



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 17 (957) NGÀY 13.06.2022



Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất (trang 5 - 7)



Tập huấn “Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh online & xuất khẩu trực tuyến” (trang 3)

Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp với Lãnh đạo Sở Xây dựng (trang 4)

Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng năm 2022 (trang 4)

Xu hướng mới trong tiêu dùng cá và hải sản ở thị trường châu Âu (trang 8 - 9)

Tiền hỗ trợ thuê nhà được chi trả ra sao? Cơ quan nào giám sát? (trang 14)

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>



GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

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

SỐ 17

06.2022



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Tập huấn “Hỗ trợ doanh nghiệp vừa
và nhỏ kinh doanh online & xuất
khẩu trực tuyến”

04. Hội nghị Đối thoại giữa Doanh
nghiệp với Lãnh đạo Sở Xây dựng
Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến
gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng
năm 2022

05. Lộ trình và những lưu ý cho
nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công
nghiệp, khu chế xuất

08 CHUYÊN ĐỀ

Xu hướng mới trong tiêu dùng cá và
hải sản ở thị trường châu Âu

10 TƯ VẤN

08 cách giữ cho sản phẩm của bạn có
giá cạnh tranh



11 ENGLISH FOR YOU

15 business english phrases for all
occasions

12 TIN VEXA

Khủng hoảng lương thực ở EU và cơ
hội cho xuất khẩu cá tra Việt

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty Cổ phần Đầu tư Thương
mại MEGA A





TẬP HUẤN

HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ KINH DOANH ONLINE & XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN 2022

Phiên 1: Các công nghệ và giải pháp kinh doanh trực tuyến (sáng 17/6/2022)

Phiên 2: Xây dựng chiến lược kinh doanh online tối ưu (chiều 17/6/2022)

Phiên 3: Hỗ trợ chuyên sâu (ba buổi online độc lập, 20 - 21/6/2022)



Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) nắm bắt thông tin về kinh doanh online và chuyển đổi số; từng bước đưa các doanh nghiệp truyền thống áp dụng hình thức trực tuyến và sử dụng các công cụ quảng bá, tiếp cận thị trường, để tối ưu hóa sự xuất hiện và bán hàng;

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) và Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương, tổ chức Tập huấn “Hỗ trợ doanh

nh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh online & xuất khẩu trực tuyến”, nội dung cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** từ 08 giờ 30 đến 16 giờ 45, thứ Sáu, ngày 17/6/2022.

❖ **Địa điểm:** tại khách sạn Eden Star, số 38 Bùi Thị Xuân, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

❖ **Nội dung:**

- Buổi 1: Nền tảng kinh doanh trực tuyến và bán hàng sàn thương mại điện tử.

+ Giải pháp bán hàng đa kênh tiên tiến;

+ Những lợi thế của mô hình Social Commerce và Dropshipping;

+ Xu hướng kinh doanh và xuất

khẩu trực tuyến qua sàn thương mại điện tử.

- Buổi 2: Khung hoạt động và công cụ hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến.

+ Kinh doanh online - bắt đầu từ đâu? (Xây dựng chiến lược kinh doanh online cho SMEs, một số kênh kinh doanh hiệu quả);

+ Online Export Frame Work cho SMEs - bộ công cụ đặc lực từ Google (Smart Campaign & Google My Business)

- Phần hỗ trợ trực tuyến gồm hỗ trợ chuyên sâu theo chủ đề (sau 02 buổi tập huấn chính):

+ Chủ đề 1: Xây dựng kế hoạch kinh doanh online;

+ Chủ đề 2: Kỹ năng sử dụng các công cụ hỗ trợ xuất khẩu của Google;

+ Chủ đề 3: Kỹ năng kinh doanh xuất khẩu trên các nền tảng sàn TMĐT toàn cầu.

Hạn chót đăng ký trước ngày 16/6/2022.

Phòng Huấn luyện - ITPC

Phòng Huấn luyện – ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4730

Liên hệ chuyên viên Linh Thy (090 827 7455, thydl@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp với Lãnh đạo Sở Xây dựng

Thực hiện chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố về việc tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp với Sở Xây dựng tổ chức Hội nghị “Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố” với thời gian, địa điểm và nội dung như sau:

❖ **Thời gian:** 08g00 - 11g30, thứ Sáu, ngày 24/6/2022.

❖ **Địa điểm:** Hội trường Prima A (lầu 5) khách sạn Majestic - số 01 Đồng Khởi, Quận 1.

❖ **Nội dung:** đối thoại doanh nghiệp và Sở Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh năm 2022.

❖ **Phí tham dự:** miễn phí.

Vui lòng đăng ký tham dự với Ban Tổ chức trước 16g00 ngày 23/6/2022, nếu có câu hỏi đề nghị gửi trước 16g00 ngày 20/6/2022, qua email: doithoai@itpc.gov.vn.

Tổ Đối thoại - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 1304

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Thành Tài (0973 726 762, doithoai@itpc.gov.vn)

Website: <https://doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn>

Văn Phòng - ITPC

Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng năm 2022

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp của Thành phố và doanh nghiệp hội viên Câu lạc bộ Doanh nghiệp Xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh (VEXA), hội viên Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA) trưng bày, giới thiệu các sản phẩm chất lượng phục vụ mục đích tìm kiếm đối tác trong nước và xuất khẩu thúc đẩy phát triển và phục hồi kinh tế hậu Covid-19;

Nhằm hỗ trợ đối tượng là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo là các doanh nghiệp có nguồn vốn và công nghệ còn hạn chế, đặc biệt là hoạt động hỗ trợ định hướng sản phẩm và xúc tiến xuất khẩu;

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Hội Mỹ nghệ và



Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA) tổ chức chương trình “Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng năm 2022” với thông tin dự kiến như sau:

❖ **Thời gian:** từ ngày 22 đến ngày 28/6/2022.

