóc vỏ sang các bang có lao động rẻ hơn ở phía đông. Tính đến nay Việt Nam có năng suất điều cao nhất trên thế giới, cạnh tranh trên thị trường sản xuất điều thậm chí còn tăng hơn nữa.

Khoảng cách cạnh tranh giữa các nhà sản xuất hạt điều châu Phi và châu Á dự kiến sẽ vẫn còn, nhưng các nhà sản xuất lớn ở Ấn Độ, Việt Nam, Trung Quốc, Brazil và các công ty châu Âu đang nghiên cứu và đầu tư vào các đơn vị chế biến quy mô vừa và lớn trong các khu vực sản xuất chính của châu Phi. Cho dù các sáng kiến này có thành công hay không, Châu Phi cũng dự kiến sẽ vẫn là nguồn gốc chính cho việc trồng điều và tăng cường tham gia vào thị trường.

Trong số 20 nhà cung cấp hạt điều hàng đầu đến châu Âu, Guinea có mức tăng trưởng xuất khẩu hàng năm đáng kể nhất trong 5 năm qua ở mức 170%, tiếp theo là Honduras (50%), Trung Quốc (49%), Mozambique (41%) và Indonesia (40%), nhưng tất cả đều có thị phần rất nhỏ.



Lời khuyên:

Xác định các nhà nhập khẩu các sản phẩm của bạn trong các thị trường lớn được chọn lọc hoặc các thị trường có tốc độ tăng trưởng nhanh. Bạn có thể bắt đầu bằng cách tìm kiếm trên internet hoặc đọc thêm về chuỗi cung ứng ở châu Âu trong nghiên cứu các kênh phân phối và phân khúc thị trường cho các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô (<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/channels-segments/edible-nuts-dried-fruits/>).

Xem xét các quốc gia cho thấy tăng trưởng nhập khẩu, chẳng hạn như các nước Đông Nam Á và Trung Á, bên cạnh mục tiêu xuất khẩu sang Hà Lan, nhà cung cấp lớn nhất châu Âu. Trong mọi trường hợp, bằng cách tìm một đối tác thương mại đáng tin cậy ở Hà Lan, bạn có thể cung cấp cho tất cả châu Âu từ một điểm tiếp nhận.

Học hỏi từ các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển khác tăng cường sự tham gia của họ vào thị trường châu Âu, chẳng hạn như từ các nước Indonesia, Honduras hoặc Tây Phi. Tìm thông tin về ngành điều và chiến lược xuất khẩu của các khu vực đang phát triển nhanh trên các trang web của hiệp hội ngành của họ, ví dụ: Hiệp hội điều Việt Nam (<http://www.vinacas.com.vn/en>), Hội đồng xúc tiến xuất khẩu hạt điều Ấn Độ (<http://www.cashewindia.org/>) và Liên minh hạt điều châu Phi (<http://www.africacashewalliance.com/en>). Tham khảo các cổng thông tin thị trường chính, như IEG Vu (<https://iegvu.agribusinessintelligence.informa.com/>).

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

EVFTA

THE TRUE MEANING OF THE FREE TRADE AGREEMENT
BETWEEN EUROPE AND VIETNAM

Ảnh TL

EVFTA

Hội nhập để phát triển và nâng cao thu nhập người dân

Quốc hội Việt Nam khóa XIV dự kiến thông qua Hiệp định EVFTA tại Kỳ họp thứ 9, đây là bước hoàn thiện các thủ tục cuối cùng để Hiệp định chính thức có hiệu lực. EVFTA là hiệp định thương mại tự do toàn diện và tham vọng nhất mà EU từng ký kết với một quốc gia đang phát triển. Hiệp định đang mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đi kèm không ít thách thức cho Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19.

Ngân hàng Thế giới (WB), ngày 19/5/2020 vừa qua, đã công bố Báo cáo “Việt Nam: Tăng cường hội nhập quốc tế và thực thi EVFTA”. Trong bản báo cáo này, WB đã đưa ra nội dung đánh giá tác động kinh tế và phân phối thu nhập của EVFTA đến Việt Nam. Theo đó, xét về kinh tế vĩ mô, WB dự báo khi thực thi

EVFTA, Việt Nam có tiềm năng phát triển nhanh hơn, và tăng GDP cũng như dòng giá trị thương mại. Ước tính mức gia tăng GDP vào năm 2030 là 2,4% theo năng suất thông thường so với kịch bản cơ sở, và có thể lên đến 6,8% nếu có các biện pháp kích thích tăng năng suất. Mức gia tăng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu sẽ lần lượt 12% và 14%, và lên đến 18% nếu có các biện pháp kích thích tăng năng suất. Tác động của EVFTA tại Việt Nam cao như vậy chủ yếu nhờ giảm các rào cản thương mại giữa hai khối kinh tế.

