



BẢN TIN

# XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM  
♦ Số 24/2020 (871) ♦ Ngày 06.07.2020

Đăng ký nhận bản tin PDF: [info@itpc.gov.vn](mailto:info@itpc.gov.vn)  
hoặc đọc bản tin PDF tại [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)

Thuận lợi, khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm - giải pháp xây dựng thương hiệu hàng hóa đưa vào hệ thống bán lẻ



# 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



### TIN VÀ BÀI VIẾT VUI LÒNG GỬI VỀ:

Trung tâm Xúc tiến Thương mại  
và Đầu tư Tp.HCM  
Phòng Thông tin  
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,  
Quận 1, Tp.HCM  
Tel: (028) 3910 1225  
Fax: (028) 3824 2391  
Email: info@itpc.gov.vn  
Website: www.itpc.gov.vn

### GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

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



# 05

# 08

# 04

## SỐ 24 ❖ 07.2020

### 03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Hội thảo “Malaysia – Thị trường xuất khẩu tiềm năng của doanh nghiệp Việt Nam sau Covid – 19”

Hội thảo “Định hướng sản phẩm xuất khẩu và Chuỗi chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam thông qua hệ thống siêu thị AEON – nhãn hàng AEON TOPVALU trong mùa dịch COVID-19”

Thuận lợi, khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm - giải pháp xây dựng thương hiệu hàng hóa đưa vào hệ thống bán lẻ

Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố chuyên đề về chính sách lao động, việc làm, an toàn lao động và giáo dục nghề nghiệp ITPC tiếp và làm việc với tham tán đại biện lâm thời Đại sứ quán Argentina

### 07 CHUYÊN ĐỀ

Bí quyết cải thiện kinh doanh bằng cách kiểm tra đối thủ cạnh tranh Văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ

### 10 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

90% DN vừa và nhỏ không biết EVFTA

### 11 ENGLISH FOR YOU

HỢP ĐỒNG / AGREEMENT

### 12 TIN VEXA

Xuất khẩu da giày kỳ vọng hồi phục vào cuối năm



# Hội thảo “Malaysia – Thị trường xuất khẩu tiềm năng của doanh nghiệp Việt Nam sau Covid – 19”

**M**alaysia là một trong những thị trường nhập khẩu có tiềm năng rất lớn của Việt Nam tại khu vực ASEAN, đặc biệt với nhóm hàng nông sản, thủy sản, thực phẩm công nghiệp, đồ uống... Khoảng 5 năm trở lại đây, doanh nghiệp Việt bắt

đầu khai thác tối đa tiềm năng của thị trường này. Nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp Việt Nam những thông tin hữu ích trong hoạt động phát triển xuất khẩu sang thị trường Malaysia sau đại dịch Covid - 19, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) tổ chức chương trình Hội thảo với nội dung như sau:

## Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ đăng ký tham dự với chuyên viên Lưu Thùy Trang (0903 367 567; tranglt@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

- **Thời gian:** 8 giờ 30 – 11 giờ 30, thứ Năm ngày 16 tháng 7 năm 2020.
- **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu ITPC, 92-96 Nguyễn Huệ, Quận 1.
- **Chi phí tham dự:** MIỄN PHÍ
- **Đăng ký trực tuyến:** <https://forms.gle/QPrN9XeCeUBfm xKC6>

PHÒNG DỊCH VỤ - ITPC

## Hội thảo “Định hướng sản phẩm xuất khẩu và Chuỗi chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam thông qua hệ thống siêu thị AEON – nhãn hàng AEON TOPVALU trong mùa dịch COVID-19”

**T**rung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) tiếp tục phối hợp cùng Công ty TNHH AEON Việt Nam và Công ty TNHH AEON TOPVALU Việt Nam tổ chức chương trình Hội thảo chi tiết như sau:

- ❖ **Thời gian:** 08 giờ 30 – 12 giờ 00, thứ Tư, ngày 22 tháng 7 năm 2020.
- ❖ **Địa điểm:** Showroom xuất khẩu ITPC, Số 92-96 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM.
- ❖ **Đối tượng doanh nghiệp:** Các doanh nghiệp Việt Nam mong muốn đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON Việt Nam và sản phẩm mang nhãn hàng AEON TOPVALU).
- ❖ **Phí tham dự:** MIỄN PHÍ.

❖ **Đăng ký trực tuyến:** <https://forms.gle/m5Kj99WiQWH nQa8j8>

**Hạn chót đăng ký trước ngày 20/7/2020.**

## Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ đăng ký tham dự với chuyên viên Mỹ Phượng (0909 123 412; phuongdhm@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

PHÒNG DỊCH VỤ - ITPC

# Thuận lợi, khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm - giải pháp xây dựng thương hiệu hàng hóa đưa vào hệ thống bán lẻ

**N**gày 30/6/2020, tại Hội trường Trung tâm Dạy nghề và Hỗ trợ Nông dân thành phố Hồ Chí Minh, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố (ITPC) phối hợp với Hội Nông dân thành phố tổ chức hội thảo "Thuận lợi, khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm - giải pháp xây dựng thương hiệu hàng hóa đưa vào hệ thống bán lẻ".

Hội thảo đã thu hút 90 người tham dự với sự hiện diện của các đại biểu bao gồm: ông Đoàn Văn Thanh, Phó Chủ tịch thường trực Hội Nông dân thành phố, bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc ITPC; cùng các đại diện đến từ các Sở ban ngành của thành phố, Hội Nông dân các quận, huyện của thành phố, các đơn vị báo đài đến đưa tin tại hội thảo.

Theo nhận định của bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc ITPC, trong bối cảnh TPHCM đang tập trung, ưu tiên phát triển một nền nông nghiệp đô thị chất lượng cao, việc phát triển các sản phẩm chủ lực này là một hướng đi mang tính chất dài hạn, góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế - xã hội của TP, nhất là trực tiếp giúp nông dân làm giàu bền vững.

Trên thực tế, nhiều DN, nông dân, hợp tác xã (HTX) đang trực tiếp nuôi, trồng, chế biến các sản phẩm chủ lực nêu trên vẫn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là khi đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao đòi hỏi vốn đầu tư lớn, trong khi đầu ra cho sản phẩm nông nghiệp luôn là nỗi trăn trở của HTX và DN sản xuất nông nghiệp.

