



BẢN TIN
XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ



Bản tin số 28/2020 (875)

Ngày 03.08.2020

**KHU CÔNG NGHIỆP THÔNG MINH:
ĐÁP ỨNG XU THẾ CỦA
CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0**

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



03



04



06

SỐ 28 ❖ 08.2020

03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Khu công nghiệp thông minh: Đáp ứng xu thế của cách mạng công nghiệp 4.0

04 CHUYÊN ĐỀ

Xuất khẩu hạt tiêu sang Châu Âu

Văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ

Tám lời khuyên cần thiết về logistics cho doanh nghiệp nhỏ

10 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Gia nhập ASEAN giúp đẩy mạnh thương mại Việt Nam với các nước trong khu vực

11 ENGLISH FOR YOU

Email

12 TIN VEXA

Xuất khẩu rau, quả: Tín hiệu tích cực từ thị trường nhập khẩu

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Văn phòng công chứng Nguyễn Hữu Hùng

Khu công nghiệp thông minh

Đáp ứng xu thế của cách mạng công nghiệp 4.0

Ngày 30 tháng 7 năm 2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC), Ban Quản lý các Khu chế xuất và công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (HEPZA), Công viên phần mềm Quang Trung (QTSC) cùng tổ chức “Chuỗi Hội thảo Khu công nghiệp thông minh”. Chương trình được sự hỗ trợ và phối hợp của Hội Tin học Thành phố Hồ Chí Minh (HCA), Công ty Cổ phần Công nghệ Sao Bắc Đẩu, Công ty Cổ phần Tin học Lạc Việt và Công ty Cổ phần AES Việt Nam.

Chuỗi sự kiện được tổ chức với mục đích xúc tiến đầu tư ngành công nghệ thông tin theo định hướng chung của Thành phố Hồ Chí Minh; phát triển các khu công nghiệp (KCN), khu chế xuất (KCX) theo mô hình khu công nghiệp thông minh, đáp ứng xu thế chung của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0

Thông qua chuỗi Hội thảo, Ban tổ chức mong muốn kết nối, giúp các doanh nghiệp hoạt động trong KCN/KCX tại Thành phố Hồ Chí Minh có cơ hội tìm hiểu, ứng dụng các công nghệ nhằm cải tiến hoạt động quản lý, sản xuất kinh doanh, định hướng phát triển theo hình mẫu KCN/KCX thông minh, đáp ứng xu thế phát triển nhanh chóng của Việt Nam và thế giới. Chuỗi hội thảo Khu công nghiệp thông minh dự kiến giới thiệu hơn 20 sản phẩm, giải pháp công nghệ ứng dụng trong hoạt động sản xuất, quản lý, kinh doanh và thu hút nhiều doanh nghiệp, nhà máy thuộc các KCN/KCX tại TP.HCM tham gia kết nối.

Phiên hội thảo đầu tiên dành cho các đơn vị quản lý và chủ đầu tư các KCN/KCX tại Thành phố Hồ Chí Minh được tổ chức ngày 30/7/2020 đem đến những cái nhìn tổng quát về mô hình Khu công nghiệp thông minh. Theo đó, Cách mạng Công nghiệp 4.0 đã và đang tạo ra cuộc cải cách đáng kể về công nghệ sản xuất. Xu hướng tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong các công nghệ và quy trình sản xuất ngày càng được đẩy mạnh. Khu công nghiệp thông minh ra đời là tất yếu và trở thành sự lựa chọn tối ưu cho doanh nghiệp.

Tại buổi hội thảo, ông Lâm Nguyễn Hải Long – Giám đốc QTSC chia sẻ ý tưởng về mô hình khu công nghiệp thông minh, kinh nghiệm và những bài học thực tiễn trong quá trình triển khai xây dựng mô hình đô thị thông minh tại Công viên phần mềm Quang Trung, với 3 mục tiêu chính: nâng cao chất lượng quản trị, điều hành; gia tăng sự hài lòng của cộng đồng nội khu và phát triển thương hiệu.



Chia sẻ tại buổi hội thảo, bà Cao Thị Phi Vân – Phó Giám đốc ITPC cho biết, chuỗi sự kiện này nằm trong một loạt những hoạt động thiết thực của ITPC, mang lại giá trị tích cực, lan tỏa và khơi dậy các ý tưởng, phát huy tiềm năng nhằm thúc đẩy các KCN/KCX cũng như doanh nghiệp trên địa bàn thành phố tiến gần hơn tới nền kinh tế 4.0 trên con đường phát triển của mình và hiện thực hóa mục tiêu xây dựng thành phố Hồ Chí Minh trở thành đô thị thông minh của chính quyền thành phố.

Nằm trong chuỗi sự kiện này, các phiên hội thảo dành cho các doanh nghiệp, nhà máy đang hoạt động trong KCN/KCX cũng sẽ được tổ chức vào các ngày: 5/8/2020 tại khu chế xuất Tân Thuận (Quận 7); 12/8/2020 tại khu công nghiệp Vĩnh Lộc (Quận Bình Tân) và 26/8/2020 tại khu chế xuất Linh Trung I (Quận Thủ Đức).

Bên cạnh chương trình hội thảo, hơn 20 ứng dụng, giải pháp nhằm tối ưu quản trị doanh nghiệp sản xuất đến từ các doanh nghiệp như QTSC, TMA, Hitachi Vantara, Sao Bắc Đẩu, Lạc Việt, AES, FSI, Ricoh, HPT, BTM Global, XPossible, Online Office, SystemEXE, New Ocean,... cũng được giới thiệu tại khu vực triển lãm nhằm giúp nhà quản lý và doanh nghiệp có những trải nghiệm và cảm nhận thực tế về một số công nghệ mới được ứng dụng trong các khu công nghiệp thông minh.

Xuất khẩu hạt tiêu sang Châu Âu

Mặc dù sản lượng tiêu đã tăng và giá đã giảm nhẹ, nhưng tình trạng khan hiếm vẫn tiếp tục trong ngành hồ tiêu. Các công ty châu Âu liên tục tìm kiếm các nhà cung cấp có thể cung cấp nguồn tiêu chất lượng cao bền vững và phù hợp với yêu cầu về an toàn thực phẩm. Thậm chí còn tốt hơn nếu tiêu của bạn có thể truy xuất nguồn gốc. Cơ hội cũng đang phát triển đối với hạt tiêu nghiền.



MÔ TẢ SẢN PHẨM

Peppercorns là những quả của cây *Piper nigrum*. Trên thị trường châu Âu, hạt tiêu được bán dưới dạng hạt nguyên / hoặc đã nghiền.

Tiêu được bán dạng tiêu biểu nhất trên thị trường Châu Âu là:

- Hạt tiêu đen, khô.
- Hạt tiêu trắng, khô – (bỏ vỏ).

- Các loại hạt tiêu khác trên thị trường châu Âu là hạt tiêu xanh và hồng. Những loại này có thể được trộn với tiêu đen và tiêu trắng. Tiêu xanh được bán như một món ăn tinh khiết, bảo quản trong nước muối (dung dịch muối trong nước) hoặc giấm.
- Tiêu được buôn bán dưới hai mã HS khác nhau. Các mã này bao gồm tiêu nguyên hạt (HS 0904.1100) và nghiền hoặc tiêu xay (HS 0904.1200).