Hiệp định EVFTA yêu cầu tự do hóa thương mại sâu sắc, và dòng giá trị thương mại từ và đến EU có thể sẽ tăng mạnh. Trong năm 2018, một trong những ngành xuất khẩu năng động nhất của Việt Nam là may mặc (chiếm khoảng

22% giá trị thương mại), trong đó Hoa Kỳ, khu vực Đông Á và Thái Bình Dương, và EU là những thị trường xuất khẩu chính. Đối với hàng điện tử và thiết bị điện, EU là một trong những đối tác chính cùng với Trung Quốc. Tuy nhiên, những rào cản lớn giữa Việt Nam và EU đang cản trở những nỗ lực tận dụng tối đa lợi thế xuất khẩu sang EU của Việt Nam.

Theo đánh giá của WB, một số ngành sản xuất như dệt may, thực phẩm và dịch vụ sẽ có quy mô sản xuất tăng nhanh hơn khi thực hiện EVFTA. Một phần sản lượng tăng thêm sẽ được xuất khẩu sang EU, bao gồm hàng may mặc; thực phẩm, đồ uống và thuốc lá. Về nhập khẩu, hầu hết các lĩnh vực đều gia tăng, đặc biệt là hàng nhập khẩu từ EU. Tuy nhiên, do sự phân phối lại nguồn lực cho các lĩnh vực

có năng suất cao và tăng kim ngạch nhập khẩu, sản lượng và kim ngạch xuất khẩu của một số lĩnh vực, như nông nghiệp và sản xuất, có thể sẽ giảm.

Thông qua đó, WB đưa ra khuyến nghị, để tối đa hóa lợi ích, Việt Nam nên tiến hành thực thi EVFTA và CPTPP. Do thực hiện CPTPP sẽ thúc đẩy tự do hóa thương mại và gia tăng số lượng thị trường tiềm năng cho Việt Nam, Việt Nam sẽ thấy lợi ích cao nhất khi tham gia đồng thời cả hai FTA. GDP của Việt Nam có thể tăng thêm tới 3,2% so với khi chỉ thực hiện EVFTA.

Với những FTA này, Bắc Mỹ (Canada và Mexico) cũng như EU trở thành những đối tác thương mại quan trọng và Việt Nam sẽ chứng kiến sự gia tăng của dòng chảy thương mại với tất cả các nền kinh tế liên quan. Tổng kim ngạch xuất khẩu có thể tăng 16% so với kịch bản cơ sở khi kết hợp cả hai hiệp định, trong khi chỉ tăng 12,2% so với kịch bản cơ sở nếu chỉ thực hiện EVFTA. Tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu cũng nhanh hơn trong kịch bản kết hợp ở mức 19,1% cao hơn kịch bản cơ sở, so với 14,1% theo kịch bản chỉ thực hiện EVFTA.

Bên cạnh đó, trong báo cáo mới công bố nêu trên, WB cũng đánh giá tác động của EVFTA đến nghèo đói và phân phối thu nhập ở Việt Nam. Trong kịch bản cơ sở, tỷ lệ nghèo của Việt Nam giảm từ 29% năm 2016 xuống còn 12,6% vào năm 2030 (tương đương sức mua [PPP] ở mức 5,50 đô la Mỹ mỗi ngày).

Theo giả định cơ sở mà WB nêu ra trong báo cáo, Việt Nam sẽ đạt được mức thu nhập trung bình cao vào năm 2030. Báo cáo này ưu tiên các mức chuẩn nghèo là PPP bằng 3,20 đô la Mỹ mỗi ngày và PPP bằng 5,50 đô la Mỹ mỗi ngày thay vì mức chuẩn cực nghèo là 1,90 đô la Mỹ mỗi ngày thường được sử dụng cho các nước thu nhập thấp. Trong 14 năm tới, với chuẩn nghèo ở mức 5,50 đô la Mỹ mỗi ngày, mức giảm tỷ lệ nghèo sẽ lớn nhất, từ 29% năm 2016 xuống còn 12,6% vào năm 2030. Trong kịch bản EVFTA, tỷ lệ nghèo sẽ giảm mạnh hơn, xuống còn 11,9% vào năm 2030. Với chuẩn nghèo ở mức 3,20 đô la Mỹ mỗi ngày, tỷ lệ nghèo



dự kiến sẽ giảm từ 8% xuống còn 3,6% theo kịch bản giả định cơ sở và xuống còn 3,5% khi thực thi EVFTA.