Ông Nguyễn Văn Tủi, Phó Giám đốc Trung tâm Dạy nghề và hỗ trợ nông dân - Hội Nông dân TPHCM, cho rằng, việc phát triển sản phẩm nông nghiệp chủ lực của TPHCM đang có những khó



khăn. Tuy thành phố ưu tiên phát triển các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao mang lại giá trị kinh tế lớn, nhưng quỹ đất canh tác ít, chủ yếu là các nông hộ nhỏ lẻ, nên chi phí đầu tư cho việc canh tác ứng dụng công nghệ cao rất cao.

Mặt khác, việc hỗ trợ kết nối hình thành chuỗi liên kết sản xuất - phân phối các sản phẩm nông nghiệp chủ lực vẫn chưa phát huy tác dụng. Nguyên nhân chính là việc thu hút đầu tư xây dựng mới các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ còn chậm.

Bà Nguyễn Thanh Phượng, Phụ trách thu mua nông sản của Saigon Co.op đề xuất, các HTX, DN nuôi trồng, ngoài việc chọn lọc sản phẩm đầu tư theo xu hướng tiêu dùng, nên phân khu vực nuôi trồng ra thành vườn nhỏ để kinh doanh cho kênh siêu thị, khắc phục tình trạng yêu cầu siêu thị thu mua cả vườn với sản lượng lớn một lần, chưa phù hợp với nhu cầu của kênh phân phối lẻ.

Các đơn vị cần có sự cam kết về lượng và bảo đảm chất lượng hàng hóa đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, không thu gom các nguồn hàng không đạt tiêu chuẩn hoặc không rõ

nguồn gốc. Đồng thời, áp dụng kỹ thuật công nghệ, bảo quản sản phẩm sau thu hoạch nhằm kiểm soát an toàn thực phẩm, đáp ứng nguồn hàng ổn định vào mùa mưa.

Các ý kiến tại hội thảo đều cho rằng, việc đề ra các giải pháp giúp tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp chủ lực là rất cần thiết, cấp bách. Số liệu từ Liên hiệp HTX Thương mại TPHCM - Saigon Co.op - cho thấy, trong năm 2019, mới chỉ có 17 hợp đồng thương mại giữa Saigon Co.op ký với các HTX, DN TPHCM để tạo nguồn cung ổn định cho đơn vị này.

Thực tế cũng cho thấy, không ít các DN, HTX còn có tâm lý e ngại tiếp cận với các hệ thống phân phối hiện đại. Chủ một nông trại nấm ở huyện Nhà Bè cho biết, hiện nay nông trại của ông có quy mô 150.000 phôi nấm. Vì là hộ cá thể nên lâu nay hàng hóa làm ra chỉ cung ứng cho các nhà hàng, cửa hàng và bán cho bạn hàng ở chợ đầu mối. Người chủ này không biết đàm phán ra sao, sẽ qua những khâu nào, làm sao thu mua, tiền bạc thanh toán như thế nào, nếu tiếp cận hệ thống phân phối hiện đại.

# Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố chuyên đề về chính sách lao động, việc làm, an toàn lao động và giáo dục nghề nghiệp



**S**áng ngày 30 tháng 6 năm 2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp Sở Lao động – Thương binh và Xã hội tổ chức Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố nhằm giải đáp câu hỏi vướng mắc, tháo gỡ khó khăn của cộng đồng doanh nghiệp Thành phố liên quan đến các chính sách về lao động, việc làm, an toàn lao động và giáo dục nghề nghiệp. Đây cũng là Hội nghị đối thoại trực tiếp lần thứ 203 của Hệ thống Đối thoại Doanh nghiệp – Chính quyền Thành phố.

Hội nghị thu hút hơn 300 doanh nghiệp đăng ký tham dự, tiếp nhận và giải đáp 36 câu hỏi gửi trước và hơn 70 câu hỏi tại Hội nghị của doanh nghiệp liên quan đến các vấn đề về thay đổi cơ cấu lao động, chính sách được hưởng của người lao động là người cao tuổi, cách giải quyết những trường hợp người lao động tự ý chấm dứt hợp đồng không lý do, trợ cấp mất việc, thủ tục xin giấy phép lao động cho chuyên gia nước ngoài,....

Đại diện Lãnh đạo Sở Lao động – Thương binh và Xã hội đã có những giải đáp cụ thể, chi tiết từng nội dung cho doanh nghiệp. Đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp đăng ký các thủ tục cấp, cấp lại giấy phép lao động cho người lao động nước ngoài làm việc tại Việt Nam; thủ tục giải trình nhu cầu sử dụng, thay đổi nhu cầu sử dụng người lao động nước ngoài của người sử dụng lao động,... qua cổng dịch vụ công trực tuyến

Bên cạnh giải đáp các vướng mắc của doanh nghiệp qua trang thông tin điện tử của Hệ thống đối thoại <https://doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn>, ITPC đẩy mạnh phối hợp với các Sở, ban, ngành thành phố tổ chức các hội nghị đối thoại trực tiếp với nhiều chuyên đề khác nhau nhằm tăng cường sự tương tác, kết nối giữa doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố, qua đó, trao đổi và tiếp thu ý kiến của doanh nghiệp về các chính sách, thủ tục hành chính của cơ quan Nhà nước để sửa đổi và hoàn thiện, góp phần nâng cao hiệu quả công tác cải cách hành chính của thành phố.



# ITPC tiếp và làm việc với tham tán đại biện lâm thời Đại sứ quán Argentina



**N**gày 03/7/2020 vừa qua, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM (ITPC) đã có buổi tiếp và làm việc với tham tán đại biện lâm thời Đại sứ quán Argentina tại Việt Nam.

