



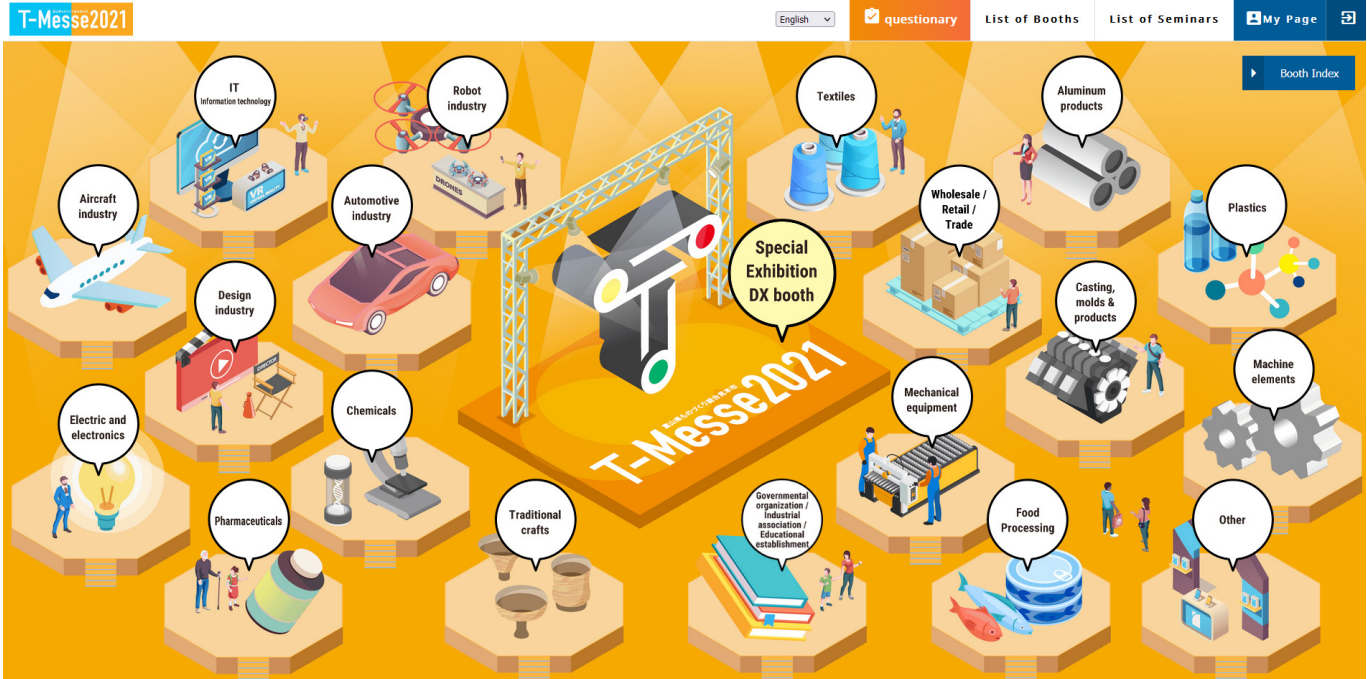
**BẢN TIN**

www.itpc.gov.vn

# XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 35 (930) NGÀY 01.11.2021



## ITPC tham gia hội chợ trực tuyến T-Messe 2021, Nhật Bản Giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và thích nghi với Covid-19 (trang 05)

**Thị trường Thụy Điển: Các quy định về thương mại và hải quan (trang 08)**

**Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư (trang 09)**

**EVIPA đảm bảo dòng vốn FDI trong trung và dài hạn (trang 10)**

**Xuất khẩu hải sản 9 tháng đầu năm 2021 đạt 2,4 tỷ USD (trang 12)**

**CHUYỂN ĐỔI MÔ HÌNH KINH DOANH SỐ**

Chuyển đổi MHKD số hóa giúp tạo thêm các lớp doanh thu/lợi nhuận

Thư viện thời trang mong muốn tạo ra từ quần áo không giới hạn cho phụ nữ. Với vô số lựa chọn có sẵn, phụ nữ sẽ thể hiện bản thân tự do hơn - dù đó là diện mạo đặc biệt cho sự kiện lớn hay trang phục bình thường hàng ngày của họ.

**GIÁ TRỊ CỦA CHÚNG TÔI**  
Thư viện thời trang giúp người phụ nữ không bao giờ mặc cùng một bộ trang phục 2 lần, lựa chọn dễ dàng với mức giá cực kỳ cạnh tranh, giao hàng ngay trước cửa nhà.

Doanh số bán  
Chi thuê  
Chiếm với sau sinh  
Bán lẻ Ananda  
CLB Phụ nữ  
Trưởng học  
Hàng hóa khác  
Đặc biệt  
CLB đầu tư

**FL FASHION LIBRARY**

IPO 4,000 m

Mô hình kinh doanh của bạn có bao nhiêu lớp lợi nhuận?

**Quản trị doanh nghiệp thông minh, việc cần làm khi doanh nghiệp trở lại hoạt động (trang 04)**

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

**TRỤ SỞ**

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

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

**Điện thoại:** (028) 3823 6738

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** itpc@itpc.gov.vn

**Website:** www.itpc.gov.vn



**TRANG FACEBOOK CHÍNH THỨC  
CỦA ITPC**

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



**GIẤY PHÉP XUẤT BẢN**

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

# SỐ 35

## 11.2021



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

Triển lãm - Hội chợ “Kinh tế - quốc  
phòng trong kỷ nguyên công nghệ  
số” năm 2021 trên không gian mạng  
(VIDEX 2021)

ITPC và FFA tổ chức “Tuần lễ triển  
lãm sản phẩm ngành lương thực, thực  
phẩm năm 2021”

04. Quản trị doanh nghiệp thông  
minh, việc cần làm khi doanh nghiệp  
trở lại hoạt động

05. Hội chợ Thương mại Công  
nghiệp, Sản xuất - Toyama T- Messe  
2021 (Nhật Bản): Giải pháp thúc đẩy  
tăng trưởng kinh tế và thích nghi với  
Covid -19

### 06 CHUYÊN ĐỀ

Thị trường Thụy Điển: Các quy định  
về thương mại và hải quan

08. Mẹo tìm kiếm khách hàng mới

### 09 TIÊU ĐIỂM

Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn  
đối với các nhà đầu tư



10 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM  
EVIPA đảm bảo dòng vốn FDI trong  
trung và dài hạn

11 ENGLISH FOR YOU  
E-commerce(\*)

### 12 TIN VEXA

Xuất khẩu hải sản 9 tháng đầu năm  
2021 đạt 2,4 tỷ USD

### 13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty Cổ phần Công nghệ Thực  
phẩm Labay





# Triển lãm - Hội chợ “Kinh tế - quốc phòng trong kỷ nguyên công nghệ số” năm 2021 trên không gian mạng (VIDEX 2021)

**C** hương trình dành cho quý doanh nghiệp quan tâm đến các sản phẩm kinh tế - quốc phòng, an ninh và các ngành hàng khác.

❖ **Mục tiêu:** Triển lãm tập trung vào tổ chức các hoạt động hội chợ với các gian hàng 2 chiều (2D), 3 chiều (3D), Triển lãm - Hội chợ còn có các chương trình trình diễn, kết nối cung - cầu trực tuyến, nhằm kết nối cung - cầu, xúc tiến, quảng bá cho các doanh nghiệp có nhu cầu; nâng cao hiệu quả hoạt động giao thương,

## Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4565

Liên hệ chuyên viên Phương Anh (0932 167 916 , anhlp@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

xúc tiến thương mại cho các đơn vị, doanh nghiệp trong nước với các tập đoàn, doanh nghiệp nước ngoài (Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga, Đức, Anh, Pháp, Mỹ,...)