EVFTA có thể giúp thêm 0,8 triệu người thoát nghèo vào năm 2030 và góp phần thu hẹp khoảng cách tiền lương giữa các giới. Với giả định năng suất bình thường và kịch bản cơ sở, EVFTA sẽ giúp thêm 0,1 triệu người thoát nghèo với chuẩn nghèo ở mức PPP bằng 3,20 đô la Mỹ mỗi ngày, với chuẩn nghèo ở mức PPP bằng 5,50 đô la Mỹ mỗi ngày thì sẽ có 0,8 triệu người thoát nghèo vào năm 2030. Hơn nữa, kịch bản cơ sở cho thấy sự gia tăng khoảng cách giới ở mức độ vừa phải (nhờ nhu cầu sử dụng lao động lành nghề ngày càng cao trong những ngành mà nam giới chiếm đa số).

Khi thực thi EVFTA, khoảng cách giới sẽ giảm đặc biệt đối với các hộ gia đình thuộc nhóm 40% thu nhập thấp nhất trong phân phối thu nhập. Tỷ lệ thu nhập giữa lao động lành nghề nam và nữ thuộc nhóm 40% thu nhập thấp nhất sẽ giảm 0,15% so với kịch bản cơ sở. So sánh cho thấy tác động về giới mà EVFTA tạo ra đối với nhóm 60% thu nhập cao nhất trong phân phối thu nhập tương đối nhỏ, với tỷ lệ thu nhập giữa nam và nữ giảm 0,11%, còn tác động giới đối với lao động không có kỹ năng là không đáng kể.

EVFTA sẽ tạo ra nhiều cơ hội kinh tế hơn cho những lao động lành nghề, mang lại nhiều lợi ích hơn cho các hộ gia đình có thu nhập cao nhất trong phân phối thu nhập.

Kết luận về nội dung này, WB cho rằng, EVFTA có thể mang lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế Việt Nam, không chỉ ở cấp độ kinh tế vĩ mô về tăng trưởng GDP và dòng chảy thương mại, mà còn ở khía cạnh giảm nghèo. Đánh giá này cũng cho thấy rằng việc thực thi đồng thời EVFTA và CPTPP có thể mang lại lợi ích lớn hơn, đưa GDP tăng thêm 0,8% so với việc chỉ thực thi EVFTA. Tuy nhiên, lợi ích kinh tế từ Hiệp định này sẽ không phân phối đồng đều trong nền kinh tế Việt Nam, do nguồn lực được phân bổ lại cho các lĩnh vực có năng suất cao hơn. Đồng thời, tác động đến giảm nghèo của EVFTA cũng rất lớn. Thêm 0,8 triệu người có thể được thoát nghèo ở mức chuẩn nghèo 5,50 đô la Mỹ mỗi ngày vào năm 2030, tương đương với mức giảm tỷ lệ nghèo 0,7%. Vì chương trình thương mại đầy tham vọng của EVFTA có thể làm tăng trưởng nhanh hơn và mở rộng nền kinh tế nhanh chóng, nhu cầu về lao động lành nghề cũng sẽ tăng lên, và nếu những yếu tố khác giữ nguyên, sẽ làm gia tăng bất bình đẳng về thu nhập. Để tận dụng tối đa lợi ích của hội nhập thương mại, cần có những nỗ lực mạnh mẽ khi thực thi EVFTA để tăng cường khả năng cạnh tranh và thuận lợi hóa thương mại, đồng thời ban hành các chính sách trong nước để bảo vệ các hộ gia đình khỏi ảnh hưởng tiêu cực. Việt Nam cũng sẽ đối mặt với những thách thức khác khi phải liên tục cải thiện khả năng kết nối để cho phép hội nhập sâu hơn vào các chuỗi giá trị toàn cầu.

Ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam hưởng cơ hội từ Covid-19

Đại dịch Covid-19 đã phá vỡ chuỗi cung ứng toàn cầu, khiến nhiều tập đoàn lớn nước ngoài tại Việt Nam thiếu hụt phụ tùng và phụ kiện để sản xuất. Trong bối cảnh này, một số doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ trong nước đã kịp nắm lấy cơ hội để góp phần trở thành mắt xích quan trọng trong các chuỗi cung ứng đó.

➤ ĐƠN ĐẶT HÀNG TĂNG

Theo dữ liệu từ Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương), hiện có khoảng 1.800 doanh nghiệp hoạt động trong các ngành công nghiệp hỗ trợ, chiếm gần 4,5% tổng số doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất và chế biến ở nước ta. Trong đó, 300 doanh nghiệp đang tham gia vào chuỗi cung ứng của các tập đoàn đa quốc gia và nhiều trong số này được hưởng “ưu đãi” do Covid-19 mang lại.

“Sau khi nguồn cung nguyên liệu từ Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản bị ngưng trệ do đại dịch, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam chuyển sang đối tác trong nước và đây là cơ hội tốt cho các doanh nghiệp Việt Nam khẳng định chỗ đứng trong chuỗi cung ứng này,” ông Trương Thanh Hoài - Cục trưởng Cục Công nghiệp cho hay.

Ông Đỗ Phước Tống, Chủ tịch Hội Doanh nghiệp Cơ khí - Điện TP.HCM, cho biết nhiều doanh nghiệp bị thiếu nguồn cung thiết bị từ Trung Quốc đã chuyển đơn đặt hàng sang các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực thiết bị cơ điện, khuôn, ... Do vậy, trong khi nhiều công ty trong

nước bị buộc phải trì hoãn hoặc đình chỉ sản xuất trong mùa đại dịch, một số doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ lại có nhiều đơn đặt hàng vượt quá năng lực cung cấp và đang hoạt động hết công suất.

Để đáp ứng nhu cầu, nhiều doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ đã sắp xếp lại dây chuyền sản xuất, khẳng định uy tín và chất lượng sản phẩm với các tập đoàn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Đơn cử, đơn đặt hàng gần đây từ Công ty TNHH Lập Phúc, một nhà sản xuất khuôn tại TP.HCM, đã tăng lên 10% đến 20%, chủ yếu từ các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam. Công ty TNHH Kỹ thuật Công nghiệp An Phát (tỉnh Đồng Nai) cho biết đơn đặt hàng có tăng thêm 20-30%, dẫn đến việc công ty này phải tăng tốc độ sản xuất và yêu cầu công nhân làm thêm giờ để đảm bảo giao hàng đúng hạn.

Theo ông Lê Trí Minh, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Hỗ trợ Đồng Nai, nhiều thành viên của hiệp hội này báo cáo đơn hàng đã tăng thêm 30-40% so với năm trước, chủ yếu từ các doanh nghiệp FDI đã chuyển sang nhà cung cấp trong nước sau khi nguồn cung từ Trung Quốc bị thu hẹp.

➤ CÁC THÁCH THỨC TRONG NGÀNH

Mặc dù đơn đặt hàng tăng 30-40%, nhiều nhà sản xuất trong nước vẫn lo lắng vì thiếu hụt nguyên liệu thô. Đơn cử, để sản xuất thiết bị hỗ trợ, bộ phận và linh kiện, doanh nghiệp phải có những nguyên liệu như sắt, thép và gang để sản xuất ra thành phẩm có giá trị cho ngành cơ khí.

Dù rằng các doanh nghiệp trong nước đã cung cấp một lượng lớn thép cho thị trường, một số loại thép vẫn phải nhập khẩu. Một vấn đề khác, theo các doanh nghiệp, là áp lực từ việc tăng đơn hàng đột ngột và thời hạn cung quá ngắn để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp FDI bị tắc nghẽn do thiếu hụt.

Dù cho có nhiều nỗ lực trong những thập kỷ gần đây, ngành công nghiệp hỗ

trợ Việt Nam đã không đáp ứng được kỳ vọng và tiến độ tham gia của các doanh nghiệp trong nước vào chuỗi giá trị toàn cầu vẫn chậm chạp. Theo dữ liệu năm 2019, chỉ có 21% doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) Việt Nam tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, trong khi ở Thái Lan là hơn 30% và Malaysia là 46%.