Trao đổi thương mại giữa Việt Nam và Argentina liên tục gia tăng trong nhiều năm trở lại đây. Argentina là một trong ba nước Mỹ La-tinh có kim ngạch trên 1 tỉ USD với Việt Nam. Argentina chính là cửa ngõ để đi vào Cộng đồng Thị trường Nam Mỹ. Tính đến tháng 5/2020, tổng kim ngạch 2 chiều gần 1,25 tỉ

USD, trong đó xuất khẩu 1,09 tỉ USD hàng hóa sang Việt Nam và nhập khẩu đạt 163,9 triệu USD. Ông Luis Agustín Costas, đại diện phía Argentina, mong muốn tìm kiếm thông tin về các nhà phân phối cho sản phẩm Argentina cũng như phối hợp với ITPC tổ chức sự kiện thường niên “Tuần lễ ẩm thực Argentina tại Thành phố Hồ Chí Minh”.

Ông Nguyễn Tuấn, Phó giám đốc ITPC cho biết ITPC đã hợp tác với trên 40 tổ chức xúc tiến thương mại các nước trên thế giới và có mối liên hệ với tất cả các tỉnh thành trong cả nước. Thị trường Việt Nam là thị trường đầy tiềm năng với trên 90 triệu dân, trong đó Thành phố Hồ Chí Minh rất năng động trong thương mại, đầu tư. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, ITPC sẽ có thể cùng đại diện Argentina đồng tổ chức nhiều chương trình, hỗ trợ các doanh nghiệp Argentina tìm hiểu môi trường đầu tư, hoặc phối hợp giới thiệu thông tin kinh tế thương mại của Argentina với các doanh nghiệp Việt Nam.

Buổi gặp mặt khép lại đã mở ra nhiều tiềm năng cho các hoạt động hợp tác giữa ITPC và Đại sứ quán Argentina trong nhiều lĩnh vực.



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

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

## 1. NGHIÊN CỨU NHỮNG DỊCH VỤ CUNG ỨNG MỚI

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

## 2. TÌM KIẾM NHỮNG LĨNH VỰC CẦN CẢI THIỆN

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

## 3. KHẢO SÁT CHÍNH SÁCH GIÁ VÀ CẤU TRÚC

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

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

## 4. KHẢO SÁT SỰ KHÁC BIỆT GIỮA CÁC DỊCH VỤ CUNG ỨNG

Một điều quan trọng là bạn phải biết liệu mình có những dịch vụ mà đối thủ không có hay không do đó bạn có thể tìm cách để tận dụng sự khác biệt đó. Bạn muốn mình nổi bật là một người có

thể cung cấp nhiều hơn. Chỉ ra những kỹ năng và tài năng của riêng bạn là một cách quan trọng nhằm làm cho bạn trở nên thu hút hơn đối với những người có nhu cầu về một dịch vụ trợ lý ảo trọn gói.

## 5. ĐỐI THỦ CỦA BẠN CÓ CHUYÊN BIỆT HAY KHÔNG

Đối thủ của bạn chuyên về một lĩnh vực nào đó?

Nếu thế, liệu bạn có thể tận dụng ưu thế bằng cách mở rộng ra nhiều lĩnh vực?

Nếu không, bạn nên cung cấp các dịch vụ chuyên môn trong một lĩnh vực mà bạn có kinh nghiệm làm việc, chẳng hạn ngân hàng, kế toán, bất động sản, các dịch vụ pháp lý, các dịch vụ y tế, v.v...?

Liệu điều này có làm cho công việc trợ lý ảo của bạn thêm đáng giá?

Chìa khóa khi thăm dò trang web của các trợ lý ảo khác chính là tìm cách để bạn trở thành một lựa chọn hấp dẫn hơn cho các khách hàng tiềm năng. Hãy ghi nhớ điều này trên hết khi kiểm tra đối thủ của bạn.



Ảnh TL





# Văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ

**H**iểu về văn hóa nói chung và văn hóa kinh doanh nói riêng ở một nước ngoài sẽ có ích cho các doanh nghiệp trong quan hệ kinh doanh với các bạn hàng ở nước đó. Đây là phần tóm tắt và hướng dẫn một số nét cơ bản về văn hóa kinh doanh ở Hoa Kỳ với hy vọng phần nào giúp các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp mới thiết lập quan hệ kinh doanh với các bạn hàng ở Hoa Kỳ, giao tiếp và duy trì quan hệ kinh doanh có hiệu quả hơn với các bạn hàng ở nước này.

Là một nước có diện tích lớn thứ 3 trên thế giới và với khoảng 290 triệu dân có nguồn gốc từ nhiều nơi khác nhau trên thế giới, Hoa Kỳ là một xã hội đa dạng nhất trên thế giới. Mặc dù đại bộ phận người Mỹ được coi là có nguồn gốc từ châu Âu, song những người thiểu số như người gốc Mỹ (người da đỏ), người Mỹ gốc Phi, người Hispanic, và người châu Á cũng rất đông. Hiện nay, mỗi năm có tới trên một triệu người nước ngoài di cư đến Hoa Kỳ sinh sống và làm ăn, và dự kiến đến năm 2050 người Mỹ da trắng chỉ còn chiếm dưới 50%. Các cộng đồng đang sinh sống ở Hoa Kỳ đều có những bản sắc riêng của họ, kể cả ngôn ngữ, tôn giáo, tín ngưỡng, và phong tục; do vậy, rất khó có thể khái quát chính xác được văn hóa nói chung và văn hóa kinh doanh nói riêng ở nước này. Phần giới thiệu dưới đây chỉ là những nét cơ bản và hướng dẫn chung.

## MỘT SỐ NÉT CƠ BẢN

### ➤ CÁCH VIẾT HỌ TÊN

Tên người Mỹ được viết theo thứ tự tên riêng trước, sau đó đến tên đệm và cuối cùng là họ. Họ lấy theo họ bố; không dùng họ mẹ. Ví dụ, Bill William Clinton trong đó Bill là tên riêng, William là tên đệm, và Clinton là họ. Tên đệm thường được viết tắt hoặc thậm chí không viết. Ví dụ, Bill William Clinton thường được viết là Bill W. Clinton hoặc chỉ viết ngắn gọn là Bill Clinton. Họ tên cũng có thể viết theo thứ tự họ trước rồi đến tên riêng, và cuối cùng là tên đệm. Trong trường hợp này sau họ có dấu phẩy. Ví dụ: Clinton, Bill William.

Phụ nữ Mỹ khi lấy chồng đổi họ theo họ chồng. Có một số người dùng cả họ mình và họ chồng. Ví dụ, Hillary Rodham Clinton, trong đó Hillary là tên riêng; Rodham là họ của Hillary; và Clinton là họ của chồng.