❖ **Hình thức:** Triển lãm thực tế

ảo (virtual exhibition), kết nối giao thương, hội thảo trực tuyến

❖ **Thời gian:** 14/12 - 17/12/2021.

❖ **Chi phí:** Gian hàng 2 chiều (2D) do ban tổ chức tài trợ.

**Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC**

## ITPC và FFA tổ chức “Tuần lễ triển lãm sản phẩm ngành lương thực, thực phẩm năm 2021”



**S** áng ngày 22/10/2021, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã có buổi làm việc với Ban lãnh đạo Hội Lương thực thực phẩm TP.HCM (FFA). Đại diện ITPC có ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách. Đại diện FFA là bà Lý Kim Chi, Chủ tịch Hội.

Tại buổi làm việc, hai bên đánh giá cao những hoạt động phối hợp giữa ITPC và FFA đã diễn ra hiệu quả trong các hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp.

Tại buổi làm việc, ITPC và FFA đã cùng trao đổi và đi đến thống nhất phối hợp tổ chức “Tuần lễ triển lãm sản phẩm ngành lương thực, thực phẩm năm 2021”. Thời gian dự kiến từ 13 - 19/12/2021, tại Showroom Xuất khẩu ITPC, 92-96 Nguyễn Huệ, Quận 1.

Hiện nay công việc chuẩn bị cho sự kiện này đang được xúc tiến khẩn trương. Bản tin ITPC sẽ thường xuyên thông tin về sự kiện này để giúp doanh nghiệp nắm được nội dung, lịch trình sự kiện.

**Phòng Dịch vụ - ITPC**

# Quản trị doanh nghiệp thông minh, việc cần làm khi doanh nghiệp trở lại hoạt động



Với mục tiêu giúp doanh nghiệp chủ động và sẵn sàng ứng biến trước những thay đổi của xã hội, thị trường, công nghệ... hạn chế tối đa tác động của dịch Covid-19, Hội Tin học TP.HCM (HCA) phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) cùng các Hội đối tác, doanh nghiệp công nghệ thông tin tổ chức chuỗi hội thảo trực tuyến “HCA Webinar: Chuyển đổi để thích ứng an toàn, linh hoạt với Covid-19”. Chuyên đề đầu tiên “Quản trị doanh nghiệp thông minh, việc cần làm khi doanh nghiệp trở lại hoạt động” ngày 28/10 đã thu hút gần 200 doanh nghiệp tham dự.

Hội thảo có sự tham gia chia sẻ của các diễn giả, chuyên gia: ông Cao Hoàng Anh, Phó Tổng Giám đốc, Công ty Cổ phần Đầu tư thương mại và Phát triển công nghệ FSI; ông Lê Văn Trung, Giám đốc Giải pháp ERP, Công ty BTM Global Consulting Việt Nam; ông Lâm Bảo Vương, Chuyên gia kỹ thuật, Công ty Cổ phần Tập đoàn HiPT; ông Trần Anh Tuấn, Giám đốc Công ty The Pathfinder kiêm nhà tư vấn FT Consulting (Singapore) & Connect New World.

Theo ông Vũ Anh Tuấn, Tổng Thư ký HCA chia sẻ, hiện nay không thể phủ nhận vai trò của công nghệ thông tin trong vận hành, quản trị doanh nghiệp, đặc biệt là giai đoạn “thích ứng an toàn, linh hoạt với COVID-19”. Chuỗi hội thảo trực tuyến “HCA Webinar: Chuyển đổi để thích ứng an toàn, linh hoạt với Covid-19” hứa hẹn mang đến nhiều góc nhìn thực tiễn từ các đối tác, doanh nghiệp CNTT triển khai thành công cũng như am hiểu về công nghệ mới thúc đẩy năng suất, giảm chi phí vận hành và tối ưu hóa lợi nhuận. Các giải pháp ứng dụng công nghệ, triển khai cách làm mới; phương thức tiếp cận mới; giúp doanh nghiệp linh hoạt đưa ra các phân tích, dự báo chính xác dựa trên dữ liệu thực từ đó đảm bảo

hoạt động sản xuất kinh doanh không bị gián đoạn trên các khía cạnh quản trị, tài chính, bán hàng đến nhân sự...

Tham gia hội thảo, ông Cao Hoàng Anh, Phó Tổng Giám đốc, Công ty Cổ phần Đầu tư thương mại và Phát triển công nghệ FSI cho biết: “Giải pháp WEONE là hệ thống tự động hóa doanh nghiệp. Số hóa quy trình công việc và quản lý giám sát trên không gian số, không giới hạn không gian và thời gian, giúp nhà quản trị nắm bắt thông tin điều hành công việc hiệu quả. Phần mềm quản lý công việc WEONE được sử dụng để quản lý công việc cá nhân và doanh nghiệp.”

Trong bối cảnh Covid diễn ra phức tạp, nhu cầu làm việc từ xa trở thành xu hướng mới. Chia sẻ tại hội thảo, ông Lâm Bảo Vương, Chuyên gia kỹ thuật, Công ty Cổ phần Tập đoàn HiPT cho biết: “Giải pháp “Cloud Virtual Desktop - VDI” sẽ mang điện toán đám mây đến với mọi người, người dùng có thể làm việc mọi lúc mọi nơi. Bên cạnh đó, giải pháp sẽ giảm được chi phí đầu tư các trang thiết bị, đơn giản hoá đội ngũ vận hành và tăng giá trị của doanh nghiệp vừa đảm bảo sức khỏe, vừa đảm bảo hoạt động của doanh nghiệp được diễn ra thông suốt.”

Với kinh nghiệm trong việc quản lý, tư vấn và triển khai các giải pháp

quản lý doanh nghiệp như ERP, CRM, Retail, E-commerce tại Việt Nam và Mỹ hơn 15 năm, ông Lê Văn Trung, Giám đốc Giải pháp ERP, Công ty BTM Global Consulting tư vấn: “Giải pháp Oracle Netsuite ERP cung cấp quy trình tổng thể và các chức năng để tổng hợp và đồng bộ dữ liệu từ nhiều nguồn thông tin vào một hệ thống duy nhất phục vụ nhu cầu riêng lẻ và đa dạng của các phòng ban khác nhau như nhân sự, tài chính, nhà kho, cung ứng, mua hàng, R&D... mà quá trình kinh doanh cần phải có. Giải pháp phù hợp hầu hết các loại hình doanh nghiệp ở các lĩnh vực khác nhau như sản xuất, bán sỉ, bán lẻ, dịch vụ...”

Với hơn 31 năm kinh nghiệm thực tiễn về tư vấn, hoạch định chiến lược, quản trị thương hiệu, phát triển franchise, xúc tiến thương mại và đầu tư quốc tế, tư vấn về khởi nghiệp, ông Trần Anh Tuấn, Giám đốc The Pathfinder cho biết: “Công nghệ là chìa khóa quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp phát triển kinh doanh, gia tăng khác biệt và tạo lợi thế cạnh tranh lâu dài. Mô hình kinh doanh số chính là nền tảng giúp doanh nghiệp chuyển đổi số thành công. Chuyển đổi mô hình kinh doanh, xu hướng tất yếu để giúp doanh nghiệp cải tiến hoạt động hậu Covid-19.”