❖ **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu, số 92 - 96 đường Nguyễn Huệ, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM.

❖ **Đối tượng tham gia:** các doanh nghiệp chế biến gỗ, sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ và quà tặng, đặc biệt là các sản phẩm thiết kế mới, sản phẩm có chế tác kỹ thuật cao, sản phẩm sử dụng vật liệu mới và thân thiện với môi trường...

Phòng Dịch vụ - ITPC

Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

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

Website: www.itpc.gov.vn



Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất

Ngày 9/6, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) tổ chức Hội thảo “Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất”.

Hội thảo nhằm hỗ trợ thông tin về các chính sách thu hút, kêu gọi đầu tư của các khu công nghiệp (KCN), khu chế xuất (KCX) tại TP.HCM đến với các nhà đầu tư trong và ngoài nước cũng như nêu ra các kiến nghị giải pháp tháo gỡ những khó khăn tồn đọng trong các chính sách thực hiện kêu gọi đầu tư trước đây. Qua đó, giúp các nhà đầu tư thuận lợi hơn trong việc tiếp cận chính sách đầu tư và hướng dẫn lộ trình để nhà đầu tư dễ dàng thực hiện các thủ tục khi muốn đầu tư vào các KCN, KCX tại TP.HCM nói riêng và cả nước nói chung.



Ông Nguyễn Tuấn, Phó Giám đốc ITPC phát biểu tại Hội thảo

Phát biểu tại Hội thảo, TS.Vũ Tiến Lộc, Chủ tịch VIAC cho biết, với định hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, các KCN, KCX đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút đầu tư vào lĩnh vực sản xuất và đóng góp cho ngân sách nhà nước. Ở một số tỉnh, thành có ngành công nghiệp phát triển, thu ngân sách từ các KCN chiếm hơn 60% tổng thu ngân sách.

Ông Nguyễn Tuấn, Phó Giám đốc ITPC, cho biết với vai trò đầu tàu kinh tế cả nước và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, cơ sở hạ tầng đồng bộ, khoa học công nghệ phát triển, lực lượng lao động có tay nghề và trình độ kiến thức chuyên môn cao, tính đến nay TP.HCM là một trong những địa phương có lượng thu hút vốn FDI cao nhất với gần 11.000 dự án và tổng vốn đầu tư đạt gần 54 tỷ USD. “Khi nền kinh tế mở lại sau dịch, kinh tế phục hồi như chiếc lò xo bị nén, các nhà đầu tư quan tâm nhiều hơn đến đầu tư vào KCN, KCX”, ông Nguyễn Tuấn nhấn mạnh.

Theo số liệu của Vụ Quản lý các khu kinh tế, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, hiện cả nước đã thành lập được 335 KCN với tổng diện tích 97,84 nghìn ha, trong đó 260 KCN đã đi vào hoạt động và 75 KCN đang trong quá trình xây dựng cơ bản. Tỷ lệ lấp đầy các KCN đạt 53,5%, riêng các KCN đã đi vào hoạt động có tỷ lệ lấp đầy đạt hơn 76,10%.

Bên cạnh đó, cả nước hiện có 17 khu kinh tế (KKT) được thành lập với tổng diện tích mặt đất và mặt nước gần 850 nghìn ha. Trong các KKT, có 38 KCN với tổng diện tích 15,2 nghìn ha; trong đó 17 KCN đang hoạt động và 21 KCN đang xây dựng.

(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)

Các KCN, KKT trên cả nước đã thu hút được 9.784 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) với tổng vốn đăng ký đạt 194,69 tỷ USD, vốn thực hiện 109,79 tỷ USD;



Giáo sư Đặng Hùng Võ, nguyên Thứ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường phát biểu tại Hội thảo

1.387 dự án đầu tư trong nước, với tổng vốn đăng ký 1.461 tỷ đồng, vốn thực hiện 533 tỷ đồng. Các dự án đầu tư trong KCN, KKT đóng góp khoảng 55% tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2016-2020; đóng góp 11,7% tổng thu ngân sách nhà nước trong giai đoạn 2016-2018.

Theo GS Đặng Hùng Võ - nguyên Thứ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường, các KCN của Việt Nam đã được Nhà nước quan tâm ngay sau khi đất nước thống nhất. Sau đổi mới, phát triển các KCN, KKT được coi là chính sách trọng điểm của Việt Nam, nhất là chủ trương kêu gọi đầu tư nhằm phát triển nền kinh tế mở. Kể từ 2001, chính sách phát triển các khu kinh tế cửa khẩu và khu kinh tế ven biển đã được Thủ tướng Chính phủ ban hành nhiều



Ông Bùi Lê Anh Hiếu, Giám đốc phát triển doanh nghiệp Công ty Cổ phần Long Hậu phát biểu tại Hội thảo

Chia sẻ kinh nghiệm trong thu hút đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất

“Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất” là chủ đề Hội thảo do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp với Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) tổ chức vào sáng 9/6.

Hội thảo tập trung vào các nội dung chính như: tình hình thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp (KCN), khu chế xuất (KCX) sau đại dịch Covid-19; những yêu cầu đặt ra và kinh nghiệm trong thu hút đầu tư vào KCN, KCX; phòng ngừa tranh chấp phát sinh trong quá trình đầu tư vào KCN, KCX...

Qua Hội thảo, đã hỗ trợ thông tin về các chính sách thu hút, kêu gọi đầu tư của các KCN-KCX tại TP.HCM đến với các nhà đầu tư trong và ngoài nước cũng như nêu ra các kiến nghị giải pháp tháo gỡ những khó khăn tồn đọng trong các chính sách thực hiện kêu gọi đầu tư trước đây, giúp cho các nhà đầu tư thuận lợi hơn trong việc tiếp cận chính sách đầu tư và hướng dẫn lộ trình để nhà đầu tư dễ dàng thực hiện các thủ tục khi muốn đầu tư vào các KCN-KCX.

