



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 03 (943) NGÀY 21.03.2022

“Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam giúp doanh nghiệp hai nước gần nhau hơn và tận dụng tốt các tiềm năng mà hai bên sẵn có” (trang 4 - 7)



Cơ hội vàng cho xuất khẩu Việt đến các quốc gia Trung Đông sau đại dịch Covid-19 (trang 8 - 11)

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

SỐ 03

03.2022



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) gặp gỡ và làm việc với Hiệp hội Thương mại Hàn Quốc (KITA) tại TP.HCM

TPHCM sẽ tổ chức Hội nghị tham vấn các nhà đầu tư góp ý, hiến kế các giải pháp phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2030

04. “Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam giúp doanh nghiệp hai nước gần nhau hơn và tận dụng tốt các tiềm năng mà hai bên sẵn có”

08. Cơ hội vàng cho xuất khẩu Việt đến các quốc gia Trung Đông sau đại dịch Covid-19



12 TIN VEXA

Xuất khẩu cà phê sang thị trường Anh: Tận dụng cơ hội từ UKVFTA

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH Khoa học Dinh dưỡng Orgalife



Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) gặp gỡ và làm việc với Hiệp hội Thương mại Hàn Quốc (KITA) tại TP.HCM

Sáng 15/03/2022, tại Văn phòng ITPC, Trưởng Đại diện Văn phòng Đại diện Hiệp hội Thương mại Hàn Quốc (KITA) tại TP.HCM là ông Lee Dong Won đã có buổi gặp mặt và làm việc với Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến và Đầu tư là bà Cao Thị Phi Vân về việc hợp tác tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại nhân dịp kỷ niệm 30 năm quan hệ hữu nghị Việt Nam - Hàn Quốc.

Tại buổi làm việc, ông Lee mong muốn có thể hợp tác với ITPC trong việc thúc đẩy giao thương giữa Việt Nam và Hàn Quốc thông qua việc tổ chức các chương trình triển lãm, hội thảo thương mại, kết nối thương mại trong năm 2022. Đồng thời, hai bên có thể cùng nhau trao đổi, hỗ trợ thông tin về tình hình đầu tư tại Việt Nam và Hàn Quốc.

Về phía ITPC cũng đưa ra mong muốn về việc cung cấp các thông tin chi tiết để có thể hỗ trợ, phối hợp tổ



chức một cách tốt nhất. Ngoài ra, ITPC cũng sẵn lòng hỗ trợ giải đáp thắc mắc từ các doanh nghiệp Hàn Quốc khi hoạt động kinh doanh tại TP.HCM.

(Theo KITA News) - Phòng Thông tin - ITPC

TPHCM sẽ tổ chức Hội nghị tham vấn các nhà đầu tư góp ý, hiến kế các giải pháp phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2030

UBND TPHCM vừa ban hành Kế hoạch tổ chức Hội nghị tham vấn các nhà đầu tư góp ý, hiến kế các giải pháp thực hiện định hướng phát triển kinh tế - xã hội TP đến năm 2030.

Hội nghị nhằm triển khai thực hiện hiệu quả Nghị quyết Đại hội Đảng bộ TP lần thứ XI (nhiệm kỳ 2020 - 2025) với từng nhiệm vụ, giải pháp cụ thể, cải thiện môi trường đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp nhanh chóng khắc phục khó khăn, phục hồi sản xuất kinh doanh; đồng thời thực hiện hiệu quả chủ đề năm 2022 của TP “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch Covid-19, tiếp tục nâng cao chất lượng xây dựng chính



quyền đô thị, cải thiện môi trường đầu tư, đồng hành cùng doanh nghiệp”. Hội nghị cũng giới thiệu một số định hướng phát triển kinh tế - xã hội của TP trong giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030; cảm ơn sự quan tâm, đóng góp của các nhà đầu tư cũng như bổ sung hoàn thiện định hướng phát triển của TP.

Chương trình hội nghị gồm 2 hoạt động chính là các cuộc gặp song phương giữa lãnh đạo TP với nhà đầu tư và hội nghị chính thức. Hội nghị tổ chức gặp gỡ giữa lãnh đạo TP với các nhà đầu tư để trao đổi và xác định nhu cầu thực hiện các chiến lược phát triển kinh tế, kêu gọi đầu tư và thu hút các nhà đầu tư khác cùng thực hiện định hướng phát triển kinh tế - xã hội TP; kết nối giữa các nhà đầu tư để tổng hợp các nhiệm vụ giải pháp cụ thể, giúp lãnh đạo TP tiếp tục chỉ đạo các sở, ngành liên quan triển khai phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn TP, góp phần định hướng kinh tế - xã hội phát triển nhanh và bền vững trong giai đoạn tới.

(Theo Thanhuytphcm.vn) - Phòng Thông tin - ITPC

“Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam giúp doanh nghiệp hai nước gần nhau hơn và tận dụng tốt các tiềm năng mà hai bên sẵn có”



Toàn cảnh Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam ngày 17/3/2022

Đó là ý kiến của ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh tại Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam lần 2 diễn ra tại TP.HCM hôm 17,3,2022. Diễn đàn do Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại Thành phố Hồ Chí Minh phối hợp với Phòng Thương mại Ấn Độ (ICC) và Trung tâm Xúc tiến Thương mại & Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) tổ chức.

Diễn đàn nhằm mục đích cung

cấp thông tin đến các doanh nghiệp hai nước khám phá các cơ hội hợp tác và đầu tư trong các lĩnh vực khác nhau. Diễn đàn thảo luận về 6 lĩnh vực quan trọng, bao gồm: kỹ thuật, công nghiệp hỗ trợ, kỹ thuật số, thương mại điện tử, bán lẻ và nông sản và các cuộc thảo luận đối thoại doanh nghiệp. Đây là một sự kiện lớn sau một thời gian dài bị ảnh hưởng của đại dịch Covid. Diễn đàn lần này nằm trong chuỗi các hoạt động do Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP.HCM tổ

chức trong năm 2022 nhằm kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Ấn Độ và Việt Nam đồng thời kỷ niệm 75 năm Ngày Độc lập của nước Cộng hòa Ấn Độ.

Diễn đàn vinh dự ghi nhận sự hiện diện của lãnh đạo các cấp từ hai quốc gia cả hình thức trực tiếp và trực tuyến. Về phía Việt Nam có ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh; ông Phạm Sanh Châu, Đại sứ Việt Nam tại Ấn Độ; về phía Ấn Độ có

ông Pranay Verma, Đại sứ Ấn Độ tại Việt Nam; ông Madan Mohan Sethi, Tổng Lãnh sự Ấn Độ tại TP.HCM; bà Sumita Dawra, Tổng Cục trưởng Cục Xúc tiến Công nghiệp và Nội thương Ấn Độ; ông Rajeev Singh, Vụ Trưởng, Tổng Giám đốc Phòng Thương mại và Công nghiệp Ấn Độ (TBC); bà Sai Sudha Chandrasekaran, Phó chủ tịch Cơ quan xúc tiến đầu tư Ấn Độ (Invest India); ông R.O. Sunil Babu, Lãnh sự, Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP.HCM; ông Alok Bharti, Đại diện Hiệp hội doanh nghiệp Ấn Độ tại Việt Nam cùng khoảng 300 doanh nghiệp tham gia đăng ký cả hai hình thức trực tiếp và trực tuyến.

Phát biểu tại Diễn đàn, ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch UBND TP.HCM cho biết, năm 2022 được xem là năm hết sức quan trọng, đặt tiền đề cho giai đoạn phát triển tiếp theo. Để đạt được mục tiêu hồi phục kinh tế, chính quyền Thành phố cần sự chung tay tiếp sức từ cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước, bao gồm cả cộng đồng doanh nghiệp Ấn Độ.

Theo ông Võ Văn Hoan, đại dịch Covid-19 đã gây ra nhiều tác động lên sự dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu. Hiện nay, với những lợi thế cạnh tranh của riêng mình, cả Việt Nam và Ấn Độ hiện đang nằm trong trung tâm của sự dịch chuyển này. Điều này thể hiện ở thực tế cả hai nước đều đang nhận được nguồn đầu tư nước ngoài lớn, mở ra cơ hội cho hai nước đón đầu giai đoạn phục hồi kinh tế sau Covid-19, tạo ưu thế cho cả hai quốc gia trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Về tiềm năng thương mại, sau khi Việt Nam và Ấn Độ từng bước gỡ bỏ giãn cách do đại dịch Covid-19, kim ngạch thương mại 2 nước năm 2021 tăng 36,5% so với cùng kỳ 2020, đạt 13,2 tỷ USD và dự kiến thương mại sẽ tiếp tục gia tăng và khả năng cao sẽ đạt mục tiêu 15 tỷ USD trong năm 2022. Một số mặt hàng



Ông Pranay Verma, Đại sứ Ấn Độ tại Việt Nam đang phát biểu.

Việt Nam xuất khẩu sang Ấn Độ có tốc độ tăng trưởng rất mạnh trong cả năm 2021 gồm chất dẻo nguyên liệu, hóa chất, cao su, than đá, đặc biệt là điện thoại di động, linh kiện điện tử.

Về thương mại với TP.HCM, trong năm 2021, kim ngạch thương mại hai chiều đạt 1,45 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2020. Đây là tín hiệu tốt để hai bên tiếp tục thúc đẩy thương mại trong năm 2022.

Về tiềm năng đầu tư, tính đến tháng 2/2022, Ấn Độ đứng thứ 25/140 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam, với 315 dự án còn hiệu lực, tổng vốn hơn 918 triệu USD, tập trung vào lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo, sản xuất, phân phối điện và khai khoáng.

Ở chiều ngược lại Việt Nam có 9 dự án đầu tư tại Ấn Độ với tổng vốn hơn 6 triệu USD, chủ yếu là bán buôn bán lẻ, đứng thứ 42/78 quốc gia mà Việt Nam đã đầu tư ra nước ngoài.

Trong khi đó, Ấn Độ đứng thứ 25/116 quốc gia và vùng lãnh thổ đã đầu tư tại Thành phố Hồ Chí Minh với 179 dự án còn hiệu lực, tổng vốn gần 82 triệu đô la Mỹ.

Ông Võ Văn Hoan hy vọng, diễn đàn sẽ giới thiệu thông tin về môi trường đầu tư, nhu cầu tiêu dùng của Ấn Độ, thị trường 1,3 tỷ dân đầy tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam cũng như trao đổi về cơ hội đầu tư vào lĩnh vực cơ khí và công nghiệp phụ trợ của hai nước cho các nhà đầu tư Ấn Độ và Việt Nam. Ngoài ra, diễn đàn còn giới thiệu cơ hội ngành kỹ thuật số tại Việt Nam, cơ hội đầu tư vào ngành nông sản và thực phẩm tại Ấn Độ...

Ông Võ Văn Hoan nhấn mạnh: “Tôi hy vọng Diễn đàn doanh nghiệp là chìa khóa giúp các doanh nghiệp 2 nước hiểu, gần nhau hơn và tận dụng tốt các tiềm năng mà hai bên sẵn có. Chính quyền Thành phố mong muốn người bạn truyền thống Ấn Độ sẽ cùng TP.HCM chung tay triển khai các dự án hợp tác đầu tư cùng có lợi, tương xứng với mối quan hệ đối tác chiến lược toàn diện. Tôi hy vọng tầm nhìn và các kế hoạch phát triển mà các đại diện hai bên nêu tại Diễn đàn này sẽ góp phần tạo thêm động lực cho quan hệ Việt Nam, trong đó có TP.HCM, với Ấn Độ”.

(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)



Ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch UBND Thành phố đến tham dự diễn đàn.

Ông Pranay Verma, Đại sứ Ấn Độ tại Việt Nam cho biết quan hệ kinh tế và thương mại giữa Ấn Độ và Việt Nam là những trụ cột quan trọng trong quan hệ đối tác chiến lược toàn diện giữa hai nước. Là hai trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất trong khu vực, sự tham gia của Ấn Độ và Việt Nam trong chuỗi cung ứng đang tăng lên nhanh chóng.

Theo ông Pranay Verma, những kết quả đạt được thời gian qua vẫn chưa tương xứng với tiềm năng mà Việt Nam - Ấn Độ có được. Giai đoạn hiện nay khi cả Ấn Độ và Việt Nam đang thoát ra khỏi cái bóng của dịch COVID-19 và tập trung vào việc phục hồi kinh tế nhanh chóng chính là thời điểm hoàn hảo để tập trung vào việc thúc đẩy hợp tác hiệu quả hơn.

Dịch COVID-19 đã tạo ra sự gián đoạn chuỗi cung ứng nhưng nó cũng mở ra những cơ hội mới, thúc đẩy các quốc gia, doanh nghiệp tương tác với nhau nhiều hơn thông qua các ứng dụng công nghệ và chính ở đó những cơ hội kinh doanh mới xuất hiện.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ vốn là động lực thực sự của nền kinh tế cả Ấn Độ và Việt Nam ngày càng đến gần nhau hơn.

“Ấn Độ đang vươn lên khỏi bóng đen của COVID-19 với mức tăng trưởng dự kiến khoảng 9% trong giai đoạn 2021- 2022. Dự báo cho năm tới sẽ dao động trong khoảng 8%- 8,5% và trở thành nền kinh tế lớn phát triển nhanh nhất thế giới. Điều này kéo theo một số cải cách táo bạo đã được thực hiện trong các lĩnh vực như nông nghiệp, sản xuất, giáo dục, lao động để nâng cao trải nghiệm dễ dàng kinh doanh cho các doanh nghiệp và nhà đầu tư nước ngoài. Trong khi đó, Việt Nam cũng đã đặt ra tầm nhìn về việc đạt được vị thế của một quốc gia đang phát triển với nền công nghiệp hiện đại và thu nhập trung bình cao vào năm 2030 và một nền kinh tế phát triển, có thu nhập cao vào năm 2045. Sự tương đồng trong chính sách và tinh thần tự cường của hai dân tộc chính là cơ sở vững chắc để Việt Nam và Ấn Độ khơi dậy tiềm năng hợp tác về thương mại và đầu tư” - ông Pranay Verma chia sẻ.

Phân tích về các lĩnh vực có nhiều tiềm năng để hợp tác giữa Việt Nam và Ấn Độ, bà Sumita Dawra, Tổng Cục trưởng chuyên trách Cục Xúc tiến Công nghiệp và Nội thương Ấn Độ (DPIIT) cho biết Ấn Độ có thể

mạnh phát triển công nghệ thông tin, dược phẩm, dầu khí và kinh nghiệm trong các lĩnh vực sản xuất sắt thép, da giày, bông sợi.

Đây đều là những lĩnh vực mà doanh nghiệp Việt Nam có thể hợp tác để thúc đẩy phát triển sản xuất trong nước và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Một lĩnh vực khác mà cả hai nước đều có thể mạnh và đang quan tâm phát triển là sản xuất nông nghiệp và chế biến thực phẩm. Do đó, hai nước còn nhiều dư địa cho hợp tác đầu tư và thương mại các sản phẩm nông sản cũng như hỗ trợ nhau về công nghệ chế biến.

Trong khi đó, ông Rajeev Singh, Tổng Giám đốc, Phòng Thương mại và Công nghiệp Ấn Độ chia sẻ, các doanh nghiệp Ấn Độ ngày càng quan tâm nhiều hơn việc hợp tác với doanh nghiệp Việt Nam.

Trong thời gian tới, bên cạnh việc thúc đẩy triển khai các dự án đầu tư quy mô lớn, Phòng Thương mại Ấn Độ sẽ đẩy mạnh kết nối hợp tác cho cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa của hai nước nhằm phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế của mỗi bên, đóng góp và sự phát triển của hai quốc gia.

TRUYỀN THÔNG ĐƯA TIN VỀ DIỄN ĐÀN DOANH NGHIỆP VIỆT NAM - ẤN ĐỘ LẦN 2

Việt Nam - Ấn Độ khơi dậy tiềm năng hợp tác thương mại, đầu tư

“Việt Nam - Ấn Độ có nhiều dư địa để hợp tác toàn diện cả về thương mại và đầu tư, đặc biệt là trong các lĩnh vực kỹ thuật số, công nghiệp hỗ trợ, thương mại điện tử, bán lẻ và nông sản.

Đây là nhận định của các đại biểu tại Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam - Ấn Độ lần thứ 2 do Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại Thành phố Hồ Chí Minh, Phòng Thương mại Ấn Độ (ICC) phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) tổ chức ngày 17/3.

Ông Pranay Verma, Đại sứ Ấn Độ tại Việt Nam, cho biết quan hệ kinh tế và thương mại giữa Ấn Độ và Việt Nam là những trụ cột quan trọng trong quan hệ đối tác chiến lược toàn diện giữa hai nước. Là hai trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất trong khu vực, sự tham gia của Ấn Độ và Việt Nam trong chuỗi cung ứng đang tăng lên nhanh chóng”.

(Theo <https://www.vietnamplus.vn>)

6 lĩnh vực kinh tế nhiều triển vọng hợp tác Ấn Độ - Việt Nam

Ông Phạm Sanh Châu, Đại sứ Việt Nam tại Ấn Độ, cho rằng mức độ hợp tác kinh tế vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng và quan hệ hai nước. Tuy nhiên, gần đây đã có nhiều tín hiệu tích cực. “Chúng ta đang thấy dòng đầu tư mới của Ấn Độ vào Việt Nam với điển hình gần đây là dự án công viên du lịch”, ông nói.

Cũng theo thông tin đại sứ, ở chiều ngược lại, FPT cũng đã mở rộng đầu tư sang Ấn Độ. Một số tên tuổi khác như Vĩnh Hưng, Eurowindow và một số doanh nghiệp logistics, bất động sản cũng đang bày tỏ quan tâm tìm hiểu đầu tư Ấn Độ.

“Chúng ta cần tiếp tục thông tin về nhau để hiểu rõ tiềm năng, năng lực của nhau. Cần tạo thuận lợi hơn cho đi lại giữa hai nước. Hiện đại sứ quán đang hỗ trợ thúc đẩy đầu tư cho 14 dự án sang Ấn Độ”, ông Châu cho biết.

(Theo <https://vnexpress.net>)

Ấn Độ muốn hợp tác cùng Việt Nam hồi phục sau dịch

Diễn đàn năm nay thảo luận về 6 lĩnh vực quan trọng, bao gồm: kỹ thuật, công nghiệp hỗ trợ, kỹ thuật số, thương mại điện tử, bán lẻ và nông sản.

Đây là sự kiện lớn giữa hai nước sau thời gian dài bị ảnh hưởng của đại dịch COVID-19...

(Theo <https://tuoitre.vn>)



Ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch UBND Thành phố phát biểu tại diễn đàn.

Giao thương Việt Nam - Ấn Độ: Khai phá thị trường mới

Có thể nói, vào thời điểm này, cả hai quốc gia Ấn Độ và Việt Nam đều đang tập trung vào các giải pháp phục hồi kinh tế và dần vượt qua những ảnh hưởng nặng nề do dịch Covid-19. Diễn đàn đã trở thành một không gian để kết nối và chia sẻ giữa các DN, cũng như lãnh đạo các cấp từ hai quốc gia nhằm tìm hiểu thêm những cơ hội chung trong nỗ lực khôi phục kinh tế, góp phần tạo nên những giá trị mới trong giao lưu thương mại giữa hai quốc gia.

(Theo <https://www.sggp.org.vn>)

Ấn Độ và Việt Nam đẩy mạnh hợp tác đầu tư thương mại

Ấn Độ và Việt Nam có nhiều triển vọng hợp tác về thương mại và đầu tư trong các lĩnh vực kỹ thuật, công nghiệp hỗ trợ, kỹ thuật số, thương mại điện tử, bán lẻ và nông sản. Thông tin này được ghi nhận tại sự kiện Diễn đàn doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam lần thứ hai tại TP.HCM vào ngày 17-3 cả hai hình thức trực tiếp và trực tuyến với sự tham gia của hơn 300 doanh nghiệp...

Tại sự kiện có khoảng 50 công ty Ấn Độ và Việt Nam đã tham dự phiên kết nối doanh nghiệp B2B để trao đổi về các cơ hội thương mại và đầu tư tiềm năng trong lĩnh vực nông sản thực phẩm và bán lẻ. Đây là một trong những chương trình kết nối thương mại và đầu tư được Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP.HCM lên kế hoạch tổ chức nhân kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Ấn Độ và Việt Nam.

(Theo <https://thesaigontimes.vn>)



Cơ hội vàng cho xuất khẩu Việt đến các quốc gia Trung Đông sau đại dịch Covid-19

Ngày 17/03/2022, tại Showroom Xuất khẩu 92 – 96 Nguyễn Huệ, Thành phố Hồ Chí Minh, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã tổ chức Hội thảo “Cơ hội vàng cho xuất khẩu Việt đến các quốc gia Trung Đông sau đại dịch Covid-19” nhằm hỗ trợ doanh nghiệp thành phố phục hồi sản xuất, tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường xuất khẩu trong bối cảnh mới.

Cơ hội rộng mở, nhiều thuận lợi

Phát biểu khai mạc buổi Hội thảo, ông Nguyễn Tuấn - Phó Giám đốc ITPC cho biết, Trung Đông (bao gồm 16 quốc gia) đang nổi lên như khối thị trường xuất khẩu tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam với dân số khoảng 400 triệu người, có mức sống cao.

Thương mại khu vực Trung Đông khởi sắc và tăng trưởng mạnh hơn sau khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008 - 2009 do kinh tế thế giới phục hồi, giá dầu tăng trở lại. Đồng thời, dòng vốn FDI đầu tư vào khu vực này cũng gia tăng, năm 2010 là 681,444 tỷ USD, năm 2018 tăng lên 932,404 tỷ USD. Đầu tư ra nước ngoài của các quốc gia Trung Đông cũng tăng từ 234,369 tỷ USD lên 542,455

tỷ USD trong cùng thời kỳ.

Quan hệ thương mại của Việt Nam với khu vực Trung Đông chủ yếu tập trung vào các quốc gia thuộc Hội đồng hợp tác Vùng Vịnh (GCC) với 06 quốc gia thành viên là Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Saudi Arabia (Ả Rập Xê Út), Kuwait (Cô-ôét), Bahrain (Ba-ranh), Qatar (Ca-ta) và Oman (Ô-man), có tổng dân số 65 triệu người (năm 2021). Các quốc gia GCC có nền kinh tế mở, phát triển ngoại thương, thu hút đầu tư nước ngoài, du lịch, dịch vụ, đa dạng hóa nền kinh tế, thúc đẩy xuất nhập khẩu. GDP bình quân đầu người ở mức cao, năm 2021 Qatar là 60.000 USD, UAE là 41.000 USD, Kuwait là 25.000 USD và Saudi Arabia là 22.000 USD. Từ tháng 01/2003, 6 nước thành viên đã thực hiện Liên minh

thuế quan (CU) và thống nhất áp dụng biểu thuế nhập khẩu chung có mức thuế khoảng 5% áp dụng trong toàn khu vực đối với hầu hết các sản phẩm.

Ông Ngô Toàn Thắng, Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Kuwait cho biết, 6 nước GCC đều là thành viên WTO. Rào cản thương mại tại thị trường các nước GCC là việc yêu cầu giấy chứng nhận về tiêu chuẩn, kiểm định chất lượng, nhãn mác... do Tổ chức Tiêu chuẩn và Đo lường Vùng Vịnh (GSMO) cấp, giấy chứng nhận Halal đối với các sản phẩm thực phẩm, thủy sản nhập khẩu.

Trong vài năm gần đây, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang các nước GCC gia tăng nhanh chóng và có mức tăng đột biến từ năm 2012 đến nay. Nếu nhu năm 2012, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang các nước GCC mới đạt 2,7 tỷ USD, thì tới năm 2021 đã tăng gấp 4,6 lần, đạt 12,5 tỷ USD.

Ông Thắng cho rằng, cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường GCC đang rộng mở với nhiều thuận lợi. Việt Nam có quan hệ ngoại giao, quan hệ hợp tác truyền thống hữu nghị lâu dài với các nước GCC. Bên cạnh đó, hai bên có khuôn khổ pháp lý khá đầy đủ cho việc phát triển và tăng cường quan hệ hợp tác (đã ký các hiệp định hợp tác kinh tế, thương mại và khoa học kỹ thuật với 5/6 nước, ký hiệp định thương mại 2/6 nước; hiệp định tránh đánh thuế hai lần với 5/6 nước GCC; hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư với 4/6 nước; hiệp định về vận chuyển hàng không với 5/6 nước; thành lập Ủy ban liên Chính phủ/Ủy ban hỗn hợp với 5/6 nước GCC). Mạng lưới cơ quan đại diện ngoại giao làm cầu nối thúc đẩy trao đổi thương mại và hợp tác: đã có 4 Đại sứ

quán và 3 Thương vụ tại GCC, có 5 Đại sứ quán các nước GCC tại Việt Nam. Khối GCC có sức mua lớn, khả năng thanh toán cao do có nguồn tài chính dồi dào. Cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu của GCC khá phù hợp với những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh và nhu cầu của Việt Nam, thuế nhập khẩu của khối GCC khá thấp.

Chia sẻ thêm về thị trường Trung Đông, ông Nguyễn Tuấn - Phó Giám đốc ITPC cho biết, các quốc gia này có nhu cầu nhập khẩu rất lớn (dao động từ 2 tỷ USD đến 8 tỷ USD) đối với các mặt hàng như đồ gỗ, sản phẩm nhựa, ngũ cốc, dệt may, giày dép, cao su và sản phẩm cao su, thịt, sữa và sản phẩm sữa, rau quả các loại, v.v... Đây là những mặt hàng thế mạnh của Việt Nam. Tuy nhiên tỷ trọng các mặt hàng này của Việt Nam trong cơ cấu hàng nhập khẩu của các nước Trung Đông vẫn còn thấp, chưa tương xứng với tiềm năng hai bên.

Bên cạnh đó, ngành nông nghiệp của khu vực Trung Đông còn chưa phát triển do điều kiện tự nhiên khắc nghiệt; công nghiệp sản xuất khó phát triển, nên khu vực này vẫn phải nhập khẩu nhiều thực phẩm, hàng tiêu dùng. Thống kê cho thấy, các quốc gia này nhập khẩu khoảng 80% các mặt hàng lương thực, thực phẩm, tương đương khoảng 40 tỷ USD/năm. Đến năm 2035, tổng giá trị nhập khẩu lương thực, thực phẩm của các nước vùng Trung Đông dự kiến sẽ tăng lên 70 tỷ USD/năm.

Một thuận lợi nữa khi xuất khẩu sang Trung Đông, là mức thuế nhập khẩu chỉ từ 0-5% đối với hàng hóa nhập khẩu từ bên ngoài khối. Chính vì điều này mà Trung Đông trở thành một thị trường đầy tiềm năng của Việt Nam.



Các dòng sản phẩm mới được giới thiệu đến các đối tác tại Hội thảo.

(Xem tiếp trang 10)

(Tiếp theo trang 9)

Riêng với Thành phố Hồ Chí Minh, Trung Đông là một thị trường đầy tiềm năng và còn nhiều dư địa để khai thác. Trong những năm đây, kim ngạch xuất khẩu của Thành phố Hồ Chí Minh sang các quốc gia Trung Đông tăng đều theo các năm. Chỉ kể riêng UAE, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2021 của Thành phố Hồ Chí Minh sang UAE ước đạt 340 triệu USD trong đó xuất khẩu ước đạt 230 triệu USD tăng 12% so với năm 2020. Xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh sang Iraq ước đạt trên 130 triệu USD năm 2021 tăng 21%

Các mặt hàng chính Thành phố Hồ Chí Minh xuất khẩu sang thị trường các nước Trung Đông bao gồm: thủy hải sản, rau củ quả, cà phê, hạt tiêu, dệt may, máy tính và linh kiện điện tử, linh kiện điện thoại...

Theo ông Nguyễn Tuấn, hiện nay doanh nghiệp Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng còn gặp nhiều khó khăn khi tiếp cận thị trường Trung Đông như thiếu thông tin, những rào cản về logistics và thanh toán quốc tế. Vì vậy, doanh nghiệp rất cần nhận được sự hỗ trợ từ các cơ quan tổ chức ngoại giao của Việt Nam tại khu vực, cũng như các cơ quan xúc tiến thương mại và đầu tư như ITPC.

Dự kiến trong thời gian tới, ITPC sẽ tiếp tục triển khai các đoàn khảo sát thị trường, kết nối giao thương và gặp gỡ các hệ thống kênh phân phối hiện đại tại khu vực Trung Đông đặc biệt là hai thị trường xuất khẩu mạnh của Việt Nam hiện nay là Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE) và Kuwait (Cô-ôét).

Chia sẻ về tiềm năng thị trường Kuwait (Cô-ôét), ông Ngô Toàn Thắng cho rằng quốc gia này có khá nhiều

thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam. Kuwait là thị trường mở, tiêu dùng nội địa chủ yếu phụ thuộc vào nhập khẩu và thuế nhập khẩu thấp (từ 0%-5%) đối với hầu hết các loại hàng hóa. Hiện, Kuwait chưa áp dụng thuế VAT và thuế thu nhập cá nhân. Đây còn là thị trường có sức mua khá với GDP bình quân đầu người trên 25.000 USD/năm; có số lượng người lao động nhập cư chiếm phần lớn dân số nên nhu cầu sản phẩm đa dạng về chủng loại, chất lượng và là cánh cửa để xâm nhập vào các thị trường GCC khác. Nền kinh tế Kuwait có nội lực mạnh, ít chịu tác động của suy thoái kinh tế thế giới và đang tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt là các ngành tài chính, xây dựng, bất động sản, dầu khí, điện, hàng không. Mặt khác, hàng Việt Nam đã tạo dựng được chỗ đứng tại thị trường Kuwait như các mặt hàng điện thoại, thủy sản, giày dép, nông sản, thực phẩm, sản phẩm gia dụng..., với sức cạnh tranh ngày càng được nâng cao so với hàng Trung Quốc, Malaysia.

Chứng nhận Halal – Chìa khóa vàng thâm nhập vào thị trường Trung Đông

Trình bày tại buổi hội thảo, bà Nguyễn Thị Ngọc Hằng, Giám đốc marketing Văn phòng Chứng nhận Halal - HCA Việt Nam cho biết, thị trường các nước Hồi giáo có rất nhiều tiềm năng để doanh nghiệp Việt khai thác. Hiện, thế giới Hồi giáo có tới 57 quốc gia thành viên OIC với 2,2 tỷ người Hồi giáo đang sinh sống tại 112 quốc gia trên thế giới (chiếm 25% dân số thế giới) và có tốc độ phát triển 2,9%/năm. Đây là thị trường có văn hóa kinh doanh đặc biệt và thường yêu cầu phải có chứng nhận Halal.





Sản phẩm Halal là sản phẩm đó người Hồi giáo được phép ăn uống hoặc sử dụng và người Hồi giáo chỉ sử dụng các sản phẩm Halal.

Theo bà Hằng, lợi ích của chứng chỉ Halal là vô cùng lớn. Nó giúp doanh nghiệp có thể đáp ứng được các yêu cầu khi xuất khẩu vào các quốc gia Hồi giáo; được người Hồi giáo tin tưởng mua, sử dụng mà không phải do dự; tạo lòng tin cho người tiêu dùng, được người tiêu dùng (cả người theo đạo Hồi và người ngoại đạo) khắp nơi trên thế giới lựa chọn vì đáp ứng cả các yêu cầu về kiểm soát chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm qua đó tăng đối tượng sử dụng sản phẩm; giúp doanh nghiệp tăng cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng nguyên liệu và sản phẩm Halal toàn cầu.

Về điều kiện chung để sản phẩm được chứng nhận Halal, bà Nguyễn Thị Ngọc Hằng cho biết, doanh nghiệp cần đáp ứng được đồng thời 02 điều kiện là nguyên liệu Halal và dây chuyền sản xuất Halal. Cụ thể, ngoài việc nguyên liệu, phụ gia, hóa chất... phải là Halal thì trên cùng một dây chuyền không được sản xuất lẫn lộn sản phẩm Halal và Haram. Việc đạt các yêu cầu vệ sinh và quản lý chất lượng sản phẩm HACCP, ISO 22000... là lợi thế.

Quy trình chứng nhận Halal sẽ được trải qua 05 bước: (1) tiếp nhận yêu cầu chứng nhận; (2) báo giá và ký hợp đồng chứng nhận; (3) đánh giá giai đoạn 1 - đánh giá hồ sơ; (4) đánh giá giai đoạn 2 - đánh giá hiện trường và (5) cuối cùng là thẩm xét hồ sơ, cấp chứng chỉ Halal.

Bà Nguyễn Thị Ngọc Hằng cũng đưa ra một số lưu ý dành cho các doanh nghiệp khi tham gia chương trình chứng nhận Halal. Theo đó, khi chuẩn bị đăng ký, doanh nghiệp cần áp dụng Halal vào sản xuất, lưu ý chọn nguyên liệu Halal. Các công ty nông thủy sản cần đặc biệt lưu ý khi sản xuất các sản phẩm Haram sẽ rất khó trong quá trình đánh giá Halal. Doanh nghiệp cần lựa chọn sản phẩm tham gia chứng nhận, địa điểm nhà máy và chương trình chứng nhận phù hợp với nhu cầu của mình. Trong quá trình đánh giá Halal, cơ quan đánh giá sẽ tiến hành truy xuất nguyên liệu và tất cả thành phần có trong quá

trình sản xuất, cho nên lưu ý doanh nghiệp cần phải rất kỹ trong khâu này. Sau khi được cấp chứng nhận, doanh nghiệp cũng cần phải lưu ý khi ra sản phẩm mới, thay đổi nguyên liệu... phải đảm bảo tính toàn vẹn Halal trong quá trình sản xuất.

Ngoài ra, khi chứng nhận cho 01 sản phẩm có tên nhãn hàng cụ thể, thì bắt buộc phải đánh giá hiện trường tất cả các nhà máy sản xuất ra sản phẩm mang cùng tên nhãn hàng đó (bao gồm cả đơn vị gia công bên ngoài); sản phẩm không mô phỏng hình con giống, bao bì sản phẩm không có hình ảnh thịt heo, liên quan đến con heo; tên sản phẩm không được liên quan đến tôn giáo khác, không liên quan đến Haram.

Yêu cầu riêng đối với các công ty yêu cầu sản phẩm Halal nhưng có sản xuất sản phẩm liên quan đến chất cấm (thịt heo, rượu, bia): (1) dây chuyền đã từng sản xuất sản phẩm liên quan đến thịt heo bắt buộc phải tẩy rửa theo nghi thức Hồi giáo trước khi tiến hành sản xuất sản phẩm Halal (chỉ thực hiện 1 lần duy nhất); dây chuyền sản xuất sản phẩm có thịt heo phải tách biệt hoàn toàn về nhà xưởng, thiết bị, con người với dây chuyền sản phẩm Halal; doanh nghiệp phải tiến hành đào tạo, xây dựng và áp dụng tiêu chuẩn Halal trước khi tiến hành đánh giá (phải có hồ sơ, hệ thống tài liệu quản lý); phải có người Hồi giáo làm giám sát (01 người/01 ca làm việc, hoặc 1 người làm QA); có kết quả kiểm nghiệm ADN heo/lợn đối với các sản phẩm của doanh nghiệp có sản xuất liên quan đến thịt.

Doanh nghiệp nên chọn những tổ chức chứng nhận Halal uy tín, được cấp phép và đảm bảo các tiêu chuẩn như: là tổ chức Hồi giáo (đảm bảo đức tin Islam trong mọi hoạt động cung cấp dịch vụ); là tổ chức chứng nhận (ISO/IEC 17065: yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận sản phẩm, quá trình, dịch vụ); được công nhận tại các thị trường xuất khẩu đặc biệt (đáp ứng các yêu cầu riêng của từng thị trường quy định).

Phòng Thông tin - ITPC

Xuất khẩu cà phê sang thị trường Anh:

Tận dụng cơ hội từ UKVFTA

Xuất khẩu cà phê sang Anh mới chiếm 17,04% thị phần

Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) dẫn số liệu từ Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) cho biết, năm 2021, Vương quốc Anh nhập khẩu cà phê đạt 203,38 nghìn tấn, trị giá 945,56 triệu USD, giảm 12,7% về lượng và giảm 6,2% về trị giá so với năm 2020. Năm 2021, giá nhập khẩu bình quân cà phê vào Anh đạt mức 4.649 USD/tấn, tăng 7,5% so với năm 2020.

Trong đó, giá nhập khẩu bình quân cà phê từ hầu hết nguồn cung chính tăng, ngoại trừ Indonesia. Mức tăng giá cao nhất 18,6% từ Colombia; mức tăng giá thấp nhất 6,7% từ Việt Nam.

Nhập khẩu cà phê của Vương quốc Anh từ Việt Nam trong năm 2021 giảm 35,5% về lượng và giảm 31,1% về trị giá so với năm 2020, đạt 34,65 nghìn tấn, trị giá 66,16 triệu USD. Thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Vương quốc Anh giảm từ 23,03% năm 2020, xuống còn 17,04% năm 2021.

Trong hai năm 2020 và 2021, nhập khẩu cà phê của Vương quốc Anh có xu hướng giảm do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, chủ yếu ảnh hưởng đến phân khúc cà phê ngoài gia đình, và ở Vương quốc Anh vẫn phổ biến văn hóa uống trà tại nhà.

Thị hiếu tiêu dùng cà phê ở Vương quốc Anh có sự khác biệt rõ ràng so với các nước châu Âu khác. Cà phê hòa tan là chủng loại cà phê được người tiêu dùng Anh ưa chuộng nhất. Các thương hiệu cà phê hòa tan hàng đầu tiếp cận được nhiều người tiêu dùng hơn so với các nhãn hiệu cà phê mới xây của họ.

Mức tăng trưởng thương mại nông sản nói chung và với mặt hàng cà phê nói riêng được kỳ vọng cho cả năm 2021 và 2022 dự báo khả quan khi kinh tế Anh phục hồi cộng với sự nỗ lực của các doanh nghiệp Việt Nam và sự tiếp sức, hướng dẫn của các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

Tận dụng cơ hội từ UKVFTA

Theo Bộ Công Thương, hiện nay, Chính phủ Anh đã chủ động thực hiện chiến lược thương mại “Nước Anh toàn cầu” (Global Britain) nhằm thúc đẩy xuất khẩu. Anh cũng sẵn sàng mở cửa thị trường nội địa theo phương

thức “có đi có lại” với các đối tác nước ngoài thông qua các FTA. Đồng thời, thúc đẩy đàm phán các FTA với 19 quốc gia hoặc Liên minh các quốc gia, trong đó tập trung ưu tiên các đối tác thương mại lớn như EU, Mỹ, Nhật Bản, Ấn Độ. Đồng thời, chủ trương kế thừa toàn bộ các FTA của EU đang có hiệu lực trên cơ sở đồng thuận với bên ký kết của các FTA này trong đó có FTA Việt Nam - EU (EVFTA).

Ngoài ra, Anh cũng quyết tâm gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), đồng nghĩa với việc Anh sẵn sàng mở cửa thị trường cho nhiều sản phẩm của 11 nước thành viên tham gia Hiệp định này để đổi lấy quyền tiếp cận thị trường ưu đãi cho các sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp Anh. Khi đó, nhiều sản phẩm Việt Nam tại thị trường Anh sẽ phải cạnh tranh với các đối thủ mạnh đến từ các nước CPTPP.

Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần nhanh chóng tận dụng cơ hội từ UKVFTA mang lại. Trong đó, doanh nghiệp phải tổ chức sản xuất theo tiêu chuẩn Anh, châu Âu, đồng thời tích cực chủ động xây dựng và phát triển quan hệ bạn hàng với các tập đoàn phân phối lớn. Đặc biệt, phải chủ động được công nghệ bảo quản và vận chuyển nông sản bằng đường biển; sử dụng tốt chính sách tín dụng ưu đãi và dịch vụ đánh giá, xác minh tín nhiệm của khách hàng của các ngân hàng Anh.

Riêng đối với mặt hàng cà phê, các chuyên gia cho hay, thị trường Anh có tính cạnh tranh rất cao với nguồn hàng nhập khẩu từ nhiều nước. Để xuất khẩu cà phê sang Anh ổn định, ngành cà phê Việt Nam cần đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường này. Bên cạnh đó, sản phẩm phải phù hợp với thị hiếu tiêu dùng Anh.

Để hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu nói chung và doanh nghiệp ngành cà phê nói riêng mở rộng thị phần tại thị trường này, trong thời gian tới, ngoài công tác thường xuyên hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam kết nối với các doanh nghiệp nhập khẩu của Anh và Ireland, dự kiến, trong quý IV/2022, Thương vụ Việt Nam tại Anh sẽ tham dự hội thảo và triển lãm Food & Hospitality Ireland 2022 tại Hội trường Royal Dublin Society nhằm xúc tiến thương mại nông sản, bánh kẹo, thực phẩm chế biến, đồ uống của các doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường Anh.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC



Công ty TNHH Khoa Học Dinh Dưỡng Orgalife

Địa chỉ
Số 27 Đường 65, Phường
Tân Phong, Quận 7, TP.HCM

Số điện thoại
19006744

Website
www.orgalife.com.vn

VỀ ORGALIFE

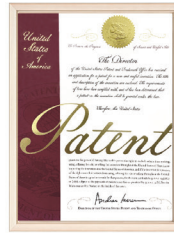
Công ty TNHH Khoa học Dinh Dưỡng Orgalife được thành lập từ năm 2014, chúng tôi tự hào gác vác trên vai hành trình nghiên cứu & cải tiến khoa học dinh dưỡng hơn 7 năm qua với mục tiêu mang đến các giải pháp dinh dưỡng khoa học trọn lành, dựa trên ba nền tảng: **Dinh dưỡng - Y học - Sinh học**, kết hợp với sự thấu hiểu sâu sắc nhu cầu dinh dưỡng của cơ thể ở những giai đoạn phát triển khác nhau trong cuộc sống hiện đại. Tại Orgalife, chúng tôi hiểu rằng **dinh dưỡng hiện đại là quay trở về với thiên nhiên**, bởi đây chính là giải pháp tốt nhất để nuôi dưỡng và chăm sóc sức khỏe toàn diện cho mọi người.

Sứ mệnh thương hiệu

Cam kết tập trung nguồn lực đầu tư và phát triển Viện nghiên cứu khoa học dinh dưỡng Orgalife theo tiêu chuẩn quốc tế; quy tụ đội ngũ chuyên gia hàng đầu, tâm huyết và giàu kinh nghiệm; tăng cường hợp tác với các tổ chức uy tín ở trong và ngoài nước, cùng nghiên cứu và phát triển các sản phẩm chất lượng cao ứng dụng công nghệ hiện đại bậc nhất thế giới.

CÁC CHỨNG NHẬN CAM KẾT VỀ CHẤT LƯỢNG

Mỗi sản phẩm của Orgalife được nghiêm túc đầu tư nghiên cứu và phát triển, quy tụ nhiều chuyên gia hàng đầu về y dược, công nghệ sinh học, công nghệ thực phẩm. Nhà máy sản xuất Orgalife với quy mô lớn và hiện đại đạt chứng nhận Hệ thống Quản lý chất lượng An toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn Châu Âu FSSC 22000 và HACCP CODEX, quy trình sản xuất sản phẩm được cấp bằng độc quyền sáng chế bởi Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam NOIP và Cơ quan sáng chế & Nhãn hiệu Hoa Kỳ USPTO.



Bảng độc quyền sáng chế được cấp bởi Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ (USPTO).



Bảng độc quyền sáng chế được cấp bởi Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam (NOIP Vietnam).



Hệ thống quản lý chất lượng an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn Châu Âu FSSC 22000.

QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH ORGALIFE



Sản phẩm nổi bật ORGALIFE

Kênh Y Tế



Kênh Tiêu Dùng



Ưu đãi miễn giảm thuế, hoàn thuế: 10% hay 8%?

Về việc áp dụng và thực hiện giảm thuế VAT theo Nghị định số 15/2022/NĐ-CP, kính đề nghị Cục Thuế Thành phố Hồ Chí Minh hướng dẫn cho chúng tôi về mức thuế VAT áp dụng trong trường hợp sau:

Hợp đồng dịch vụ đã thực hiện trong tháng 01/2022, đến tháng 2/2022 mới xuất hóa đơn do có phát sinh cần đối soát công nợ thì mức thuế suất doanh nghiệp áp dụng là 10% hay 8%?

Xin Cục Thuế hướng dẫn để chúng tôi triển khai thực hiện cho đúng pháp luật.

Trả lời:

Tại Điều 8 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn thi hành Luật thuế giá trị gia tăng (GTGT):

“Điều 8. Thời điểm xác định thuế GTGT

1. Đối với bán hàng hóa là thời điểm chuyển giao quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng hàng hóa cho người mua, không phân biệt đã thu được tiền hay chưa thu được tiền.

2. Đối với cung ứng dịch vụ là thời điểm hoàn thành việc cung ứng dịch vụ hoặc thời điểm lập hóa đơn cung ứng dịch vụ, không phân biệt đã thu được tiền hay chưa thu được tiền.

...”

Căn cứ Nghị định số 15/2022/NĐ-CP ngày 28 tháng 01 năm 2022 của Chính phủ quy định chính sách miễn, giảm thuế theo Nghị quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi kinh tế và phát triển kinh tế - xã hội:

- Tại khoản 1, 2 và 5 Điều 1 quy định giảm thuế giá trị gia tăng:

“Điều 1. Giảm thuế giá trị gia tăng

Giảm thuế giá trị gia tăng đối với các nhóm hàng hóa, dịch vụ đang áp dụng mức thuế suất 10%, trừ nhóm hàng hóa, dịch vụ sau:

a) Viễn thông, hoạt động tài chính, ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm, kinh doanh bất động sản, kim loại và sản phẩm từ kim loại đúc sẵn, sản phẩm khai khoáng (không kể khai thác than), than cốc, dầu mỏ tinh chế, sản phẩm hóa chất. Chi tiết tại Phụ lục I ban hành kèm theo Nghị định này.

b) Sản phẩm hàng hóa và dịch vụ chịu thuế tiêu thụ đặc biệt. Chi tiết tại Phụ lục II ban hành kèm theo Nghị định này.

c) Công nghệ thông tin theo pháp luật về công nghệ

thông tin. Chi tiết tại Phụ lục III ban hành kèm theo Nghị định này.

d) Việc giảm thuế giá trị gia tăng cho từng loại hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 1 Điều này được áp dụng thống nhất tại các khâu nhập khẩu, sản xuất, gia công, kinh doanh thương mại. Đối với mặt hàng than khai thác bán ra (bao gồm cả trường hợp than khai thác sau đó qua sàng tuyển, phân loại theo quy trình khép kín mới bán ra) thuộc đối tượng giảm thuế giá trị gia tăng. Mặt hàng than thuộc Phụ lục I ban hành kèm theo Nghị định này, tại các khâu khác ngoài khâu khai thác bán ra không được giảm thuế giá trị gia tăng.

Trường hợp hàng hóa, dịch vụ nêu tại các Phụ lục I, II và III ban hành kèm theo Nghị định này thuộc đối tượng không chịu thuế giá trị gia tăng hoặc đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng 5% theo quy định của Luật Thuế giá trị gia tăng thì thực hiện theo quy định của Luật Thuế giá trị gia tăng và không được giảm thuế giá trị gia tăng.

Mức giảm thuế giá trị gia tăng

a) Cơ sở kinh doanh tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ được áp dụng mức thuế suất thuế giá trị gia tăng 8% đối với hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 1 Điều này.

b) Cơ sở kinh doanh (bao gồm cả hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh) tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp tỷ lệ % trên doanh thu được giảm 20% mức tỷ lệ % để tính thuế giá trị gia tăng khi thực hiện xuất hóa đơn đối với hàng hóa, dịch vụ được giảm thuế giá trị gia tăng quy định tại khoản 1 Điều này.”

Căn cứ quy định và hướng dẫn nêu trên, trường hợp chi tiết hàng hóa, dịch vụ thực tế của Công ty cung cấp nếu không thuộc nhóm hàng hóa, dịch vụ không được giảm thuế giá trị gia tăng theo quy định tại Điều 1 Nghị định số 15/2022/NĐ-CP và danh mục hàng hóa, dịch vụ không được giảm thuế giá trị gia tăng tại Phụ lục I, II, III (ban hành kèm theo Nghị định số 15/2022/NĐ-CP) thì Công ty thực hiện mức giảm thuế giá trị gia tăng theo quy định tại Điều 2 Nghị định số 15/2022/NĐ-CP.

Trường hợp Công ty cung ứng dịch vụ trong tháng 01/2022, Công ty đã hoàn thành dịch vụ cung ứng cho khách hàng trong tháng 1/2022 mà tháng 2/2022 Công ty mới thực hiện lập hóa đơn thì Công ty không áp dụng mức giảm thuế suất thuế giá trị gia tăng theo quy định tại Nghị định 15/2022/NĐ-CP đối với dịch vụ đã hoàn thành chuyển giao, cung ứng cho khách hàng thực hiện trong tháng 1/2022 theo quy định của pháp luật về thuế giá trị gia tăng.

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 thu 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