



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 33 NGÀY 7.9.2020 (880)

Cơ hội gặp gỡ nhà mua hàng, nhà nhập khẩu Thái Lan (trang 02)



Các hình ảnh giới thiệu sản phẩm, bán hàng Việt Nam tại Thái Lan năm 2019

CHUYÊN ĐỀ

Thị trường Hoa Kỳ
Các quy định và tiêu chuẩn
thương mại (trang 04)

GÓC NHÌN XÚC TIẾN

Những cơ sở thực tế cho
góc nhìn tích cực
(trang 8 -9)

THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Các nhà bán lẻ Nhật Bản
khuấy động thị trường
Việt Nam bất chấp đại dịch
(trang 10)

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



TIN VÀ BÀI VUI LÒNG GỬI VỀ

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

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

Điện thoại: (028) 3910 1225

Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

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

SỐ 33

9 . 2 0 2 0



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Gặp gỡ nhà mua hàng, nhà nhập khẩu
Thái Lan với Doanh nghiệp Việt Nam
năm 2020

04 CHUYÊN ĐỀ

Thị trường Hoa Kỳ: Các quy định và
tiêu chuẩn thương mại
Mẹo tìm kiếm khách hàng mới
Cam kết về quyền kinh doanh và
quyền phân phối dược phẩm trong
EVFTA

08 GÓC NHÌN XÚC TIẾN

Những cơ sở thực tế cho góc nhìn
tích cực

10 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Các nhà bán lẻ Nhật Bản khuấy
động thị trường Việt Nam bất
chấp đại dịch



11 ENGLISH FOR YOU SAY HELLO IN ENGLISH

12 TIN VEXA

Việt Nam xuất siêu gần 12 tỷ USD
trong 8 tháng

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Văn phòng công chứng Nguyễn
Hữu Hùng



Cơ hội gặp gỡ nhà mua hàng, nhà nhập khẩu Thái Lan năm 2020

Tiếp nối thành công của chương trình gặp gỡ nhà mua hàng, nhà nhập khẩu Thái Lan với doanh nghiệp Việt Nam năm 2018, 2019. Năm nay, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) tiếp tục phối hợp Tập đoàn Central Group tổ chức chương trình bằng hình thức online trực tuyến chi tiết như sau:

❖ **Thời gian:** dự kiến tháng 10 năm 2020.

❖ **Đối tượng doanh nghiệp:** Các doanh nghiệp Việt Nam mong muốn tìm đối tác nhập khẩu hàng hóa sang thị trường Thái Lan.

❖ **Ngành hàng ưu tiên:** Thực phẩm đóng gói, đồ hộp, các loại hạt sấy kèm gia vị, các loại snack, thực phẩm ready to eat, bánh tráng, cà phê, nước trái cây không cồn, nước uống có cồn, bia, rượu, nước uống có gas, ...

❖ **Hồ sơ đăng ký bao gồm:** Phiếu đăng ký, GPKD, hình ảnh sản phẩm, chứng nhận sản phẩm (ISO, GLOBAL GAP, FDA, USDA...)

Hạn chót đăng ký trước ngày 30/9/2020.

Phòng Dịch vụ - ITPC

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

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

Phòng Dịch vụ - ITPC

Muội lời khuyên để đầu tư thành công

Đầu tư thực sự phức tạp. Nhưng nếu bạn có thể hiểu được một số khái niệm tương đối đơn giản và tuân thủ chúng, bạn có thể gia tăng đáng kể thành công của mình trong việc đầu tư.

Dưới đây là mười nguyên tắc đã được thử nghiệm thành công của nhiều nhà đầu tư. Thực hiện theo các nguyên tắc này có thể sẽ mang lại cho bạn cổ tức lớn (tăng vốn) trong nhiều năm tới.

1. Thường xuyên tiết kiệm và đầu tư từ 5% đến 10% thu nhập của bạn: Làm điều này ngay khi bạn bắt đầu kiếm được tiền đều đặn. Tốt nhất, đầu tư thông qua tài khoản tiết kiệm hưu trí để giảm thuế và đảm bảo sự độc lập tài chính trong tương lai của bạn.

2. Hiểu và tận dụng những quyền lợi khi là nhân viên: Thông thường, lợi ích có giá trị nhất mà bạn có được thông qua chủ lao động là kế hoạch tiết kiệm hưu trí, chẳng hạn như kế hoạch cho phép bạn đóng góp và tiết kiệm thuế thu nhập hiện tại của bạn.

3. Nghiên cứu kỹ lưỡng trước khi đầu tư: Hãy chắc chắn rằng bạn hiểu những gì bạn đang đầu tư vào. Đừng mua bất kỳ sản phẩm tài chính nào mà bạn không hiểu rõ. Đặt các câu hỏi cho đến khi bạn hiểu những rủi ro và lợi nhuận của sản phẩm.

4. Tránh xa các loại đầu tư có tiền hoa hồng và phụ phí cao: Khoản đầu tư bạn mua là một giá trị quan trọng mà bạn có thể kiểm soát. Tất cả các khoản phí phải được đưa ra trong một bản cáo bạch, bạn phải luôn xem xét bản cáo bạch trước khi thực hiện bất kỳ khoản đầu tư nào.

5. Đầu tư phần lớn tiền dài hạn của bạn vào đầu tư quyền sở hữu: Với khoản tiền dài hạn của bạn, hãy tập trung vào các khoản đầu tư có tiềm năng và được đánh giá cao, chẳng hạn như cổ phiếu, bất động sản và kinh doanh của riêng bạn. Khi bạn đầu tư vào trái phiếu hoặc tài khoản ngân hàng, bạn sẽ kiếm được tiền lãi nhưng bạn sẽ không tránh khỏi lạm phát và thuế.

6. Tránh đưa ra quyết định tài chính dựa trên cảm xúc: Các nhà đầu tư thành công luôn giữ bình tĩnh khi gặp khó khăn. Bạn cần có khả năng và trí tuệ để nhìn xa hơn hiện tại, hiểu rằng nó sẽ thay đổi trong những tháng và năm tới.

7. Đưa ra quyết định đầu tư dựa trên kế hoạch và nhu cầu của bạn: Các quyết định đầu tư là kết quả của kế hoạch và nhu cầu, mục tiêu và mong muốn chung của bạn. Điều này đòi hỏi phải xem xét tình hình tài chính tổng thể trước và sau khi đưa ra một kế hoạch toàn diện.

8. Khai thác các nguồn thông tin với tiêu chuẩn chất lượng cao: Bạn cần giảm bớt các nguồn thông tin mà bạn đang sử dụng để theo dõi tin tức đầu tư và thị trường tài chính. Ưu tiên cho những nguồn thông tin có lợi và đề xuất những gì mang lại lợi ích tốt nhất cho bạn.