**Phòng Huấn luyện - ITPC**



## Hội chợ Thương mại Công nghiệp, Sản xuất - Toyama T- Messe 2021 (Nhật Bản)

# Giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và thích nghi với Covid-19

**N**gày 28/10/2021, Hội chợ trực tuyến Thương mại Công nghiệp, Sản xuất - Toyama, Nhật Bản (T-Messe 2021) đã chính thức khai mạc. Chương trình diễn ra từ ngày 28/10 đến ngày 30/10/2021.

T-Messe 2021 là một trong sự kiện triển lãm chuyên ngành lớn của Nhật Bản, nơi gặp nhau của những công ty lớn đến từ các quốc gia phát triển cũng như cơ hội cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tìm kiếm cơ hội gia nhập chuỗi cung ứng toàn cầu. Hội chợ T-Messe 2021 năm nay diễn ra theo hình thức trực tuyến và quy tụ hơn 360 doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực: điện, điện tử, công nghiệp tự động, hóa dược, thực phẩm, thương mại... và các tổ chức kinh tế xã hội, các cơ quan chính quyền. Các đơn vị tham gia triển lãm đến từ các quốc gia có nền kinh tế phát triển: Nhật Bản, Hoa Kỳ, Nga, Trung Quốc và một số quốc gia Đông Nam Á như Thái Lan, Malaysia, Philippines, Indonesia, Myanmar, Việt Nam... Riêng Thành phố Hồ Chí Minh tham gia Hội chợ T- Messe 2021 với 7 đơn vị là đại diện tổ chức, doanh nghiệp như: Hội Cơ khí Điện TP.HCM (HAMEE); Công ty Cơ khí Duy Khanh, Công ty Thép Việt, Công ty Việt Sơn, Công ty Bích Hạnh, Công ty Saka và Công ty Nhuận Tiến dưới hình thức ngôi nhà chung do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phụ trách. Với mục tiêu thúc đẩy ngành công nghiệp hỗ trợ của Thành phố phát triển, do đó là lĩnh vực chủ yếu của TP.HCM tham gia chuyên về lĩnh vực này. Các doanh nghiệp TP.HCM tham gia với mong muốn tìm kiếm thêm đối tác để liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm đặc biệt các



**Mechanical and Electrical**  
**Ho Chi Minh City Mechanical and Electric Enterprises (HAMEE)**  
 History of Establishment  
 Year 2000 : Establishment of Ho Chi Minh City Mechanical and Electrical Association Campaigning Committee  
 2001 : Establishment of Ho Chi Minh City Mechanical and Electrical Enterprise Association (Decision No. 3259/QĐ-UB, May 31, 2001 )  
 Year 2008 : Approving the organization and operation charter of the Ho Chi Minh City Mechanical and Electrical Enterprise Association for

### Giao diện gian hàng của Thành phố Hồ Chí Minh

khách hàng cơ khí, công nghiệp ô tô của Nhật Bản.

Phát biểu khai mạc, ông Hachiro Nitta - Đại diện chính quyền tỉnh Toyama (Nhật Bản) đánh giá cao tính chất và quy mô của triển lãm lần này. Dịch bệnh Covid-19 diễn ra theo làn sóng, từng đợt ngày càng phức tạp trên phạm vi toàn cầu, làm đứt gãy chuỗi cung ứng sản xuất, sản phẩm công nghiệp mà kinh tế thế giới đã và đang đối diện. Việc hạn chế đi lại giữa các quốc gia đã ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế. Để thích ứng với tình hình mới, các doanh nghiệp cần có giải pháp đối phó với dịch bệnh và duy trì hoạt động nhằm từng bước vượt qua khó khăn. Thay đổi hình thức kết nối giao thương, thủ tục theo

chuẩn hóa quốc tế hiện đang được các tổ chức, hiệp hội doanh nghiệp trên toàn thế giới áp dụng. Giải pháp công nghệ, hình thức trực tuyến được xem như cầu nối hữu hiệu cho các doanh nghiệp tương tác, trao đổi để kết nối với nhau, góp phần duy trì chuỗi cung ứng và phục hồi kinh tế. Do vậy việc Hội chợ T-Messe 2021 được tổ chức theo hình thức trực tuyến là việc làm hết sức có ý nghĩa và quan trọng trong giai đoạn hiện nay.



Ông Nachiro – đại diện chính quyền tỉnh Toyama phát biểu khai mạc

Phòng Xúc tiến Đầu tư - ITPC

# Thị trường Thụy Điển

## Các quy định về thương mại và hải quan



### Thuế nhập khẩu

Thụy Điển áp dụng luật hải quan và các quy định nhất quán của EU. Nước này còn đánh thuế hải quan thông thường như bao quốc gia khác. Khi các sản phẩm vào EU, doanh nghiệp phải khai báo với hải quan dựa trên phân loại sản phẩm trong Danh mục mã số Hải quan chung của Liên minh châu Âu (CN). Danh mục CN được cập nhật và xuất bản hàng năm, và phiên bản mới nhất có thể được tìm thấy trên trang web của Ủy ban châu Âu.

Biểu thuế Hải quan EU, còn gọi là TARIC (Tarif Intégré de la Communauté), được thiết kế để hiển thị các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu hoặc xuất khẩu (trong một số trường hợp) từ lãnh thổ hải quan của EU. Các doanh nghiệp có thể tìm kiếm biểu TARIC theo quốc gia xuất xứ, Mã Hệ thống Hải hòa (HS) và mô tả sản phẩm trên trang web tương tác của Tổng cục Thuế và Liên minh Hải quan châu Âu. Biểu TARIC trực tuyến sẽ được cập nhật mỗi ngày.

Hầu hết các sản phẩm công nghiệp nhập khẩu vào Thụy Điển phải chịu thuế hải quan trong khoảng từ 0% - 15%. Thuế suất đối với thực phẩm có thể cao hơn vì chúng dựa trên trọng lượng của hàng hóa. Trị giá dùng

cho mục đích hải quan được lấy trực tiếp từ giá trị của giao dịch: giá sản phẩm, vận chuyển và bảo hiểm.

Các nhà nhập khẩu có thể nộp đơn xin giảm thuế hải quan hoặc miễn thuế nếu hàng hóa có nguồn gốc từ một quốc gia mà EU có thỏa thuận thương mại tự do, hoặc trong trường hợp:

- Nhập khẩu tạm thời (ví dụ: mục đích thử nghiệm hoặc triển lãm);
- Xử lý nội bộ, tức là một sản phẩm được nhập khẩu để gia công thêm, đóng gói lại và tái xuất khẩu; và
- Nhập khẩu dụng cụ khoa học.

Hầu hết hàng hóa nhập khẩu vào Thụy Điển đều phải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT). Thuế suất VAT chung là 25%, riêng đối với thực phẩm và một số dịch vụ nhất định có mức thấp hơn là 12% , còn sách và tạp chí định kỳ là 6%.

### Yêu cầu nhập khẩu và giấy tờ

Biểu TARIC là nhằm giúp các doanh nghiệp xác định xem có cần giấy phép cho một sản phẩm cụ thể hay không. Hơn nữa, Ủy ban châu Âu có lập ra một bộ phận hỗ trợ dịch vụ (helpdesk) về những hạn chế nhập khẩu của các sản phẩm khác nhau.