### ➤ CÁCH XUNG HỒ

Trừ một số trường hợp đặc biệt, người Mỹ thường gọi nhau bằng tên riêng. Tuy nhiên, có một số nguyên tắc phổ biến mà các nhà kinh doanh nước ngoài nên theo.

Đối với lần tiếp xúc tiếp hoặc qua thư từ đầu tiên, nên gọi nhau bằng Mr., Mrs., Miss, Ms. hoặc Dr. và tiếp theo là họ. Ví dụ, Mr. Clinton.

Có thể gọi tên riêng khi được mời hoặc sau khi đã có quan hệ thân mật.

Không gọi tên riêng (trừ phi được mời) đối với những người hơn nhiều tuổi, hoặc có địa vị hoặc cấp bậc cao hơn



mình nhiều, hoặc đối với những người mà bạn muốn thể hiện sự tôn trọng.

Đối với trẻ em thì luôn luôn có thể gọi tên riêng.

Đối với quân nhân hoặc cảnh sát nên gọi bằng cấp bậc (nếu biết) hoặc gọi chung là “Officer” và tiếp theo là họ. Ví dụ, General Clark hoặc Officer Lugar.

Đối với người mới gặp lần đầu và không biết tên (ví dụ như nhân viên bán hàng, thư ký, lái xe, nhân viên khách sạn...) có thể gọi “Sir”, “Mr.”, “M’am” hoặc “Miss”.

## ➤ MỘT SỐ TÍNH CÁCH ĐẶC TRUNG CỦA NGƯỜI MỸ

Khác với một số nền văn hóa khác, nhất là văn hóa Châu á, nhìn chung, người Mỹ rất coi trọng tự do cá nhân và tính tự lập. Gia đình, cộng đồng, tôn giáo, hoặc tổ chức là thứ yếu so với các quyền cá nhân. Chủ nghĩa cá nhân này cũng dẫn đến một tính cách nổi bật của người Mỹ là cạnh tranh.

Phong cách chung của doanh nhân Mỹ là ít chú ý đến nghi lễ, đi thẳng vào vấn đề, và muốn có kết quả nhanh. Trong đàm phán, người Mỹ thường xác định trước và rõ mục tiêu cần đạt được, chiến lược và chiến thuật đàm phán, và dùng số liệu để chứng minh cho các luận điểm của mình. Họ muốn dành chiến thắng về phần mình, song cũng sẵn sàng thỏa hiệp trên cơ sở đôi bên cùng có lợi. Ở Hoa Kỳ, “có đi có lại” là nguyên tắc quan trọng trong đàm phán chính trị cũng như trong kinh doanh.

Người Mỹ thích nói thẳng, rõ ràng, và dễ hiểu. Họ không thích kiểu nói vòng vo, xa xôi, hoặc ví von. Nhìn chung, khi người Mỹ nói “được” thì có nghĩa là được và “không được” có nghĩa là không được. Người Mỹ không ngại ngừng khi trả lời “tôi không biết” nếu như họ không biết về vấn đề mà bạn quan tâm, hoặc “tôi không phụ trách việc này” nếu như vấn đề bạn quan tâm không trong phạm vi trách nhiệm của họ. Tuy nhiên, người Mỹ thường sẵn sàng chỉ cho bạn biết bạn phải hỏi ai hoặc tìm ở đâu để có những thông tin mà bạn cần, hoặc ai là người phụ trách việc mà bạn quan tâm.

Tính thẳng thắn và sự lịch thiệp cũng có mức độ khác nhau tùy theo vùng. Người New York nổi tiếng là trực tính, và thậm chí hơi thô bạo nếu so sánh với văn hóa Châu á. Người ở vùng Trung Tây cũng thẳng thắn nhưng thường lịch sự hơn nhiều. Người California không phải lúc nào cũng nói đúng ý nghĩ của họ. Ví dụ ở Los Angeles – miền đất của những giấc mơ - nếu ai đó nói với bạn “Tôi sẽ trở lại vấn đề này với bạn” thì cũng có thể là họ sẽ làm như vậy thật, song cũng có thể họ ngụ ý là “Bạn không có cơ hội”.

Nhìn chung, người Mỹ không có thói quen nói hoặc cười to trong khi ăn uống hoặc ở nơi công cộng. Họ rất tự giác xếp hàng đợi đến lượt mình khi có từ hai người trở lên, và không có thói quen chen ngang hàng. Tại cửa ra vào thang máy, tàu điện ngầm, hoặc xe buýt, người ở ngoài thường đợi cho người ở trong ra hết rồi mới vào. Người Mỹ có thói quen cảm ơn khi được người khác giúp đỡ dù chỉ là một việc rất nhỏ như nhường đường chẳng hạn.

## ➤ CHÀO HỎI

Cũng như ở các nơi khác, ở Hoa Kỳ, bắt tay là một cách chào phổ biến. Bạn có thể bắt tay cả đàn ông và phụ nữ ở những lần gặp nhau đầu tiên hoặc sau đó. Người Mỹ có thói quen bắt tay chặt dùng cả bàn tay chứ không phải chỉ ngón tay (không có nghĩa là bóp chặt đến mức làm đau tay người khác) để thể hiện sự thân thiện và nhiệt tình. Bắt tay lỏng lẻo có thể bị coi là không chắc chắn, thiếu tự tin, và thậm chí là hờ hững trong quan hệ. Rất ít khi thấy người Mỹ dùng cả hai tay để bắt tay. Thỉnh thoảng bạn có thể thấy đàn ông với đàn bà hoặc đàn bà với đàn bà chào nhau bằng cách ôm, và thậm chí cọ má vào nhau hoặc hôn nhẹ lên má nhau. Hình thức chào này thường chỉ dành cho những người là bạn bè lâu, hoặc ít nhất cũng đã quen nhau. Ngoài ra, người Mỹ rất ít đụng chạm vào nhau.

Không nên hỏi tuổi, hoặc thu nhập của người Mỹ. Tôn giáo, chính trị, và tình dục cũng là những lĩnh vực nhạy cảm ở Mỹ. Tốt nhất là bạn nên tránh những chủ đề này trừ phi với những người bạn thân.