“Về lâu dài, khi đại dịch kết thúc, các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ cần đảm bảo các yêu cầu về chất lượng, giá cả và thời gian giao hàng để giữ chân khách hàng. Ngoài ra, họ cần tăng cường kết nối trong việc khai thác các đơn đặt hàng vì có nhiều sản phẩm của công ty này là đầu vào của công ty khác. Do đó, việc liên kết các doanh nghiệp và thành viên với nhau chắc chắn sẽ làm tăng nguồn

cung nguyên liệu và giảm nhập khẩu”, ông Tống nhấn mạnh.

Ông Phạm Minh Thắng, Giám đốc Công ty TNHH P&Q Solutions, cho biết các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Việt Nam đang thiếu chiến lược; thực tiễn sản xuất còn non trẻ; kế hoạch, sản xuất và quản lý thiết bị đều còn thiếu. Ngoài ra, nguồn nhân lực và các nhà quản lý chưa đủ năng lực để làm cho sản xuất đi lên.

Theo thông tin nhận được, Bộ Công Thương thông báo sẽ tiếp tục hoàn thiện các chính sách, đảm bảo môi trường kinh doanh thuận lợi với chi phí gia nhập thị trường thấp nhằm mang lại lợi thế tối đa cho các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

CLOTHES / CLOTHING

Chào các bạn, quần áo là thứ chúng ta mặc và sử dụng hằng ngày cũng như rất phổ biến đối với các doanh nghiệp kinh doanh, sản xuất trong lĩnh vực vải sợi, may mặc. Vậy liệu bạn có nắm tất cả những thứ liên quan đến quần áo như từ vựng, cách diễn tả, cách khen quần áo của người khác hay cách sử dụng những động từ đặc biệt chưa? Hãy tiếp tục xem bài viết dưới đây nhé.

DESCRIBING CLOTHES / MÔ TẢ QUẦN ÁO

❖ PATTERNED / HỌA TIẾT

- **Checked (a):** ca rô
- **Flowery (a):** hoa
- **Striped (a):** kẻ sọc
- **Spotted (a):** lốm đốm
- **Polka dot (n):** chấm bi
- **Plain (a):** trơn
Ex:
• A floral print silk scarf: khăn choàng lụa in hoa
• A striped cotton top: áo cotton kẻ sọc
• A plain denim shirt: áo sơ mi denim trơn

TALKING ABOUT FIT AND STYLE / NÓI VỀ VỪA VẶN VÀ PHONG CÁCH

❖ FIT / VỪA VẶN

- **Baggy (a):** rộng (có phần hơi lủng lẳng)
- **Loose (a):** rộng
- **Tight (a):** chật
- **Close-fitting (a):** bó sát người
- **Long sleeved (a):** tay dài
- **Short sleeved (a):** tay ngắn
- **V-neck (n):** cổ chữ V
- **Round-neck (a):** cổ tròn
- **Polo-neck (a):** cổ lọ
Ex:
• It's tight around the shoulders. Nó bị chật ở vai áo.
• It's too big around the waist. Nó quá rộng ở phần eo.
• The sleeves aren't long enough. Phần tay áo không đủ dài.
• The collar is too tight. Cổ áo quá chật.

❖ STYLE: HOW TO COMPLIMENT SOMEONE'S CLOTHING / KIỂU DÁNG: CÁCH KHEN CHÊ QUẦN ÁO

- It's too **casual** for me. Nhìn quá xuềnh xoàng với tôi.
- It's too **old-fashioned** for me. Nhìn quá lỗi thời với tôi.
- It's too **fancy** for me. Nhìn quá sang trọng với tôi.
- It **goes well with** your shoes. Nó rất hợp với giày của bạn.
- It **suits** you. Nó hợp với bạn đấy.
- It matches your eyes. Nó hợp với màu mắt bạn.
- **That looks good on you!** Nó nhìn rất hợp với bạn.
- It's a good look for you. Nó nhìn rất hợp với bạn.
- I like the **fit**. Tôi thấy thích hợp đấy.
- I like the style! Tôi thích kiểu dáng này.
- I like the colours! Tôi thích màu sắc của nó.
- It makes you look **slimmer**. Nó khiến bạn nhìn thon thả hơn đấy.
- It makes you look **younger**. Nó khiến bạn nhìn trẻ hơn đó.
- You look very **smart**. Bạn nhìn rất thanh lịch.
- You look very **elegant**. Bạn nhìn rất thanh lịch.