### ❖ Giấy tờ nhập khẩu

*Bộ chứng từ quản lý thống nhất*

Tài liệu tiêu chuẩn để khai báo cho hải quan là Bộ chứng từ quản lý thống nhất (SAD). SAD mô tả hàng hóa và sự di chuyển của chúng trên khắp thế giới và rất cần thiết cho thương mại bên ngoài EU hoặc thương mại hàng hóa không thuộc về EU. Hàng hóa được đưa vào lãnh thổ hải quan EU, kể từ thời điểm nhập cảnh, phải chịu sự giám sát của hải quan cho đến khi hoàn thành thủ tục hải quan. Doanh nghiệp sẽ phải nộp tờ khai sơ bộ (Summary Declaration) cho hàng hóa ngay sau khi các mặt hàng được xuất trình cho các quan chức hải quan. Tuy nhiên, cơ quan hải quan cho phép doanh nghiệp chậm nộp tờ khai sơ bộ, nhưng không được quá ngày làm việc đầu tiên tính từ ngày hàng hóa được xuất trình cho hải quan.

Đối tượng nộp tờ khai sơ bộ là:

- Người đưa hàng hóa vào lãnh thổ hải quan của Cộng đồng châu Âu hoặc bất kỳ người nào chịu trách nhiệm vận chuyển hàng hóa sau khi nhập cảnh; hoặc

- Người được đại diện bởi đối tượng vận chuyển nêu trên.

Tờ khai sơ lược có thể được lập theo mẫu do cơ quan hải quan cung cấp. Tuy nhiên, cơ quan hải quan cũng cho phép doanh nghiệp sử dụng bất kỳ tài liệu thương mại hoặc văn kiện nào có chứa thông tin cụ thể cần thiết để xác định hàng hóa. Bộ chứng từ SAD sẽ được xem là lời khai của nhà nhập khẩu EU. Nó bao gồm cả thuế hải quan, thuế VAT và có giá trị ở tất cả các quốc gia thành viên EU. Bất cứ ai thực hiện việc thông quan hải quan đều có thể khai báo, theo thường lệ là nhà nhập khẩu hoặc đại lý của họ.

Các quốc gia Hiệp hội Thương mại tự do châu Âu (EFTA) bao gồm Na Uy, Iceland, Thụy Sĩ và Liechtenstein đều có sử dụng SAD. Thông tin về các tờ mẫu xuất nhập khẩu được ghi trong Quy định của Hội đồng châu Âu (EEC) số 2454/93, vốn có các điều khoản (Điều 205 đến 221) quy định việc thực hiện Bộ luật Hải quan Cộng đồng châu Âu. Các điều khoản kế tiếp là Điều 222 đến Điều 224 quy định về khai báo hải quan trên máy vi tính còn Điều 225 đến Điều 229 quy định về khai báo lời nói trực tiếp.

### ❖ Mã số đăng ký và nhận diện kinh doanh (EORI)

Kể từ ngày 1 tháng 7 năm 2009, tất cả các công ty bên ngoài EU bắt buộc phải có số EORI nếu họ muốn nộp tờ khai hải quan hoặc tờ khai tóm tắt xuất/nhập cảnh. Tất cả các công ty nước ngoài nên sử dụng số này để làm thủ tục hải quan. Một công ty nước ngoài muốn có số EORI thì phải xin phép từ cơ quan hải quan của quốc gia thành viên mà công ty đó lần đầu xuất sang. Ngoài số EORI, công ty này có thể sẽ phải nộp các tài liệu bổ sung khác theo yêu cầu. Số EORI một khi được cấp, công ty

nước ngoài có thể xuất khẩu hàng hóa sang bất kỳ nước nào trong 28 nước thành viên của EU. Số EORI không có định dạng duy nhất nào. Khi một chủ điều hành công ty nước ngoài giữ số EORI, người đó có quyền yêu cầu khối EU cấp thẻ Doanh nghiệp ưu tiên (AEO), từ đó tiếp cận nhanh hơn một số thủ tục hải quan được đơn giản hóa.

Khung tiêu chuẩn về an ninh và tạo thuận lợi thương mại toàn cầu (SAFE Framework of Standards) của Tổ chức Hải quan Thế giới (WCO) đã đặt ra tiêu chuẩn toàn cầu cho AEO. Chứng nhận AEO là do cơ quan hải quan một nước EU cấp phép nhưng sẽ được tất cả cơ quan hải quan của các nước thành viên EU thừa nhận. Kể từ ngày 17 tháng 4 năm 2017, chứng nhận AEO bao gồm hai loại giấy phép khác nhau: 1. “Đơn giản hóa hải quan” và 2. “An ninh và an toàn”.

Giấy phép loại 1 cho phép một AEO được hưởng lợi từ việc đơn giản hóa pháp luật hải quan, trong khi giấy phép loại 2 cho phép tạo thuận lợi thông qua các thủ tục an ninh và an toàn. Vận chuyển hàng hóa tới một thương nhân có thể bài AEO sẽ đem lại thuận lợi cho các nhà xuất khẩu vì lợi ích của AEO bao gồm xử lý nhanh các lô hàng, giảm thiểu trộm cắp, giảm yêu cầu dữ liệu, giảm chi phí kiểm tra, nâng cao lòng trung thành khách hàng và nhận diện thương hiệu. Theo Bộ luật Hải quan Liên minh châu Âu sửa đổi, để một doanh nghiệp sử dụng một số thủ tục hải quan đơn giản hóa nhất định, việc cấp phép AEO là bắt buộc.

### ❖ Thâm nhập vào thị trường EU

Ưu tiên chính của khối EU là các sản phẩm được bán trên thị trường này phải đảm bảo an toàn cho môi trường và sức khỏe con người. Các nhà sản xuất nước ngoài khi xuất khẩu sang EU cần đảm bảo các sản phẩm đáp ứng các yêu cầu nói trên để thâm nhập thành công.

### ❖ Pin

Chỉ thị về Pin của EU được thông qua năm 2006 áp dụng cho tất cả các loại pin và ắc quy có mặt trên thị trường EU; trong đó, có bao gồm pin ô tô, pin công nghiệp và pin di động. Bản Chỉ thị này hướng tới bảo vệ môi trường bằng cách hạn chế buôn bán pin và ắc quy có chứa thủy ngân hoặc cadmium (ngoại trừ hệ thống khẩn cấp, báo động, thiết bị y tế và dụng cụ điện không dây) và thúc đẩy việc thu gom, tái chế ở mức độ cao. Bản Chỉ thị yêu cầu các nhà sản xuất tài trợ các chi phí liên quan đến việc thu thập, xử lý và tái chế pin, ắc quy đã qua sử dụng. Bản Chỉ thị cũng bao gồm các quy định về việc ghi nhãn pin và khả năng tháo rời chúng khỏi thiết bị. Ủy ban châu Âu xuất bản một tài liệu FAQ để hỗ trợ các bên quan tâm trong việc giải thích các điều khoản cụ thể.

**Phòng Thông tin - ITPC**



# Mẹo tìm kiếm khách hàng mới

**B**ằng 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.

## 1. 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.

## 2. 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.

## 3. 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?

## 4. Quay trở lại vấn đề cơ bản.



Ảnh TL

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

## 5. 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.

## 6. 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.

## 7. 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.

## 8. 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 kể ngày đêm.

## 9. 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.

(Nguồn: ITPC tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC

# Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư

**M**ặc dù dịch COVID-19 bùng phát giữa năm nay tác động mạnh tới các hoạt động sản xuất và làm gián đoạn chuỗi cung ứng, nhưng Việt Nam vẫn được coi là điểm đến hấp dẫn và những vấn đề của năm 2021 không có nghĩa là các nhà đầu tư nước ngoài sẽ quay lưng lại.