9. Tin tưởng bản thân trước tiên: Nhìn vào gương. Bạn sẽ thấy người tốt nhất mà bạn có thể thuê và tin tưởng. Những gì có thể thiếu chính là kiến thức và sự tự tin để đưa ra nhiều quyết định hơn.

10. Đầu tư vào bản thân và những thứ khác: Đừng mãi vui mình trong việc kiếm tiền, tiết kiệm và đầu tư tiền mà bạn đánh mất những gì quan trọng nhất cho bạn. Đầu tư vào giáo dục, sức khỏe của bạn và mối quan hệ của bạn với các thành viên gia đình và bạn bè.

Phòng Thông tin - ITPC

Thị trường Hoa Kỳ

Các quy định và tiêu chuẩn thương mại

(Tiếp theo kỳ 30)

Xuất xứ hàng hóa

Do hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ quy định các mức thuế khác nhau áp dụng với các nhóm nước khác nhau và một số mặt hàng nhập khẩu còn chịu sự quản lý bằng hạn ngạch phân bổ theo nước, nên việc xác định nước xuất xứ của hàng hóa rất quan trọng.

Nguyên tắc chung và cơ bản

Nước xuất xứ của hàng hóa là nước chế tạo, sản xuất hoặc nuôi trồng ra hàng hóa. Tuy nhiên, trong điều kiện quốc tế hóa sản xuất hiện nay, không phải không có sự phức tạp và khó khăn trong việc xác định nước xuất xứ hàng hóa, bởi vì rất nhiều hàng hóa được sản xuất, chế tạo hoặc lắp ráp từ các nguyên phụ liệu, linh kiện, bộ phận được sản xuất từ nhiều nước khác nhau.

Nguyên tắc chung và cơ bản để xác định nước xuất xứ của hàng hóa là dựa vào sự biến đổi đặc tính và giá trị gia tăng của hàng hóa. Theo nguyên tắc này, nước xuất xứ của hàng hóa là nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa đó với điều kiện hàng hóa đó đã biến dạng để mang tên mới và có đặc tính sử dụng mới. Ví dụ, túi xách tay sản xuất ở Việt Nam bằng da nhập khẩu được coi là hàng có xuất xứ Việt Nam.

Tuy nhiên, trong trường hợp nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa chỉ tiến hành những công việc lắp ráp đơn giản, không tạo ra bản sắc riêng của hàng hóa hoặc trị giá gia tăng được tạo ra quá thấp thì nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa đó cũng không được coi là nước xuất xứ hàng hóa. Ví dụ, để được coi là hàng có xuất xứ từ Thái Lan để được hưởng GSP của Hoa Kỳ thì hàng đó phải có ít nhất 35% giá trị gia tăng được tạo ra tại Thái Lan.

Do vậy, ngoài nguyên tắc chung và cơ bản nêu trên, còn có những quy định cụ thể về cách xác định nước xuất xứ hàng hóa cho một số hàng hóa cụ thể. Ví dụ đối với hàng dệt may như sau:

➤ Những nguyên tắc chung

Nước xuất xứ là nước sản xuất ra toàn bộ hàng hóa (trừ những ngoại lệ về nguyên liệu tối thiểu đã được quy định trong 19 CFR Mục 102.13). Đối với sợi (bao gồm cả sợi đơn và sợi đa), nước xuất xứ của sợi, chỉ, sợi bện, thùng, chao, cáp, dây tết là nước sản xuất ra những loại hàng này. Đối với



Ảnh TL

vải, nước xuất xứ là nước dệt ra vải. Các sản phẩm dệt may khác: nước xuất xứ là nước sản xuất ra thành phẩm.

➤ Những nguyên tắc đặc biệt

Nếu không xác định được xuất xứ của một sản phẩm dệt hay quần áo bằng một trong những nguyên tắc trên, và do sản phẩm được sản xuất ở hai hay nhiều nước thì nước xuất xứ là: Nước mà quá trình lắp ráp quan trọng nhất hay quá trình sản xuất quan trọng nhất diễn ra. Việc xác định hoạt động sản xuất quan trọng nhất sẽ tùy theo từng trường hợp cụ thể. Nếu không thể xác định được quy trình nào là quan trọng nhất, thì nước xuất xứ là nước cuối cùng mà tại đó hoạt động lắp ráp hay sản xuất diễn ra.

➤ Thứ tự áp dụng các nguyên tắc

Các nguyên tắc trên được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên áp dụng theo quy định trong Quy định của Hải quan Phần 102.21 (9c) như sau:

- Sản phẩm được sản xuất hoàn toàn ở một nước.
- Sự thay đổi đặc tính của sản phẩm (chuyển từ mã thuế này sang mã thuế khác).
- Nước mà sản phẩm có những phần chính được sản xuất.
- Sản phẩm hoàn toàn được lắp ráp tại một nước trừ 16 loại trừ cụ thể.
- Nước mà tại đó quy trình sản xuất hay lắp ráp quan trọng nhất đã diễn ra.
- Nước cuối cùng mà quy trình sản xuất hay lắp ráp quan trọng nhất diễn ra. Đối với quần áo, nơi lắp ráp/ may vải đã cắt thành quần áo chứ không phải nơi cắt vải là xuất xứ của quần áo.

Luật Sở hữu trí tuệ

Hoa Kỳ được coi là một trong những nước có pháp lý có tính bảo vệ cao nhất tài sản trí tuệ. Bản quyền và bằng sáng chế được chi phối bởi luật liên bang, trong khi nhãn hiệu được chi phối bởi luật liên bang, tiểu bang và luật chung. Bí mật thương mại được chi phối bởi pháp luật nhà nước.

Bản quyền

Bản quyền bảo vệ các tác phẩm của tác giả (ví dụ: văn bản, ảnh, âm thanh, video, đồ họa, lập trình máy tính ở dạng mã nguồn và dạng mã đối tượng), trong số những thứ khác, sao chép trái phép.

Không giống như bảo vệ bằng sáng chế, bản quyền không bảo vệ ý tưởng, khái niệm hoặc phát minh. Nó chỉ bảo vệ sự thể hiện của các ý tưởng, khái niệm và phát minh.

Bản quyền tồn tại theo quy định, không đăng ký; tuy nhiên, đăng ký là có lợi vì nó cung cấp khả năng thiệt hại theo luật định và phí luật sư và được yêu cầu theo đuổi các hành động thực thi tại tòa án liên bang.

Tác giả của tác phẩm có bản quyền sở hữu bản quyền, trừ khi và cho đến khi tác giả chuyển nhượng quyền bằng văn bản.