Doanh nghiệp cần trọng khi xuất khẩu đồ phòng dịch vào thị trường EU, Mỹ



Đây là khẳng định của ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) tại buổi Hội thảo “Hướng dẫn và giải đáp quy định về CE, FDA” do Cục Xuất nhập khẩu phối hợp với Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) và Tổ chức Sáng kiến Thương mại Bền vững Việt Nam (IDH) tổ chức, chiều 26/5.

Theo ông Trần Thanh Hải, dịch Covid-19 đã mở ra cơ hội “vàng” giúp các doanh nghiệp dệt may tăng doanh thu nhờ sản xuất khẩu trang xuất khẩu đáp ứng nhu cầu cao của các nước phòng chống dịch. Tuy nhiên về lâu dài, để “rộng cửa” vào các thị trường khó tính như EU, Mỹ thì các doanh nghiệp cần thận trọng nghiên cứu về quy trình nghiêm ngặt theo quy định của nước muốn xuất khẩu trước khi sản xuất, lưu hành.

Bên cạnh đó, ông Hải cũng cho biết: “Hiện thị trường thế giới đối với các mặt hàng khẩu trang, đồ bảo hộ, găng tay y tế vẫn đang tiêu thụ mạnh, tuy nhiên dự đoán cuối năm giảm xuống. Do đó, trong khi các nước vẫn đang phòng chống dịch, chưa thể sản xuất trở lại, việc chúng ta tập trung đầu tư vào sản xuất xuất khẩu đồ phòng dịch trong thời điểm này sẽ giúp tăng khả năng dự trữ của các nước. Doanh nghiệp Việt có thể tận dụng cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu và chinh phục các thị trường châu Âu và châu Mỹ, nếu chủ động đáp ứng yêu cầu của những thị trường này”.

Tại Hội thảo, các đại biểu cũng tập trung tham vấn, thảo luận và giải đáp kỹ hơn các thắc mắc của doanh nghiệp về những vấn đề liên quan đến CE (sản phẩm đáp ứng được các yêu cầu về an toàn, sức khỏe, bảo vệ môi trường) và FDA (quy

định giám sát độ an toàn những sản phẩm thuộc danh mục quản lý lưu hành trên thị trường Hoa Kỳ) tại thị trường EU và Mỹ. Trưởng đại diện Tập đoàn EUROFINS tại Hà Nội bà Dương Phong Hiền đã có những giải đáp thêm về các tiêu chuẩn về khẩu trang y tế, bộ trang phục phòng dịch và bảo hộ cá nhân cũng như yêu cầu thử nghiệm tại thị trường châu Âu, châu Mỹ.

Các chuyên gia cũng cho rằng, Việt Nam cần sớm hoàn thiện thêm các hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn nhằm kiểm soát và nâng cao chất lượng các sản phẩm khẩu trang và đồ bảo hộ. Từ đó, tạo điều kiện thúc đẩy khả năng cạnh tranh của các sản phẩm dệt may Việt Nam với các sản phẩm cùng loại trên thị trường.

Bên cạnh đó, nhiều chuyên gia của các tổ chức chứng nhận quốc tế đã giới thiệu chung về CE, FDA, quy trình, thủ tục để lấy chứng nhận CE, FDA. Chuyên gia thử nghiệm của Công ty SGS Việt Nam bà Trần Thanh Thủy Tiên cũng giải đáp thêm về các thông số, ký hiệu, thông tin, chỉ tiêu của các loại khẩu trang hiện có trên thị trường. Qua đó, các doanh nghiệp có thể hiểu hơn về tiêu chuẩn của các loại khẩu trang nhằm đưa ra hướng sản xuất phù hợp với yêu cầu các thị trường khác nhau.

“Hiện nay, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) đã được ký kết và đang chờ Quốc hội Việt Nam phê chuẩn. Để có thể đón đầu các cơ hội to lớn mà Hiệp định mở ra, các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần nắm chắc những quy định về tiêu chuẩn chất lượng của thị trường EU để đảm bảo khai thác tối đa lợi ích từ Hiệp định...”, Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu Trần Thanh Hải chia sẻ.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

CÔNG TY CỔ PHẦN CAO SU BẾN THÀNH

Được thành lập từ năm 1976 với tên gọi Xí Nghiệp Cao Su Giải Phóng, năm 1994 được đổi tên thành Công ty cao su Bến Thành. Tháng 5/2007 Công ty đã hoàn tất thủ tục cổ phần hóa và chính thức đổi tên thành: **CÔNG TY CỔ PHẦN CAO SU BẾN THÀNH (BERUBCO)**.