Đó là nhận định của Viện Nghiên cứu quốc tế Singapore (SIIA) trong báo cáo ngày 26/10.

Theo phóng viên TTXVN tại Singapore, trong báo cáo đặc biệt có tựa đề “From Crisis to Endemic: Stumbling or Pressing Ahead?” (Từ khủng hoảng tới bệnh đặc hữu: Lường lự hay tiếp tục tiến về phía trước?), giới chuyên gia tại SIIA đã đánh giá về các nền kinh tế chủ chốt của ASEAN, hiện chiếm 70% tổng sản phẩm của khối này, gồm Indonesia, Việt Nam, Thái Lan và Malaysia. Theo báo cáo này, trong năm 2020, Việt Nam được coi là hình mẫu về kiểm soát đại dịch COVID-19 với các biện pháp mạnh mẽ nhằm hạn chế sự lây lan của dịch bệnh, tuy nhiên điều này đã thay đổi vào năm 2021 khi dịch bệnh bùng phát trở lại do biến thể Delta của virus SARS-CoV-2 và tình hình lây nhiễm đã không thể trở lại mức thấp trước đây.

Do ảnh hưởng của đại dịch, hoạt động sản xuất và chuỗi cung ứng bị gián đoạn, nhất là đối với các tập đoàn sản xuất đồ may mặc và điện tử tại Việt Nam. Dù vậy, ở tầm vĩ mô, nền kinh tế Việt Nam cho thấy sức bật đáng kể. Thương mại vẫn tăng trưởng mạnh với tổng giá trị thương mại hàng hóa trong 5 tháng đầu năm 2021 tăng 33,5% so với cùng kỳ năm



**Hội nghị So kết hoạt động của Tổ công tác về đầu tư và lấy ý kiến góp ý Kế hoạch cải thiện môi trường đầu tư của Thành phố năm 2021 do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp cùng Sở Kế hoạch và Đầu tư tổ chức dưới sự chỉ đạo của Ủy ban Nhân dân Thành phố đã diễn ra ngày 19.3.**

ngoài. Điều này có được một phần là nhờ sự phục hồi kinh tế mạnh mẽ ở các thị trường lớn, đặc biệt là Mỹ và Trung Quốc.

Báo cáo nhận định, những thách thức và tác động đối với hoạt động của các doanh nghiệp và chuỗi cung ứng trong năm 2021 có thể sẽ còn kéo dài. Một số công ty nước ngoài đã và đang tìm kiếm thêm các điểm sản xuất bên ngoài Việt Nam để đáp ứng nhu cầu đơn hàng cuối năm. Tuy nhiên, các nhà kinh tế dự báo Việt Nam vẫn có thể thu hút khoảng 30 tỷ USD vốn FDI trong năm nay, tăng 2% so với cùng kỳ năm ngoái.

Tại hội thảo công bố báo cáo trên, các chuyên gia cho rằng môi trường đầu tư của Việt Nam về dài hạn vẫn có điểm mạnh vượt trội so với các nền kinh tế chủ chốt còn lại của ASEAN là sự ổn định chính trị. Ngoài ra, sự hấp dẫn của Việt Nam còn nhờ các chính sách riêng của

nước này về sản xuất và công nghệ.

Ở cấp độ khu vực, giới chuyên gia SIIA khuyến nghị khi các nền kinh tế chủ chốt của ASEAN hướng tới việc nối lại hoạt động kinh doanh và du lịch, việc mở cửa trở lại ở cấp độ khu vực sẽ đóng vai trò rất quan trọng trong việc khởi động lại kết nối nội khối ASEAN và tạo thuận lợi cho các luồng hàng hóa, dịch vụ và việc đi lại của con người.

Phó Giáo sư Simon Tay, Chủ tịch Viện SIIA cho rằng khi việc tiêm chủng ngừa COVID-19 đang tiếp tục được triển khai và các nền kinh tế bắt đầu mở cửa trở lại, có những lý do thực sự để dự đoán triển vọng phục hồi mạnh hơn trong những tháng tới. Rủi ro vẫn còn nhưng cơ hội sẽ tăng lên. Con đường phía trước không thể không có những va vấp, nhưng một số nước sẽ kiên trì nỗ lực hướng về phía trước và có thể thành công.

(Nguồn: TTXVN) - Phòng Thông tin - ITPC



# EVIPA đảm bảo dòng vốn FDI trong trung và dài hạn

Các chuyên gia cho biết vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ châu Âu sẽ tiếp tục chảy vào Việt Nam trong trung và dài hạn nhờ Hiệp định Bảo hộ đầu tư Việt Nam - EU (EVIPA) được phê chuẩn vào tháng 8 năm ngoái.

Thương mại Việt Nam - EU đã tăng 11,9% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 54,6 tỷ USD. Tính đến cuối tháng 9 năm nay, các thành viên EU đang thực hiện 2.242 dự án tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư đăng ký là 22,2 tỷ USD, chiếm 5,58% tổng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

Hiệp định EVIPA tập trung vào tự do hóa đầu tư không trực tiếp và thủ tục giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và Nhà nước, thay thế 20 hiệp định đầu tư song phương trước đây giữa Việt Nam và 21 nước EU.

EVIPA có mục đích tăng cường bảo vệ các khoản đầu tư của cả hai bên bằng cách đảm bảo mức độ an ninh và bắt buộc cả hai bên tuân thủ nguyên tắc không phân biệt đối xử và từ chối tất cả hành vi trung dụng mà không đền bù thỏa đáng và kịp thời.

Đầu tư từ EU đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của các ngành công nghiệp trong nước của Việt Nam thông qua hợp tác và hội nhập với và vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Nguồn vốn này cũng được kỳ vọng là động lực thúc đẩy quá trình chuyển đổi kỹ thuật số nhanh chóng cho nền kinh tế đang phát triển ở Việt Nam.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều việc cần bàn thảo để Việt Nam có thể tận

Việt Nam phải tiếp tục cam kết với các hiệp định thương mại quốc tế bao gồm Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), hai hiệp định thương mại lớn mà Việt Nam là thành viên, để đảm bảo Việt Nam là một điểm đến hấp dẫn cho các khoản đầu tư nước ngoài, ông Andreas Stoffers nói.

Các chuyên gia nhận định, Việt Nam phải tiếp tục cải thiện quan hệ lao động và giải quyết tranh chấp lao động, cơ sở hạ tầng công nghiệp và hậu cần cũng như nguồn nhân lực và tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm.

Việt Nam phải chủ động áp dụng các



Ảnh TL

dụng được lợi thế của Hiệp định, các chuyên gia cho biết.

Các nhà hoạch định chính sách của Việt Nam phải chuẩn bị kỹ lưỡng để thực hiện các chính sách tài chính tiền tệ thận trọng ngay khi Hiệp định có hiệu lực vì nó sẽ giúp tiết kiệm thời gian và giảm chi phí cơ hội cho hai bên, GS. Andreas Stoffers, Giám đốc Quốc gia Viện Friedrich Naumann Foundation for Freedom tại Việt Nam cho biết.

công nghệ mới nhất để nâng cao hiệu quả và năng suất đáp ứng các tiêu chuẩn châu Âu.