Người sử dụng lao động được coi là tác giả của các tác phẩm mà người lao động của họ tạo ra, nhưng chỉ khi việc tạo ra nằm trong phạm vi trách nhiệm công việc của người lao động

Nhà thầu là tác giả và chủ sở hữu của các tác phẩm họ tạo ra, trừ khi văn bản thỏa thuận nói khác. Ngay cả khi các bên đã sử dụng một thỏa thuận bằng văn bản xác định cẩn thận một nhà thầu, có chức năng cho thuê mượn công việc để làm, mọi bản quyền kết quả sẽ vẫn thuộc sở hữu của nhà thầu trừ khi công việc thuộc một trong chín loại luật định tương đối hẹp. Do đó, tất cả các thỏa thuận như vậy cũng nên bao gồm một điều khoản chuyển nhượng bất tất cả.

Thời hạn bảo vệ bản quyền cho các tác phẩm mới của một cá nhân là tuổi thọ của tác giả trên 70 năm; đối với các tác phẩm mới được tác giả tạo ra bởi một công ty, thời gian ngắn hơn 95 năm kể từ lần xuất bản đầu tiên hoặc 120 năm kể từ khi tạo ra. Thời hạn bảo vệ cho các tác phẩm cũ khác nhau.

Nên sử dụng thông báo bản quyền nhưng không bắt buộc, dù tác phẩm có được đăng ký hay không: (năm xuất bản); (Tên chủ sở hữu bản quyền). Tất cả Bản quyền đã được đăng ký.

Sử dụng hợp pháp là một biện pháp bảo vệ vi phạm bản quyền cho phép một số sử dụng các tác phẩm khác mà chưa được phép chấp thuận. Bài kiểm tra cân nhắc bốn yếu tố, bao gồm lý do và cách thức sử dụng, loại và phần của tác phẩm được sao chép và ảnh hưởng, nếu có,

đối với giá trị của tác phẩm được sao chép. Đây là một phân tích cụ thể thực tế cao.

Nhãn hiệu

Nhãn hiệu và nhãn hiệu dịch vụ là những từ, ký hiệu, âm thanh, mùi hương và các chỉ dẫn khác về nguồn gốc tạo ra mối liên kết giữa hàng hóa hoặc dịch vụ và nguồn gốc của hàng hóa hoặc dịch vụ đó.

Không giống như các lĩnh vực pháp lý khác, ở Hoa Kỳ quyền lợi nhãn hiệu được tạo ra bởi việc sử dụng nhãn hiệu trong thương mại liên quan đến hàng hóa và / hoặc dịch vụ được bán dưới một nhãn hiệu cụ thể nhất định, không phải bằng cách đăng ký; tuy nhiên, đăng ký liên bang với USPTO quy định các quyền và biện pháp khắc phục bổ sung cho nhãn hiệu.

Quyền nhãn hiệu cung cấp cho chủ sở hữu quyền độc quyền sử dụng nhãn hiệu cho một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể, vì thế công chúng sẽ không bị nhầm lẫn về nguồn gốc của sản phẩm hoặc dịch vụ.

Các nhãn hiệu có thể được đăng ký với USPTO hoặc với các tiểu bang khác nhau của Hoa Kỳ. Quyền trong một nhãn hiệu bị hạn chế về mặt địa lý, nhưng đăng ký liên bang có thể mở rộng phạm vi địa lý về quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu.



Trademark

Registered Trademark

Sử dụng thông báo thích hợp với nhãn hiệu:

- Trước khi có vấn đề về đăng ký liên bang, hãy sử dụng biểu tượng TM (hoặc biểu tượng SM cho nhãn hiệu dịch vụ) ở bên phải nhãn hiệu. Thông báo này là không bắt buộc, nhưng chủ sở hữu muốn dùng biểu tượng đó như một nhãn hiệu và khẳng định quyền của mình đối với nhãn hiệu đó để cảnh báo bên thứ 3 không nên xâm phạm.

- Sử dụng biểu tượng ® bất cứ khi nào nhãn hiệu hay dịch vụ được đăng ký liên bang được sử dụng trong thương mại liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ đã được đăng ký. Ký hiệu này có hàm ý thương hiệu đã đăng ký bảo hộ với cơ quan nhà nước, vì vậy trong các trường hợp, thương hiệu đã được đăng ký thì sử dụng ký hiệu này để thông tin cho người tiêu dùng biết là thương hiệu đó đã được pháp luật bảo hộ.

Phòng thông tin - ITPC

Mẹo tìm kiếm khách hàng mới

Dựa vào quá ít khách hàng có thể khiến việc kinh doanh của bạn dễ bị tổn thương - chỉ mất một người có thể dẫn đến một cuộc khủng hoảng dòng tiền. Bằng cách luôn nỗ lực để mang lại việc kinh doanh mới, bạn sẽ giảm nguy cơ thất bại và phát triển doanh nghiệp của mình một cách bền vững. Dưới đây là 09 lời khuyên để giúp bạn giành chiến thắng trong kinh doanh.

Hiểu khách hàng của bạn

Bạn không phải trả tiền cho nghiên cứu thị trường, nhưng bạn cần một ý tưởng tốt về thị trường mục tiêu của mình. Xây dựng hồ sơ của khách hàng tiềm năng - đặc biệt, suy nghĩ về những gì họ muốn và làm thế nào bạn có thể thu hút họ. Luôn luôn hướng đến việc cung cấp một cái gì đó độc đáo hoặc giá trị tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh của bạn.

Ưu đãi cho khách hàng hiện tại

Giảm giá khi mua hàng trong tương lai hoặc thậm chí hoa hồng, nếu khách hàng hiện tại của bạn giới thiệu khách hàng mới cho bạn. Khuyến nghị truyền miệng là hình thức quảng cáo mạnh mẽ nhất, vì vậy hãy vượt qua sự mong đợi của khách hàng nếu có thể.

Làm mới hình ảnh của bạn

Biểu hiệu hoặc logo doanh nghiệp của bạn trông khá cũ? Trang web của bạn cần phải sửa chữa? Chiến lược tiếp thị trực tuyến của bạn có hiệu quả? Đây có phải là thời gian để đổi thương hiệu hoặc thậm chí đổi tên doanh nghiệp của bạn?

Quay trở lại vấn đề cơ bản

Đặt tờ rơi trong các cửa hàng địa phương. Phân phát tờ rơi và giới thiệu. Chiến dịch thư trực tiếp hoặc chiến dịch



Ảnh TL

tiếp thị qua email cũng có thể là một cách hiệu quả để tiếp cận các khách hàng tiềm năng mới; hãy chắc chắn tuân thủ các quy tắc bảo vệ dữ liệu nếu bạn đi con đường này.

