



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 47 (987) NGÀY 12.12.2022



**Diễn đàn xuất khẩu 2022:
Vận hội mới cho xuất
khẩu - Tận dụng thời
cơ để doanh nghiệp
Việt Nam vươn lên
(trang 4 - 7)**



BẢN TIN
**XÚC TIẾN
THƯƠNG MẠI
& ĐẦU TƯ**

TRỤ SỞ

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

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Q.1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



**TRANG FACEBOOK CHÍNH THỨC
CỦA ITPC**

[https://www.facebook.com/ITPC.
HOCHIMINH](https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINH)



GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 25/GP - XBBT - STTTT, ngày
23/11/2021 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

SỐ 47

12.2022



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Diễn đàn Thương mại và Đầu tư
Việt Nam - Lào

Hội nghị kết nối giao thương giữa
doanh nghiệp Việt Nam với các
doanh nghiệp Indonesia năm 2022

04. Diễn đàn xuất khẩu 2022: “Vận
hội mới cho xuất khẩu - Tận dụng
thời cơ để doanh nghiệp Việt Nam
vươn lên”

08. Đặt khách hàng làm cốt lõi trong
hành trình xây dựng thương hiệu

09 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM
Samsung sẽ nâng vốn đầu tư tại Việt
Nam lên 20 tỷ USD

10 TƯ VẤN
Bí quyết thương lượng thành công



11 ENGLISH FOR YOU
Finance and investment

12 TIN VEXA
Xuất khẩu rau quả 11 tháng 2022 ước
đạt 3,1 tỷ USD

**13 DOANH NGHIỆP THÀNH
VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU**
Real Bean Coffee mở rộng mô hình
cà phê đặc sản với mục tiêu phát triển
nông nghiệp bền vững



Diễn đàn Thương mại và Đầu tư Việt Nam – Lào

Với mục đích thúc đẩy mối quan hệ ngoại giao, thương mại và đầu tư giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương của nước CHDCND Lào; giới thiệu tiềm năng hợp tác, kết nối cộng đồng doanh nghiệp, xúc tiến đầu tư song phương giữa 2 quốc gia nhân kỷ niệm 60 năm ngày thiết lập quan hệ Ngoại giao và 45 năm ngày ký kết Hiệp ước hữu nghị và hợp tác Việt Nam - Lào;

Được sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành

Phòng Đầu tư – ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM.

Điện thoại: (028) 3910 1026

Liên hệ chuyên viên Mỹ Duyên (0973 276 462, duyenlm@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp Tổng Lãnh sự quán Lào tại Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Diễn đàn Thương mại và Đầu tư Việt Nam - Lào, Cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** Từ 07 giờ 45 đến 11 giờ 45, ngày 13/12/2022 (thứ Ba)

❖ **Địa điểm:** khách sạn Rex, 141 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM.

❖ Chủ trì:

- Về phía Việt Nam:
 - + Lãnh đạo Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam;
 - + Lãnh đạo TP.HCM.
- Về phía Lào:
 - + Phó Thủ tướng Chính phủ nước CHDCND Lào;
 - + Tổng Lãnh sự quán nước CHDCND Lào tại TP.HCM.

Phòng Xúc tiến Đầu tư - ITPC

Hội nghị kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp Indonesia năm 2022

Indonesia là một trong những thị trường đầy tiềm năng của doanh nghiệp Việt Nam tại khu vực ASEAN, mối quan hệ thương mại Việt Nam - Indonesia còn nhiều dư địa đẩy mạnh hợp tác thương mại ở nhiều lĩnh vực như máy móc thiết bị; thực phẩm, đồ uống; nông sản, thủy sản, sản phẩm chăm sóc cá nhân... Thương mại giữa hai nước luôn giữ tốc độ tăng trưởng đều đặn qua các năm, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Indonesia trong tháng 10 năm 2022 đạt 365,9 triệu USD, tăng 8% so với tháng trước. Tính chung 10 tháng đầu năm 2022, xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này đạt trên 3,78 tỷ USD, tăng 22,3% so với cùng kỳ năm 2021.

Phòng Dịch vụ – ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ chuyên viên Thùy Trang (0903 367 567, tranglt@itpc.gov.vn)

Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp Indonesia có cơ hội gặp gỡ, trao đổi tìm kiếm các đối tác xuất nhập khẩu và các đối tác phân phối sản phẩm, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp với Tổng Lãnh sự quán Indonesia tại TP.HCM tổ chức “Hội nghị kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp Indonesia năm 2022” với thông tin chi tiết như sau:

❖ **Thời gian:** 13g30 - 17g00, thứ Hai, ngày 19 tháng 12 năm 2022.

❖ **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu, 92 - 96 Nguyễn Huệ, P.Bến Nghé, Q.1, TP.HCM.

❖ **Phí tham dự:** miễn phí.

❖ Lĩnh vực kết nối:

- Các sản phẩm lương thực thực phẩm (trà, cà phê, cacao, trái cây tươi, gia vị, gạo, snack...)
- Các sản phẩm hợp nhựa gia dụng, đồ gia dụng và bộ đồ ăn bằng nhựa.
- Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ.

Thời hạn đăng ký trước ngày 15/12/2022.

Phòng Dịch vụ - ITPC



Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách ITPC phát biểu tại Diễn đàn

Diễn đàn xuất khẩu 2022:

“Vận hội mới cho xuất khẩu - Tận dụng thời cơ để doanh nghiệp Việt Nam vươn lên”

Tiếp nối thành công của các Diễn đàn xuất khẩu những năm trước, dưới sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân (UBND) Thành phố Hồ Chí Minh, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nắm bắt thông tin dự báo, định hướng xuất khẩu, nhận dạng các khó khăn, thách thức và tận dụng cơ hội để đảm bảo xuất khẩu tăng trưởng ổn định và bền vững trong trạng thái bình thường mới. Ngày 08/12/2022, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã tổ chức Diễn đàn xuất khẩu 2022 với chủ đề “VẬN HỘI MỚI CHO XUẤT KHẨU – TẬN DỤNG THỜI CƠ ĐỂ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VƯƠN LÊN”.

Thành phố Hồ Chí Minh ghi nhận “điểm sáng” trong lĩnh vực xuất nhập khẩu

Phát biểu khai mạc tại Diễn đàn, ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách ITPC cho biết sự phục hồi kinh tế Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục trong 2 tháng cuối năm 2022, được hỗ trợ bởi các nền tảng kinh tế mạnh mẽ, chính sách tiền tệ linh hoạt và sự phục hồi nhanh hơn dự kiến trong lĩnh vực sản xuất, dịch vụ và tiêu dùng nội địa.

Về xuất khẩu: Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 10 tháng đầu năm 2022 ước đạt 616,24 tỷ USD tăng 14% so với cùng kỳ năm 2021. Riêng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước đạt 312,82 tỷ USD, tăng 15,9% so với cùng kỳ năm trước.

Về đầu tư: Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam 10 tháng năm 2022 ước tính đạt 17,45 tỷ USD, tăng 15,2% so với cùng kỳ năm trước. Đây là số vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện cao nhất của 10

tháng trong 5 năm qua.

Riêng Thành phố Hồ Chí Minh ghi nhận “điểm sáng” trong lĩnh vực xuất nhập khẩu hàng hóa trong 10 tháng đầu năm 2022, đặc biệt là xuất khẩu. Theo đó, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Thành phố xuất qua cảng của Thành phố bao gồm cả dầu thô, trong 10 tháng đầu năm 2022 đạt gần 36 tỷ USD, tăng 10,1% so với cùng kỳ năm 2021.

Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu của Thành phố Hồ Chí Minh bao gồm: nhóm máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 13.877,6 triệu USD, tăng 1,9%); nhóm dệt, may (đạt 3.765,6 triệu USD, tăng 42,7%); nhóm máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 2.268,7 triệu USD, tăng 33,5%); nông sản (đạt 3.568,7 triệu USD, tăng 6,1%), nhóm hàng thủy hải sản (đạt 1.111,3 triệu USD, tăng 69,7%) so với cùng kỳ và chiếm tỷ trọng 3,3%; nhóm hàng lâm sản chiếm tỷ trọng khiêm tốn 1,6% và có giá trị xuất khẩu đạt 559,0 triệu USD, tăng 4,4% so cùng kỳ.

Về thị trường xuất khẩu, Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh với kim ngạch xuất khẩu trong 10 tháng đầu năm 2022 đạt 8.232,6 triệu USD, tăng 7,3% so cùng kỳ và chiếm 22,9% tỷ trọng xuất khẩu. Thứ hai là thị trường Mỹ (đạt 6.321,2 triệu USD, tăng 19,9%). Thứ ba là thị trường Nhật Bản (đạt 2.424,6 triệu USD, tăng 24,0%). Riêng với thị trường Liên hiệp châu Âu (EU), giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh đạt 4.943,6 triệu USD, tăng 19,7%, chiếm 13,7%.

Tăng cường vai trò của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu về dài hạn

Phát biểu tại hội nghị, ông Alex Tatsis, Trưởng phòng kinh tế, Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhấn mạnh rằng nâng cao khả năng thích ứng của chuỗi cung ứng là ưu tiên hàng đầu của Chính quyền Biden-Harris. Chuỗi cung ứng cũng là trọng tâm chính của Khuôn khổ Kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (IPEF). Trong IPEF, Hoa Kỳ sẽ phối hợp với các đối tác của IPEF như Việt Nam để xác định những lĩnh vực và sản phẩm quan trọng đối với an ninh quốc gia, khả năng phục hồi của nền kinh tế cũng như sức khỏe và sự an toàn của người dân - từ đó thực hiện các hành động chung để tăng cường khả năng phục hồi của những lĩnh vực này, tạo việc làm và cơ hội kinh tế trong các ngành công nghiệp trọng điểm của tương lai.

Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 10 của Hoa Kỳ trên toàn cầu và là điểm nút quan trọng trong chuỗi cung ứng những hàng hóa thiết yếu cho nền kinh tế Hoa Kỳ, từ chất bán dẫn phục vụ sản xuất điện thoại và ô tô đến các tấm pin mặt trời để thúc đẩy cuộc cách mạng



năng lượng sạch và thích ứng với biến đổi khí hậu.

Các liên kết chuỗi cung ứng của Hoa Kỳ với Việt Nam không phải chỉ diễn ra một chiều: Việt Nam nhập khẩu chip máy tính, gỗ cứng, bông và thức ăn chăn nuôi từ Hoa Kỳ để làm nguyên liệu phục vụ sản xuất chất bán dẫn, đồ nội thất, may mặc và hải sản trong nước. Thương mại hai chiều giúp Việt Nam phát triển kinh tế trong nước và xuất khẩu sang các thị trường trên toàn thế giới.

Đó là lý do tại sao Hoa Kỳ cũng đang đầu tư để giúp Việt Nam tăng cường vai trò trong chuỗi cung ứng toàn cầu về dài hạn. Cụ thể, Hoa Kỳ tăng cường thuận lợi hóa thương mại và khả năng cạnh tranh của khu vực tư nhân tại Việt Nam, đặc biệt là giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Thông qua Dự án Kết nối các doanh nghiệp nhỏ và vừa (“LinkSME”) của USAID giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, tiếp cận nguồn tài chính và thực hiện chuyển đổi số. Điều này giúp các doanh nghiệp tham gia tốt hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, vì lợi ích chung của hai quốc gia.

Trong những năm qua, Việt Nam là một trong những quốc gia hưởng lợi lớn nhất từ việc dịch chuyển chuỗi cung ứng ra khỏi Trung Quốc. Nhưng chính quá trình dịch chuyển này đã tạo áp lực lên hệ thống hạ tầng quan trọng của Việt Nam và hoạt động hải quan. Để khắc phục vấn đề này, Dự án Tạo thuận lợi Thương mại của USAID đang phối hợp với Tổng cục Hải quan điều chỉnh các thủ tục thông quan biên giới và giám tắc nghẽn tại cửa khẩu chính, bao gồm Cảng Cát Lái ở Thành phố Hồ Chí Minh, trung tâm vận chuyển container lớn nhất tại Việt Nam.

Ông Alex Tatsis nhấn mạnh rằng cả Hoa Kỳ, Việt Nam hay một quốc gia nào khác không thể sản xuất hoặc cung cấp mọi sản phẩm hàng hóa mà họ cần. Chúng ta đang sống trong một thế giới kết nối và việc hợp tác với Việt Nam cũng như các đối tác khác đóng vai trò rất quan trọng để tăng cường khả năng thích ứng của chuỗi cung ứng toàn cầu.

(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)

Tái cấu trúc doanh nghiệp xuất khẩu thích ứng với tình hình mới

Phát biểu tại diễn đàn, Tiến sĩ Từ Minh Thiện, chuyên gia kinh tế nhận định tái cấu trúc doanh nghiệp xuất khẩu thích ứng với những thay đổi của các điều kiện tình hình mới đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa là vấn đề quan trọng trong bối cảnh hiện nay.

Cho đến nay, Việt Nam đã ký kết hơn 15 hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương với các khu vực và các quốc gia trên thế giới. Các hiệp định thương mại tự do đòi hỏi nước ta phải sửa đổi lại hệ thống luật pháp, các văn bản quy phạm pháp luật... phù hợp với chuẩn mực và quy ước quốc tế, các doanh nghiệp phải thay đổi tư duy và quen dần với các quy định và luật lệ quốc tế trong thương mại, đầu tư. Khi những bước tiến của Việt Nam đều hướng tới sự công nhận của quốc tế thì điều quan trọng là phải giải quyết những vấn đề về môi trường và tính bền vững khi mà đây thường là yêu cầu của các nhà nhập khẩu và cũng được đề cập trong các Hiệp định thương mại tự do FTA.

Để tái cấu trúc doanh nghiệp xuất khẩu, doanh nghiệp cần lưu ý những vấn đề như:

- 1) Xây dựng chiến lược kinh doanh cho từng mặt hàng cụ thể, từng thị trường mục tiêu.
- 2) Lựa chọn phân khúc thị trường và kênh phân phối phù hợp với sản phẩm và qui mô của doanh nghiệp..
- 3) Chú trọng tìm hiểu thị hiếu, xu hướng và đặc trưng thị trường thông qua các hội thảo quốc tế, các hội chợ - triển lãm quốc tế, các roadshow...
- 4) Gia tăng sản phẩm trên các thị trường ngách, tiếp cận các thị trường mới. Ngoài các thị trường truyền thống; cần lưu ý các thị trường chưa được khai thác đúng mức như thị trường các nước thuộc khối Ả Rập, các nước Hồi giáo hoặc các dòng sản phẩm dành riêng cho các phân khúc khách hàng riêng biệt, các thị trường ngách...
- 5) Đầu tư phát triển các dòng sản phẩm hữu cơ hoặc hướng đến hữu cơ, thân thiện với môi trường và sức khỏe con người.
- 6) Đẩy mạnh xây dựng và phát triển thương hiệu một cách chuyên nghiệp.
- 7) Đa dạng hoá các hình thức quảng bá, xúc tiến thương mại, các hỗ trợ của các tổ chức quốc tế, tận dụng các công cụ trực tuyến, đặc biệt các nền tảng (platform).
- 8) Đào tạo và chuyên nghiệp hoá đội ngũ nhân lực hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu.