ĐIỀU GÌ LÀM CHO CHÂU ÂU TRỞ THÀNH THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ HẠT TIÊU HẤP DẪN?

> GIÁ HẠT TIÊU THẾ GIỚI ĐÃ GIẢM GẦN ĐÂY

Năm 2017, giá hạt tiêu toàn cầu lên tới 4.100 USD/tấn. Cho đến năm 2015, thị trường tiêu toàn cầu chứng kiến một chu kỳ tăng giá chưa từng thấy. Năm 2006, vào đầu chu kỳ, hạt tiêu đen được giao dịch ở mức dưới 2.000 USD/tấn. Trong năm 2015, mức giá này đã tăng lên khoảng 10.000 USD/tấn.

Sự phát triển giá này được giải thích bởi sự gia tăng nguồn cung so với nhu cầu. Nguồn cung đang tăng nhanh đặc biệt ở các quốc gia mới nổi Việt Nam, Brazil và Campuchia. Năm 2017, sản lượng hồ tiêu toàn cầu lên tới 523 nghìn tấn, tăng từ 434 nghìn tấn trong năm trước. Tuy nhiên, nguồn cung cấp tiêu có

sẵn tuân thủ các yêu cầu an toàn thực phẩm của châu Âu còn hạn chế. Điều này phần lớn là kết quả của các vấn đề ngày càng tăng với việc sử dụng thuốc trừ sâu trong hồ tiêu, đặc biệt là trong hồ tiêu từ Việt Nam. Hạt tiêu tuân thủ các yêu cầu về dư lượng thuốc trừ sâu tối đa có thể thu hút giá cao.

> TIẾP TỤC GIA TĂNG TIÊU THỤ TIÊU CỦA CHÂU ÂU ĐƯA RA NHIỀU CƠ HỘI

Năm 2017, mức tiêu thụ toàn cầu của hạt tiêu (https://www.nedspice.com/upload/docs/170601_Nedspice_-_ESA_Pepper_Crop_Report_vFinal.pdf) lên tới 446 nghìn tấn, trong đó 85 nghìn tấn ở châu Âu. Tiêu thụ toàn cầu đã tăng 2,4% mỗi năm, trong khi tiêu dùng châu Âu tăng 1,8%. Xem phần bên dưới để biết thêm thông tin về các thị trường châu Âu đáng chú ý.

Mặc dù giá tiêu toàn cầu tăng cho đến gần đây, thị trường châu Âu vẫn tiếp tục tăng, mặc dù với tốc độ khá chậm. Thực tế

này là do hạt tiêu là một thành phần thiết yếu và giá của nó chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng chi phí của thực phẩm mà nó được sử dụng. Điều này dẫn đến cơ hội trên thị trường châu Âu, cũng bởi vì người mua vẫn gặp khó khăn trong việc đảm bảo đủ nguồn cung đáp ứng các yêu cầu.

Dữ liệu về nhập khẩu châu Âu cho thấy giá trị nhập khẩu đã tăng 1% mỗi năm từ 2013-2017, trong khi khối lượng nhập khẩu đã ổn định. Năm 2017, 63% hàng nhập khẩu có

nguồn gốc từ các nước đang phát triển. Xin lưu ý rằng Hình 1 bên dưới không bao gồm hàng nhập khẩu từ các quốc gia khác ngoài Châu Âu hoặc các nước đang phát triển. Năm 2017, các quốc gia khác này chỉ chiếm 0,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của châu Âu.

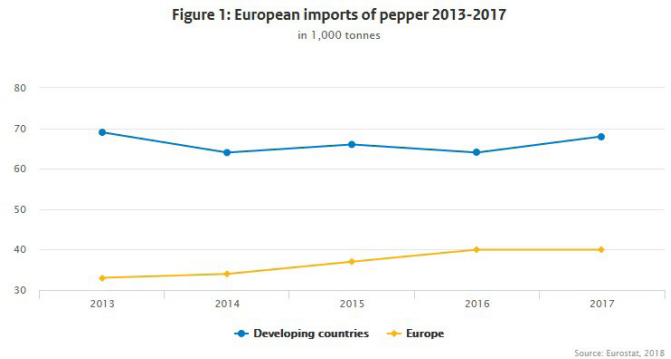
Do sự cạnh tranh ngày càng gia tăng vì nguồn cung khan hiếm, người mua châu Âu ngày càng khó khăn để đảm bảo đủ nguồn cung. Tình hình này mở ra cơ hội cho bạn. Người mua sẵn sàng đầu tư vào mối quan hệ lâu dài hoặc hợp tác với nhà cung cấp của họ. Người mua đang tích cực tìm kiếm nhà cung cấp mới có thể đáp ứng các yêu cầu dưới đây. Họ cũng sẵn sàng trả giá cao hơn cho các nhà cung cấp có thể:

- Cung cấp ổn định nguồn cung tiêu cả về số lượng và chất lượng;
- Tuân theo thời gian giao hàng;
- Tuân thủ các yêu cầu về an toàn thực phẩm

Lời khuyên:

- Cần nhắc đầu tư vào sản xuất hạt tiêu. Tầng lớp trung lưu trong các nền kinh tế đang nổi dường như tiêu thụ nhiều

Hình 1: Nhập khẩu tiêu của châu Âu giai đoạn 2013-2017



hạt tiêu hơn trong các bữa ăn của họ, đặc biệt kể từ khi các nhà cung cấp không thể dễ thiết lập sản xuất vì mùa vụ khó để gieo trồng

- Đầu tư thiết lập mối quan hệ thương mại lâu dài với nhà mua hàng. Chứng tỏ rằng bạn có thể giao hàng ổn định đáp ứng yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm.

➤ VAI TRÒ MẠNH MỀ CỦA CÁC NHÀ CHẾ BIẾN CHÂU ÂU TRONG NGÀNH TIÊU

Do tiêu không phát triển ở châu Âu, tất cả các sản phẩm của châu Âu cần phải được nhập khẩu. Năm 2017, 83% hàng tái xuất châu Âu được giao dịch với các nước châu Âu khác.

Các nhà xuất khẩu hoặc tái xuất khẩu ở Châu Âu thêm nhiều giá trị để tái xuất và chế biến bằng cách chế biến và đóng gói thêm. Hiện nay, xử lý và xử lý nhiệt như tiệt trùng hơi vẫn chủ yếu là do các nhà chế biến châu Âu thực hiện. Các quá trình này đang ngày càng được thực hiện ở các nước xuất xứ. Sự phát triển này tạo

cơ hội cho bạn, nếu bạn có thể tuân thủ các yêu cầu của người mua ở châu Âu. Đặc biệt xử lý nhiệt đã trở thành yêu cầu quan trọng của người mua.

Các nhà chế biến Châu Âu tập trung vào việc cải tiến các hoạt động:

- Xuôi dòng, như trộn hoặc phát triển mùi vị mới;
- Thương dòng, bằng cách tăng cường hợp tác với các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển. Sự hợp tác và chuyển giao kiến thức và nguồn lực hoặc các công ty châu

Âu hợp nhất các công ty ở các nước đang phát triển.