(Theo Trang tin Điện tử Đảng bộ TP.HCM).

Quyết định. Từ 1987, Luật Đầu tư nước ngoài vào Việt Nam được ban hành cùng với Luật Đất đai được coi là 2 Luật ban hành đầu tiên sau đổi mới. Từ đó đến nay, các chính sách ưu đãi đầu tư, đặc biệt là đầu tư trực tiếp từ nước ngoài được liên tục đổi mới. Đến 2008, Nghị định đầu tiên của Chính phủ về quản lý KCN được ban hành, ngày càng được đổi mới, nhất là Nghị định 35 mới được ban hành vào năm 2022.

Tuy nhiên, khi nhìn lại việc phát triển các KCN, KCX vẫn còn nhiều nhược điểm như các khu công nghiệp lớn còn quá ít và thiếu các hạ tầng đủ để phát triển các công nghiệp trọng điểm, thiếu các dịch vụ hiện đại nên khó thu hút được các nhà đầu tư lớn từ Âu - Mỹ.

Đồng thời, chủ trương tích hợp các KCN với các khu dịch vụ, khu đô thị được xác định quá chậm, gây ra tình trạng thiếu sức sống cho các KCN. Cùng với đó, sự phát triển của các khu công nghệ cao không được chú trọng như một trọng điểm nên các KCN không kết nối được với các hoạt động công nghệ cũng như đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

Ông Bùi Lê Anh Hiếu - Giám đốc phát triển doanh nghiệp Công ty Cổ phần Long Hậu cho rằng có ba vấn đề nhà đầu tư quan tâm nhất khi muốn đầu tư tại Việt

Đầu tư vào khu công nghiệp – khu chế xuất: Cần hệ sinh thái dịch vụ đồng bộ

Đây là nhận định của các chuyên gia tại Hội thảo “Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Trung tâm trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) tổ chức, ngày 9/6.

(Theo Báo Tin tức - TTXVN)

Nam là vị trí địa điểm đầu tư, về hạ tầng logistics, thời gian và giá thuê.

Là nhà đầu tư Nhật Bản đến đầu tư tại Việt Nam, ông Kenji Usuda - Tổng Giám đốc Công ty Kyouwa cho rằng khi mới bắt đầu đầu tư, các công ty nên xây dựng lộ trình rõ ràng. Bước đầu nên thuê nhà xưởng và mở rộng dần thay vì đầu tư nhà máy. Theo ông Kenji Usuda, trong



Ông Bùi Văn Thành, Trưởng văn phòng luật sư Mặt trời Mới, thành viên Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) phát biểu tại Hội thảo



Ông Kenji Usuda - Tổng Giám đốc Công ty Kyouwa phát biểu tại Hội thảo

quá trình đầu tư vào Việt Nam, công ty cũng phải nhiều khó khăn, nổi bật là vấn đề tiếp cận thông tin đầu tư và nguồn nhân lực. Do đó, để thu hút được các nhà đầu tư vào KCN, KCX thì Việt Nam cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Hội thảo nhận được sự quan tâm của rất nhiều doanh nghiệp tại TP.HCM và các tỉnh lân cận. Chương trình nhận được nhiều câu hỏi đến từ phía doanh nghiệp để nhờ các chuyên gia hỗ trợ giải đáp về các vướng mắc và khó khăn doanh nghiệp đang gặp phải trong quá trình hoạt động trong các KCX, KCN hiện nay cũng như nêu ra các kiến nghị giải pháp tháo gỡ những khó khăn tồn đọng trong các chính sách thực hiện kêu gọi đầu tư trước đây. Điều này sẽ giúp cho các nhà đầu tư thuận lợi hơn trong việc tiếp cận chính sách đầu tư và hướng dẫn lộ trình để nhà đầu tư dễ dàng thực hiện các thủ tục khi muốn đầu tư vào các KCN-KCX. Bên cạnh đó Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư sẽ luôn đồng hành hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tiếp cận với các dự án khu chế xuất và khu công nghiệp tại TP.HCM và các tỉnh lân cận khác.

Thu hút các tập đoàn lớn, khu công nghiệp phải có các dịch vụ hiện đại đi kèm

Ngày 9/6, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) tổ chức Hội thảo “Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất”.

Tại Hội thảo, các đại biểu tập trung thảo luận về tình hình thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp, khu chế xuất sau đại dịch Covid-19; những yêu cầu đặt ra và kinh nghiệm trong thu hút đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất; phòng ngừa tranh chấp

phát sinh trong quá trình đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất...

Để thu hút các tập đoàn, doanh nghiệp lớn vào các khu công nghiệp, các đại biểu nhấn mạnh, các ban, ngành, địa phương, đơn vị liên quan cần xây dựng các khu công nghiệp gắn liền với các dịch vụ hiện đại đi kèm. Xây dựng chính sách linh hoạt trong đào tạo nguồn lao động chất lượng cao; cơ chế, chính sách thu hút đầu tư linh hoạt; đẩy mạnh liên kết giữa các khu công nghiệp, kết nối các doanh nghiệp bên trong và bên ngoài khu công nghiệp... để tạo thành chuỗi cung ứng sản phẩm cho các doanh nghiệp hoạt động, sản xuất kinh doanh.