Nhìn chung, bối cảnh tình hình mới vẫn còn nhiều phức tạp, diễn biến khó lường, tiềm ẩn nhiều rủi ro; chúng ta đã may mắn vượt qua những khó khăn trong năm 2021 và có những bước tăng trưởng khá ấn tượng sau đại dịch,



tuy nhiên, để tiếp tục đà tăng trưởng và để hạn chế tối đa những rủi ro có liên quan đến thị trường, tăng khả năng cạnh tranh, một trong những giải pháp quan trọng, đó là tái cấu trúc doanh nghiệp để có thể thích ứng với bối cảnh tình hình mới, giúp doanh nghiệp có thể duy trì sự phát triển, nâng cao năng lực quản lý. Điều này cũng đòi hỏi cần phải có sự chung tay, góp sức của các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội và nỗ lực của các bản thân các doanh nghiệp, phải có sự quyết tâm và các bước triển khai phù hợp, đồng bộ.

Tốc độ phục hồi kinh tế của Việt Nam vô cùng ấn tượng

Chia sẻ với Diễn đàn, ông Mizushima Kozo, Chủ tịch hiệp hội Doanh nghiệp Nhật Bản tại TP.HCM (JCCH) cho biết so với các nước Đông Nam Á khác, tốc độ phục hồi kinh tế của Việt Nam vô cùng ấn tượng. Tăng trưởng GDP 6 tháng đầu năm 2022 đạt 6.42%, vượt xa mức kỳ vọng và năm 2023 con số này được dự báo sẽ vượt hơn 7%.

Năm ngoái, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, hầu hết các doanh nghiệp đều vô cùng khó khăn. JCCH đã tiến hành khảo sát về tình hình khôi phục kinh tế của các doanh nghiệp vào tháng 11 - tức ngay sau khi thành phố trở lại bình thường mới và vào tháng 6 năm nay. Theo kết quả khảo sát, nếu vào tháng 11 mức tăng trưởng doanh thu của doanh nghiệp chỉ đạt 45% thì sang tháng 6 năm nay con số này đã tăng lên 63%.

Ngoài ra, JCCH cũng lấy ý kiến về tình hình quay lại sản xuất của các nhà máy. Kết quả cho thấy, đến tháng 9 năm nay khoảng 60% doanh nghiệp đã phục hồi 100% hoạt động của nhà máy, nếu tính luôn cả các nhà máy có mức phục hồi hơn 90% thì con số này chiếm 80% tổng số doanh nghiệp tham gia khảo sát.

63% doanh nghiệp cho biết trong 1-2 năm tới sẽ tiếp tục đầu tư mở rộng. Điều này cho thấy các nhà đầu tư đang kỳ vọng rất lớn đối với sự tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

Bất chấp đại dịch COVID-19, Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn đối với nhiều nhà đầu tư quốc tế

Chia sẻ với Diễn đàn, ông Agustaviano Sofjan, Tổng Lãnh sự Indonesia tại TP.HCM cho biết bất chấp đại dịch COVID-19, Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn đối với nhiều nhà đầu tư quốc tế nhờ vị trí địa lý chiến lược và chính sách duy trì tăng trưởng kinh tế. Việt Nam cũng đang cải thiện khả năng kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu với việc ký kết 15 Hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) với Indonesia là một trong số các quốc gia thành viên, điều này đồng nghĩa với việc cả Indonesia và Việt Nam là một phần của hiệp định khu vực và kết nối hai quốc gia với thị trường toàn cầu.

Mới đây, trong cuộc họp lần thứ 4 của Ủy ban Hợp tác Song phương (JCBC-4) diễn ra vào tháng 07/2022 do hai Bộ trưởng Ngoại giao Retno Marsudi và Bùi Thanh Sơn đồng chủ trì, hai bên đã đồng thuận mục tiêu mới đối với thương mại song phương là 15 tỷ USD vào năm 2028. Điều này phản ánh sự lạc quan và hai quốc gia hoàn toàn có khả năng nâng cao giá trị thương mại song phương một cách mạnh mẽ hơn.

Theo thống kê của Bộ Thương mại Indonesia, một số sản phẩm và hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam có nhu cầu cao, bao gồm polyme (5,32%); máy điện thoại (4,4%); màn hình và máy chiếu (3,6%); giày dép và các bộ phận liên quan (3,23%); các mặt hàng vải, dệt kim, may mặc (3,06%).

Nhiều công ty Nhật muốn mở rộng kinh doanh tại Việt Nam

Ông Matsumoto Nobuyuki, Trưởng đại diện Tổ chức Xúc tiến Thương mại Nhật Bản tại TP.HCM (JETRO) chia sẻ rằng nhiều công ty Nhật cho biết họ muốn mở rộng việc kinh doanh trong tương lai gần như năm 2023. Vì vậy rất nhiều công ty Nhật quan tâm đến Việt Nam về tăng trưởng kinh tế, về tương lai của đất nước, và muốn đầu tư vào Việt Nam. Các công ty Nhật mong muốn tập trung vào những ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động, họ cũng rất quan tâm đến lĩnh vực có giá trị gia tăng cao ví dụ như ô tô, thiết bị điện, và những ngành tương tự.

Các công ty Nhật Bản cũng đề cập rằng có một số thách thức mặc dù muốn đầu tư vào những lĩnh vực kể trên ví dụ lao động tay nghề cao, vì những ngành có giá trị gia tăng cao thực sự cần nhiều lao động giỏi. Vì thế, chúng ta nên tìm cách giải quyết vấn đề này.

Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản

hiện đang thúc đẩy các công ty Nhật Bản đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu. Bộ đã bắt đầu những chương trình hỗ trợ các hoạt động này. Cho đến hiện nay, rất nhiều công ty đã đăng ký tham gia chương trình này. 103 dự án đã được thực hiện và 41 dự án trong số đó là những dự án liên quan đến Việt Nam. Các dự án này có 3 nhóm chính. Đầu tiên là ngành gia công kim loại, tiếp theo là ngành hàng y tế, thứ ba là ngành thiết bị điện. Vì thế, hiện giờ JETRO cho rằng 3 ngành này đang rất triển vọng trong việc thu hút nhiều đầu tư.

Việt Nam tiếp tục tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa

Phát biểu kết luận diễn đàn, ông Trần Phú Lữ, PGĐ phụ trách ITPC cho biết mặc dù với dự báo khó khăn của kinh tế thế giới và thương mại toàn cầu sẽ kéo dài sang đầu năm 2023, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sẽ phụ thuộc vào diễn biến xung đột quân sự, tình hình kiểm chế lạm phát, các biện pháp phòng, chống dịch của các nước lớn, diễn biến tình hình kinh tế ở các thị trường có quy mô nhập khẩu lớn nhưng đây là thời cơ, tuy nhiên, đây cũng là vận hội mới để doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vươn lên, tiếp tục giữ vững sự tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa trên cơ sở tận dụng hiệu quả các lợi thế mang lại từ:

(1) Lộ trình cắt giảm thuế quan của các hiệp định thương mại tự do FTA mà Việt Nam đã ký kết, đặc biệt là các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP....

(2) Chủ trương “chủ động, tích cực hội nhập và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế” của Đảng và Nhà nước.