Quảng cáo trong ngân sách

Chiến lược quảng cáo của bạn có thể cải thiện? Cung cấp quảng cáo miễn phí trên trang web của bạn cho những người không phải là đối thủ, người sẽ để lại lời khen. Nếu bạn trả tiền cho quảng cáo, hãy cố gắng thương lượng mức giá rẻ hơn. Quảng cáo trả tiền cho mỗi lần nhấp trực tuyến có thể được hướng đến mục tiêu và hiệu quả về chi phí.

Nhận tin tức

Cố gắng để có mặt trong tờ báo địa phương hoặc báo chí thương mại trong lĩnh vực của bạn. Bạn sẽ cần một câu chuyện đáng chú ý, hoặc bạn có thể đóng vai một chuyên gia để nhận xét về ngành công nghiệp của bạn.

Mạng lưới

Đi đến các sự kiện thương mại và nói chuyện với càng nhiều người càng tốt. Tham gia vào các hiệp hội và sự kiện kinh doanh địa phương. Việc tham gia chặt chẽ trong cộng đồng địa phương sẽ tốt cho việc kinh doanh của bạn? Mạng trực tuyến cũng có thể tạo ra doanh số.

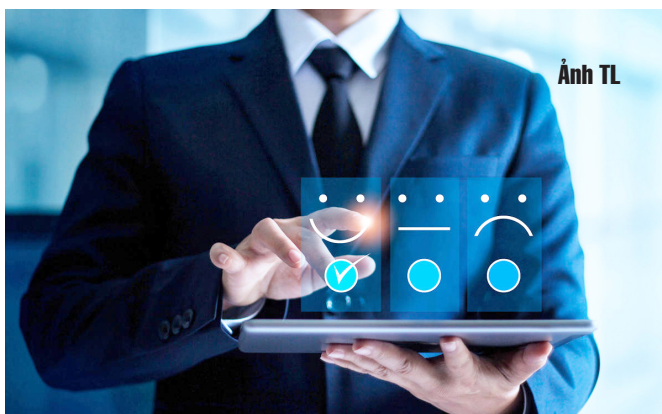
Tìm kênh bán hàng mới

Có lẽ đã đến lúc bắt đầu bán hàng trực tuyến, cho dù bạn chưa sẵn sàng. Điều này có thể cho phép bạn tiếp cận nhiều khách hàng hơn và bán hàng liên tục không ngừng ngày đêm.

Đặt mục tiêu

Để đánh giá mức độ thành công của việc kinh doanh mới của bạn, bạn sẽ cần các mục tiêu điểm chuẩn. Ví dụ: bạn có thể đặt mục tiêu thu hút đủ khách hàng mới để tăng lợi nhuận 10% trong 12 tháng. Hãy nhớ giữ cho mục tiêu của bạn thực tế.

Phòng Thông tin - ITPC



Ảnh TL

Cam kết về quyền kinh doanh và quyền phân phối dược phẩm trong EVFTA



Ảnh TL

Cam kết về quyền kinh doanh

Trong EVFTA, Việt Nam cam kết:

- Cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư EU được nhập khẩu dược phẩm vào Việt Nam;

- Các doanh nghiệp này không được tham gia bán buôn hay bán lẻ dược phẩm, và chỉ được bán lại cho doanh nghiệp được cấp phép quyền phân phối (bán buôn) dược phẩm ở Việt Nam;

- Cho phép các doanh nghiệp này xây dựng kho để bảo quản thuốc nhập khẩu, thực hiện nghiên cứu lâm sàng/ kiểm nghiệm để đảm bảo dược phẩm phù hợp với

người dân Việt Nam, thực hiện giới thiệu thông tin về thuốc nhập khẩu cho cán bộ y tế phù hợp với quy định của Việt Nam.

Về bản chất các cam kết này không có gì mới so với cam kết WTO mà Việt Nam hiện đang tuân thủ. Tuy nhiên, các cam kết này làm rõ hơn quyền của doanh nghiệp có vốn đầu tư EU, giải quyết các nội dung gây cách hiểu khác nhau trong cam kết WTO. Do đó, với các cam kết này, đầu tư của EU vào Việt Nam để nhập khẩu dược phẩm được cho là sẽ thuận lợi hơn.

Cam kết về quyền phân phối

Việt Nam đã mở cửa gần như hoàn toàn dịch vụ phân phối (bán buôn, bán lẻ) cho nhà đầu tư nước ngoài, trong đó có nhà đầu tư EU từ cam kết WTO. EVFTA tiếp tục mở cửa thêm lĩnh vực này.

Tuy nhiên, trong EVFTA, Việt Nam vẫn giữ mức cam kết WTO về loại hàng hóa được phép phân phối trong các cơ sở bán buôn, bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài, theo đó:

- Các cơ sở này không được phép bán 09 nhóm hàng hóa, trong đó có dược phẩm;

- Các cơ sở này vẫn được quyền bán các sản phẩm bổ dưỡng phi dược phẩm dưới dạng viên nén, viên con nhộng hoặc bột.

Như vậy, EVFTA không tạo ra tác động nào mới đối với thị trường phân phối dược phẩm từ góc độ này.

Phòng Thông tin - ITPC

Những cơ sở thực tế cho góc nhìn tích cực

TRONG HOÀN CẢNH KHÓ KHĂN CHUNG ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ DO ĐẠI DỊCH COVID MANG LẠI, KẾT QUẢ TỪ NHỮNG BÁO CÁO VẪN CÓ NHỮNG ĐIỂM SÁNG LÀ CƠ SỞ THỰC TẾ CHO MỘT GÓC NHÌN TÍCH CỰC. NHÌN TÍCH CỰC, NGHĨ TÍCH CỰC ĐỂ KỶ VỌNG VÀO MỘT BƯỚC PHÁT TRIỂN MẠNH MẼ SAU ĐẠI DỊCH.

Cơ sở thứ nhất là con số vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam trong 8 tháng qua: gần 20 tỉ USD! Báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho biết con số chính xác là tính đến hết ngày 20.8, tổng vốn đăng ký cấp mới, điều chỉnh và góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt 19,54 tỉ USD. So với cùng kỳ năm ngoái, tuy con số này giảm đến gần 14% nhưng ý nghĩa tích cực nằm ở chỗ, xét trong bối cảnh kinh tế toàn cầu suy giảm mạnh do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 thì kết quả này theo Cục Đầu tư nước ngoài là “tốt hơn nhiều quốc gia khác, thể hiện sức

hấp dẫn của Việt Nam trong mắt giới đầu tư quốc tế”.

Phân tích cụ thể hơn con số 19,54 tỷ USD, phần giảm thuộc về vốn góp mua cổ phần đạt 4,93 tỉ USD, bằng 52% so cùng kỳ năm ngoái. Còn lại tổng vốn đầu tư mới lại đạt 9,73 tỉ USD, tăng 6,6% so cùng kỳ, vốn điều chỉnh tăng thêm đạt gần 4,88 tỉ USD tăng hơn 22%.

Như vậy, bên cạnh việc gia tăng vốn đầu tư mới và vốn điều chỉnh trong hoàn cảnh đại dịch thì điều mà nhiều người bày tỏ lo ngại về việc các doanh nghiệp trong nước bị thu tóm do khó khăn trong đại dịch thực sự đã không xảy ra.

Đó là phân tích từ con số. Nhìn

từ thực tế các hàng đổ tiền vào đầu tư ở Việt Nam thời gian qua, các chuyên gia cho rằng “Đã có dấu hiệu chuyển dịch vốn”. Báo Thanh niên ngày 29.8.2020 nêu rõ, theo chuyên gia đầu tư Nguyễn Nam Sơn, đã có sự dịch chuyển đầu tư từ Trung Quốc vào Việt Nam khá rõ rệt trong năm nay. Đặc biệt, rất nhiều nhà đầu tư chuyển vốn mua cổ phần, góp vốn vào các công ty Việt Nam qua quỹ đầu tư. “Con số 15 công ty của Nhật rời Trung Quốc về Việt Nam được truyền thông quốc tế đưa tin cũng là tín hiệu tốt, rất tốt cho thu hút đầu tư nước ngoài trong thời điểm này. Tôi nghĩ những tin này rất tốt và đáng trân trọng. Việt Nam chưa có “đại bàng” bay về, nhưng nhiều con chim nhỏ chọn Việt Nam làm tổ trong lúc này cũng là điều đáng quý”, ông Sơn phân tích.

Một điểm trừ cho dấu hiệu tích cực này là các dự án đầu tư lớn đề diễn ra ở ngoài TP.HCM. Trên địa bàn thành phố, tính đến 20.8.2020, tổng số vốn đầu tư nước ngoài vào thành phố là 2,62 tỷ USD giảm 31,2% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, đăng ký cấp mới đầu tư có 669 dự án với tổng số vốn là 393,2 triệu USD, so với cùng kỳ số dự án giảm 18%, số vốn giảm 47,9%; Điều chỉnh vốn đầu tư với 143 lượt dự án với số vốn tăng thêm là 243,1 triệu



ITPC tổ chức "Hội nghị Xúc tiến Đầu tư vào Thành phố Hồ Chí Minh năm 2019"

USD, vốn giảm 42% so cùng kỳ năm trước; Góp vốn mua cổ phần có 2.682 trường hợp với tổng vốn đạt 1.983,5 triệu USD giảm 26,1% so với cùng kỳ năm trước.

Cơ sở thứ hai là thông tin từ cuốn sách mới của Ngân hàng Thế giới (WB) mang tên “*Năng suất toàn cầu: Xu hướng, động lực và chính sách*”. Dựa trên năng suất của 97 nền kinh tế kể từ năm 2000, WB xác định 5 nhóm nước, trong đó có ba nhóm rơi vào các nước khá nghèo, nhóm thứ tư gồm một số nền kinh tế lớn có tiềm năng như Argentina, Brazil, Indonesia, Mexico và Nam Phi. Nhóm thứ năm là nhóm thành công nhất bao gồm tất cả các nền kinh tế phát triển cũng như 16 thị trường mới nổi hiện nay như Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia, Thái Lan và **Việt Nam**... Thậm chí trong nhóm thứ năm, các tác giả của cuốn sách trên nhận định những nước nghèo hơn có xu hướng phát triển nhanh hơn những thành viên giàu có, với tốc độ có thể làm khoảng cách năng suất giảm một nửa sau mỗi 48 năm. Đại dịch Covid-19 sẽ kìm hãm đầu tư, rút ngắn chuỗi cung ứng nhưng cũng có thể kích thích cải cách cơ cấu, thúc đẩy sự thay thế các máy móc đó bằng các công nghệ mới hơn trong quá trình phục hồi...

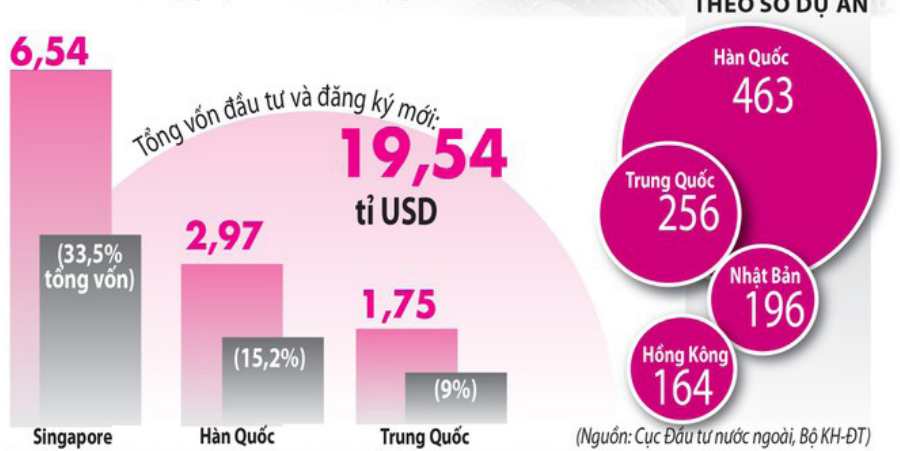
Trên báo Thanh niên, ông Đỗ Thiên Anh Tuấn, giảng viên chính sách công Trường Đại học Fulbright, nhận định, nhìn xuyên suốt trong nhiều thập niên qua, nhất là gần 35 năm đổi mới, Việt Nam đã đạt được thành công trên nhiều phương diện. Đặc biệt khi đại dịch Covid-19 bùng nổ thì Việt Nam vẫn là nền kinh tế duy trì tăng trưởng dương (GDP) 1,81% trong 6 tháng đầu năm 2020, trong khi nhiều nước trên thế giới suy giảm nghiêm trọng, thậm chí tụt sâu.

(Tổng hợp từ báo Thanh niên; Báo cáo của Bộ Kế hoạch-Đầu tư; Tổng cục thống kê; Cục Thống kê TP.HCM)

Những nhà đầu tư lớn vào Việt Nam

(8 tháng năm 2020)

Theo vốn đầu tư (đăng ký cấp mới, điều chỉnh và góp vốn, mua cổ phần) (tỉ USD)



Kể cả về phương diện chống dịch, Việt Nam đã ngăn chặn được ảnh hưởng lớn với chi phí thấp. Hơn nữa, việc duy trì được đà tăng trưởng GDP trên 7%/năm trong nhiều năm qua khiến Việt Nam có được “của để dành”. Không gian tài khóa của Việt Nam được cải thiện đáng kể như bội chi ngân sách năm 2019 kéo giảm còn dưới 3,5% GDP hay quy mô nợ công giảm còn 54 - 55% GDP... Bản thân các doanh nghiệp và người dân đều có hoạt động, công việc làm ổn định và nguồn tích lũy qua nhiều năm cao hơn. Nhờ đó, Việt Nam có nguồn lực vượt qua giai đoạn khó khăn như hiện nay. Mặc dù sụt giảm nhưng sức cầu của nền kinh tế vẫn được duy trì, người dân từ mua sắm truyền thống chuyển sang thương mại trực tuyến, đầu tư công được thúc đẩy mạnh và kỳ vọng những tháng cuối năm sẽ tăng tốc để hoàn thành kế hoạch.

Cơ sở thứ ba là thông tin TTXVN vừa đăng, theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong 8 tháng, cả nước có 86 dự án được cấp mới giấy chứng nhận đầu tư ra nước ngoài với tổng số vốn đầu tư của phía Việt Nam là 218,4 triệu USD; có 25 lượt dự án điều chỉnh vốn với số vốn

tăng thêm đạt 111,8 triệu USD.

Tính chung tổng vốn đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài gồm vốn cấp mới và tăng thêm trong 8 tháng đạt 330 triệu USD, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm trước.

Trong số đó, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 225,7 triệu USD, chiếm 68,4% tổng vốn đầu tư; dịch vụ lưu trú và ăn uống đạt 39,6 triệu USD, chiếm 12%; bán buôn và bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác đạt 19,6 triệu USD, chiếm 5,9%.

Trong 8 tháng có 24 quốc gia và vùng lãnh thổ nhận đầu tư của Việt Nam; trong đó Đức là nước dẫn đầu với 92,6 triệu USD, chiếm 28%; Lào 86,7 triệu USD, chiếm 26,3%; Myanmar 44,6 triệu USD, chiếm 13,5%; Hoa Kỳ 40,8 triệu USD, chiếm 12,3%.

Đại dịch Covid vẫn đang hoành hành ở nhiều nơi trên thế giới đầy nhiều nên kinh tế đi vào khó khăn, khủng hoảng, thậm chí suy thoái. Tuy nhiên, thực tế ở Việt Nam 8 tháng qua, chỉ tính riêng trong xúc tiến đầu tư, vẫn có những cơ sở thực tế cho một góc nhìn tích cực, kỳ vọng sẽ có bước phát triển mạnh mẽ sau khi đại dịch bị không chế hoàn toàn.

Phòng Thông tin - ITPC



Các nhà bán lẻ Nhật Bản khuấy động thị trường Việt Nam bất chấp đại dịch

Trong khi hầu hết các doanh nghiệp phải thu hẹp quy mô kinh doanh trong mùa Covid-19 và nhường mặt bằng bán lẻ cho chủ đất, thì các nhà bán lẻ Nhật tiếp tục mở rộng thị trường tại Việt Nam.

Cuối tháng 7, thương hiệu bán lẻ Nhật Bản Muji khai trương cửa hàng pop-up đầu tiên tại tầng 1 TTTM Parkson, Quận 1, TP.HCM. Tại đây, hàng nghìn các sản phẩm được trưng bày như sản phẩm chăm sóc da và quần áo.

Giờ khai mạc ấn định là 9h30, nhưng các bạn trẻ đã đứng xếp hàng trước một tiếng. Cửa hàng này lần lượt tiếp 15 khách trong 30 phút và yêu cầu mọi người đứng giãn cách.

Theo Thời Báo Kinh Tế Sài Gòn, cửa hiệu chính thức của Muji sẽ khai trương tại trung tâm Parkson Lê Thánh Tôn vào cuối năm nay.

Miki House, thương hiệu thời trang trẻ em cao cấp, đã khai trương lần đầu tiên ở Việt Nam, cụ thể là tại Trung tâm mua sắm Akuruhi (TP.HCM) trong đợt bùng dịch thứ nhất.

Chỉ vài ngày sau, thương hiệu thời trang nổi tiếng Nhật Bản Uniqlo mở cửa hiệu đầu tiên ở tòa nhà Vincom Phạm Ngọc Thạch, một trong những khu thời trang lớn nhất của thủ đô Hà Nội. Hãng này từng mở cửa tại TP.HCM vào năm ngoái và hiện đã có hai tiệm.

Trong khi đó, hãng Matsumoto Kiyoshi cũng có kế hoạch khai trương tại Việt Nam trong thời gian tới. Như vậy, những cửa hiệu mới tiếp tục góp mặt vào loạt danh sách các nhà bán lẻ Nhật tại thị trường Việt Nam trong 5 năm qua.

Ông Hirai Shinji, Trưởng đại diện JETRO (Tổ chức Ngoại thương Nhật Bản), cho biết tổ chức này nhận thấy sự gia tăng đáng kể trong đầu tư Nhật Bản vào các lĩnh vực phi sản xuất tại Việt Nam gần đây. Trong đó, bao gồm các khoản đầu tư của nhà bán lẻ, chẳng hạn như Aeon, Family Mart, MiniStop và 7-Eleven.

Việt Nam ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các doanh nghiệp Nhật Bản nhờ vào tăng trưởng kinh tế bền vững và ổn định về chính trị.

Hãng Ryohin Keikaku bắt đầu

để mắt đến thị trường Việt Nam cách đây 3 năm và chính thức công khai kế hoạch tham gia vào năm 2019.

Trong lúc cố gắng mở thêm nhiều cửa hàng mới tại Việt Nam, Muji vào đầu tháng 7 đã tuyên bố tái cơ cấu bộ phận kinh doanh tại Mỹ, đóng cửa các cửa hàng không mang lại lợi nhuận. Thương hiệu này cũng chịu áp lực tại quê nhà Nhật Bản với doanh số giảm 50% khi dịch bệnh lên đến đỉnh điểm vào tháng 4 và tháng 5.

Hãng Miki House phải mất hẳn 5 năm chỉ để khảo sát thị trường Việt Nam và chọn đối tác.

Ông Phan Thanh Tân, Chủ tịch nhân hiệu Akuruhi, cho biết nếu cửa hàng đầu tiên thành công, công ty này sẽ mở thêm hai cửa hàng tại TP.HCM, đồng thời xem xét khai trương tại Hà Nội và Đà Nẵng.

Văn phòng Tổng cục Thống kê (GSO) khẳng định, bất chấp đại dịch Covid-19, doanh thu bán hàng và dịch vụ tại Việt Nam trong 7 tháng đầu năm đã tăng 3,6% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 2,188 nghìn tỷ đồng.

(Nguồn: Vietnamnet) - Phòng Thông tin - ITPC

SAY HELLO IN ENGLISH



Lời chào là đầu câu chuyện. Bạn đã biết bao nhiêu cách chào hỏi bằng tiếng Anh rồi? Thực tế lời chào hỏi sẽ khác nhau với từng đối tượng, từng hoàn cảnh khác nhau. Hãy cùng tìm hiểu nhé!

PHẦN B: Informal General Greetings – Lời chào thân thiện

1. HI/HEY

Ví dụ:

Sue: Hello, Sue.

Sarah: Hi, Sarah.

Đối với những người thật sự thân thiết, người Anh sẽ dùng từ “Hey” để chào hỏi. Đây là lời chào chỉ sử dụng cho người thật sự thân với bạn, bởi nó là loại lời chào ít trang trọng nhất. Lời chào này phù hợp với những người bạn gặp hằng ngày, những người bạn có mối quan hệ tốt trong công việc, những người cùng cấp hoặc những người nhỏ tuổi hơn bạn.

2. HOW ARE YOU? / HOW ARE YOU DOING? / HOW IS IT GOING?

Trong giao tiếp tiếng Anh, khi dùng những câu hỏi này, người ta thường đáp lại bằng những tin tức mang tính tích cực hoặc chung chung.

Một số câu trả lời thông dụng:

- Fine, thanks. And you?
- Great! You?
- Hi, Joe. Good, thanks. How about you?
- Doing well. How have you been?
- Not bad, you?
- Nothing to complain about!

Đôi khi trong một số trường hợp, người ta sẽ đáp lại bằng chính câu hỏi này.

Ví dụ: khi bạn chào họ: “Hi Sue, how are you?” – họ sẽ đáp lại: “Hi Daniel, how have you been?”.

Đôi khi những câu hỏi này chỉ là một lời chào lịch sự, và bạn không nhất thiết phải trả lời nó một cách cụ thể.

3. GOOD TO SEE YOU / IT'S GREAT TO SEE YOU / NICE TO SEE YOU

Nếu không phải là lần đầu gặp mặt thì đây là những lời chào thích hợp khi bạn không gặp người này trong một khoảng thời gian nhất định hoặc bạn vô tình gặp họ ở đâu đó.

Những tình huống có thể sử dụng:

- Ngay sau khi nói lời chào: *“Hi, Sue. It's great to see you.”*

- Là một phần trong việc kết thúc cuộc chuyện trò ngắn của bạn, trước khi tạm biệt: *“Goodbye, Sue. Nice to see you!”*

4. LONG TIME NO SEE / IT'S BEEN AWHILE / WHEN WAS THE LAST TIME WE SAW EACH OTHER?

Những mẫu câu này được sử dụng khi bạn không gặp ai đó trong một thời gian dài, thể hiện việc bạn rất vui mừng khi gặp họ.

5. HOW HAVE YOU BEEN? / HOW HAVE THINGS BEEN GOING (SINCE I LAST SAW YOU)? / WHAT HAVE YOU BEEN UP TO?

Có rất nhiều cách để hỏi tình hình của một người nào đó, thay vì chỉ dùng “How are you?”, hãy thử những cách trên để có thể bắt đầu câu chuyện của bạn một cách thân thiện nhất có thể.

Một vài trường hợp hỏi đáp tiêu biểu:

- *Great thanks. Did you know our office is moving to another place next month?*

- *Doing well. We've just getting back to work after a long holiday. And how about you?*

- *Nothing to complain about! Our restaurant is going good, but still not find any thing new for it. What about you?*

Phòng Thông tin - ITPC

Việt Nam xuất siêu gần 12 tỷ USD trong 8 tháng

Theo Tổng cục Thống kê, diễn biến phức tạp của dịch Covid-19 ở trong nước và trên thế giới tiếp tục ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động xuất, nhập khẩu của Việt Nam. Cán cân thương mại hàng hóa 8 tháng ước tính xuất siêu 11,9 tỷ USD.

Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tháng 8/2020 ước tính đạt 26,5 tỷ USD, tăng 6,5% so với tháng trước, chủ yếu do Công ty Samsung đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm phiên bản mới Note 20. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 9,5 tỷ USD, tăng 4%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 17 tỷ USD, tăng 8%. So với cùng kỳ năm trước, kim ngạch xuất khẩu tháng 8/2020 tăng 2,5%, trong đó khu vực kinh tế trong nước tăng 18,3%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) giảm 4,6%.

Tính chung 8 tháng năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước tính đạt 174,11 tỷ USD, tăng 1,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước tiếp tục là điểm sáng với kim ngạch xuất khẩu đạt 60,80 tỷ USD, tăng 15,3%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 113,31 tỷ USD (chiếm 65,1% tổng kim ngạch xuất khẩu), giảm 4,5%.

Đáng chú ý, trong 8 tháng có 27 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 89,7% tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, điện thoại và linh kiện đạt 31,5 tỷ USD, chiếm 18,1% tổng kim ngạch xuất khẩu,