(Theo Báo Nhân dân)

Phòng Huấn luyện - ITPC

Xu hướng mới trong tiêu dùng cá và hải sản ở thị trường châu Âu

Đại dịch toàn cầu đã gây ra sự thay đổi cả về nhu cầu cá và hải sản nhập khẩu của châu Âu cũng như nguồn cung thủy sản của các nước sản xuất. Doanh nghiệp cần học cách thích nghi với tình hình thực tế mới và đây là yếu tố cần thiết để thành công.

Covid-19 tạo ra sự thay đổi lớn đối và những xu hướng trên thị trường cá và hải sản châu Âu

COVID-19 đã ảnh hưởng đến thị trường thủy sản và cá châu Âu. Nó đã làm cho một số xu hướng tiêu dùng có từ trước trở nên mạnh mẽ hơn và cũng tạo ra những xu hướng hoàn toàn mới. Trong khi một số thay đổi có thể kéo dài, những thay đổi khác dự kiến sẽ biến mất khi thế giới phục hồi sau COVID-19. Nhận thức được COVID-19 đã ảnh hưởng như thế nào đến người tiêu dùng châu Âu là điều quan trọng để duy trì tính cạnh tranh.



Ảnh TL

Do đại dịch COVID-19, người tiêu dùng cá và hải sản châu Âu tập trung vào lợi ích sức khỏe và tính bền vững đối với những gì họ mua. Đặc biệt, người tiêu dùng trong lĩnh vực bán lẻ đang yêu cầu nhiều chứng nhận về tính bền vững hơn và khả năng truy xuất nguồn gốc từ trang trại đến bàn ăn.

Một số xu hướng này có thể sẽ tiếp tục - ví dụ: nhu cầu tin cậy của người tiêu dùng ngày càng tăng, dẫn đến nhu cầu cao hơn đối với các sản phẩm được chứng nhận. Người tiêu dùng đang tập trung nhiều hơn vào tính bền vững. Bền vững có nghĩa là bạn quan tâm đến môi trường,

nhân viên và cộng đồng mà bạn làm việc. Điều này có thể mang lại cho bạn lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh.

Nhiều chính phủ châu Âu bắt đầu thúc đẩy việc ăn cá và hải sản sản xuất tại địa phương để bảo vệ ngành công nghiệp địa phương. Đây là một trong những xu hướng thách thức nhất đối với các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển. Bạn nên lưu ý xu hướng này, vì bạn có thể thấy mình phải cạnh tranh với cá và hải sản không thường có trên thị trường.

Để đối phó với khủng hoảng, ngành công nghiệp thủy sản đang thích ứng với các điều kiện thị trường thay đổi và các xu hướng mới đang xuất hiện như ghi nhận dưới đây.

1. Sau những khó khăn ban đầu, lĩnh vực dịch vụ ăn uống đã nhìn thấy ánh sáng cuối đường hầm

Việc giãn cách xã hội và đóng cửa các nhà hàng do dịch bệnh COVID-19 trên khắp châu Âu đã tạo ra nhiều bất ổn cho các doanh nghiệp dịch vụ ăn uống.

Ngành công nghiệp dịch vụ thực phẩm đã cố gắng thích ứng với việc đóng cửa địa điểm ăn uống hoặc sức chứa hạn chế bằng cách cung cấp dịch vụ mang đi và giao hàng. Mặc dù những món ăn mang đi và giao hàng chỉ thể hiện một phần nhỏ trong hoạt động kinh doanh trước dịch bệnh COVID-19 đối với các nhà hàng, họ đã bổ sung thêm cách này để các sản phẩm cá và hải sản tiếp cận được khách hàng thông qua ngành dịch vụ thực phẩm.

Với đợt dịch COVID-19 bùng phát thứ hai và thứ ba tấn công các nước châu Âu, các quy định liên tục được điều chỉnh và có thể phải mất một thời gian trước khi các nhà hàng mở cửa trở lại hoàn toàn. Tuy nhiên, có ánh sáng cuối đường hầm. Châu Âu muốn 70% dân số trưởng thành được tiêm chủng đầy đủ vào mùa hè năm 2021 và việc tiêm chủng đang được tiến hành tốt. Các nhà hàng và quán ăn có sân thượng hoặc sân hiên ngoài trời được mở ở

hầu hết các quốc gia. Ở một số quốc gia, các nhà hàng sẽ sớm mở cửa phục vụ ăn uống trong nhà và du lịch dự kiến sẽ tăng trở lại trong những tháng mùa hè. Các nhà nhập khẩu đang kỳ vọng nhu cầu từ lĩnh vực dịch vụ thực phẩm sẽ tăng đáng kể vào mùa hè năm 2021, đồng nghĩa với cơ hội mới cho xuất khẩu các sản phẩm thủy sản của bạn.

2. Gia tăng tiêu thụ các sản phẩm cá đóng gói sẵn tại nhà

Bán lẻ đã và sẽ tiếp tục là một kênh tiếp thị chính cho thủy sản ở châu Âu. Trong thời gian lockdown do dịch bệnh COVID-19, việc tiêu thụ thủy sản ở bên ngoài nhà hầu như không thể. Do các nhà hàng và khách sạn đóng cửa, người dân buộc phải nấu ăn ở nhà. Các sản phẩm thủy sản chủ yếu đến được với người tiêu dùng thông qua hình thức bán lẻ và doanh thu ở phân khúc này đã tăng lên. Các công ty đã cung cấp nhiều loại sản phẩm bán lẻ thủy sản mới nhằm vào người tiêu dùng trong nước. Điều này mang lại cho doanh nghiệp của bạn cơ hội cung cấp các sản phẩm đã qua chế biến và giá trị gia tăng, phù hợp với nhu cầu của những người tiêu dùng này.