Trong khi đó, các nhà hoạch định chính sách và doanh nghiệp Việt Nam nên nghiên cứu sâu rộng về EVIPA cũng như các điều lệ và hải quan châu Âu để tránh các tranh chấp pháp lý tiềm ẩn trong hoạt động thương mại và đầu tư trong tương lai.

(Nguồn: Vietnamplus) - Phòng Thông tin - ITPC



# E-COMMERCE (\*)

**T**hương mại điện tử trong Tiếng Anh được hiểu là **Electronic Commerce**, viết tắt là **E-commerce**, **E-comm** hay **EC**. Đây là cụm từ được dùng thống nhất trên thị trường quốc tế khi nói về hoạt động kinh doanh thương mại điện tử.

## Thuật ngữ

### CRM

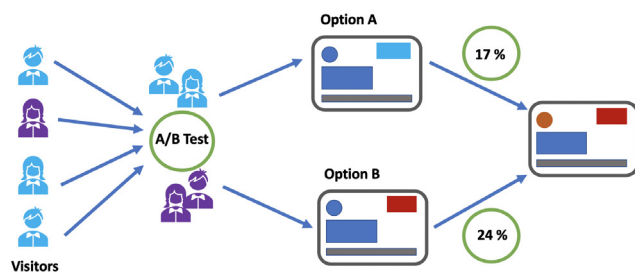
Customer Relationship Management is an approach to manage a company's relationship & interaction with potential customers.

Quản lý quan hệ khách hàng hay CRM là một phương pháp giúp các doanh nghiệp tiếp cận và giao tiếp với khách hàng một cách có hệ thống và hiệu quả, quản lý các thông tin của khách hàng như thông tin về tài khoản, nhu cầu, liên lạc và các vấn đề khác nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn.

### AB Testing

Defines as a process of experimenting with the psychological factors like the color, content & positioning of CTAs of a website. Ultimately, tracking which gives you the best conversion rate results.

Thử nghiệm A/B là một phương pháp nghiên cứu trải nghiệm người dùng. Thử nghiệm A/B bao gồm một thử nghiệm ngẫu nhiên với hai biến thể, A và B. Nó bao gồm việc áp dụng thử nghiệm giả thuyết thống kê hoặc "thử nghiệm giả thuyết hai mẫu" như được sử dụng trong lĩnh vực thống kê.



### CLV

**Customer Lifetime Value** is a calculation business used to get the cost of acquiring new customers.

Giá trị vòng đời khách hàng là giá trị mà một khách hàng chi trả cho sản phẩm của công ty bạn trong suốt cuộc đời của họ. Nguồn lợi nhuận dài lâu, bền vững cho

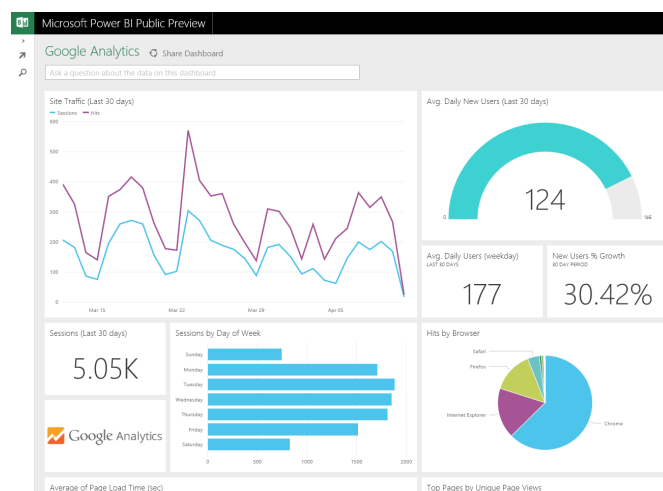
*(\*) Mời quý bạn đọc theo dõi chủ đề "E-COMMERCE" bắt đầu từ số 20 xuất bản ngày 23.6.2021 trên các Bản tin ITPC tiếng Việt.*

*(Nguồn: Tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC*

các doanh nghiệp đến từ nguồn khách hàng trung thành vì giá trị vòng đời khách hàng rất cao.

Chính vì vậy, một doanh nghiệp muốn phát triển trường tồn, cần phải có nhiều, thật nhiều những khách hàng trung thành bởi họ chính là những người đem lại nguồn lợi nhuận lâu dài và bền vững cho doanh nghiệp.

## Google Analytics



Google Analytics is a Google service that tracks & examines the traffic coming on your website. It works on the total behavior of your website. Thus, being a great tool to measure your website's bounce rate.

To use it, you just need to have an account on Google. Furthermore, link your website with Google Analytics and get to know everything about your website's traffic.

Google Analytics là công cụ phân tích website miễn phí được Google cung cấp để giúp bạn phân tích lưu lượng truy cập trang web của mình.

Google Analytics đóng vai trò rất lớn trong việc phân tích và cải thiện website hiện nay. Nó cho bạn thấy được lưu lượng người truy cập vào website, thời gian trung bình cho một phiên truy cập và tỷ lệ thoát trang. Thêm vào đó, Google Analytics còn đưa ra nhiều chỉ số khác về hành vi của người dùng giúp bạn cải thiện thứ hạng của website. Theo một thống kê mới nhất, hiện Google Analytics đã hỗ trợ phân tích gần 900 triệu website lớn nhỏ khác nhau trên thế giới.

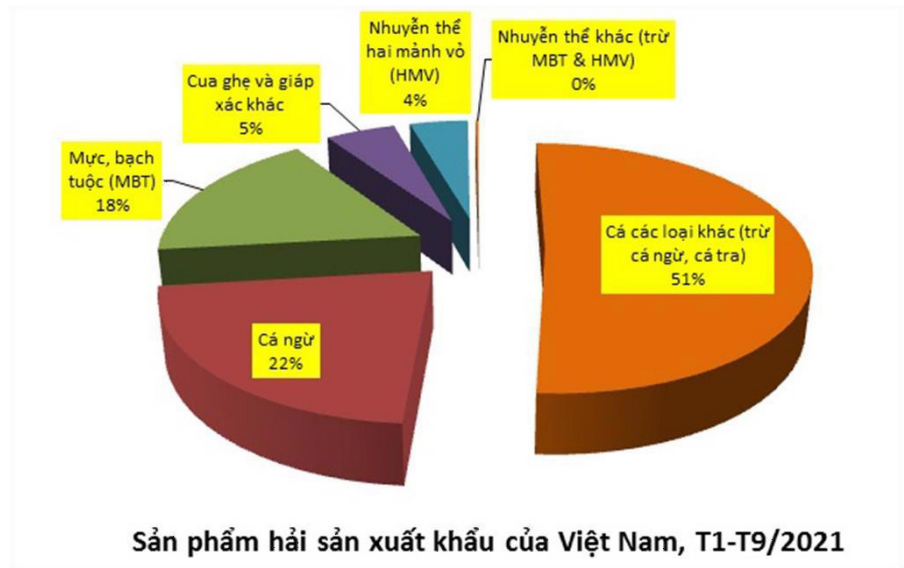
Để sử dụng cần có 1 tài khoản Google và liên kết website của bạn với Google Analytics.

# Xuất khẩu hải sản 9 tháng đầu năm 2021 đạt 2,4 tỷ USD

**T**háng 9/2021, xuất khẩu hải sản của Việt Nam đạt 233,5 triệu USD, tăng 3,9% so với tháng 8/2021 và giảm 24% so với tháng 9/2020. Lũy kế 9 tháng đầu năm, xuất khẩu hải sản đạt 2,4 tỷ USD, chiếm 38% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của cả nước và tăng 2,8% so với cùng kỳ năm 2020.