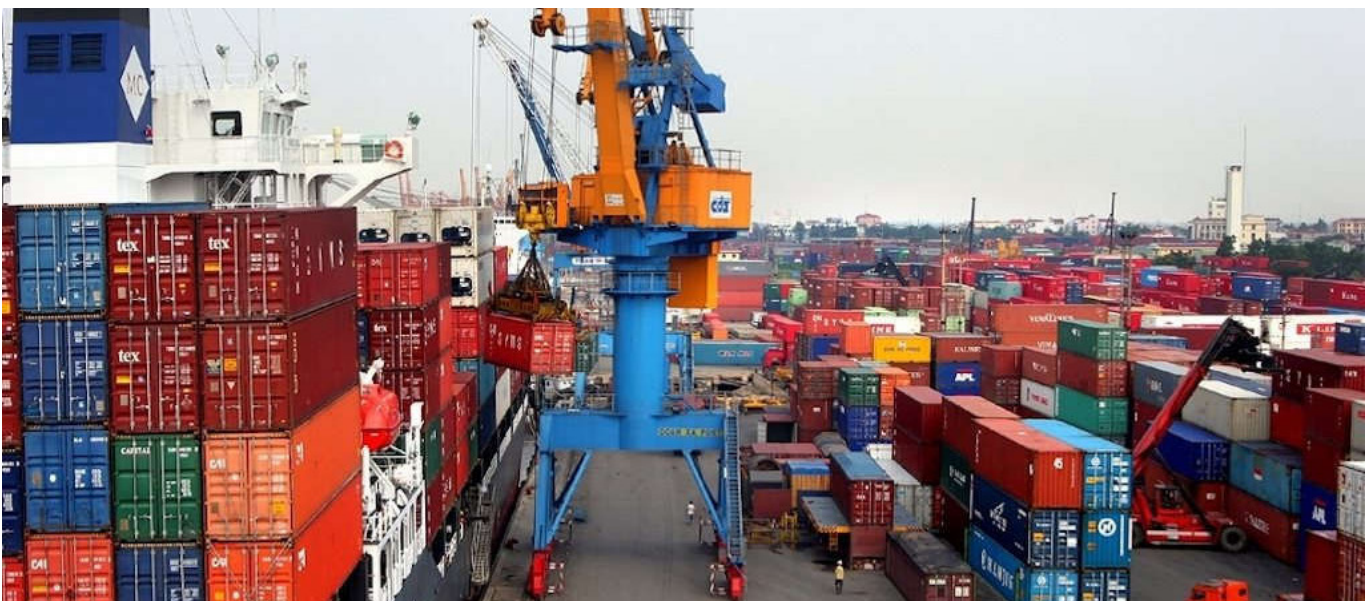
giảm 5,5% so với cùng kỳ năm trước; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 27,6 tỷ USD, tăng 24,8%; hàng dệt may đạt 19,2 tỷ USD, giảm 11,6%; máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng đạt 15,1 tỷ USD, tăng 31,9%; giày dép đạt 10,9 tỷ USD, giảm 8,6%...

Về thị trường hàng hóa xuất khẩu, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong 8 tháng với kim ngạch đạt 46,7 tỷ USD, tăng 19% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp đến là Trung Quốc đạt 27 tỷ USD, tăng 13%. Thị trường EU đạt 22,9 tỷ USD, giảm 4%. Thị trường ASEAN đạt 15 tỷ USD, giảm 13,6%. Hàn Quốc đạt 12,6 tỷ USD, giảm 1,5%. Nhật Bản đạt 12,5 tỷ USD, giảm 6,1%.

Tổng cục Thống kê cũng cho biết, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa tháng 8/2020 ước tính đạt 23 tỷ USD, tăng 4,1% so với tháng trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 10,3 tỷ USD, tăng 0,2%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 12,7 tỷ USD, tăng 7,5%.

So với cùng kỳ năm trước, kim ngạch nhập khẩu tháng 8/2020 ước tính tăng 2,8%, trong đó khu vực kinh tế trong nước tăng 13,5%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài giảm 4,4%.

Tính chung 8 tháng năm 2020, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa ước tính đạt 162,21 tỷ USD, giảm 2,2% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 72,05 tỷ USD, tăng 2,9%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 90,16 tỷ USD, giảm 6,0%.



Ảnh TL

(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.

Văn phòng công chứng Nguyễn Hữu Hùng
Địa chỉ: D20/4/2B, ấp 4, xã Vĩnh Lộc B, huyện Bình Chánh, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: 09161 89161
Email: congchungviennhhung2010@gmail.com
Website: vpcongchungnguyenhuuhung.com

*** 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.

TIN VĂN

❖ Bộ Công thương cho biết, trong vòng một tháng kể từ ngày 1 đến 31-8-2020 tính từ khi EVFTA chính thức vận hành, các tổ chức được ủy quyền đã cấp trên 7.200 bộ chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) mẫu EUR.1 với kim ngạch 277 triệu USD đi 28 nước EU. Các mặt hàng đã được cấp C/O mẫu EUR.1 chủ yếu là giày dép, thủy sản, nhựa và các sản phẩm nhựa, cà phê, hàng dệt may, túi xách, vali, rau quả, sản phẩm mây, tre, đan. Thị trường nhập khẩu đa phần là các nước có cảng biển và trung tâm phân phối, trung chuyển của EU như Bỉ, Đức, Hà Lan, Pháp, Anh. (Tuổi trẻ, 03/9)

❖ Tổng giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đạt 6,005 tỷ USD trong 7 tháng đầu năm 2020, tăng 8% so với cùng kỳ 2019. Trong 7 tháng đầu năm 2020, các thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trọng điểm của Việt Nam gồm: Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và Châu Âu. Giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang 5 thị trường này chiếm 90% tổng giá trị xuất khẩu của cả nước. Sự tăng trưởng chủ yếu có được nhờ thị trường Mỹ, khi giá trị xuất khẩu đạt 3,23 tỷ USD, tăng 25% so với cùng kỳ năm 2019, chiếm 54% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. (VTV, 03/9)

❖ Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam, tính đến hết tháng 7/2020, tổng giá trị XK cá tra sang thị trường Mỹ đạt 133,7 triệu USD, giảm 20,2% so với cùng kỳ năm trước. Nhưng trong tháng 7 này, giá trị XK cá tra sang thị trường này đã tăng nhẹ 4,4%. (Báo Hải quan, 01/9)



Phát hành hóa đơn điện tử

Chúng tôi kính nhờ Cục Thuế TP HCM - Phòng tuyên truyền hỗ trợ đối tượng người nộp thuế giải đáp vướng mắc cho chúng tôi về phát hành hóa đơn điện tử.

Thông tư 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 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 32 hay thông tư 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 32/2011/TT-BTC hay theo thông tư 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

Phí mượn hồ sơ Tài sản đảm bảo

Bên ngân hàng chúng tôi có thu phí quản lý tài sản đảm bảo, mượn hồ sơ tài sản đảm bảo. Cho hỏi các phí này có thuộc đối tượng chịu thuế GTGT không ạ?

Trả lời:

Căn cứ Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế GTGT thì các khoản thu phí quản lý tài sản đảm bảo, mượn hồ sơ đảm bảo thuộc đối tượng chịu thuế GTGT với thuế suất thuế GTGT là 10%.

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

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.



Dịch vụ trọn gói

Tổ chức: sự kiện thương mại - đầu tư; hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo; huấn luyện - đào tạo; đoàn khảo sát thị trường; các hoạt động truyền thông tiếp thị; kết nối doanh nghiệp - chính quyền - nhà đầu tư.

Tư vấn: hoạt động thương mại - đầu tư; mở văn phòng; lập dự án; xây dựng thương hiệu

Cung cấp: thông tin cho doanh nghiệp nước ngoài; dịch vụ phòng họp.

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; vexa.vn