Doanh số bán các sản phẩm thủy sản đóng gói sẵn tăng lên do sở thích của người tiêu dùng và cách tiếp thị mới. Các sản phẩm đóng gói sẵn thường được bán với kích cỡ phù hợp cho việc nấu nướng tại nhà, vì không phải lúc nào cũng có nhiều thời gian để chuẩn bị các sản phẩm thủy sản. Ngày càng có nhiều công ty châu Âu quen bán cá tươi nguyên con tại các quầy bán cá cũng bắt đầu bán nhiều thủy hải sản hơn dưới dạng các sản phẩm đóng gói sẵn.

Khi ngành khách sạn mở cửa trở lại, tần suất nấu thủy hải sản tại nhà cũng được dự báo sẽ giảm xuống. Tuy nhiên, người tiêu dùng cũng đã có kinh nghiệm trong việc nấu ăn ở nhà và có khả năng tiếp tục làm điều này thường xuyên hơn so với trước khi khủng hoảng dịch bệnh xảy ra. Do đó, việc bán lẻ sẽ tiếp tục ngày càng trở nên quan trọng.

3. Bán hàng trực tuyến cho người tiêu dùng ngày càng phát triển nhanh chóng

Khi người tiêu dùng trở nên quen thuộc hơn với “thực tế mới”, nhiều cửa hàng đang chuyển sang bán lẻ trực tuyến và tập trung nhiều hơn vào việc củng cố hệ thống giao hàng hoặc nhận hàng. Khối lượng hải sản được bán thông qua bán hàng trực tuyến đã tăng đáng kể trong thời gian khủng hoảng dịch bệnh COVID-19 và có vẻ như người tiêu dùng đang trở nên quen thuộc hơn với việc mua hải sản trên Internet. Điều này có nghĩa là ngày càng có nhiều người mua hàng trên Internet, do đó khả năng hiển thị trực tuyến của bạn cũng trở nên quan trọng hơn.

Có những công ty có cửa hàng trực tuyến chuyên nghiệp, như Schmidt Zeevis ở Hà Lan và Hiệp hội Cá ở UK. Thông thường, các công ty này đã có kinh nghiệm trong việc bán các sản phẩm thủy sản trực tiếp cho người tiêu dùng và có dịch vụ logistics để giao cá trong một khu vực nhất định.

Các công ty khác bán sản phẩm cá của họ thông qua các phương tiện truyền thông xã hội như Twitter và Facebook, trong khi họ thường chỉ bán sản phẩm cá của mình cho ngành khách sạn hoặc bán buôn. Ví dụ: DaySeaDay ở Hà Lan bán các sản phẩm thủy sản qua Facebook cho người tiêu dùng ở và khu vực Urk (Hà Lan).

Nếu bạn có một báo cáo hay chương trình có thể được sử dụng trên phương tiện truyền thông xã hội, hãy sử dụng nội dung đó như một điểm bán hàng duy nhất cho người mua của bạn, đặc biệt nếu người mua này cũng đang hoạt động trong lĩnh vực bán hàng trực tuyến. Kể câu chuyện về tính bền vững của sản phẩm của bạn, chia sẻ công thức nấu ăn (của một địa phương hay vùng nào đó) để sử dụng sản phẩm của bạn hoặc chia sẻ sứ mệnh và tầm nhìn của doanh nghiệp gia đình bạn. Tất cả các chủ đề này đều có thể là ví dụ điển hình về nội dung video, hình ảnh hoặc báo cáo hấp dẫn, nếu nội dung đó có chất lượng cao.

4. Gia tăng cạnh tranh từ các sản phẩm trong khu vực

Sau nhiều năm phụ thuộc vào thủy sản nhập khẩu để tiêu thụ ở châu Âu, nhiều sản phẩm thủy sản địa phương trong nội khối châu Âu đang tìm cách để tiêu thụ ngay tại thị trường châu Âu. Nhu cầu đối với thủy sản ở châu Âu giảm trong thời gian khủng hoảng dịch bệnh COVID-19 cũng ảnh hưởng đến các nhà sản xuất thủy sản châu Âu khi xuất khẩu giảm. Ban đầu là nỗ lực bán lượng thủy sản dư thừa được sản xuất trong nước, ngày càng nhiều quốc gia châu Âu kích thích người tiêu dùng mua và tiêu thụ các sản phẩm thủy sản địa phương của mình. Đối với doanh nghiệp của bạn, xu hướng này đồng nghĩa với việc cạnh tranh nhiều hơn từ các nguồn thủy hải sản địa phương trong nội khối châu Âu.

Lời khuyên đối với doanh nghiệp muốn xuất khẩu cá và hải sản vào châu Âu là sử dụng giá cả, độ tươi và tính linh hoạt trong việc bán sản phẩm của bạn để cạnh tranh với tình trạng cung cấp quá nhiều các sản phẩm thủy sản hiện nay ở châu Âu. Những yếu tố này vẫn có tầm quan trọng cao. Cần thuyết phục người mua của bạn thấy rằng bạn là một đối tác đáng tin cậy, hiện tại và trong tương lai. Có một mối quan hệ tốt là rất quan trọng trong thời gian khó khăn.

(Tổng hợp bởi Phòng Thông tin ITPC) - Phòng Thông tin - ITPC

08 cách giữ cho sản phẩm của bạn có giá cạnh tranh



Duy trì việc bán hàng thường xuyên là rất quan trọng cho doanh nghiệp. Vì thế, để khuyến khích khách hàng tiếp tục mua hàng từ công ty bạn là việc đứng đầu trong danh sách việc cần làm. Nhưng làm thế nào bạn có thể đảm bảo sản phẩm và dịch vụ của bạn vẫn còn giá tốt và phù hợp với thị trường?

Tính toán chi phí

Trước khi bạn xem xét việc tăng hoặc giảm giá, hãy xem xét các chi phí liên quan đến việc sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn. Chú ý vào mọi thứ từ sản xuất, tiếp thị đến bảo hiểm và tiền lương. Nếu mức giá bạn đang bán ra tạo ra mức lợi nhuận hợp lý - dao động trong khoảng 20 - 40% trên mức chi phí được coi là đạt một mức lợi nhuận tốt.

tiền kèm theo sẽ bù đắp sự thua lỗ do bán giá thấp.

Hãy là duy nhất

Đừng đánh mất những gì khiến cho sản phẩm của bạn trở nên đặc biệt. Ví dụ: Có thể có nhiều thương hiệu khác nhau, nhưng nếu khách hàng thích công thức đặc biệt của bạn, họ sẽ sẵn sàng trả thêm một chút để tiếp tục thưởng thức nó.

Địa điểm, vị trí

Sản phẩm của bạn có mức giá khác nhau là do vị trí đặt sản phẩm của bạn. Ví dụ: bạn cung cấp cùng một sản phẩm nhưng giá rẻ hơn thông qua việc mua bán trực tuyến so với trong cửa hàng vì bạn trả ít chi phí hơn.

Đặt mục tiêu vào thị trường của bạn

Xem xét việc điều chỉnh sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của các nhóm khách hàng cụ thể. Điều này có thể liên quan đến việc cung cấp các phiên bản hạng kinh tế, hạng tiêu chuẩn và hạng cao cấp của sản phẩm. Cách tiếp cận như vậy (phân khúc thị trường) có thể xây dựng lòng trung thành và thấy sự tiến bộ của khách hàng đến các mức giá cao hơn khi hoàn cảnh và nhu cầu của họ thay đổi.

Xem xét sự cạnh tranh

Thường xuyên nghiên cứu đối thủ cạnh tranh của bạn. Tìm hiểu ai đang cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tương tự các sản phẩm, dịch vụ của bạn và giá cả các sản phẩm đó. Kiểm tra các trang web, trao đổi với các nhà cung cấp - thậm chí là đầu tư thời gian vào các công tác khảo sát mua sắm ẩn danh. Điều này cho phép bạn đánh giá xem mức giá của bạn có phù hợp với thị trường hay không và liệu các sản phẩm của bạn đang được kinh doanh hiệu quả để tối đa hóa doanh thu hay không.

Hãy biết thua lỗ khi cần

Cũng không hẳn là thua lỗ hoàn toàn. Chiến lược “loss leader” là một chiến lược cạnh tranh mức giá tốt - một sản phẩm được bán với mức giá thấp hơn giá thị trường để thu hút khách hàng. Tăng doanh số bán hàng thông qua các sản phẩm, dịch vụ đắt



Ảnh TL

Đừng giảm giá nhiều

Giảm giá là một chiến lược mạo hiểm nhưng đáng giá nếu bạn muốn tạo ra tiếng vang để thu hút các đơn đặt hàng lớn - đặc biệt cho các sản phẩm hoặc dịch vụ mới ra thị trường. Đừng đưa ra quá nhiều ưu đãi vì điều này sẽ ăn dần vào lợi nhuận và tạo ra rủi ro là khách hàng thiếu niềm tin vào sản phẩm.

Phương thức thanh toán

Đôi khi, phương thức thanh toán cũng quan trọng như việc cạnh tranh về giá. Cung cấp khoảng thời gian hợp lý để chi trả cho sản phẩm là cách thúc đẩy việc mua hàng, cụ thể hơn là đối với những mặt hàng có giá trị cao. Cho phép thanh toán được thực hiện trực tuyến hoặc không cần tiếp xúc là các tùy chọn mà doanh nghiệp của bạn nên cung cấp.

Phòng Thông tin - ITPC

15 business english phrases for all occasions

(Tiếp theo bản tin số 16.2022 xuất bản ngày 07.6.2022)

9. To brainstorm an idea

To brainstorm an idea nghĩa là thảo luận cởi mở về một ý tưởng với đồng nghiệp. Người ta thường gọi là a **brainstorming session** hoặc **brainstorming**. Mục đích của brainstorm trong kinh doanh là để khám phá ra những ý tưởng với tinh thần cởi mở và không phán xét.



Ảnh TL

For example:

“Hi everyone, in this meeting we’re going to brainstorm ideas for this year’s new product. Please feel free to add any ideas you have” (Xin chào mọi người, cuộc họp này chúng ta sẽ thảo luận những ý tưởng cho sản phẩm vào dịp năm mới. Hãy nêu bất kỳ ý tưởng nào mà bạn có.)

10. Get up to speed

Cụm từ **get up to speed** này mang nghĩa là bạn nắm rõ, hiểu biết cận kề về một vấn đề nào đó. Cụm từ này thường đi kèm với “to get” mang nghĩa tìm hiểu, cập nhật thông tin mới nhất để hiểu rõ một vấn đề hoặc một dự án. **Bringing you up to speed** nghĩa là ai đó đang hướng dẫn cho bạn những thông tin mà bạn bỏ lỡ.

For example:

“It didn’t take me long **to get up to speed** with the new laws as my co-worker explained them to me perfectly.” (Tôi không tốn thời gian nhiều để cập nhật những luật mới vì đồng nghiệp đã giải thích rất kĩ cho tôi)

11. To keep an eye on the ball

Nghĩa đen: Để mắt vào trái bóng (**keep your eye on the ball**). Nghĩa rộng: chú tâm vào việc bạn đang làm. Có thể dịch là tập trung, cảnh giác (để ý xung quanh). Được sử dụng để khuyến khích người khác tập trung chú ý hoặc duy trì mức độ tập trung vào sự việc, công việc.

For example:

“When it comes to business negotiations, you really need to **keep an eye on the ball**.” (Khi đàm phán trong kinh doanh, bạn cần phải hết sức chú ý)

12. Word of mouth

Word of mouth nghĩa là phát tán thông tin bằng lời nói. Trong kinh doanh, nghĩa là người này kể với người khác về doanh nghiệp, sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Cụm từ này thường dùng để nói một cách tích cực về thứ gì đó. Nếu ai đó có trải nghiệm tích cực với sản phẩm của bạn, họ sẽ kể với bạn bè về sản phẩm. Người bạn đó có thể sẽ kể với người khác nữa về sản phẩm đó, và cứ thế tiếp diễn cho đến khi mọi người đều biết về sản phẩm của bạn. Đây được gọi là tiếp thị truyền miệng.

For example:

“Hi, if you don’t mind me asking, how did you find out about our shop?” (Xin chào, xin lỗi đã làm phiền nhưng cho tôi hỏi làm sao bạn biết đến cửa hàng của chúng tôi vậy?)

“I heard about it through **word of mouth**, everybody kept telling me how great your products are!” (Tôi biết về cửa hàng qua truyền miệng, mọi người đều nói là sản phẩm của bên bạn tuyệt vời!)



Ảnh TL

(Mời bạn đón đọc phần tiếp theo trên bản tin số 18)
(Nguồn: tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC

Khủng hoảng lương thực ở EU và cơ hội cho xuất khẩu cá tra Việt

EU đang đứng trước nguy cơ bị đe dọa về an ninh lương thực do ảnh hưởng từ xung đột Nga - Ukraine và xuất khẩu cá tra của Việt Nam được cho là sẽ có cơ hội.

Theo Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP), trong nửa đầu năm nay, xuất khẩu cá tra sang thị trường EU đã khởi sắc trở lại sau hơn ba năm ảm đạm.

Cụ thể, tính đến nửa đầu tháng 5/2022, tổng giá trị xuất khẩu cá tra đông lạnh sang thị trường này đạt 76,8 triệu USD, tăng 95% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, Hà Lan là thị trường có sức hút mạnh nhất, chiếm 31,7% tổng giá trị xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang EU.

Chuyên gia thị trường cá tra của VASEP, bà Tạ Hà phân tích: ảnh hưởng lan truyền của chiến sự Ukraine đã được cảm nhận rõ trên toàn thế giới. Từ việc làm rung chuyển thị trường năng lượng đến thúc đẩy cuộc khủng hoảng tị nạn gia tăng ở châu Âu. Các chuyên gia cảnh báo, cuộc xung đột này có thể gây ra nhiều tác động lớn hơn, bao gồm cả việc chậm ngòi cho cuộc khủng hoảng lương thực cận kề. Trong khi đó, EU là đối tác thương mại chính của sản phẩm nông sản, thực phẩm, thủy sản với Nga và Ukraine. Cho nên giờ đây Liên minh châu Âu đang đứng trước nguy cơ bị đe dọa về an ninh lương thực. Dự báo giá

lương thực ở châu Âu sẽ tăng lên mức chưa từng có. Hơn nữa, việc nhiều quốc gia EU và Mỹ đang “trừng phạt” cá minh thái của Nga - vốn là sản phẩm cạnh tranh mạnh với cá tra cũng khiến cho nguồn cung cá thịt trắng của khu vực này bị giảm đáng kể. VASEP cho rằng, đây là cơ hội để doanh nghiệp cá tra quay lại thị trường này sau nhiều năm bị chứng lại.

Theo bà Tạ Hà, cho tới nay, Hà Lan vẫn là thị trường nhập khẩu cá tra lớn nhất của doanh nghiệp Việt Nam. Trong 4 tháng đầu năm nay, Việt Nam xuất khẩu các sản phẩm cá tra đa dạng sang thị trường này, trong đó có sản phẩm GTGT như: cá tra tẩm bột chiên đông lạnh, cá tra cắt khúc đông lạnh; cá tra fillet cắt miếng (cubes) đông lạnh, cá tra phile cuộn đông lạnh; cá tra phile cắt nugget đông lạnh, cá tra phi lê cuộn hoa hồng đông lạnh, cá tra tẩm bột hương bia chiên đông lạnh, phile cá tra organic đông lạnh.

Hiện nay, ngoài Hà Lan, doanh nghiệp cá tra đang xuất khẩu cá tra đông lạnh sang Đức, Tây Ban Nha, Bỉ... với chiều hướng khả quan và tích cực.



Ảnh TL

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI MEGA A

Nhà cung ứng Logistic uy tín toàn cầu.

Add: 163 Nguyễn Văn Trôi, Phú Nhuận, HCMC, Vietnam.
Phone: 0084 918 455 668 Email: admin@megaa.com.vn



Vận chuyển đường biển- hàng không trong nước và Quốc tế:

Chúng tôi, MEGA A là công ty toàn cầu với mạng lưới rộng khắp ở Châu Âu, Châu Á, Châu Mỹ, Châu Đại Dương, Châu Phi. Chúng tôi cung cấp dịch vụ vận chuyển hậu cần toàn diện tới quý Khách hàng.

Thủ tục hải quan, chứng nhận xuất xứ, Xuất-nhập khẩu ủy thác.

MEGA A cung cấp các dịch vụ giao dịch quá cảnh thông qua sự sẵn có của các cửa hàng trong khu vực tự do phù hợp với điều kiện tiên quyết của bạn và cung cấp các dịch vụ hoàn chỉnh, cụ thể là: hoàn thành các thủ tục hải quan đối với hàng hóa quá cảnh và chuẩn bị phương tiện vận chuyển đến các nước gần nhất và xử lý các tài liệu cần thiết để thực hiện hoạt động xuất khẩu.



Kho CFS, Kho ngoại quan và Phân phối hàng hóa.