Lời khuyên:

Khám phá các cơ hội cùng với các nhà chế biến châu Âu, đặc biệt là những nhà chế biến có quy mô và nguồn lực lớn để đầu tư. Bạn có thể tìm thấy những nhà chế biến này trong danh sách thành viên của hiệp hội gia vị quốc gia ở Châu Âu. Hãy vào phần thành viên của Hiệp hội Spice Châu Âu (ESA) (<https://www.esa-spices.org/index-esa.html/members-esa>) để có tổng quan về các hiệp hội.



Ảnh TL

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



Văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ

GIAO TIẾP KINH DOANH

➤ GẶP GỠ LÀM VIỆC

Người Mỹ muốn biết trước nội dung cuộc gặp, vai trò và quyền hạn, và thậm chí cả thân thế sự nghiệp của khách. Rất nhiều trường hợp, nhất là đối với các cuộc gặp với các quan chức chính phủ hoặc lãnh đạo doanh nghiệp cấp cao, bên chủ thường yêu cầu gửi trước tiểu sử tóm tắt của trưởng đoàn. Họ thường định trước thời lượng cho các cuộc gặp gỡ (các cuộc tiếp xã giao thường kéo dài 30 - 45 phút và hiếm khi quá 1 tiếng) và không ngại ngừng chủ động kết thúc khi hết giờ, nhất là khi họ có việc bận tiếp sau đó, hoặc thấy cuộc gặp không mang lại lợi ích gì. Không thiếu những cuộc gặp kết thúc trong khi phía khách chưa kịp đề cập hết các vấn đề muốn nói.

Người Mỹ thường rất đúng giờ. Sự chậm trễ được hiểu là thiếu quan tâm, coi thường đối tác hoặc kém cỏi trong sắp xếp thời gian. Ở các thành phố lớn thường xảy ra tắc nghẽn giao thông thì có thể cho phép sớm muộn đôi chút song không nhiều. Nếu không may bị muộn 10 - 15 phút thì nên gọi điện thoại báo trước và xin lỗi, và, nếu có thể thì hãy cho họ biết lý do. Nhiều thành phố ở Hoa Kỳ rất rộng; đi từ địa điểm này đến địa điểm khác có khi mất hàng giờ. Do vậy, khi sắp xếp các cuộc gặp cần phải tính trước thời gian đi lại và trừ hao thời gian tắc nghẽn giao thông. Ngược lại, đến sớm có thể làm bên chủ bối rối do chưa sẵn sàng tiếp đón hoặc được hiểu là quá sốt ruột hoặc không có việc gì tốt hơn để làm. Nói chung, nên đến vào đúng thời gian ghi trên giấy mời hoặc đã hẹn.

Cũng vì muốn tiết kiệm thời gian, nên các cuộc gặp làm việc với người Mỹ thường là ngắn, tập trung và đi thẳng vào vấn đề. Đối với một số nền văn hóa vừa gặp nhau đã bàn ngay đến

chuyện làm ăn thì có thể bị coi là mất lịch sự, trong khi đó người Mỹ lại thích nói chuyện làm ăn trước, sau đó mới nói đến chuyện cá nhân và các chuyện khác. Vì vậy, thường thì khách, nhất là những người chào hàng phải chuẩn bị rất kỹ và đi thẳng vào nội dung sau những câu chào hỏi xã giao ngắn gọn. Yêu cầu này càng quan trọng nếu cuộc làm việc được tiến hành thông qua phiên dịch vì thực chất thời gian làm việc chỉ còn tối đa một nửa. Trong các cuộc họp hoặc gặp gỡ làm việc, người Mỹ có thể cắt ngang lời nhau để hỏi hoặc nêu ý kiến của mình. Thói quen này có thể bị coi là bất lịch sự trong một số nền văn hóa Châu Á. Do vậy, các nhà kinh doanh nước ngoài không nên ngạc nhiên khi bị người Mỹ cắt lời để hỏi hoặc nêu ý kiến của họ.

Khi thấy không còn nội dung cần thảo luận và bên chủ không muốn nói sang vấn đề khác thì khách cũng nên chủ động kết thúc cuộc gặp. Nếu cuộc gặp đã đủ dài và bạn thấy có người vào phòng thì thầm với người tiếp chính bên chủ hoặc đưa cho người đó một mảnh giấy thì bạn cũng nên hiểu đó là tín hiệu bên chủ muốn kết thúc cuộc gặp. Trước khi kết thúc cuộc gặp nên chủ động tóm tắt những việc đã bàn hoặc thỏa thuận và nói rõ những việc mà hai bên dự định sẽ triển khai. Sau mỗi cuộc gặp gỡ quan trọng, phía khách nên gửi thư cảm ơn và tranh thủ nhắc lại những vấn đề mà hai bên đã bàn hoặc thỏa thuận.

➤ KIỂM TRA AN NINH TẠI NƠI LÀM VIỆC

Sau sự kiện khủng bố 11/9, việc kiểm tra an ninh được thực hiện rất nghiêm ngặt không những tại các sân bay mà còn tại các nơi làm việc quan trọng và đông người. Khách đến làm việc nhất là tại các cơ quan của chính phủ và các tòa nhà lớn ở những thành phố lớn, nên mang theo giấy tờ tùy thân có dán ảnh để xuất trình tại thường trực, và không nên mang theo hành

lý công kèn. ở một số công sở, do người ra vào đông, cho nên việc đăng ký để lấy thẻ ra vào và kiểm tra an ninh đôi khi khá mất thời gian. Để không bị muộn hoặc bị rút ngắn thời gian cuộc gặp, khách đến làm việc (nhất là các đoàn đông người) ở những công sở này thường phải đến sớm để “trừ hao” thời gian đăng ký lấy thẻ ra vào và kiểm tra an ninh.

➤ TRANG PHỤC

Ngoài xã hội, nhìn chung, người Mỹ mặc rất thoải mái, không cầu kỳ và không quan tâm nhiều đến cách ăn mặc của người khác. Trên đường phố, đôi khi rất khó có thể phân biệt đẳng cấp, địa vị xã hội hoặc nghề nghiệp dựa vào quần áo bề ngoài. Nữ nhân viên bán hàng tại một siêu thị có thể mặc đẹp và đắt tiền hơn một nữ luật sư giỏi có mức lương cao hơn gấp nhiều lần.

Tuy nhiên, trong công sở, tại các hội nghị, hội thảo, tiệc và các cuộc tiếp khách các doanh nhân Mỹ cũng mặc chỉnh tề và đẹp như ở các nước khác. Khách đến thăm và làm việc thường mặc com-lê sẫm màu và cravat. Mùa hè, mùa xuân, hoặc những dịp không trang trọng lắm có thể mặc com-lê sáng màu. Doanh nhân nữ cũng thường mặc com-lê với màu sắc đa dạng hơn so với nam giới. Mặc gọn gàng và chỉnh tề quan trọng hơn là kiểu cách. Một số thương nhân dùng chất lượng giầy và đồng hồ đeo tay để thể hiện mình. Thứ Sáu hàng tuần thường là ngày người Mỹ ăn mặc ít nghi lễ nhất tại các công sở. Mặc dù nhìn chung người Mỹ không cầu kỳ trong ăn mặc nhưng nếu một doanh nhân đến giao dịch mặc một bộ com-lê quá cũ và hoặc nhàu nhĩ chắc chắn sẽ tạo ấn tượng ban đầu không hay đối với đối tác.