Khi nói chuyện, người Mỹ thường nhìn thẳng vào người đối diện và đứng không quá gần. Không nhìn thẳng vào người mình đang nói chuyện, nói năng nhỏ nhẹ, thái độ bên lên có thể bị coi là người không có quyền hành hoặc yếu đuối. Bạn cũng có thể nhìn thấy người Mỹ gác chân nọ lên chân kia và ngả người về phía sau khi ngồi nói chuyện với khách. Những nét văn hóa này thường mâu thuẫn với truyền thống tôn trọng lễ phép và khiêm tốn của người Châu á. Nói như vậy không có nghĩa là người Mỹ kiêu ngạo hoặc thô lỗ. Người Mỹ thường coi trọng tính hiệu quả hơn là sự lịch thiệp.

## ➤ THỜI GIAN LÀ TIỀN BẠC

Ở Hoa Kỳ, “thời gian là tiền bạc”. Thời gian cũng được coi là một loại hàng hóa như tất cả các loại hàng hóa khác. Người Mỹ tiết kiệm thời gian cũng như tiết kiệm tiền bạc. Những người cung cấp dịch vụ như luật sư, kế toán, tư vấn, các nhà tâm lý học, thợ sửa chữa cơ khí... thường tính phí hoặc tiền công dựa trên số giờ làm việc cho khách hàng, đôi khi kể cả thời gian tiếp và/hoặc nói chuyện qua điện thoại với khách hàng. Do vậy, các nhà kinh doanh, khi cần sử dụng luật sư, cần phải chuẩn bị rất kỹ các câu hỏi và nội dung cần tư vấn, và đi thẳng vào vấn đề để tiết kiệm tối đa thời gian sử dụng luật sư, tức là tiết kiệm chi phí cho chính mình.

Tương tự như vậy, các nhà kinh doanh Mỹ không có nhiều thời gian để nói chuyện dông dài hoặc đọc những bức thư dài hoặc chờ đợi sự trả lời chậm trễ. Các bức thư chào hàng hoặc giao dịch trước hết phải thu hút được sự chú ý của người đọc, và phải ngắn gọn và rõ ràng (Xin xem thêm mục hướng dẫn viết thư chào hàng), trả lời thẳng vào các vấn đề hoặc cung cấp đúng những thông tin mà đối tác yêu cầu. Sự chậm trễ trả lời các thư hỏi hàng của đối tác Mỹ chắc chắn sẽ làm mất cơ hội kinh doanh.

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

# 90% DN vừa và nhỏ không biết EVFTA



**S**áng 1-7, Bộ Công Thương và UBND TP HCM tổ chức Tọa đàm Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) và vai trò của truyền thông. Bộ trưởng Bộ Công Thương Trần Tuấn Anh và Phó Chủ tịch UBND TP HCM Dương Anh Đức đồng chủ trì tọa đàm.

Ngày 1/8, EVFTA có hiệu lực nhưng tới nay sự quan tâm của doanh nghiệp (DN) còn quá ít. 90% DN vừa và nhỏ chưa nắm rõ hoặc không biết thông tin về hiệp định này, theo Bộ trưởng Trần Tuấn Anh.

Theo ông, số lượng các câu hỏi gửi về Bộ liên quan EVFTA khá hạn chế, thậm chí cổng thông tin điện tử giải đáp thông tin Hiệp định do Bộ mở ra để phục vụ DN nhưng không nhận được câu hỏi thắc mắc nào. Ông cũng cho rằng, trong bối cảnh khó khăn như hiện nay, dịch bệnh hoành hành, EVFTA khi đưa vào thực thi sẽ là cơ hội mới kỳ vọng giúp DN Việt Nam phục hồi và phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình.

Theo đó, doanh nghiệp sẽ có cơ hội tiếp cận thị trường gần 500 triệu dân, GDP bình quân đầu người khoảng 35.000 USD, với mức thuế 0%, trong đó 85% dòng thuế về 0% ngay khi có hiệu lực. Vì đây là một cơ hội lớn nên Bộ Công Thương đang quyết liệt xây dựng chương trình hành động và trình Chính phủ

thông qua để hướng dẫn, phối hợp với doanh nghiệp cùng các bộ ban ngành liên quan một cách nhịp nhàng.

Ông Tô Đình Tuấn, Tổng Biên tập Báo Người Lao Động, cho rằng rào cản lớn nhất với Việt Nam khi gia nhập EVFTA là phần lớn DN có quy mô nhỏ, siêu nhỏ; năng lực còn yếu. Hệ quả là khi ra biển lớn, khả năng phòng thủ của DN cũng sẽ yếu, khả năng làm thương hiệu yếu, kéo theo sức cạnh tranh vì đó cũng yếu. Trong khi đó, quy mô DN nước ngoài lên đến ngàn tỉ USD và khả năng quản trị đạt đến đỉnh cao. Do đó, cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng để củng cố nội lực của DN Việt Nam.

Một vấn đề khác cũng đặc biệt quan trọng là việc bảo đảm thực thi pháp lý liên quan đến các cam kết quốc tế. Nếu không chuẩn bị sẵn sàng về mặt pháp lý để tiến vào xa lộ, DN có thể bị kiện ngược lại. "Trong quá trình xây dựng pháp lý, Chính phủ có vai trò đặc biệt quan trọng. DN đang gặp rất nhiều khó khăn, đặc biệt là ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, họ cần tháo gỡ nhiều hơn nữa để chủ động, dễ dàng hơn trong việc tiếp cận thị trường EU. Cần thiết kế hàng rào hợp lý để vừa bảo đảm thực thi nghiêm túc quy định pháp lý bên ngoài vừa bảo vệ được DN yếu thế bên trong" - ông Tô Đình Tuấn góp ý.

(Nguồn: Tổng hợp) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC



# HỢP ĐỒNG / AGREEMENT

ĐỂ CÓ THỂ VIẾT ĐƯỢC MỘT HỢP ĐỒNG TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐÒI HỎI CHÚNG TA PHẢI NẮM BẮT ĐƯỢC NHỮNG TỪ, CỤM TỪ CHUYÊN NGÀNH QUAN TRỌNG. SAU ĐÂY HÃY CÙNG TÌM HIỂU MỘT SỐ TỪ VỰNG THƯỜNG GẶP TRONG HỢP ĐỒNG THƯƠNG MẠI.