Chuyên sản xuất:

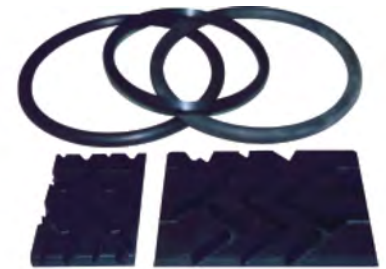
- ❖ Băng tải cao su cấu trúc nhiều lớp vải chịu lực.
- ❖ Dây cu roa.
- ❖ Phụ tùng cao su kỹ thuật.
- ❖ Sản phẩm cao su khác.

Năm 1999, Công ty đã đầu tư mới 02 dây chuyền sản xuất đồng bộ được nhập khẩu từ Đài Loan, Nhật Bản. Năng lực sản xuất của Nhà máy hằng năm đạt trên 250.000 m² băng tải, 30.000.000 inch dây cu roa, v.v...

Phòng thí nghiệm cơ lý được trang bị nhiều thiết bị kiểm tra hiện đại để bảo đảm trước khi đưa vào sản xuất tất cả các nguyên vật liệu phải được kiểm tra nghiêm ngặt để tuân thủ theo Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2008 đã được thông qua do tổ chức Det Norske Veritas (DNV) chứng nhận.

Băng tải do Công ty CP cao su Bến Thành sản xuất mang nhãn hiệu BERUBCO được cấp bằng bởi Bộ Khoa Học và Công Nghệ- Cục Sở Hữu Trí Tuệ Việt Nam đạt Tiêu Chuẩn Công Nghệ Nhật Bản JIS K6322, JIS K6323 luôn có sẵn mọi quy cách chủng loại để đáp ứng nhanh nhất nhu cầu của khách hàng khi có yêu cầu.

Hiện nay, công ty đang cung cấp hàng cho các ngành công nghiệp như xi măng, khai thác than, phân bón, mía



đường, thực phẩm, khai thác đá, v.v. như Công ty xi măng Hà Tiên I, Công ty CP xi măng Hà Tiên II- Cần Thơ, công ty xi măng Holcim, Công ty xi măng Phúc Sơn, Công ty xi măng Nghi Sơn, Công ty xi măng Chinfon, Công ty xi măng Luksvaki, Công ty xi măng Bút

Sơn, Công ty xi măng Cotec, Công ty xi măng Vinaconex, Công ty than Đèo Nai, Công ty tuyển than Hòn Gai, Công ty than Vàng Danh, Công ty than Mạo Khê, Công ty than Khe Chàm, Công ty phân bón BaConCo, Công ty phân bón Việt Nhật, Nhà máy đạm Phú Mỹ, v.v.

CÔNG TY CỔ PHẦN CAO SU BẾN THÀNH

Địa chỉ: Lô B3 -I KCN Tây Bắc Củ Chi - Tp. HCM

Điện thoại: (+84) 8.3790 8068 - (+84) 8.37907619

Fax: (+84) 8.3790 7461

Email: berubco@yahoo.com - Website: www.berubco.com.vn

❖ Ngày 26-5, lô hàng vải thiều đầu tiên của tỉnh Hải Dương chính thức được xuất khẩu sang thị trường Singapore. Trong những ngày tới, nhiều lô hàng vải quả của Hải Dương tiếp tục được xuất khẩu đi các thị trường Mỹ, Australia, EU, Nhật Bản, Singapore, Canada với tổng sản lượng khoảng 2.000 tấn, cao gấp nhiều lần vụ vải năm trước. Theo bà Lương Thị Kiểm, Chi cục trưởng Chi cục Bảo vệ thực vật (BVTV) tỉnh Hải Dương, năm nay, vải thiều đang được mùa, được giá, tổng sản lượng quả dự kiến đạt 45.000 tấn, cao hơn 20.000 tấn so với vụ vải năm 2019. (Nhân dân, 26/5)

❖ Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), xuất khẩu tôm tháng 4 đạt 244,2 triệu USD, tăng 5,8% so với cùng kỳ 2019. Lũy kế 4 tháng đầu năm nay, xuất khẩu tôm đạt 872,8 triệu USD, tăng 2,9% so với cùng kỳ năm 2019. Đặc biệt, trong tháng 4, tôm Việt xuất sang hầu hết thị trường chính đều tăng. Nhật Bản là thị trường nhập tôm lớn nhất của Việt Nam, chiếm 20,7% tổng giá trị xuất khẩu tôm Việt Nam đi các thị trường. (Vnexpress, 26/5)

❖ Theo Tổng cục Hải quan, cập nhật hết tháng 4, tổng kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ đạt 20,16 tỷ USD, tăng 12,9% so với cùng kỳ 2019 (tương đương hơn tăng hơn 2 tỷ USD). Đến nay, Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với thị phần chiếm đến 24,9% kim ngạch cả nước. Đáng chú ý, hết tháng 4 có tới 6 nhóm hàng xuất khẩu sang Mỹ đạt kim ngạch từ 1 tỷ USD trở lên gồm: Dệt may; điện thoại; máy vi tính; máy móc thiết bị; giày dép; gỗ và sản phẩm gỗ. Trong đó, Mỹ tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam với trị giá đạt 3,95 tỷ USD. Dù giảm 10,6% so với cùng kỳ năm trước nhưng vẫn chiếm đến 45,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của cả nước. (Báo Hải quan, 27/5)



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.

Quy định về thời gian nghỉ bù

Điều 106.2.c BLLĐ quy định: “Sau mỗi đợt làm thêm giờ nhiều ngày liên tục trong tháng, NSDLĐ phải bố trí để NLĐ được nghỉ bù cho số thời gian đã không được nghỉ.” và Điều 4.3 Nghị định 45/2013/NĐ-CP quy định: “Trường hợp không bố trí nghỉ bù đủ số thời gian thì phải trả lương làm thêm giờ theo quy định tại Điều 97 của BLLĐ”. Có nghĩa là khi được bố trí nghỉ bù thì không phải trả lương làm thêm giờ cho NLĐ hay sao?

Trả lời:

Theo quy định tại Điều 97 BLLĐ chỉ quy định tính trả tiền lương làm thêm giờ, không quy định việc tính đối tiền lương làm thêm giờ thành số giờ nghỉ bù và chi trả tiền lương cho phần chênh lệch giữa tiền lương làm thêm giờ và tiền lương của số giờ nghỉ bù.

Theo quy định tại Khoản 3, Điều 4 Nghị định số 45/2013/NĐ-CP ngày 10/5/2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của BLLĐ về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi và an toàn lao động, vệ sinh lao động, có quy định về nghỉ bù khi làm thêm giờ như sau:

“Thời gian nghỉ bù theo điểm c, Khoản 2, Điều 106 của BLLĐ được quy định như sau:

a) Sau mỗi đợt làm thêm tối đa 07 ngày liên tục trong tháng, NSDLĐ phải bố trí để NLĐ nghỉ bù số thời gian đã không được nghỉ;

b) Trường hợp không bố trí nghỉ bù đủ số thời gian thì phải trả lương làm thêm giờ theo quy định tại Điều 97 của BLLĐ”.

Căn cứ các quy định nêu trên, trường hợp NLĐ làm thêm liên tục nhiều ngày trong tháng (tối đa 07 ngày liên tục) thì thực hiện theo quy định tại Khoản 3 Điều 4 Nghị định số 45/2013/NĐ-CP nêu trên, cụ thể:

Trường hợp Công ty không bố trí nghỉ bù thì phải trả tiền lương làm thêm giờ theo Điều 97 Bộ luật Lao động.

Trường hợp Công ty bố trí nghỉ bù thì phải thanh toán phần chênh lệch giữa tiền lương làm thêm giờ theo Điều 97 BLLĐ và tiền lương cho thời gian mà doanh nghiệp đã bố trí nghỉ bù.

Phát hành hóa đơn điện tử

Ngày trên hoá đơn và ngày ký hoá đơn điện tử khác nhau có được cơ quan thuế chấp nhận không?

Trả lời:

Căn cứ Điều 8 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 lập hóa đơn điện tử;

Căn cứ quy định trên, về nguyên tắc tại thời điểm lập hóa đơn điện tử bên bán phải thiết lập đầy đủ các chỉ tiêu theo quy định tại Điều 6 Thông tư số 32/2011/TT-BTC. Trường hợp Công ty nhận hóa đơn đầu vào có ngày lập hóa đơn và ngày ký hóa đơn khác nhau nhưng có đầy đủ các hồ sơ để chứng minh về việc mua hàng hóa, dịch vụ và thời điểm bàn giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ thì các hóa đơn này là căn cứ để kê khai thuế.

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; gỡ gở 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