➤ NGHI LỄ XÃ GIAO

Người Mỹ quan tâm nhiều đến nội dung và hiệu quả công việc hơn là nghi lễ xã giao. Họ quan tâm nhiều đến năng lực chuyên môn và khả năng quyết định vấn đề hơn là chức vụ hay tuổi tác của đối tác. Họ có thể cử một chuyên viên kỹ thuật trẻ đến gặp một lãnh đạo cấp cao của bên đối tác không phải vì coi thường đối tác mà bởi vì chuyên viên kỹ thuật trẻ đó là người nắm vững nhất về vấn đề cần trao đổi. Mặt khác, người Mỹ có thể bực mình nếu bên đối tác được đại diện bởi một cấp thấp hơn, nhưng không phải vì lý do họ bị coi thường mà vì lý do đại diện bên đối tác không đủ thẩm quyền quyết định vấn đề mà hai bên đang quan tâm.

Do chi phí lao động đắt, các công ty và công sở ở Hoa Kỳ hầu như không có người tiếp tân riêng như thường thấy ở các công sở và doanh nghiệp Việt Nam. Khách (kể cả quan chức cao cấp) đến làm việc có thể được mời uống hoặc không. Nếu có, cà phê, trà, nước lọc và nước giải khát thường được để sẵn ở một bàn nhỏ trong phòng tiếp khách để khách tự phục vụ. Để tiết kiệm thời gian, ở Hoa Kỳ còn tổ chức kiểu vừa ăn sáng hoặc trưa vừa thảo luận công việc tại nhà hàng hoặc ngay tại công sở của họ.

➤ MỜI CƠM LÀM VIỆC

Khách nước ngoài đến làm việc có thể được bên chủ mời ăn sáng, trưa, hoặc tối, và vừa ăn vừa làm việc. Tuy nhiên, bên chủ cũng có thể mời khách ăn sau khi kết thúc công việc thành công. Người Mỹ có thể thảo luận công việc trước khi ăn. Họ hầu như không uống đồ uống có cồn khi ăn sáng hoặc ăn trưa vì vẫn còn trong giờ làm việc. ở Hoa Kỳ, hầu như không có cảnh ép hoặc thi nhau uống rượu trong bữa ăn. Khi được mời, bạn có thể từ chối và nói thẳng lý do, nếu bạn không muốn uống. Không uống rượu là chuyện bình thường ở Hoa Kỳ.

Nếu bên chủ không sắp xếp chỗ ngồi trước thì khách có thể chờ họ mời ngồi, hoặc có thể tự chọn chỗ ngồi nếu bên chủ để khách tự chọn. Ở những bữa tiệc ngồi lớn đông người, thường có bố trí trước chỗ ngồi cho một số người hoặc cho tất cả. Mục đích chủ yếu của việc bố trí trước này là để đảm bảo nghi lễ ngoại giao và/hoặc tiện cho trao đổi công việc. Nếu trên giấy mời có ghi “RSVP” thì bạn cần phải xác nhận có dự hay không càng sớm càng tốt.

Bàn việc kinh doanh trong bữa ăn sáng là khá phổ biến. Bàn việc kinh doanh trong bữa ăn trưa là rất phổ biến và có thể kéo dài hơn 2 giờ đồng hồ. Người đưa ra lời mời thường đứng ra chi trả. Việc kinh doanh thường được bàn bạc sau khi mọi người đã gọi xong thức ăn. Việc giải trí trong kinh doanh cũng rất đa dạng, có thể kể đến một số hình thức như tiệc cocktail, chơi golf, ăn thịt nướng, bữa ăn tối trang trọng hoặc thân mật.

Thông thường, một bữa ăn tối, mặc dù nhằm mục đích kinh doanh, vẫn được coi là một bữa ăn họp mặt và là khoảng thời gian để xây dựng mối quan hệ, có thể đưa vợ (chồng) cùng đi dự bữa ăn tối bàn việc kinh doanh.

Nếu bạn là người chủ tiệc, nên dàn xếp việc thanh toán ngay từ trước để tránh việc tranh giành khi thanh toán tiền.

Nếu người chủ tiệc thanh toán bữa ăn cho bạn, hãy đền đáp lại cho họ trong bữa ăn sau.

➤ CẤM HÚT THUỐC

Hút thuốc bị cấm ngày càng ở nhiều nơi ở Hoa Kỳ. Bạn luôn luôn phải hỏi xem có được phép hút thuốc hay không trước khi châm lửa hút thuốc. Pháp luật cấm hút thuốc trên máy bay, trong nhiều nhà hàng, và ở các nơi công cộng. Hút thuốc thường bị cấm trong các tòa nhà làm việc; do vậy, những người hút thuốc, bất kể là ai, đều phải ra khỏi nhà và xuống đường để hút thuốc, kể cả trong những ngày mùa đông giá lạnh. Khách đến làm việc cần hết sức tránh hút thuốc trong phòng làm việc không hút thuốc của bên chủ. Đối với những cuộc làm việc dài, thường có bố trí thời gian giải lao để cho những người hút thuốc ra ngoài hút thuốc, nếu không, bạn có thể chủ động xin phép tạm nghỉ để ra ngoài hút thuốc.

Tám lời khuyên cần thiết về logistics cho doanh nghiệp nhỏ

❖ HIỂU RÕ MỤC TIÊU

Trước khi triển khai kế hoạch của bạn vào thực tế thì hãy chắc chắn rằng bạn đã hiểu toàn bộ chiến lược tổng thể của công ty. Nếu chiến lược của công ty đưa ra thời gian giao hàng nhanh nhất trong ngành, thì để hỗ trợ điều đó, bạn sẽ phải bỏ ra chi phí nhiều hơn cho logistics. Nếu chiến lược của công ty bạn là trở thành nhà cung cấp với chi phí thấp, bạn sẽ cần phải tìm cách cắt giảm chi phí, thậm chí ngay cả với phần chi phí thời gian thực hiện đơn hàng. Sau đó, hãy trình bày với ban quản lý những lý do cho chiến lược logistics của công ty.



❖ HÃY TẬP TRUNG VÀO CÁC DỊCH VỤ MÀ KHÁCH HÀNG MUỐN



Ngay cả khi công ty đã tập trung vào việc kiểm soát chi phí, bạn vẫn cần phục vụ cho khách hàng. Trong giới hạn của chiến lược, hãy tìm ra những cách sáng tạo để đảm bảo sự hài lòng của khách hàng. Dựa trên báo cáo của một công ty nghiên cứu chuỗi cung ứng, thì chỉ có 2% công ty tham gia khảo sát cho rằng khả năng đáp ứng và chăm sóc khách hàng của họ là tuyệt vời, trong khi 46% cho biết khả năng đáp ứng của họ là tốt. Khách hàng của bạn có thể sẽ rất coi trọng việc theo dõi thường xuyên các thay đổi trạng thái trong quá trình vận chuyển hơn là giao hàng nhanh hơn và bạn sẽ tiết kiệm tiền bằng cách cung cấp dịch vụ có giá trị.

❖ SỬ DỤNG TẦM NHÌN VÀ HỢP TÁC

Bất kể chiến lược của bạn là gì, bạn có thể điều hành một chuỗi cung ứng hiệu quả mà không cần tầm nhìn và khả năng giao tiếp với khách hàng và nhà cung cấp một cách nhanh chóng. Hợp tác sẽ giúp bạn giữ hàng tồn kho ở mức thấp trong khi vẫn giữ được thời gian thực hiện đơn hàng ở mức tối thiểu. Hãy xem chuỗi cung ứng và hệ thống quản lý kho là một phần thiết bị cốt lõi, cũng quan trọng như xe nâng và hệ thống lưu trữ và truy xuất tự động.