**A**greement (v): Hợp đồng, thỏa thuận

An agreement ~ a mutual arrangement ~ a contract

Ví dụ: The landlord and tenant were in agreement that the rent should be prorated to the middle of the month. (Người chủ đất và người thuê đã đi đến 1 thỏa hiệp rằng việc thuê đất nên được tiến hành vào giữa tháng.)

According to the agreement, the caterer will also supply the flowers for the event. (Theo như hợp đồng, người giao hàng vẫn sẽ cung cấp hoa cho sự kiện.)

\*“**Contract**” và “**Agreement**” đều có nghĩa là hợp đồng nhưng tùy ngheo ngữ cảnh và ngữ nghĩa ta sẽ sử dụng khác nhau.

Ví dụ: 2 công ty muốn ký 1 hợp đồng : ta dùng “contract” nhưng nếu như có sự phụ thuộc hoặc phân cấp giữa 2 bên ta sẽ dùng “agreement”.

**Assurance (n):** Bảo hành, đảm bảo

An assurance ~ a guarantee

Ví dụ: Contract Assurance offers a win-win service for you and your organisation. (Việc đảm bảo hợp đồng đề nghị một dịch vụ cùng thắng (win-win) cho bạn và tổ chức của bạn)

\*Từ này các bạn sẽ thấy rất nhiều trong xã hội và các món hàng được mua nhưng bảo hành khác với bảo hiểm ở chỗ nó đền bù trên các vật hữu hình còn bảo hiểm thì trên hình thức vô hình.

**Appendix (n)** additional or supplementary material at end of contract, book etc: Phụ lục hợp đồng

**Arbitration (n), Arbitrate (v)** settlement of a dispute by a person chosen by both parties: Giải quyết tranh chấp

Ví dụ: Both sides in the dispute have agreed to **go to arbitration**. (Hai bên tranh chấp đồng ý đi đến trọng tài phân xử)



**Article (n)** a particular statement or stipulation in a contract, etc: Điều khoản, hạng mục của hợp đồng

**Abide by (v):** Tuân thủ, tuân theo

To abide by ~ to comply with ~ to conform

Ví dụ: The two parties agreed to abide by the judge's decision. (2 đương sự đã đồng ý tuân thủ theo quyết định của thẩm phán.)

**Breach of contract (n):** a violation of any of the agreed-upon terms and conditions of a binding contract: Vi phạm hợp đồng

Ví dụ: The parties involved in a breach of contract may resolve the issue among themselves, or in a court of law. (Các bên liên quan đến vi phạm hợp đồng có thể tự giải quyết vấn đề hoặc xử lý tại tòa án.)

**Civil code:** Bộ luật dân sự

**Code of Civil Procedure:** Bộ luật tố tụng dân sự

**Condition (n)** anything necessary before the performance of something else: Điều kiện

**Cancellation (n):** Sự hủy bỏ

Cancellation ~ annulment ~ stopping

Ví dụ: The cancellation clause appears at the back of contract. (Điều khoản hủy bỏ nằm ở phía sau bản hợp đồng.)

**Certificate of land ownership:** Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất

**Certificate of flat ownership:** Giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà ở

**Fulfil (v)** to satisfy a condition; to complete the required task: Hoàn thành (trách nhiệm)

Ví dụ: No party fulfils all the criteria for this agreement. (Không bên nào hoàn thành tiêu chuẩn cho hợp đồng này)

**In behalf of** - in the interests of (person etc); for (person etc): Thay mặt (Đại diện cho)

**In accordance with law:** Theo quy định của pháp luật

**Incurring:** Phát sinh

Ví dụ: All costs and expenses incurred in connection with the transactions contemplated by this Agreement shall be paid by the party incurring such costs and expenses. (Tất cả các chi phí và chi tiêu phát sinh liên quan đến các giao dịch dự tính của Thỏa thuận này sẽ được thanh toán bởi bên phát sinh các chi phí và chi tiêu đó.)

# Xuất khẩu da giày kỳ vọng hồi phục vào cuối năm

**T**heo Hiệp hội Da giày Túi xách Việt Nam, do ảnh hưởng bởi Covid-19, trong 6 tháng đầu năm nay, xuất khẩu da giày, túi xách của Việt Nam đã giảm 6,7% so với cùng kỳ. Phản ánh của nhiều doanh nghiệp lớn trong ngành như Công ty Cổ phần Tập đoàn Gia Định, Công ty giày Nguyễn Khang... đang đối diện với vô vàn khó khăn, thách thức cả đầu vào lẫn đầu ra. Nghiêm trọng nhất là tình trạng thiếu trầm trọng nguyên liệu cho sản xuất khi Việt Nam phụ thuộc 55% vào nhập khẩu. Trước sự đứt gãy của chuỗi cung ứng toàn cầu, doanh nghiệp phải xoay sở đủ cách để ổn định sản xuất, giữ chân công nhân.

Ông Nguyễn Chí Trung - Chủ tịch HĐQT Công ty CP Tập đoàn Gia Định chia sẻ, hiện doanh nghiệp đang phải tìm các nguồn hàng ở các thị trường nhỏ lẻ khác đã bị mất đi như Mỹ, EU, và chuyển đổi sang sản xuất các mặt hàng ngoài mặt hàng chính ra thì làm mặt hàng tiêu dùng phục vụ trong nước.

Tại “Hội nghị quốc tế ngành Da giày năm 2020” tổ chức ngày 30/6, nhiều ý kiến doanh nghiệp cho biết, từ nay đến cuối năm, đầu ra của ngành da giày sẽ tiếp tục gặp khó, bởi phụ thuộc vào khả năng khống chế dịch của Mỹ và Châu Âu. Vì vậy, mức tăng trưởng cao nhất cả năm chỉ đạt khoảng 15 tỷ USD, thấp hơn kế hoạch đặt ra hồi đầu năm 2020 là 20 tỷ USD.

Trong bối cảnh khó khăn đó, Hiệp hội Da giày túi xách Việt Nam dự báo, phải từ tháng 10 trở đi, thị trường mới sôi động và động lực lớn nhất cho tăng trưởng của ngành chính là Hiệp định thương mại tự do EVFTA sắp có hiệu lực.

Và để chuẩn bị cho EVFTA nhiều doanh nghiệp ngành này đã lên phương



Ảnh TL

án như tái cơ cấu bộ máy, sẵn sàng hạ tầng nhà xưởng, nguyên liệu nhằm đáp ứng theo các cam kết của EVFTA. Ông Nguyễn Chí Trung - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Tập đoàn Gia Định cho biết đã có kế hoạch cải tổ lại nhà xưởng, kiểm tra và đầu tư máy móc tốt nhất để nâng cao chất lượng sản phẩm, chuẩn bị cho việc tăng thị phần châu Âu trong thời gian tới.

Đặc biệt, với việc hưởng thuế suất 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực, ngành da giày cũng nhắm tới đích tăng giá trị cho sản phẩm từ EVFTA. Về vấn đề này, ông Diệp Thành Kiệt - Phó Chủ tịch Hiệp hội Da giày Túi xách Việt Nam - nhận xét: Chúng ta phải lấy các cơ hội của EVFTA để làm cơ hội tăng giá trị. Giờ doanh nghiệp làm đôi giày 10 USD thì thuế bằng 0, và đôi giày 20 USD, 50 USD cũng bằng 0 - như vậy mục tiêu của ngành không phải là đôi giày 10 USD mà phải làm đôi giày 20 USD, 30 USD, hoặc cao hơn.

Tuy nhiên, điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào nghiên

cứu, phát triển sản phẩm, ứng dụng nguyên vật liệu mới và tổ chức thương mại một cách tối ưu nhất. Bởi lẽ theo nhận định của các chuyên gia, dù EVFTA mang lại nhiều cơ hội nhưng để tận dụng được tối đa thì doanh nghiệp ngành này còn nhiều điều phải làm. Cụ thể là doanh nghiệp phải chú trọng vấn đề đáp ứng các tiêu chuẩn và quy trình quản lý do EU quy định, coi trọng trách nhiệm xã hội, minh bạch hóa thông tin về lao động, môi trường sản xuất... mới tiếp cận được thị trường xuất khẩu có cam kết rất sâu rộng cũng như điều kiện gia nhập thị trường cao như châu Âu. Đặc biệt, năng suất lao động của Việt Nam còn thấp hơn thế giới 20%, trong khi chi phí vật tư lại đang cao hơn 10% trong cơ cấu giá trị sản phẩm. Do đó, theo ông Nguyễn Đức Thuận - Chủ tịch Hiệp hội Da giày Túi xách Việt Nam, các doanh nghiệp phải đưa khoa học công nghệ vào tăng năng suất lao động, phải kiện toàn chuỗi cung ứng thượng nguồn/ vật tư để sản phẩm có giá thành cạnh tranh hơn.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC



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



## Nước Nha Đam Bidrico chai 360ml



**Nha đam chanh dây 360ml**



**Nha đam đường phèn 360 ml**



**Nha đam đường phèn 360ml**



**Nha đam mật ong 360ml**

– Nước uống Nha Đam Đường Phèn, Nha đam Mật Ong, Nha đam Chanh dây, Nha đam hương Bắp Bidrico được chiết xuất từ nha đam nguyên chất kết hợp với đường phèn, mật ong, chanh dây, hương bắp... tạo nên một thức uống thơm ngon, bổ dưỡng và thanh mát.

– Sản phẩm được sản xuất trên dây chuyền hiện đại, sản phẩm chất lượng cao, phục vụ cho mọi đối tượng.

– Nha đam trong y học còn gọi là Lô Hội. Nha đam chứa nhiều khoáng chất bổ dưỡng như: Natri, Magie, Selen, Protein, Vitamin, v.v. Nha đam còn có tác dụng thanh nhiệt, giải độc giúp chữa một số bệnh như: Đau đầu, chóng mặt, viêm dạ dày,...

– **Các hình thức đóng gói:**

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



❖ 4 tháng đầu năm, xuất khẩu rau quả Việt Nam sang Thái Lan đạt 57,8 triệu USD, tăng 2,4 lần so với cùng kỳ 2019. Đây là số liệu do Cục Chế biến và Phát triển Thị trường Nông sản Việt Nam vừa công bố. Theo đó, nhiều mặt hàng như thanh long, xoài, nhãn của Việt Nam được Thái Lan ưa chuộng. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu qua Thái tăng mạnh nhưng thị phần tại thị trường này còn rất nhỏ, mới chiếm khoảng 4,7%. Theo đó, 5 tháng đầu năm nay, xuất khẩu rau quả của Việt Nam chỉ đạt 1,5 tỷ USD, giảm 14,5% so với cùng kỳ năm 2019. Về kim ngạch nhập khẩu, 5 tháng qua, Việt Nam nhập 476 triệu USD rau quả, giảm 43,4% so với cùng kỳ năm 2019. (Vnexpress, 01/7)

❖ Theo Tổng cục Thống kê, khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 6 chỉ đạt 8.800 lượt người, mức thấp nhất trong nhiều năm qua, giảm 61,3% so với tháng trước và giảm 99,3% so với cùng kỳ năm trước. Số khách quốc tế nhập cảnh Việt Nam chủ yếu là chuyên gia, lao động kỹ thuật nước ngoài làm việc tại các dự án ở Việt Nam. Hiện tại Việt Nam chưa có khách du lịch quốc tế do chưa mở cửa với thị trường du lịch quốc tế. Tính chung 6 tháng đầu năm, khách quốc tế Việt Nam đạt 3,7 triệu lượt người, giảm 55,8% so với cùng kỳ 2019. Trong đó khách đến từ châu Á đạt 2,72 triệu lượt người, chiếm 72,9% tổng số khách đến. Các thị trường chính cung cấp nguồn khách lớn cho Việt Nam như Trung Quốc giảm 63%, Hàn Quốc giảm 60,4%; Nhật Bản giảm 55,8%... Riêng khách đến từ Campuchia tăng 105,9%. (Tuổi trẻ, 01/7)