Sau khi giảm 24% trong tháng 8/2021, XK hải sản Việt Nam trong tháng 9/2021 tiếp tục giảm 24% so với tháng 9/2020. Nguyên nhân là do hoạt động sản xuất bị đình trệ do giãn cách xã hội để phòng chống dịch bệnh Covid từ giữa tháng 7 năm nay, nhà máy chế biến giảm công suất, thiếu nguyên liệu sản xuất, chuỗi cung ứng gián đoạn, đi lại vận chuyển không thông suốt.

Xuất khẩu hải sản của Việt Nam bao gồm các nhóm sản phẩm: cá các loại khác (trừ cá ngừ và cá tra, chiếm 51,1% tổng giá trị xuất khẩu hải sản của Việt Nam); cá ngừ (chiếm 22,1%); mực, bạch tuộc (17,3%); cua, gẹ và giáp xác khác (5,1%); nhuyễn thể hai mảnh vỏ (4,2%) và nhuyễn thể khác (trừ mực bạch tuộc và nhuyễn thể hai



mảnh vỏ chiếm 0,2%). Tháng 9/2021, giá trị XK tất cả các sản phẩm hải sản (trừ nhuyễn thể hai mảnh vỏ) đều giảm từ 8% - 37% so với tháng 9/2020. XK cá các loại khác giảm mạnh nhất 37%, XK cá ngừ và cua gẹ giảm lần lượt 15% và 18%. Duy nhất XK nhuyễn thể hai mảnh vỏ tăng 37%.

Tuy nhiên, nhờ tăng trưởng dương những tháng trước đó nên lũy kế 9 tháng đầu năm nay, tổng giá trị XK hải sản vẫn tăng nhẹ 2,8% so với cùng kỳ năm 2020. 9 tháng đầu năm nay, XK nhuyễn thể hai mảnh vỏ

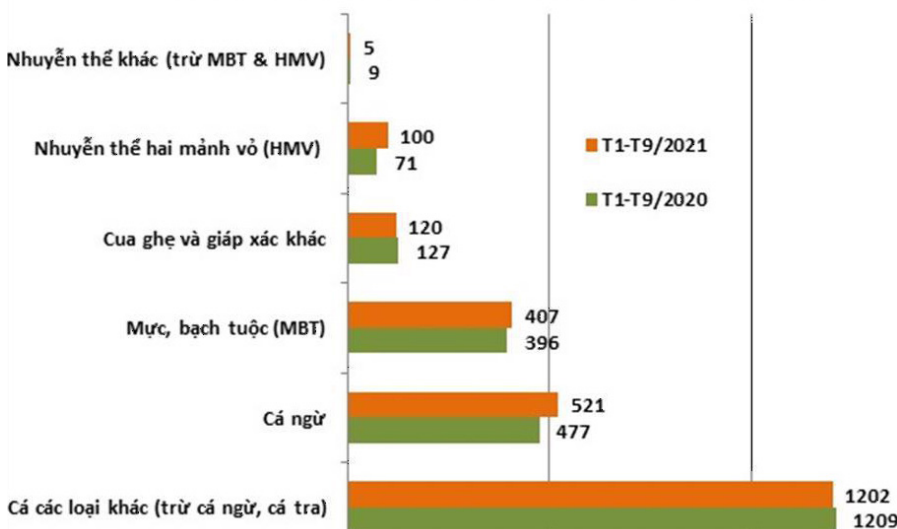
tăng mạnh nhất 39% đạt 99,6 triệu USD, XK cá ngừ và mực, bạch tuộc tăng lần lượt 9% và 3% so với cùng kỳ năm ngoái. XK nhuyễn thể khác giảm mạnh nhất 36% tuy nhiên sản phẩm này chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ. XK cá khác và cua gẹ giảm lần lượt 0,6% và 6%.

9 tháng đầu năm nay, top 5 thị trường nhập khẩu mực, bạch tuộc lớn nhất của Việt Nam gồm Hàn Quốc (chiếm 41%), CPTPP (chiếm 24%), Thái Lan (chiếm 11%), EU (chiếm 10%), và Trung Quốc (chiếm 7%). So với cùng kỳ năm ngoái, giá trị XK các sản phẩm mực, bạch tuộc sang thị trường CPTPP và Trung Quốc đều giảm 6%, XK sang EU tăng mạnh nhất 30%, XK sang Hàn Quốc và Thái Lan tăng lần lượt 1,2% và 5%.

Với tình trạng dịch Covid chưa thể được kiểm soát hoàn toàn, DN từng bước phục hồi sản xuất sau giãn cách từ giữa tháng 9 vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn về nhân công, nguồn vốn, chi phí tăng, cộng với chi phí phòng chống dịch để sản xuất an toàn, sản xuất và XK hải sản của Việt Nam sẽ còn tiếp tục giảm trong tháng 10.

(Nguồn: vasep.com.vn) - VEXA - ITPC

**Xuất khẩu hải sản của Việt Nam, T1-T9/2021 (triệu USD)**



## CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM LABAY

### Thông Tin Sản Phẩm Bánh Labay

**1. Tên Công Ty:** Công Ty Cổ Phần Công Nghệ Thực Phẩm Labay

**2. Logo Công Ty**



**3. Giới Thiệu Công Ty:**

Chính thức thành lập vào tháng 5 năm 2018, LaBay là thương hiệu bánh quy bơ Việt Nam được sản xuất với nhà máy theo quy trình khép kín và đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Những chiếc bánh quy bơ thơm ngon giòn tan được tạo ra từ những nguyên liệu cao cấp như bơ nhập từ New Zeland và Bỉ, là món quà tình thân, là sự trao gửi gắn kết yêu thương, chúng tôi hứa hẹn sẽ tạo nên cảm giác thăng hoa mỗi khi bạn thưởng thức chúng.

**Thông tin liên hệ:** 117/38 Hồ Văn Long, Khu Phố 2, Phường Tân Tạo, Quận Bình Tân

Email: info@labayfoods.com

Web: www.labayfoods.com

Hotline: 0971.38.22.55

**3. Giới Thiệu Sản Phẩm:**

#### KOSA:

##### BÁNH QUY BƠ DỪA

Bánh giòn xốp, vị ngọt thanh và béo cùng với những sợi dừa tạo nên hương vị đặc biệt.  
Sweet, fatty, crunchy cookies along with coconut fiber make it a special flavor.



#### RODI

##### BÁNH QUY BƠ NHO KHÔ

Bánh giòn, ngọt, béo cùng với vị chua của nho khô tạo cảm giác bừng tỉnh, thú vị.  
Sweet, fatty, crunchy cookies along with the sourness of raisins create a sense of awakening and interesting.



#### MASO

##### BÁNH QUY BƠ HẠNH NHÂN VÀ SÔCÔLA CHIP

Những hạt sôcôla cùng với những hạt hạnh nhân hòa quyện vào phần bột bánh giòn tan đậm đà của mùi đường nâu.  
Chocolate chips and almond pieces blend in crispy crust with brown sugar flavor.



#### LUME

##### BÁNH QUY BƠ

Bánh giòn, ngọt thanh với vị bơ truyền thống mang lại cảm giác thân quen, nhẹ nhàng.  
Sweetness, crunch and traditional butter flavor bring a gentle and familiar feeling.