❖ THEO DÒI CHI TIẾT CHI PHÍ

“Watch the pennies and the dollars will take care of themselves.” (Nếu bạn chăm sóc đồng xu, đồng đô la sẽ tự chăm sóc bản thân, nghĩa là nếu ai đó cẩn thận không lãng phí số tiền nhỏ, họ sẽ tích lũy vốn.) Những lời lẽ khôn ngoan từ

Benjamin Franklin, một triết lý mà mỗi nhà quản lý logistics nên xem xét. Bạn phải biết chi bao nhiêu cho từng phần của chuỗi cung ứng và logistics của bạn. Bạn không thể kiểm soát chi phí nếu bạn không biết bạn chi tiêu cho việc gì.

❖ **LẤY BÁO GIÁ TỪ NHIỀU NGUỒN**

Nhiều nhà lãnh đạo chuỗi cung ứng bị ép thời gian đến mức họ không muốn đàm phán hoặc nhận báo giá từ nhiều nhà cung cấp khác nhau. Không có gì khiến một công ty làm tốt bảng báo giá của mình nhanh hơn việc biết có sự cạnh tranh cho doanh nghiệp. Hãy luôn luôn nhận ít nhất hai hoặc ba báo giá cho bất kỳ hạng mục chi tiêu nào.

❖ **LẬP KẾ HOẠCH**

Dành thời gian để phân tích kế hoạch vận chuyển trong tháng và lên kế hoạch trước cho việc vận chuyển toàn bộ xe tải bất cứ khi nào có thể. Nếu bạn có giao hàng nguyên liệu, hãy đặt một số kế hoạch dự phòng trong trường hợp có sự chậm trễ hoặc chuyển hướng. Điều đó không có nghĩa là hàng tồn kho dự trữ, nhưng bạn nên có kế hoạch bao gồm các nguồn thay thế và khả năng chuyển hàng hóa từ trung tâm phân phối này sang trung tâm phân phối khác.

❖ **CẢI THIỆN DOANH SỐ VÀ HOẠT ĐỘNG**

Lập kế hoạch bán hàng và vận hành (S&OP) hiệu quả có thể giúp bạn hiểu khi nào bạn có thể cần thiết bị mới hoặc làm thêm giờ. Dự báo chính xác giúp bạn lập kế hoạch hàng tồn kho, do đó bạn có đủ các sản phẩm phù hợp để đáp ứng nhu cầu. Quy trình S&OP có thể cung cấp cái nhìn sâu sắc về các chương trình khuyến mãi sắp tới, giới thiệu sản phẩm mới hoặc thay đổi nhu cầu khác. Được trang bị thông tin này, bạn có thể đảm bảo có đủ hàng tồn kho (nhưng không quá nhiều).

❖ **LÀM VIỆC VỚI MỘT CÔNG TY LOGISTICS BÊN THỨ BA**



Ảnh TL

Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ tin rằng làm việc với một công ty logistics bên thứ ba (hay 3PL) là quá đắt đối với họ, nhưng điều đó có thể không đúng như thế. Một 3PL tốt có thể giúp đảm bảo rằng bạn có được mức giá tốt nhất, giao hàng nhanh nhất và đội ngũ kho vận làm việc hiệu quả nhất. 3PL sẽ có nhiều công cụ cộng tác và khả năng cần thiết để giúp bạn.

Hơn thế nữa, 3PL thậm chí có thể giúp phát triển chiến lược của công ty bạn và với các bí quyết để dự báo và lập kế hoạch S&OP tốt hơn. Một nghiên cứu 3PL năm 2017 cho thấy 73% các chủ hàng và 90% các nhà cung cấp 3PL tin rằng 3PL cung cấp các ý tưởng mới và sáng tạo nhằm cải thiện logistics. Nhiều 3PL sẵn sàng thêm các dịch vụ bổ sung trong các dự án kinh doanh mới, vì vậy hãy yêu cầu các tính năng bổ sung bạn muốn khi tìm kiếm đối tác 3PL.

Bằng cách xem xét tám nguyên tắc trên, doanh nghiệp của bạn sẽ được tổ chức hiệu quả hơn nhiều cho bạn và khách hàng của bạn.



Ảnh TL

Gia nhập ASEAN giúp đẩy mạnh thương mại Việt Nam với các nước trong khu vực

Việc gia nhập vào khối ASEAN 25 năm trước đã giúp Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ về mặt thương mại với các quốc gia thành viên khác.

Kể từ khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của ASEAN vào ngày 28/7/1995, thương mại song phương Việt Nam - ASEAN tăng mạnh, biến ASEAN trở thành nhà nhập khẩu lớn thứ tư của Việt Nam hiện nay, chỉ đứng sau Mỹ, EU và Trung Quốc.

Năm 2019, giá trị thương mại Việt Nam - ASEAN đạt 57,3 tỷ USD, tăng 1,1% so với năm 2018. Trong đó, bao gồm 25,2 tỷ USD hàng xuất khẩu của Việt Nam, tăng 1,5% và chiếm 9,6% tổng số hàng xuất khẩu ra nước ngoài, và 32,1 tỷ USD hàng nhập khẩu từ ASEAN, tăng 0,9% so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm 12,7% tổng kim ngạch nhập khẩu.

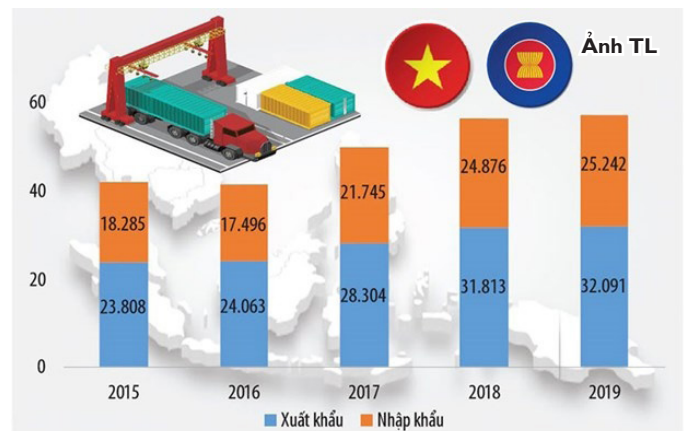
Thâm hụt thương mại hai chiều đạt 6,85 tỷ USD vào năm ngoái, giảm 1,3% so với năm 2018.

Trong số các thị trường ASEAN, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sản phẩm sang Thái Lan, Malaysia, Singapore, Philippines và Indonesia.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam bao gồm: thép; điện thoại di động và linh kiện; máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng; các sản phẩm dệt may.

Ông Vũ Hồ, Vụ trưởng Vụ ASEAN, cho biết việc hội nhập của Việt Nam vào ASEAN đã diễn ra hiệu quả, góp phần tăng trưởng kinh tế trong hơn 25 năm qua.

Năm 1995, Việt Nam gia nhập Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) đàm phán để ký kết Hiệp định về chương trình



Thuế quan ưu đãi (CEPT). Nếu không có AFTA, Việt Nam không thể ký kết hiệp định thương mại tự do với EU và hiệp định thương mại song phương với Mỹ.