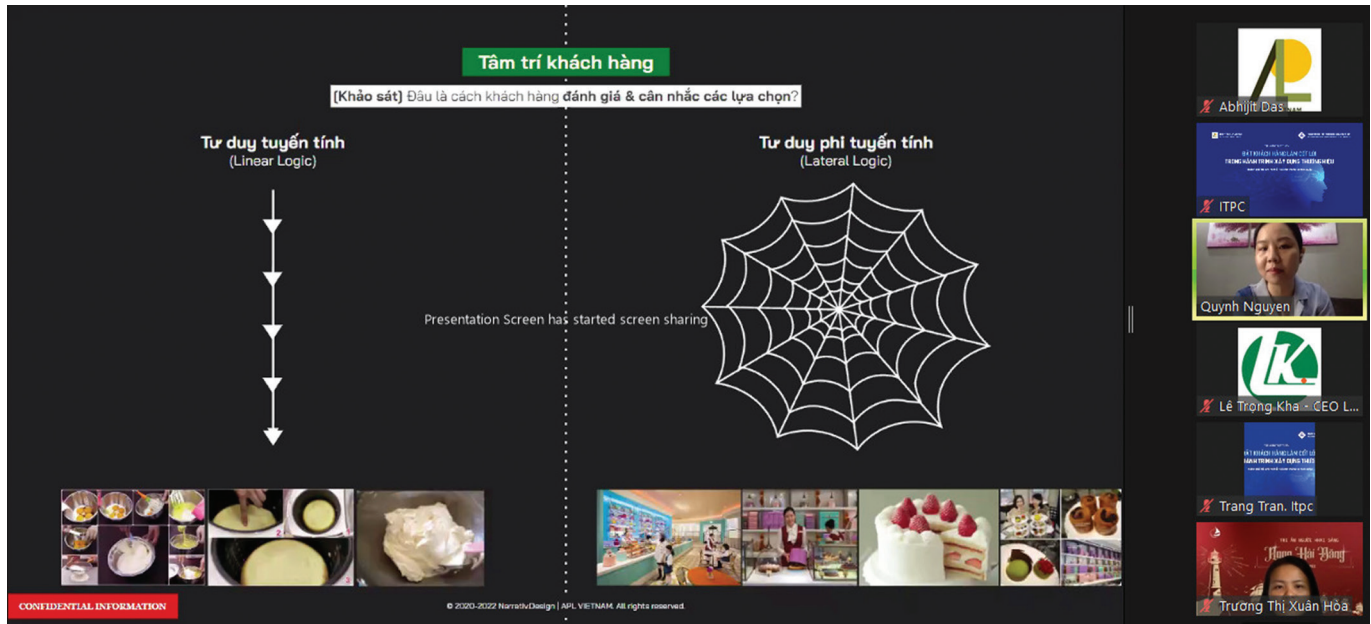
(3) Chủ trương đúng đắn, kịp thời của Chính phủ chuyển sang trạng thái “bình thường mới” sống chung an toàn với dịch bệnh với việc thực hiện chiến lược “thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh COVID-19” nhằm thực hiện “mục tiêu kép” vừa đảm bảo tăng trưởng kinh tế, vừa giữ hiệu quả của công tác phòng chống dịch.

(4) Hàng hóa xuất khẩu Việt Nam đã từng bước khẳng định chất lượng và uy tín thương hiệu, nhất các sản phẩm nông-lâm-thủy sản, dệt may, da giày, điện thoại các loại và linh kiện, hàng điện tử - những mặt hàng đang chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu. Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng đã có sự dịch chuyển mạnh mẽ từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo có giá trị gia tăng cao.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần nắm bắt tốt cơ hội này để tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu, gia tăng kim ngạch xuất khẩu của mình.

Phòng Thông tin - ITPC

Đặt khách hàng làm cốt lõi trong hành trình xây dựng thương hiệu



Ngày 01 tháng 12 năm 2022, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Công ty TNHH APL Viet Nam tổ chức Tập huấn trực tuyến “Đặt khách hàng làm cốt lõi trong hành trình xây dựng thương hiệu”. Đây là chuỗi chương trình về xây dựng và phát triển thương hiệu nhằm cung cấp cho doanh nghiệp những kiến thức và kỹ năng cũng như nâng cao nghệ thuật nắm bắt tâm lý, nhu cầu mua sắm và khai thác xu hướng thị hiếu của khách hàng từ đó đưa ra quyết định chiến lược trong hoạt động kinh doanh.

Tham dự buổi tập huấn có đại diện ITPC, ông Abhijit Das - Nhà sáng lập và Giám đốc Chiến lược Công ty APL Viet Nam, cùng sự tham dự của hơn 70 doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực: sản xuất, thương mại, dịch vụ, xuất nhập khẩu, logistics...

Chương trình tập huấn tập trung phân tích các nội dung như: sự phức tạp của tâm trí khách hàng, vai trò của việc nghiên cứu khách hàng, các lỗi sai thường gặp trong nghiên cứu khách hàng. Theo Bà Nguyễn Tú

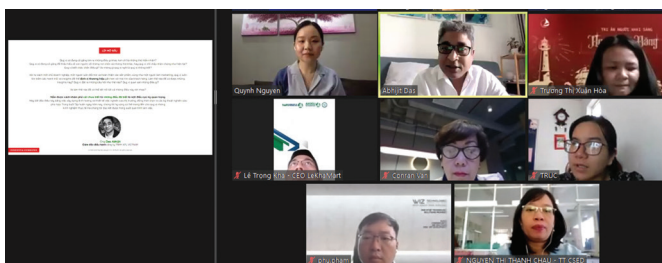
Quỳnh, Trưởng Ban hoạch định chiến lược Công ty APL Việt Nam, doanh nghiệp cần phải kết hợp giữa trực giác và dữ liệu thì mới có thể thấu hiểu được tâm trí của khách hàng, thiếu 1 trong 2 yếu tố thì sự thấu hiểu sẽ khó mà đầy đủ. Sự thấu hiểu về khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc tăng hiệu quả bán hàng, củng cố tình yêu và lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu

Đối với việc nghiên cứu thị trường, doanh nghiệp cần xác định rõ ràng: vấn đề mà doanh nghiệp cần phải đưa ra quyết định là gì? Để đưa ra quyết định này có nên dùng nghiên cứu thị trường hay không? Vấn đề này có thể giải đáp thông qua nghiên cứu thị trường được hay không? Thêm vào đó, doanh nghiệp phải hoạch định các giả thuyết chiến lược trước khi bắt đầu nghiên cứu thị trường.