#### TAXA

##### BÁNH QUY BƠ TRÀ XANH

Đậm đà mùi trà xanh với vị ngọt pha lẫn chút vị nhẩn của trà, vị béo của bơ và giòn tan trong miệng.

Rich in taste of green tea,

sweetness together with light bitter of tea, fat of butter...All is crunchy in mouth.



**Đặc biệt: bánh không sử dụng hương liệu nhân tạo, hay chất bảo quản  
Nguyên liệu được phối với đường nâu rất tốt cho sức khỏe.**

VEXA - ITPC



## TIN VĂN

❖ Theo thông tin mới nhất từ Tổng cục Hải quan, chỉ 15 ngày đầu tháng cả nước chỉ hơn 175 triệu USD nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô. Qua đó nâng tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này tính từ đầu năm lên gần 3,9 tỷ USD, tăng tới 36,2% (tương đương hơn 1 tỷ USD) so với cùng kỳ 2020. 15 ngày đầu tháng 10 cả nước nhập khẩu 8.197 ô tô nguyên chiếc các loại, tổng kim ngạch gần 175 triệu USD. Lũy kế từ đầu năm đến 15/10, cả nước nhập khẩu 122.588 ô tô nguyên chiếc các loại, kim ngạch đạt hơn 2,72 tỷ USD. Trị giá bình quân (chưa thuế) hơn 22.000 USD/xe. 3 quốc gia ở châu Á gồm Thái Lan, Indonesia và Trung Quốc là những thị trường nhập khẩu ô tô lớn nhất của Việt Nam. (Báo Công Thương, 26/10)

❖ Bộ GTVT vừa có tờ trình đề nghị 10299/TTtr - BGTVT xem xét phê duyệt chủ trương đầu tư Dự án Phát triển các hành lang đường thủy và logistics khu vực phía Nam, sử dụng vốn vay Ngân hàng Thế giới - WB và vốn viện trợ của Chính phủ Úc. Địa điểm thực hiện Dự án là tại Tp HCM, thành phố Cần Thơ và các tỉnh Vĩnh Long, Bến Tre, Tiền Giang, Long An, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu. Dự kiến tổng vốn thực hiện Dự án là 3.902,95 tỷ đồng, trong đó vốn vay IBRD của WB dự kiến 2.493,731 tỷ đồng (tương đương 107,67 triệu USD); vốn viện trợ không hoàn lại của Chính phủ Úc dự kiến 13,48 tỷ đồng (tương đương 0,582 triệu USD); vốn đối ứng dự kiến 1.395,74 tỷ đồng của Chính phủ Việt Nam. Thời gian thực hiện Dự án là 4 năm sau khi Hiệp định tài trợ có hiệu lực. (Báo Đầu tư, 27/10)



### Thông tin trên hóa đơn nhập kho có được thay đổi so với tờ khai nhập khẩu?

Công ty tôi là đơn vị buôn bán máy vi tính, linh kiện điện tử. Công ty nhập khẩu hàng hóa, thông tin tên hàng hóa Công ty khai trên tờ khai nhập khẩu như sau: “Máy tính xách tay MSI GF63 (i7-10750H; 8GB; 512GB SSD; NV-GTX1650/4GB; 15.6” FHD; Win10; Balô; Chuột; Black; GF63 Thin 10SC-480VN)”. Khi nhập kho công ty cần thay đổi cấu trúc tên hàng hóa để nhập kho và xuất hóa đơn bán hàng cho khách với thông tin hóa đơn xuất cho khách như sau: “Máy tính xách tay MSI GF63 Thin 10SC-480VN (i7-10750H; 8GB; 512GB SSD; NV-GTX1650/4GB; 15.6” FHD; Win10; Balô; Chuột; Black)”. Tức thông tin hóa đơn không thêm bớt, chỉnh sửa gì so với tờ khai hải quan, chỉ chuyển tên model “GF63 Thin 10SC-480VN” từ vị trí cuối của tờ khai hải quan lên trên đầu thông tin hóa đơn. Vậy công ty có được phép xuất hóa đơn cho khách hàng với tên hàng hóa sau khi sắp xếp lại là “Máy tính xách tay MSI GF63 Thin 10SC-480VN (i7-10750H; 8GB; 512GB SSD; NV-GTX1650/4GB; 15.6” FHD; Win10; Balô; Chuột; Black)” hay không?

#### Trả lời:

Căn cứ Thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/3/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn về hóa đơn, chứng từ bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ:

+ Tại điểm g khoản 1 Điều 4 (đã được sửa đổi, bổ sung tại điểm a khoản 2 Điều 5 Thông tư số 119/2014/TT-BTC của Bộ Tài chính) quy định nội dung trên hóa đơn đã lập;

+ Tại điểm c khoản 2 Điều 16 quy định cách lập tiêu thức tên hàng hóa trên hóa đơn.

Căn cứ các quy định trên, trường hợp Công ty nhập khẩu hàng hóa về để bán thì khi bán hàng hóa cho khách hàng, Công ty ghi đúng tên, loại hàng hóa đã ghi trên tờ khai hải quan là phù hợp với quy định của pháp luật về hóa đơn.

### Về việc đóng bảo hiểm xã hội cho nhân viên trong thời gian nhân viên tạm nghỉ việc

Nhân viên A ký hợp đồng lao động làm thêm, thời hạn 1 năm (từ tháng 1 đến hết tháng 12/2021) nhưng do bận việc cá nhân nên nhân viên A đã làm đơn và được Công ty chấp thuận cho tạm nghỉ việc liên tục 4 tháng (từ tháng 4 đến hết tháng 7/2021).

Trong thời gian nhân viên A tạm nghỉ việc, Công ty có phải đóng bảo hiểm xã hội bắt buộc cho nhân viên A không?

Nếu Công ty báo giảm từ ngày 01/04/2021 và đến khi nhân viên A quay lại làm việc Công ty sẽ báo tăng trở lại thì Công ty có ảnh hưởng gì không? Nếu có thì ảnh hưởng đó như thế nào?

#### Trả lời:

Căn cứ theo khoản 3 Điều 85 Luật Bảo hiểm xã hội 2014: Người lao động không làm việc và không hưởng tiền lương từ 14 ngày làm việc trở lên trong tháng thì không đóng BHXH tháng đó. Thời gian này không được tính để hưởng BHXH, trừ trường hợp nghỉ việc hưởng chế độ thai sản.

Như vậy, trong thời gian Nhân viên A tạm nghỉ việc không hưởng lương, công ty không phải đóng BHXH bắt buộc cho nhân viên A và đến khi nhân viên A quay lại làm việc Công ty sẽ báo tăng trở lại là đúng quy định.

**Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre – ITPC)** là đơn vị trực thuộc Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh

**ITPC** có nhiệm vụ tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố, tham mưu cho Ủy ban nhân dân thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư, triển khai các giải pháp, chương trình xúc tiến thương mại, thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

**Thực hiện** các dịch vụ bồi dưỡng nghiệp vụ, cung cấp các dịch vụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư ở trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm.

**Tổ chức** hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ, triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài.

**Tổ chức** đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại

**Tổ chức** hội thảo, hội nghị chuyên đề.

**Xây dựng** phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm xuất khẩu; tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu.

**Cung cấp** hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thủ 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.



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

Liên hệ: Phòng dịch vụ - ITPC

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

(028) 38222 983 - (028) 39104947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn;

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