Tham gia vào ASEAN là một bước chuẩn bị để Việt Nam gia nhập vào những hiệp định khác với quy mô lớn hơn, ông Hồ lưu ý.

Theo Bộ Công Thương, ASEAN là một thị trường không chỉ gần gũi với Việt Nam mà còn có sự tương đồng về văn hóa và thói quen tiêu dùng. Đây là ngôi nhà của 636 triệu người và có tổng GDP là 2,76 nghìn tỷ USD.

Do đó, vẫn còn rất nhiều cơ hội để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các nước ASEAN, đại diện Bộ Công Thương chia sẻ.

Bên cạnh đó, hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ khối ASEAN gồm có máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; xăng dầu; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng thay thế; nhựa thô; kim loại cơ bản; hóa chất.

Trong khi nhiều ngành sản xuất trong nước vẫn chưa đảm bảo đủ nguyên liệu đầu vào, thị trường ASEAN đã tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm nguồn cung dồi dào với giá cả hợp lý cũng như tiếp cận nguồn vốn và công nghệ cao, từ đó giúp giảm chi phí sản xuất và cải thiện chất lượng sản phẩm.

Bà Nguyễn Cẩm Trang, Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), cho biết trong bối cảnh xuất khẩu sang Mỹ và EU, việc đẩy mạnh vốn hóa vào thị trường ASEAN là xu hướng chung của nhiều doanh nghiệp và đây cũng là một cách hay để đa dạng hóa điểm đến xuất khẩu và tránh phụ thuộc vào một số thị trường nhất định.



(Nguồn: Vietnam Investment Review) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

EMAIL

Trong kinh doanh, việc trao đổi bằng email là việc thiết yếu, nhất là trong giai đoạn giãn cách xã hội. Bài viết sau cung cấp một số từ vựng hữu ích trong việc viết email.



➤ TỪ VỰNG

1. Apologize: Xin lỗi

Ví dụ: I'd like to **apologize** for any inconvenience caused. (Tôi rất xin lỗi vì bất cứ sự bất tiện nào gây ra cho bạn).

2. Appreciate: Cảm kích, đánh giá cao

Ví dụ: We'd **appreciate** a reply... (Chúng tôi đánh giá cao sự trả lời...)

3. Arrange: Sắp xếp

Ví dụ: I'm writing to **arrange** a meeting... (Tôi viết thư này để sắp xếp một cuộc họp...)

4. Ask (if): Hỏi, yêu cầu

Ví dụ: Could I **ask** you to send me...? (Tôi có thể yêu cầu bạn gửi cho tôi...)

5. Assist: Hỗ trợ

Ví dụ: Please let us know if we can **assist** you in any way. (Hãy cho chúng tôi biết nếu chúng tôi có thể hỗ trợ bạn bằng bất kỳ cách nào).

6. Clarify: Làm rõ, xác nhận, xác thực

Ví dụ: I am writing to **clarify** the terms of the agreement. (Tôi viết thư này để làm rõ các điều khoản của thỏa thuận).

7. Complain: Phàn nàn, khiếu nại

Ví dụ: I'm afraid I must **complain** about... (Tôi e rằng tôi phải phàn nàn về...)

8. Confirm: Xác nhận

Ví dụ: I'd like to **confirm** my booking. (Tôi muốn xác nhận đặt chỗ của mình)

9. Contact: Liên hệ

Ví dụ: Please **contact** Mr... at our London office. (Làm ơn liên hệ với ông... tại trụ sở London).

10. Enquire: Hỏi thăm

Ví dụ: I'd like to **enquire** about... (Tôi muốn hỏi về...)

11. Follow up: Theo dõi, theo sát

Ví dụ: You should **follow up** your phone call with an email or a letter. (Bạn nên theo dõi cuộc gọi điện thoại của bạn bằng email hoặc thư.)

12. Get in touch: Liên lạc

Ví dụ: Please **get in touch** (with me) asap. (làm ơn liên lạc với tôi ngay lập tức).

13. Inform: Thông báo

Ví dụ: This is to **inform** that... (Đây là thông báo về...)

14. Let sb know: Để cho ai đó biết

Ví dụ: Can you **let me know** the price of...? (Bạn có thể cho tôi biết giá của...)

15. Need: Cần

Ví dụ: I **need** those figures on my desk before tomorrow's meeting. (Tôi cần những số liệu đó trên bàn làm việc trước cuộc họp ngày mai).

16. Postpone: Trì hoãn

Ví dụ: I'm afraid we've had to **postpone** the conference. (Tôi e là chúng ta phải trì hoãn cuộc hội nghị).

17. Put off: Trì hoãn

Ví dụ: Sorry, but we're afraid that we have to **put off** the meeting **till** next week. (Xin lỗi, nhưng chúng ta phải hoãn cuộc họp đến tuần sau).

18. Receive: Nhận

Ví dụ: We've just **received** the invoice... (Chúng tôi vừa nhận được hóa đơn...)

19. Regret: Tiếc

Ví dụ: We **regret** to inform you that... (Chúng tôi rất tiếc phải thông báo với bạn rằng...)

20. Reply: Trả lời

Ví dụ: I am writing to **reply** to your enquiry about... (Tôi viết thư này để trả lời câu hỏi của bạn về...)

21. Send: Gửi

Ví dụ: We are **sending** you the handbook as an attachment. (Chúng tôi gửi cho bạn cuốn cẩm nang dưới dạng file đính kèm).

22. Sort out: Chọn ra, sắp xếp

Ví dụ: Can you **sort out** all the best candidates for those positions? (Bạn có thể chọn ra các ứng viên tốt nhất cho những vị trí này không?)

23. Touch base (with sb): Liên hệ lại với ai đó

Ví dụ: Just wanted to **touch base with** you before the meeting. (Chỉ muốn liên hệ lại với bạn trước cuộc gặp).

24. Update: Cập nhật

Ví dụ: It's about time we **updated** your software. (Đã đến lúc chúng tôi cập nhật phần mềm của bạn).

(Nguồn: Vnexpress)

Xuất khẩu rau, quả

Tín hiệu tích cực từ thị trường nhập khẩu

❖ THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC GIẢM MẠNH

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, trong 6 tháng đầu năm 2020, trị giá XK hàng rau, quả đạt 1,76 tỷ USD, giảm 13,6% so với cùng kỳ năm 2019.

Trong khi, XK sang Trung Quốc đạt 1,04 tỷ USD, giảm 29,3% so với cùng kỳ năm 2019, thì XK sang các thị trường khác lại tăng rất mạnh. Cụ thể, XK hàng rau, quả tới thị trường Hàn Quốc đạt 81,7 triệu USD, tăng 25,2%; Thái Lan đạt 79,4 triệu USD, tăng 234,2%; Nhật Bản đạt 68,2 triệu USD, tăng 13,1%; Đài Loan đạt 43 triệu USD, tăng 86,8%...



Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) nhận định, dù tỷ trọng XK sang các thị trường khác có tăng nhưng chỉ chiếm 40,6% tổng trị giá XK hàng rau, quả; chưa bù đắp được mức giảm từ thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, đây cũng

là tín hiệu khả quan cho mặt hàng rau, quả của Việt Nam.