❖ Ngày 1/7, tổ chức Fitch Solutions vừa có báo cáo mới nhất, trong đó đã điều chỉnh dự báo tăng trưởng GDP của Việt Nam nửa cuối năm nay lên mức 3%, từ mức 2,8% trước đó. Nguyên nhân Fitch Solutions điều chỉnh dự báo tăng trưởng GDP là nhờ nỗ lực khống chế dịch COVID-19 hiệu quả của Việt Nam. (VTV, 01/7)



**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](mailto: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.**

### Phát hành hóa đơn điện tử

*Thông tư số 68/2019/TT-BTC ngày 30/09/2019 hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị Định 119/2018/NĐ-CP ngày 12/09/2018 của Chính Phủ quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ đã có hiệu lực thi hành kể từ ngày 14 tháng 11 năm 2019. Trong khi đó, Thông tư số 32/2011/TT-BTC ngày 14/03/2011 của Bộ Tài Chính hướng dẫn về khởi tạo, phát hành và sử dụng hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ vẫn tiếp tục có hiệu lực thi hành đến ngày 31/10/2020.*

*Cả hai Thông tư đều có nội dung về khởi tạo, phát hành, sử dụng hóa đơn điện tử nhưng có nhiều sự khác biệt về mẫu số; ký hiệu hóa đơn, số hóa đơn, chữ ký điện tử người bán, đăng ký sử dụng hóa đơn điện tử, xử lý sai sót hóa đơn... nên bây giờ chúng tôi gặp khó khăn trong việc phát hành hóa đơn là phải tuân thủ theo Thông tư số 32 hay Thông tư số 68.*

*Nay chúng tôi kính nhờ Cục thuế TP.HCM – Phòng tuyên truyền hỗ trợ đối tượng nộp thuế giải đáp giúp công ty chúng tôi là: Tại thời điểm này, nếu Công ty chúng tôi phát hành hóa đơn điện tử thì công ty chúng tôi sẽ áp dụng mẫu hóa đơn theo Thông tư số 32/2011/TT-BTC hay theo Thông tư số 68/2019/TT-BTC để tránh việc phải chuyển đổi phần mềm mất thời gian và tốn kém chi phí.*

#### **Trả lời:**

Căn cứ Điều 27 Thông tư số 68/2019/TT-BTC ngày 30/9/2019 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 119/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 9 năm 2018 của Chính phủ quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ thì từ ngày 1/11/2018 đến ngày 31/10/2020 doanh nghiệp vẫn áp dụng hóa đơn theo quy định tại Nghị định số 51/2010/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2010, Nghị định số 04/2014/NĐ-CP ngày 17 tháng 01 năm 2014 và các văn bản hướng dẫn thi hành Nghị định số 51/2010/NĐ-CP, Nghị định số 04/2014/NĐ-CP. Do đó, hiện nay doanh nghiệp sử dụng hóa đơn điện tử thì trước khi sử dụng doanh nghiệp lập Quyết định áp dụng hóa đơn điện tử theo Mẫu số 1 Phụ lục ban hành kèm theo Thông tư số 32/2011/TT-BTC, đồng thời lập Thông báo phát hành hoá đơn điện tử theo mẫu số TB01/AC ban hành kèm theo Thông tư số 26/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính gửi cơ quan Thuế quản lý trực tiếp doanh nghiệp.

Về nội dung hóa đơn điện tử, lập và sử dụng hóa đơn điện tử, doanh nghiệp thực hiện theo quy định của Thông tư số 32/2011/TT-BTC của Bộ Tài chính.

### Ưu đãi thuế

*Công ty có đầu tư mở rộng tại khu công nghiệp ở Tp.Biên Hòa từ 2015. Công ty được hưởng ưu đãi thuế cho thu nhập từ đầu tư mở rộng vì thỏa điều kiện về địa bàn được ưu đãi thuế. Tuy nhiên, từ 1/1/2016, Tp. Biên Hòa đã được nâng cấp thành đô thị loại 1, dẫn đến khu công nghiệp ở Tp. Biên Hòa không còn là địa bàn được ưu đãi thuế theo luật thuế thu nhập doanh nghiệp. Xin hỏi thu nhập tương ứng với phần tăng tài sản cố định từ năm 2016 trở đi có tiếp tục được hưởng ưu đãi thuế theo diện đầu tư mở rộng, hoặc ưu đãi thuế theo diện “đầu tư thường xuyên” theo CV 4769 ban hành ngày 7/4/2016 không?*

#### **Trả lời:**

Để có cơ sở trả lời, đề nghị Công ty có văn bản cụ thể kèm theo bản chụp Giấy chứng nhận đầu tư cấp lần đầu và các lần điều chỉnh của dự án đầu tư tại KCN Biên Hòa, gửi cơ quan thuế quản lý xem xét, trả lời.



# CHƯƠNG TRÌNH SẮP TỚI

## Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

Phòng Dịch vụ - ITPC chuyên thực hiện các dịch vụ:

- Tổ chức sự kiện
- Tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác kinh doanh (xuất nhập khẩu)
- Kết nối B2B xúc tiến nội địa cho doanh nghiệp các tỉnh và các doanh nghiệp nước ngoài có nhu cầu mua hàng Việt Nam.
- 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, P. Đa Kao, Q.1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3910 4903 - (028) 3910 4039 - (028) 3910 4947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn

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



## Hội thảo “Định hướng sản phẩm xuất khẩu và Chuỗi chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam thông qua hệ thống siêu thị AEON – nhân hàng AEON TOPVALU trong mùa dịch COVID-19” (22/7/2020)

- Liên hệ: Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: 0909 123 412 (Mỹ Phượng)

Email: phuongdhm@itpc.gov.vn

## Hội thảo “Malaysia – Thị trường xuất khẩu tiềm năng của doanh nghiệp Việt Nam sau Covid – 19” (16/7/2020)

- Liên hệ: Phòng Dịch vụ - ITPC

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng, Q.1, Tp.HCM

ĐT: 0903 367 567 (Thùy Trang)

Email: tranglt@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



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

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



DÀNH CHO NHÀ XUẤT KHẨU



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

[ ENTER ] >>



FOR INTERNATIONAL BUYERS AND IMPORTERS



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

[ ENTER ] >>



FOR FOREIGN INVESTORS



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

[ ENTER ] >>

© Copyright ITPC 2008. All Rights Reserved

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

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

Website: [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)