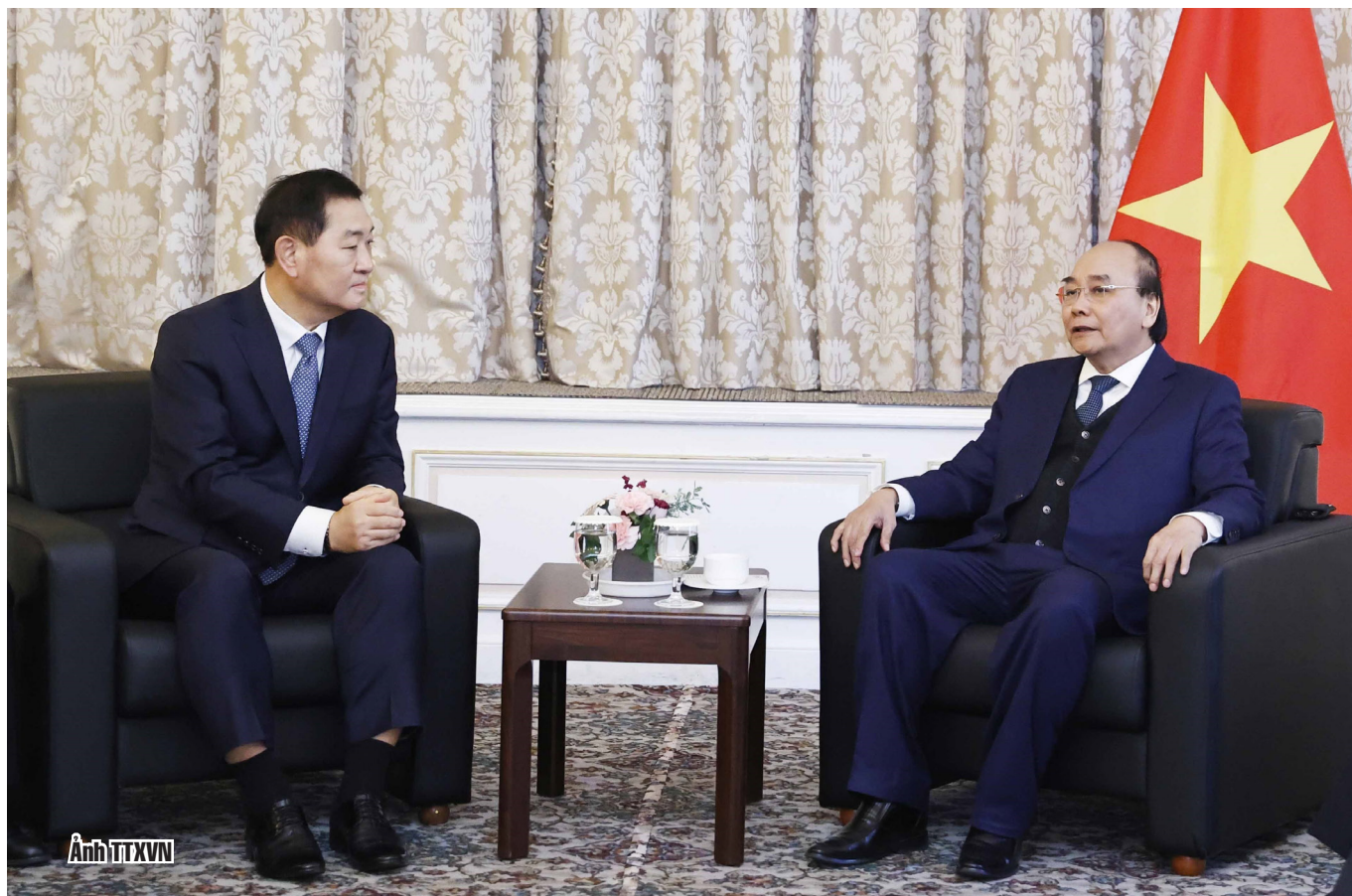
Nội dung trao đổi xoay quanh các vấn đề: phương pháp nào xác định đúng “giá trị cốt lõi” trong việc xây dựng thương hiệu doanh nghiệp? Làm thế nào để khách hàng luôn nghĩ đến thương hiệu doanh nghiệp của mình trong khi có rất nhiều thương hiệu của các đối thủ cạnh tranh khác cùng lĩnh vực trên thị trường?... đã được các chuyên gia phân tích và giải đáp một cách thấu đáo.

Các doanh nghiệp rất mong ITPC sẽ tiếp tục tổ chức thêm các hội thảo, tập huấn có các nội dung tương tự, mang tính thực tiễn cao nhằm giúp doanh nghiệp cập nhật kịp thời các xu hướng phục vụ cho hoạt động sản xuất, kinh doanh đạt hiệu quả hơn trong tương lai.

Phòng Huấn luyện - ITPC



Samsung sẽ nâng vốn đầu tư tại Việt Nam lên 20 tỷ USD



Thông tin Samsung có kế hoạch nâng vốn đầu tư tại Việt Nam lên 20 tỷ USD được ông Han Jong-hee, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc Samsung Electronics đưa ra tại cuộc gặp Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc.

Trong khuôn khổ chuyến thăm cấp Nhà nước tới Hàn Quốc, sáng 6/12, tại Seoul, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc đã có cuộc tiếp ông Han Jong-hee, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc Samsung Electronics.

Ông Han Jong-hee cho biết trong một số hội chợ lớn sắp tới, Samsung sẽ triển lãm các công nghệ cao hàng đầu và nếu có các đối tác thì các sản phẩm công nghệ cao này sẽ được sản xuất tại Việt Nam.

“Mục tiêu của Samsung rất rõ

ràng và sẽ thực hiện hiệu quả các dự án tại Việt Nam”, ông Han Jong-hee bày tỏ.

Ông cũng cho biết đã thực hiện lời hứa với Chủ tịch nước từ năm 2018 (khi đó là Thủ tướng Chính phủ) về việc xây dựng một Trung tâm nghiên cứu và Phát triển mới. Trung tâm sẽ sớm đi vào hoạt động. Qua đây, Tập đoàn muốn đầu tư phát triển nguồn nhân lực trẻ và mới, đẩy mạnh nghiên cứu về trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn...

Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc đánh giá cao Samsung thực hiện đúng cam kết, trở thành một trong những tập đoàn nước ngoài tiên phong thành lập Trung tâm nghiên cứu và Phát triển tại Việt Nam.

Chủ tịch nước chúc mừng Tập

đoàn đang đầu tư hiệu quả tại Việt Nam với số vốn lên tới 18 tỷ USD và năm ngoái xuất khẩu các sản phẩm đạt 65,5 tỷ USD, đóng góp quan trọng đối với nền kinh tế Việt Nam, đưa Việt Nam trở thành một trung tâm sản xuất điện thoại thông minh thế giới.

Đánh giá cao Tập đoàn có kế hoạch mở rộng đầu tư tại Việt Nam, nâng vốn lên 20 tỷ USD, Chủ tịch nước mong muốn Samsung tiếp tục đầu tư vào Việt Nam trong các lĩnh vực công nghiệp phụ trợ, công nghệ thông minh, đưa Việt Nam trở thành cứ điểm sản xuất, đi đầu và đón bắt được thời cơ về công nghệ mới.

Nhân dịp này, Chủ tịch nước đề nghị Tập đoàn tham gia triển lãm đổi mới sáng tạo tại Việt Nam sắp tới.

(Nguồn: *Tạp chí Kinh tế Việt Nam*) - **Phòng Thông tin - ITPC**

TIN VẤN

❖ Theo số liệu từ Bộ Công Thương, 11 tháng năm 2022, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch ước đạt 101,5 tỷ USD, tăng 18% so với cùng kỳ. Tiếp đến là thị trường Trung Quốc với kim ngạch xuất khẩu ước đạt gần 53 tỷ USD, tăng 5,7%, sau đó là thị trường EU ước đạt 43,5 tỷ USD, tăng 21%; xuất khẩu sang ASEAN ước đạt 31 tỷ USD, tăng 19,3%; xuất khẩu sang Hàn Quốc ước đạt 22,5 tỷ USD, tăng 13,4%. (VTV, 05/12)

❖ Sau một thời gian đăng tải Danh sách sơ tuyển, ngày 02 tháng 12 năm 2022, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 2615/QĐ-BCT phê duyệt Danh sách “Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín” năm 2021. Trên cơ sở đề xuất của 54 cơ quan, tổ chức xét chọn (bao gồm các bộ, ngành, hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương tỉnh, thành phố), Bộ Công Thương đã xét chọn được 281 doanh nghiệp (tương đương với 289 lượt doanh nghiệp theo 27 ngành hàng). (Báo Công Thương, 05/12)

❖ 4 tỷ USD là số vốn mà Tập đoàn LG (Hàn Quốc) dự định đầu tư vào Việt Nam trong tương lai. Thông tin này được ông Kwon Bong Seok, Phó Chủ tịch, kiêm Giám đốc điều hành Tập đoàn LG đưa ra tại buổi tiếp của Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc với 9 tập đoàn, doanh nghiệp hàng đầu của Hàn Quốc, nhân chuyến thăm chính thức Hàn Quốc từ ngày 04 đến ngày 06/12 của Chủ tịch nước. Phó Chủ tịch LG cũng cho biết, Tập đoàn trước đó đã đầu tư vào Việt Nam 5,3 tỷ USD, trong nhiều lĩnh vực khác nhau. (Báo Đầu Tư, 07/12)

Bí quyết thương lượng thành công

Muốn có cuộc thương lượng thành công, bạn hãy trang bị 10 lưu ý của Ed Brodow, chuyên gia thương lượng thành công ở Mỹ:

1. Chuẩn bị trước

Thu thập thông tin thích hợp trước cuộc thương lượng, ví dụ như nhu cầu của đối tác là gì, họ cảm thấy áp lực nào hay có những lựa chọn gì. Bạn sẽ không thể đưa ra quyết định chính xác mà không hiểu gì về đối tác.

2. Đừng ngại hỏi những gì bạn muốn

Bạn có quyền được tìm hiểu về phía đối tác. Do đó, không ngần ngại đưa ra những câu hỏi mà bạn thắc mắc, ví dụ như về giá cả, những điều mà bạn đã đọc trên báo, website về sản phẩm nhưng vẫn còn khúc mắc.

3. Mục tiêu cao

Nếu là người bán hàng, bạn cần yêu cầu nhiều hơn điều mình mong đợi. Nếu là người mua, bạn nên đề nghị mức thấp hơn mức mình sẵn sàng bỏ tiền mua.

4. Cho đối tác thấy quyền lợi

Thay vì cố giành chiến thắng trong cuộc thương lượng, bạn hãy tìm hiểu và cho đối tác thấy được quyền lợi cơ bản của họ thể nào để họ cảm thấy hài lòng. Khi đó, họ sẽ giúp bạn thỏa mãn nhu cầu của bạn.

5. Lắng nghe

Bạn hãy thực hiện quy tắc 70/30, lắng nghe 70% thời gian và chỉ nói 30% thời gian. Khuyến khích đối tác nói bằng cách đưa ra câu hỏi mở, câu hỏi không thể trả lời “có” hoặc “không”.

6. Có cho - Có nhận

Khi bạn cho đi mà không yêu cầu đối tác đáp lại, họ sẽ thấy bạn đang nhượng bộ và cứ đòi hỏi đến khi bạn mất nhiều lợi ích hơn. Vì vậy, khi cho đối phương lợi ích, bạn cũng nhận lại một cái khác.

7. Luôn sẵn sàng đi

Bạn cần liều lĩnh một chút và xác định rõ: “Tôi sẽ đi nếu sự thỏa thuận đó không thỏa đáng”. Quyết tâm của bạn buộc đối tác phải nhượng bộ. Nếu không dám nghĩ đến việc sẽ bỏ đi, bạn có thể chịu thua đối tác trong cuộc thương lượng.

8. Đừng vội vàng

Khi vội vàng, bạn có khả năng mắc sai lầm và không nhận được nhiều tiền như mong muốn. Sự kiên nhẫn của bạn có thể khiến đối tác tin bạn không chịu áp lực để kết thúc thỏa thuận này. Vì vậy, họ sẽ có xu hướng cho bạn nhiều ưu đãi hơn.

9. Tập trung vào áp lực của đối tác

Để thương lượng thành công, cả hai bên đều chịu áp lực. Tuy nhiên, bạn đừng tập trung vào áp lực của bản thân, mà hãy tìm hiểu đối tác chịu áp lực gì và tìm cách khai thác để đạt kết quả tốt hơn.

10. Không bị ảnh hưởng bởi tính cách của đối tác

Người thương lượng thành công tập trung vào giải quyết vấn đề. Âm ảnh tính cách của đối tác hay vấn đề không liên quan có thể phá hỏng cuộc thương lượng.

Phòng Thông tin - ITPC

FINANCE AND INVESTMENT

(Tiếp theo bản tin số 46.2022 xuất bản ngày 05.12.2022)

➤ **Dividend:** Payment to shareholders, on a per-share basis, out of the company's earnings.

Chia cổ tức: Việc trả cho các cổ đông dựa trên dựa trên cơ sở mỗi cổ phần trong tổng thu nhập của công ty.

➤ **Economics:** Production and consumption of goods and services.

Hoạt động kinh doanh: Sản xuất và tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ.

➤ **Fixed Income security:** An investment that provides a return in the form of fixed periodic payments and the eventual return of principal at maturity.

Chứng khoán cho thu nhập cố định: Một khoản đầu tư mang lại một khoản hoàn trả dưới hình thức thanh toán định kỳ và hoàn trả gốc khi đáo hạn.

➤ **Growth investment:** Type of investment you buy and hold, holding it will increase in value over time.

Đầu tư tăng trưởng: Loại hình đầu tư mà bạn mua và nắm giữ, nắm giữ nó sẽ tăng giá trị theo thời gian.

➤ **Income statement:** A summary of income and expenses during a specific period of time; also known as profit and loss statement.

Báo cáo kết quả kinh doanh: Tóm tắt về thu nhập và chi phí trong một khoảng thời gian cụ thể, còn được biết đến như báo cáo lãi lỗ.

➤ **Interest:** A fixed charge for borrowing money.

Lãi suất: Một khoản phí cố định để vay tiền.

➤ **NASDAQ:** National Association of Securities Dealers Automated Quotation system.

NASDAQ: Sàn giao dịch chứng khoán Quốc gia lớn nhất nước Mỹ.

➤ **Portfolio:** Consists of all the securities held by an investor.



Ảnh TL

Danh mục đầu tư: bao gồm các chứng khoán do nhà đầu tư nắm giữ.

➤ **Risk:** A chance that has an unknown outcome

Rủi ro: Một thay đổi mang lại kết quả chưa xác định.

➤ **Savings plan:** Putting money aside in a systematic way to help reach a financial goal.

Quỹ tiết kiệm: Đưa tiền vào một cách có hệ thống giúp đạt được mục tiêu tài chính.

➤ **Speculation:** To engage in (Nguồn: Tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC

business dealings that involve some risk in hopes of making a profit.

Đầu cơ: Tham gia các giao dịch kinh doanh liên quan đến một số rủi ro với hy vọng kiếm được lợi nhuận.

➤ **Stock:** A certificate documenting the shareholder's ownership in the corporation.

Cổ phần: một giấy chứng nhận quyền sở hữu cổ phần trong công ty.

➤ **Volatility:** Being easily excited.

Biến động: Dễ dàng thay đổi.

Xuất khẩu rau quả 11 tháng 2022 ước đạt 3,1 tỷ USD

Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) dẫn số liệu từ Tổng cục Hải quan cho biết, ước tính, trị giá xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong tháng 11/2022 đạt 340 triệu USD, tăng 9,8% so với tháng 10/2022 và tăng 30,5% so với tháng 11/2021. Trong 11 tháng năm 2022, trị giá xuất khẩu hàng rau quả ước đạt 3,1 tỷ USD, giảm 4,9% so với cùng kỳ năm 2021.

Ông Đặng Phúc Nguyên - Tổng thư ký Hiệp hội rau quả Việt Nam nhận định, 11 tháng 2022, nhiều mặt hàng rau quả xuất khẩu tăng cao. Đáng chú ý, sầu riêng, thanh long, chuối... đã xuất khẩu được sang thị trường Trung Quốc nhờ những Nghị định thu được ký kết giữa Việt Nam và Trung Quốc. Đặc biệt, chuối Việt Nam lần đầu tiên vượt qua Philippines về xuất khẩu sang Trung Quốc. Mới đây, hai bên đã ký kết Nghị định thư về yêu cầu kiểm dịch thực vật đối với khoai lang của Việt Nam nhập khẩu vào Trung Quốc sẽ mở ra cơ hội cho xuất khẩu tại thị trường này.



Nhận định về thị trường Trung Quốc cho tiêu thụ rau quả thời điểm cuối năm và Tết Nguyên đán, ông Đặng Phúc Nguyên đánh giá, thị trường rau quả của Việt Nam còn bị chi phối nhiều từ thị trường Trung Quốc. Hàng năm, kim ngạch xuất khẩu cho thị trường Trung Quốc chiếm 50%. Văn hóa Trung Quốc khá tương đồng với văn hóa của Việt Nam nên nhu cầu cần rau quả phục vụ dịp Tết sẽ cao để phục vụ văn hóa tâm linh. Như vậy sẽ ảnh hưởng đến giá và lượng tiêu thụ.

“Năm ngoái, dịp giáp Tết Nguyên đán, chính sách “Zezo Covid” của Trung Quốc đã ảnh hưởng rất lớn đến

người sản xuất, kinh doanh nông sản ở Việt Nam. Năm nay, Trung Quốc đã nới lỏng chính sách “Zezo Covid” nên tình hình sẽ khởi sắc hơn. Có thể vẫn sẽ có hiện tượng ứ ứ tại biên giới nhưng không nhiều như năm ngoái”, ông Nguyên nhận định.

Ông Lê Thanh Hòa - Phó Cục trưởng Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) - cho biết, vào dịp Tết, nhu cầu hoa quả tươi của thị trường Trung Quốc vẫn chiếm tới hơn 50% lượng hoa quả tươi xuất khẩu của Việt Nam.

Theo ông Hòa, nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu cuối năm đối với trái cây khá lớn. Hiện nay, việc xuất khẩu phải gắn với vùng trồng, gắn với cơ sở đóng gói; mỗi vùng trồng đều gắn với sản lượng và diện tích, nếu làm không đúng hoặc mượn danh mã vùng trồng, mã cơ sở đóng gói sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến xuất khẩu.

Theo các chuyên gia, việc chuyển dịch mạnh từ xuất khẩu tiểu ngạch sang chính ngạch đối với thị trường Trung Quốc sẽ góp phần thúc đẩy ngành hàng rau quả tăng trưởng khả quan.

Cục Xuất nhập khẩu nhận định, triển vọng xuất khẩu chủng loại quả là rất lớn, bởi thị trường tiêu thụ chính chủng loại này của Việt Nam là Trung Quốc có nhu cầu nhập khẩu lớn để đáp ứng nhu cầu của thị trường có hơn 1,4 tỷ dân với mức thu nhập ngày càng được nâng cao.

Hàng năm, Trung Quốc nhập khẩu hơn 15 tỷ USD mặt hàng rau quả. Nhiều doanh nghiệp kỳ vọng, với việc mở cửa cho hàng loạt trái cây của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc sẽ là động lực thúc đẩy xuất khẩu chủng loại quả vào năm 2023.

Theo dự báo từ Global Market Insights, đại dịch Covid-19 cho thấy chuỗi cung ứng thực phẩm tươi dễ hư hỏng, chỉ phù hợp tiêu dùng nội địa, trong khi thực phẩm chế biến bảo quản được lâu nên đáp ứng tốt hơn yêu cầu của người tiêu dùng quốc tế. Thị trường trái cây và rau quả chế biến thế giới dự báo đạt khoảng 392 tỷ USD vào năm 2025.

Do đó, Cục Xuất nhập khẩu khuyến nghị doanh nghiệp cần tập trung vào phân khúc sản phẩm chế biến, bởi đây là xu hướng của thị trường trong thời gian tới. Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay, các doanh nghiệp cần kiên trì để duy trì thị trường và luôn luôn phải đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm, vì đây là yếu tố sống còn để chúng ta giữ được thị trường.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

Real Bean Coffee mở rộng mô hình cà phê đặc sản với mục tiêu phát triển nông nghiệp bền vững

Công ty TNHH Real Bean Coffee là một doanh nghiệp có định hướng sản xuất và tiêu dùng có trách nhiệm, vì một nền nông nghiệp phát triển bền vững. Xây dựng và áp dụng mô hình Cà phê Robusta đặc sản từ năm 2019, Real Bean Coffee đến nay đã mở rộng vùng nguyên liệu trồng cà phê tại thị xã Buôn Hồ, Tỉnh Đắk Lắk và huyện Di Linh, tỉnh Lâm Đồng. Đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của thị trường nội địa và quốc tế, hệ sinh thái sản phẩm của Real Bean gồm 3 nhóm thế mạnh:

- Nhóm cà phê bột truyền thống nhằm đáp ứng thị trường trong nước và quảng bá, lan tỏa văn hóa uống cà phê pha phin của người Việt Nam đến các quốc gia trong khu vực ASEAN+.

- Nhóm cà phê espresso dùng trong pha máy và cà phê viên nén, đi theo xu hướng tiêu dùng tại thị trường các nước Âu - Mỹ.

- Nhóm cà phê pha nhanh dưới dạng phin giấy lọc, nhằm phục vụ nhu cầu uống cà phê chất lượng và tiện dụng.

Trong 2 năm gần đây, Real Bean Coffee đã mở rộng kênh thương mại hiện đại tại hơn 10 chuỗi siêu thị khắp cả nước như Aeon, Satra, Top Market, US Mart cùng các đại lý phân phối chủ lực tại Hà Nội và TPHCM. Song song đó, Real Bean Coffee tập trung đẩy mạnh xuất khẩu cà phê thành phẩm mang thương hiệu của mình và bước đầu xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Campuchia.

Trong giai đoạn 2022 - 2025, Real Bean Coffee mở rộng đầu tư hoàn thiện mô hình công nghệ sinh học biotech nhằm nâng cao chất lượng và sản lượng cà phê đặc sản.



Các sản phẩm được định hướng phát triển công thức đa dạng hơn về hương vị, phương thức pha chế và thiết kế bao bì thẩm mỹ, thân thiện với môi trường, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn cao của các quốc gia thuộc châu Âu (Hà Lan, Đức, Pháp) và một số quốc gia phát triển tại châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc.

Là một doanh nghiệp trẻ, Real Bean Coffee nỗ lực xây dựng văn hóa doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, sản phẩm đạt chất lượng quốc tế và tích cực tham gia các cuộc thi trong và ngoài nước. Trong 2 năm liền, Real Bean Coffee được chứng nhận Cà phê đặc sản Việt Nam từ cuộc thi Amazing Cup do Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuật tổ chức.

Năm 2019, Real Bean Coffee đạt Giải Vàng cuộc thi “Sản phẩm cà phê Espresso sáng của Việt Nam” do Vụ thị trường châu Âu - châu Mỹ, Bộ Công Thương và tập đoàn Central Retail Việt Nam phối hợp thực hiện với mục tiêu tìm ra các sản phẩm cà phê chất lượng tốt nhất để quảng bá tại một số nước châu Âu.

Năm 2021, Real Bean Coffee là đại diện duy nhất từ Việt Nam có

sản phẩm Cà phê Robusta đạt Giải Bạc cuộc thi Cà phê rang tại gốc (Coffees roasted at origin), tổ chức bởi Cơ quan nâng cao giá trị nông sản (AVPA) tại Paris, Pháp.

Liên quan đến chất lượng bao bì, Real Bean Coffee mang sản phẩm Cà phê Vietpresso dự thi “Thiết kế xuất sắc ASEAN - Hàn Quốc” và cũng là đơn vị duy nhất từ Việt Nam đạt Giải Bạc năm 2020 cho hạng mục thiết kế sáng tạo.

Cùng với những đóng góp và nỗ lực hoàn thiện doanh nghiệp, Real Bean Coffee đồng thời mong muốn góp phần mang lại tác động tích cực thông qua những hoạt động xã hội, thiện nguyện. Doanh nghiệp đã tham gia quỹ hỗ trợ cho các học sinh nghèo và bà con dân tộc Khmer tại Trà Vinh năm 2020; đồng hành cùng Tuổi Trẻ góp vắc xin; tham gia giải cứu nông sản trong thời điểm dịch Covid-19 năm 2021 và ủng hộ gian hàng o đồng tại TPHCM. Các hoạt động xã hội và thiện nguyện khác đã và đang được triển khai như một mục tiêu kép mà doanh nghiệp đề ra trong những năm tiếp theo.

Phòng thông tin - ITPC



Trang thông tin điện tử hỗ trợ giải đáp các vướng mắc của doanh nghiệp, vui lòng truy cập <http://www.doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn> hoặc gửi câu hỏi đến hộp thư doithoai@itpc.gov.vn. Thông tin riêng của quý doanh nghiệp được bảo mật hoàn toàn.

Trả lại hàng nhập khẩu

Công ty chúng tôi có nhập khẩu dược liệu từ Trung Quốc theo đường chính ngạch, khi hàng về, Công ty kiểm tra chất lượng có 1 số dược liệu không đạt và đã báo cho bên bán về chủng loại, số lượng không đạt. Bên bán đồng ý trừ tiền đối với hàng hóa không đạt và 2 bên đồng ý ký phụ lục hợp đồng ghi nhận số lượng thực tế nhận và giá trị thanh toán mới sau khi trừ số lượng và giá trị hàng không đạt. Xin hỏi căn cứ phụ lục hợp đồng đã ký, Công ty chúng tôi xuất hóa đơn trả lại hàng cho người bán được không?

Trả lời:

Căn cứ Điều 19 Nghị định số 123/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 của Chính phủ quy định về xử lý hóa đơn có sai sót:

+ Tại Điều 8 quy định về loại hóa đơn:

“Điều 8. Loại hóa đơn

Hóa đơn quy định tại Nghị định này gồm các loại sau:

Hóa đơn giá trị gia tăng là hóa đơn dành cho các tổ chức khai thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ sử dụng cho các hoạt động:

- a) Bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ trong nội địa;
- b) Hoạt động vận tải quốc tế;
- c) Xuất vào khu phi thuế quan và các trường hợp được coi như xuất khẩu;

d) Xuất khẩu hàng hóa, cung cấp dịch vụ ra nước ngoài.

+ Tại Điều 19 quy định về xử lý hóa đơn có sai sót:

“Điều 19. Xử lý hóa đơn có sai sót

Trường hợp hóa đơn điện tử có mã của cơ quan thuế hoặc hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế đã gửi cho người mua mà người mua hoặc người bán phát hiện có sai sót thì xử lý như sau:

a) Trường hợp có sai sót về tên, địa chỉ của người mua nhưng không sai mã số thuế, các nội dung khác không sai sót thì người bán thông báo cho người mua về việc hóa đơn có sai sót và không phải lập lại hóa đơn. Người bán thực hiện thông báo với cơ quan thuế về hóa đơn điện tử có sai sót theo Mẫu số 04/SS-HĐĐT Phụ lục I Ban hành kèm theo Nghị định này, trừ trường hợp hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế có sai sót nêu trên chưa gửi dữ liệu hóa đơn

cho cơ quan thuế.

b) Trường hợp có sai: mã số thuế; sai sót về số tiền ghi trên hóa đơn, sai về thuế suất, tiền thuế hoặc hàng hóa ghi trên hóa đơn không đúng quy cách, chất lượng thì có thể lựa chọn một trong hai cách sử dụng hóa đơn điện tử như sau:

b1) Người bán lập hóa đơn điện tử điều chỉnh hóa đơn đã lập có sai sót. Trường hợp người bán và người mua có thỏa thuận về việc lập văn bản thỏa thuận trước khi lập hóa đơn điều chỉnh cho hóa đơn đã lập có sai sót thì người bán và người mua lập văn bản thỏa thuận ghi rõ sai sót, sau đó người bán lập hóa đơn điện tử điều chỉnh hóa đơn đã lập có sai sót.

Hóa đơn điện tử điều chỉnh hóa đơn điện tử đã lập có sai sót phải có dòng chữ “Điều chỉnh cho hóa đơn Mẫu số... ký hiệu... số... ngày... tháng... năm”.

b2) Người bán lập hóa đơn điện tử mới thay thế cho hóa đơn điện tử có sai sót trừ trường hợp người bán và người mua có thỏa thuận về việc lập văn bản thỏa thuận trước khi lập hóa đơn thay thế cho hóa đơn đã lập có sai sót thì người bán và người mua lập văn bản thỏa thuận ghi rõ sai sót, sau đó người bán lập hóa đơn điện tử thay thế hóa đơn đã lập có sai sót.

Hóa đơn điện tử mới thay thế hóa đơn điện tử đã lập có sai sót phải có dòng chữ “Thay thế cho hóa đơn Mẫu số... ký hiệu... số... ngày... tháng... năm”.

Người bán ký số trên hóa đơn điện tử mới điều chỉnh hoặc thay thế cho hóa đơn điện tử đã lập có sai sót sau đó người bán gửi cho người mua (đối với trường hợp sử dụng hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế) hoặc gửi cơ quan thuế để cơ quan thuế cấp mã cho hóa đơn điện tử mới để gửi cho người mua (đối với trường hợp sử dụng hóa đơn điện tử có mã của cơ quan thuế)”.

Căn cứ các quy định nêu trên, trường hợp của Công ty theo trình bày, kê khai thuế GTGT theo phương pháp khấu trừ, có nhập khẩu mặt hàng dược liệu từ Trung Quốc nhưng do hàng hóa nhập khẩu không đạt chất lượng theo yêu cầu nên Công ty đã có thỏa thuận với nhà cung cấp nước ngoài xuất trả lại hàng hoá bị hư hỏng thì khi xuất trả lại hàng, Công ty phải làm thủ tục xuất khẩu với cơ quan Hải quan và lập hoá đơn GTGT đối với hàng xuất trả lại theo quy định.

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

Tòa nhà ITPC 92 - 96 Nguyễn Huệ, quận 1 TP.HCM

- Showroom trưng bày hàng hóa xuất khẩu.
- Điểm đến của các nhà đầu tư.



Showroom 92 - 96 Nguyễn Huệ hoạt động phục vụ quý doanh nghiệp trong điều kiện tuân thủ các quy định phòng chống dịch Covid-19 theo hướng dẫn của Bộ y tế và quy định của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh



Liên hệ: Phòng dịch vụ - ITPC

Điện thoại: (028) 39104903 - (028) 39104039

(028) 38222 983 - (028) 39104947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn;

Website: www.itpc.gov.vn; vxa.vn