Thái Lan là thị trường XK hàng rau, quả lớn, nhưng cũng là trung tâm chế biến của khu vực Đông Nam Á. Vì vậy, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của Thái Lan rất lớn để đa dạng hóa nguồn nguyên liệu chế biến, trong đó có Việt Nam. Một tín hiệu tích cực khác, tháng 6/2020, quả vải thiều của Việt Nam đã được xuất khẩu thành công sang Singapore, Nhật Bản..., mở ra nhiều cơ hội xuất khẩu không chỉ cho vải thiều mà còn nhiều loại rau, quả tươi của Việt Nam sang nhiều thị trường khác trên thế giới.

❖ VẤN CHỦ YẾU LÀ XUẤT TƯƠI

Tiến sĩ Nguyễn Văn Hòa - Phó Viện trưởng Viện Cây ăn quả miền Nam - nhận xét, về chất, trái cây Việt Nam không thua kém Trung Quốc hay Thái Lan, nhưng lại yếu hơn về sản xuất, chế biến và quảng bá tiêu thụ. "Thái Lan đã cách xa Việt Nam một khoảng dài về nghiên cứu các sản phẩm nông nghiệp, chú trọng khâu chế biến trái cây, đa dạng hóa sản phẩm với thời gian bảo quản lâu hơn" - ông Hòa nói. Trong khi đó, cái khó của ngành rau, quả là sản phẩm tươi XK có thời gian bảo quản sau thu hoạch ngắn, trong khi cước vận chuyển bằng đường hàng không thì quá đắt. Việc vận chuyển bằng container bằng đường biển, công tác bảo quản sau thu hoạch còn gặp nhiều khó khăn. Do đó, đẩy mạnh sản phẩm chế biến đối với ngành hàng rau, quả Việt rất cần thiết. Bên cạnh đó, cần có sự hỗ trợ từ nhà nước trong việc nghiên cứu chi phí vận chuyển nhanh bằng đường hàng không.

Ông Tạ Đức Minh - Tham tán Thương mại Việt Nam tại Nhật Bản - đánh giá, quả vải Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh hơn quả vải từ Trung Quốc về mẫu mã, hương vị nên được người tiêu dùng Nhật Bản rất ưa chuộng. Tuy nhiên, đây mới chỉ là bước đầu, cần phải đẩy mạnh ứng dụng công nghệ bảo quản

sau thu hoạch, đa dạng hình thức bán hàng để "ăn sáu, bám rễ" vào thị trường Nhật Bản.

Một vấn đề nữa được các chuyên gia đưa ra đó là, Việt Nam đang tìm kiếm những thị trường XK trái cây mới như Ấn Độ. Đại sứ Việt Nam tại Ấn Độ Phạm Sanh Châu cho hay, thị trường Ấn Độ còn tương đối dễ tính, với các yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật chưa cao, doanh nghiệp Việt hãy coi đây là cơ hội. Hay, EU là thị trường có nhu cầu ổn định về rau, quả tươi, chiếm 45% trị giá thương mại hàng rau, quả toàn cầu. Những loại trái cây nhiệt đới và mới lạ sẽ thu hút người tiêu dùng EU. Đây sẽ là thế mạnh cho nhà XK từ các quốc gia có khí hậu phù hợp, trong đó có Việt Nam. Theo Thương vụ Việt Nam tại Hà Lan, quy mô rộng lớn và nhu cầu theo mùa của EU chính là thị trường hấp dẫn cho nhà cung cấp ở các nước đang phát triển. Tuy nhiên, họ thường tìm kiếm các nhà cung cấp đáng tin cậy trong khu vực chiến lược để có thể cung cấp trái cây và rau, quả cho người tiêu dùng bất kỳ lúc nào trong năm. Tiềm năng XK rau, quả của Việt Nam còn khá lớn, tuy nhiên, tuân thủ các quy định về chất lượng, đáp ứng yêu cầu của thị trường XK là việc phải làm. Việc này sẽ mất nhiều công sức nhưng sẽ được đền đáp xứng đáng về giá trị thu về.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

VĂN PHÒNG CÔNG CHỨNG NGUYỄN HỮU HÙNG CHUYÊN CUNG CẤP DỊCH VỤ CÓ CHẤT LƯỢNG CAO CHO TẤT CẢ CÁC KHÁCH HÀNG CÓ YÊU CẦU CÔNG CHỨNG HỢP ĐỒNG GIAO DỊCH, BẢN DỊCH HOẶC CHỨNG THỰC.



SỨ MỆNH

- BẢO ĐẢM AN TOÀN PHÁP LÝ CHO CÁC BÊN THAM GIA HỢP ĐỒNG, GIAO DỊCH;
- PHÒNG NGỪA TRANH CHẤP;
- GÓP PHẦN BẢO VỆ QUYỀN, LỢI ÍCH HỢP PHÁP CỦA CÁ NHÂN, TỔ CHỨC;
- ỔN ĐỊNH VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI.



TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC

VĂN PHÒNG CÔNG CHỨNG NGUYỄN HỮU HÙNG PHẤN ĐẤU ĐỂ LỊCH THIỆP TRONG PHỤC VỤ, TRỞ THÀNH NGƯỜI BẠN ĐỒNG HÀNH CỦA QUÝ KHÁCH HÀNG, QUÝ ĐỐI TÁC VỚI MỤC TIÊU LÀ CÙNG PHÁT TRIỂN TRÊN CƠ SỞ THIỆN CHÍ, TRUNG THỰC.

LĨNH VỰC KINH DOANH

- CÔNG CHỨNG HỢP ĐỒNG, GIAO DỊCH;
- CHỨNG THỰC BẢN SAO ĐÚNG VỚI BẢN CHÍNH (SAO Y);
- CHỨNG THỰC CHỮ KÝ;
- CÔNG CHỨNG BẢN DỊCH;
- VĂN PHÒNG THỰC HIỆN CÔNG CHỨNG NGOÀI TRỤ SỞ THEO QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT.

*** CÁC HỢP ĐỒNG GIAO DỊCH CỤ THỂ:

- HỢP ĐỒNG CHO THUÊ, CHO MƯỢN, VAY, THẾ CHẤP, BẢO LÃNH TÀI SẢN (NHÀ, ĐẤT, XE MÁY,...);
- HỢP ĐỒNG ĐẶT CỌC;
- HỢP ĐỒNG MUA BÁN, CHUYỂN NHƯỢNG, TẶNG CHO TÀI SẢN;
- DI CHỨC;
- VĂN BẢN KHAI NHẬN DI SẢN; VĂN BẢN THỎA THUẬN PHÂN CHIA DI SẢN; VĂN BẢN TỪ CHỐI NHẬN DI SẢN;
- VĂN BẢN THỎA THUẬN XÁC LẬP CHẾ ĐỘ TÀI SẢN CỦA VỢ CHỒNG;
- VĂN BẢN THỎA THUẬN VỀ VIỆC CHIA TÀI SẢN CHUNG CỦA VỢ CHỒNG; THỎA THUẬN CHẤM DỨT HIỆU LỰC CỦA VIỆC CHIA TÀI SẢN CHUNG CỦA VỢ CHỒNG;
- VĂN BẢN THỎA THUẬN VỀ VIỆC NHẬP TÀI SẢN RIÊNG CỦA VỢ CHỒNG VÀO TÀI SẢN CHUNG;
- HỢP ĐỒNG ỦY QUYỀN, GIẤY ỦY QUYỀN;
- HỢP ĐỒNG GÓP VỐN, HỢP TÁC KINH DOANH;
- HỢP ĐỒNG KINH TẾ, THƯƠNG MẠI;
- CÁC HỢP ĐỒNG, GIAO DỊCH KHÁC.