Với hơn 15.000m² kho CFS và 20 kho ngoại quan, MEGA A là đơn vị tiên phong cung cấp dịch vụ vận chuyển tận nơi (Door to door service).

TIN VĂN

❖ Tờ Vientiane Times số ra ngày 9/6 cho biết Việt Nam đã đầu tư hơn 815 triệu USD vào lĩnh vực thủy điện và khai thác mỏ ở tỉnh Attapeu, miền Nam của Lào. Theo phóng viên TTXVN tại Vientiane, Giám đốc Sở Năng lượng và Mỏ tỉnh Attapeu, ông Vithaya Phommachanh cho biết trong số hơn 800 triệu USD nêu trên, có 30,8 triệu USD đã đầu tư vào một trạm truyền tải điện, 691 triệu USD đầu tư vào lĩnh vực năng lượng và 93,3 triệu USD đầu tư vào lĩnh vực khai thác mỏ. Theo Vientiane Times, các công ty Việt Nam hiện có 417 dự án đầu tư vào Lào với tổng giá trị 4,3 tỷ USD. Việt Nam đứng thứ ba trong số 54 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Lào. (TTXVN/Vietnam+, 9/6)

❖ Theo Bộ Công Thương, 5 tháng đầu năm nay, mặt hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam ước đạt sản lượng gần 900.000 tấn, trị giá trên 2 tỷ USD, tăng hơn 24% về lượng và 54% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021. Tính đến hết tháng 5/2022, xuất khẩu cà phê của Việt Nam đạt 150.000 tấn, trị giá 343 triệu USD, giảm 4,7% về lượng và giảm 5,4% về trị giá so với tháng 4/2022. Tuy nhiên, nếu so với tháng 5/2021 lại tăng 15,2% về lượng và tăng 40,7% về trị giá. Cũng trong tháng 5, giá xuất khẩu bình quân cà phê của Việt Nam ước tính đạt 2.248 USD/tấn, giảm 0,8% so với tháng 4/2022, nhưng tăng 22,1% so với tháng 5/2021. Như vậy, 5 tháng đầu năm 2022, giá xuất khẩu bình quân cà phê của Việt Nam ước đạt mức 2.251 USD/tấn, tăng 24% so với cùng kỳ năm 2021. (VTV, 8/6)



Tiền hỗ trợ thuê nhà cho người lao động được chi trả ra sao? Cơ quan nào giám sát?

Xin hỏi tiền hỗ trợ thuê nhà cho người lao động được chi trả như thế nào? Cơ quan nhà nước (Ủy ban nhân dân) chi cho Doanh nghiệp, sau đó Doanh nghiệp chi trả cho người lao động hay cơ quan nhà nước chi trả trực tiếp cho người lao động. Trường hợp Doanh nghiệp chi trả thì trình tự thủ tục như thế nào, cơ quan nào chịu trách nhiệm giám sát doanh nghiệp?

Trả lời:

Ủy ban nhân dân quận, huyện ban hành quyết định phê duyệt danh sách và kinh phí hỗ trợ. Doanh nghiệp nhận được kinh phí hỗ trợ của Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và quận, huyện thì doanh nghiệp, người sử dụng lao động thực hiện chi trả cho người lao động thông qua hình thức chuyển khoản vào tài khoản của người lao động theo danh sách đã được Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và quận, huyện phê duyệt. Trong trường hợp người lao động không có tài khoản ngân hàng thì doanh nghiệp sẽ thực hiện chi trả trực tiếp cho người lao động.

Tại địa phương, Công đoàn cùng cấp, Ủy ban Mặt trận tổ quốc Việt Nam cùng cấp, các tổ chức đoàn thể phối hợp triển khai, giám sát việc tổ chức, triển khai, thực hiện chính sách hỗ trợ tiền thuê nhà theo Quyết định số 08/2022/QĐ-TTg ngày 28 tháng 3 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ.

Ngoài ra, theo quy định sau khi chi trả xong, trong vòng 5 ngày làm việc, doanh nghiệp phải tiến hành thực hiện thanh quyết toán với Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận, huyện theo đúng quy định.

Trường hợp nào được hỗ trợ tiền thuê nhà?

Xin hỏi, người lao động tuyển mới trong tháng 6 có thuê trọ, ở trọ sau thời gian thử việc và DN đóng bảo hiểm bắt buộc tháng 7 và tháng 8 lập danh sách theo mẫu 03. Như vậy trường hợp này có được hưởng tiền hỗ trợ của tháng 6?

Trả lời:

Đối tượng và điều kiện hỗ trợ tiền thuê nhà cho người lao động quay trở lại thị trường lao động theo khoản 1 Điều 4, khoản 3 Điều 8 tại Quyết định 08/2022/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, quy định:

“Người lao động đang làm việc trong doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh có đăng ký kinh doanh tại khu công nghiệp, khu chế xuất hoặc khu vực kinh tế trọng điểm được hỗ trợ khi ở thuê, ở trọ trong khoảng thời gian từ ngày 01 tháng 4 năm 2022 đến ngày 30 tháng 6 năm 2022.

Đang tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc (có tên trong danh sách tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc của cơ quan bảo hiểm xã hội) **tại tháng liền kề trước thời điểm doanh nghiệp lập danh sách lao động đề nghị hỗ trợ tiền thuê nhà**”.

Đối chiếu theo quy định thì trường hợp người lao động tuyển mới trong tháng 6 có ở trọ, thuê trọ, đóng bảo hiểm bắt buộc tháng 7 thì **không đủ điều kiện hỗ trợ tiền thuê nhà** cho người lao động quay trở lại thị trường lao động do chưa đảm bảo điều kiện tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc tại tháng liền kề trước thời điểm lập danh sách.

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; vexe.vn