Văn phòng công chứng Nguyễn Hữu Hùng

Địa chỉ: D20/4/2B, ấp 4, xã Vĩnh Lộc B, huyện Bình

Chánh, Tp. HCM

Điện thoại: 09161 89161

Email: congchungviennhhung2010@gmail.com

Website: vpcongchungnguyenhuuhung.com

❖ Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam, trong 6 tháng đầu năm 2020, giá trị XK cá tra sang thị trường Anh đạt 31,7 triệu USD, chiếm 4,7% tổng giá trị XK cá tra sang gần 130 thị trường, tăng 7,3% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng trong tháng 6/2020, giá trị XK cá tra sang thị trường Anh đạt 5,7 triệu USD, tăng 15,2% so với cùng kỳ năm 2019. Giá cá tra nhập khẩu trung bình của Anh cũng tương đối ổn định, dao động từ 2,98 – 3,98 USD/kg. Đây là mức giá tương đối khả quan trong nửa đầu năm 2020. (Báo Hải quan, 30/7)

❖ Hiệp định thương mại tự do (EVFTA) và Hiệp định này sẽ chính thức có hiệu lực vào ngày 1/8/2020. Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương hơn 70% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%. (VTV, 29/7)

❖ Theo báo cáo của Bộ KH&ĐT, tính đến ngày 20/7/2020, tổng vốn đầu tư FDI vào Việt Nam đạt 18,82 tỷ USD, bằng 93,1% so với cùng kỳ năm 2019. Có 1.620 dự án mới được cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư, tổng vốn đăng ký đạt 9,46 tỷ USD. 7 tháng qua cũng có 4.459 lượt góp vốn mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài, tổng giá trị vốn góp 4,64 tỷ USD. Singapore dẫn đầu đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đầu tư 6,44 tỷ USD, chiếm 34,1% tổng vốn đầu tư vào Việt Nam. Hàn Quốc đứng thứ hai với tổng vốn đầu tư 2,8 tỷ USD, chiếm 15% tổng vốn đầu tư. Trung Quốc đứng vị trí thứ ba với tổng vốn đầu tư đăng ký 1,7 tỷ USD, chiếm 9% tổng vốn đầu tư. (Báo Hải quan, 28/7)



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. 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.

Đổi phương pháp tính thuế khấu trừ

Căn cứ vào thông tư số 93/2017/TT-BTC ngày 19/09/2017 Sửa đổi, bổ sung Khoản 3, Khoản 4 Điều 12 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính (đã được sửa đổi, bổ sung tại Thông tư số 119/2014/TT-BTC ngày 25/8/2014 của Bộ Tài chính) như sau:

Bỏ điểm d Khoản 4 Điều 12 (đã được sửa đổi, bổ sung tại Thông tư số 119/2014/TT-BTC ngày 25/8/2014 của Bộ Tài chính).

Công ty thành lập ngày 12/03/2014 và áp dụng phương pháp tính thuế trực tiếp trên doanh số từ năm thành lập 2014 đến hết năm 2019. Doanh nghiệp có doanh thu chịu thuế GTGT hàng năm đều dưới 1 tỷ đồng. Doanh nghiệp thực hiện đầy đủ sổ sách kế toán, hóa đơn chứng từ thì qua năm 2020 này Doanh Nghiệp có thể tự nguyện áp dụng phương pháp khấu trừ thuế GTGT không?

Trả lời:

Căn cứ Khoản 2, Điều 12 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế GTGT quy định phương pháp khấu trừ thuế GTGT.

Trường hợp Công ty thành lập ngày 12/3/2014 và áp dụng phương pháp tính thuế GTGT trực tiếp trên doanh thu. Từ năm 2015 đến hết năm 2018, Công ty vẫn áp dụng phương pháp tính trực tiếp trên doanh thu. Căn cứ doanh thu năm 2018, Công ty áp dụng phương pháp tính trực tiếp trên doanh thu từ năm 2019 thì Công ty phải kê khai ổn định phương pháp tính thuế GTGT trong hai năm 2019, 2020. Do đó, năm 2020 Công ty không được chuyển đổi sang phương pháp khấu trừ thuế.

Hoàn thuế xuất khẩu

Công ty em là công ty xây dựng địa chỉ tại quận Bình Tân, TP.HCM. Công ty em có ký hợp đồng xây dựng với 1 công ty ở Khu chế xuất tỉnh Bình Phước trị giá 30. Thuế suất bán ra là 0%. Vậy cho em hỏi trường hợp này, bên em mua nguyên vật liệu, vật tư đầu vào để xây dựng công trình trên thì hóa đơn đầu vào này bên em có được hoàn thuế không?

Trả lời:

- Căn cứ Điều 9, Điều 16 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế GTGT quy định thuế suất thuế GTGT 0% và khấu trừ thuế GTGT đầu vào đối với HHDV xuất khẩu;

- Căn cứ Khoản 4, Điều 18 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế GTGT (đã được sửa đổi, bổ sung tại Khoản 3, Điều 18 Thông tư số 130/2016/TT-BTC ngày 12/8/2016 của Bộ Tài chính) quy định về hoàn thuế GTGT đối với HHDV xuất khẩu.

Căn cứ quy định trên, trường hợp Công ty xây dựng công trình cho doanh nghiệp trong Khu Chế xuất, nếu đáp ứng đầy đủ điều kiện theo quy định tại Điều 16 Thông tư số 219/2013/TT-BTC thì Công ty được áp dụng thuế suất thuế GTGT là 0%. Trường hợp số thuế GTGT đầu vào chưa được khấu trừ từ 300 triệu đồng trở lên thì được hoàn thuế giá trị gia tăng theo tháng, quý; trường hợp trong tháng, quý số thuế giá trị gia tăng đầu vào chưa được khấu trừ chưa đủ 300 triệu đồng thì được khấu trừ vào tháng, quý tiếp theo.

CHƯƠNG TRÌNH SẮP TỚI

Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

Phòng Dịch vụ - ITPC cung cấp dịch vụ trọn gói cho doanh nghiệp và nhà đầu tư:

- Tổ chức sự kiện thương mại - đầu tư: hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo, huấn luyện - đào tạo;
- Tổ chức đoàn khảo sát thị trường, tham dự hội chợ - triển lãm, hội nghị và hội thảo
- Đón tiếp, cung cấp thông tin cho các đoàn doanh nghiệp nước ngoài đến Thành phố. Tổ chức gặp gỡ các cơ quan chức năng, kết nối doanh nghiệp (Business To Business);
- Tổ chức các hoạt động truyền thông, tiếp thị;
- Tư vấn các hoạt động thương mại - đầu tư mở văn phòng, lập dự án đầu tư, xây dựng thương hiệu;
- Dịch vụ văn phòng, phòng họp với trang thiết bị đi kèm tại trung tâm thành phố.
- Showroom trưng bày hàng hóa

• Liên hệ: Phòng Dịch vụ – ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

(028) 3910 4039

(028) 3910 4947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn

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



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 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; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn