



**BẢN TIN**

www.itpc.gov.vn

# XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 18 (958) NGÀY 20.06.2022



## Tọa đàm “Cơ hội tiếp cận thị trường Pháp sau đại dịch Covid-19” (trang 4 - 5)

Hội nghị Đối thoại giữa doanh nghiệp với Lãnh đạo Sở Xây dựng (trang 3)

ITPC tiếp Tổng lãnh sự Cuba tại TP.HCM (trang 4)

Nhiều giải pháp hiện đại hóa, đa dạng hóa công tác xúc tiến đầu tư giai đoạn 2021- 2030 (trang 8 - 9)

Thị trường châu Phi: Thách thức lớn cho doanh nghiệp thực phẩm (trang 12)



TP. Hồ Chí Minh sẽ có ít nhất 124 sản phẩm OCOP vào năm 2025 (trang 7)

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 18 06.2022



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

Hội nghị Đối thoại giữa doanh nghiệp  
với Lãnh đạo Sở Xây dựng  
Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến  
gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng  
năm 2022

04. Tọa đàm “Cơ hội tiếp cận thị  
trường Pháp sau đại dịch Covid-19”

06. ITPC tiếp Tổng lãnh sự Cuba  
tại TP.HCM

TP.HCM khai mạc Chương trình  
khuyến mại tập trung năm 2022

## 07 TIÊU ĐIỂM

TP. Hồ Chí Minh sẽ có ít nhất 124  
sản phẩm OCOP vào năm 2025

## 08 CHÍNH SÁCH MỚI - VĂN BẢN MỚI

Nhiều giải pháp hiện đại hóa, đa dạng  
hóa công tác xúc tiến đầu tư giai đoạn  
2021- 2030



## 10 TƯ VẤN

Mười lời khuyên để tối đa hóa kỹ  
năng triển lãm của bạn

## 11 ENGLISH FOR YOU

15 business english phrases for all  
occasions

## 12 TIN VEXA

Thị trường châu Phi: Thách thức lớn  
cho doanh nghiệp thực phẩm

## 13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công Ty TNHH Thế Giới Huy Hoàng



# Hội nghị Đối thoại giữa doanh nghiệp với Lãnh đạo Sở Xây dựng

**T**hực hiện chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố về việc tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp với Sở Xây dựng tổ chức Hội nghị “Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố” với thời gian, địa điểm và nội dung như sau:

❖ **Thời gian:** 08g00 - 11g30, thứ Sáu, ngày 24/6/2022.

❖ **Địa điểm:** Hội trường Prima A (lầu 5) khách sạn Majestic - số 01 Đồng Khởi, Quận 1.

❖ **Nội dung:** đối thoại doanh nghiệp và Sở Xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh năm 2022.

❖ **Phí tham dự:** miễn phí.

*Vui lòng đăng ký tham dự với Ban Tổ chức trước 16g00 ngày 23/6/2022, nếu có câu hỏi đề nghị gửi trước 16g00 ngày 20/6/2022, qua email: doithoai@itpc.gov.vn.*

## Tổ Đối thoại - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 1304

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Thành Tài (0973 726 762, doithoai@itpc.gov.vn)

Website: <https://doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn>

**Văn Phòng - ITPC**

## Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng năm 2022

**N**hằm hỗ trợ các doanh nghiệp của Thành phố và doanh nghiệp hội viên Câu lạc bộ Doanh nghiệp Xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh (VEXA), hội viên Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA) trưng bày, giới thiệu các sản phẩm chất lượng phục vụ mục đích tìm kiếm đối tác trong nước và xuất khẩu thúc đẩy phát triển và phục hồi kinh tế hậu Covid-19;

Nhằm hỗ trợ đối tượng là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo là các doanh nghiệp có nguồn vốn và công nghệ còn hạn chế, đặc biệt là hoạt động hỗ trợ định hướng sản phẩm và xúc tiến xuất khẩu;

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Hội Mỹ nghệ và



Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA) tổ chức chương trình “Tuần lễ triển lãm sản phẩm chế biến gỗ, thủ công mỹ nghệ và quà tặng năm 2022” với thông tin dự kiến như sau:

❖ **Thời gian:** dự kiến từ ngày 10/7 - 15/7.

❖ **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu, số 92 - 96 đường Nguyễn Huệ, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM.

❖ **Đối tượng tham gia:** các doanh nghiệp chế biến gỗ, sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ và quà tặng, đặc biệt là các sản phẩm thiết kế mới, sản phẩm có chế tác kỹ thuật cao, sản phẩm sử dụng vật liệu mới và thân thiện với môi trường...

**Phòng Dịch vụ - ITPC**

### Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ chuyên viên Thùy Trang (0903 367 567, tranglt@itpc.gov.vn)

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



## Tọa đàm “Cơ hội tiếp cận thị trường Pháp sau đại dịch Covid-19”

Sáng ngày 15/6/2022, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Hội Doanh nhân Việt Nam tại Pháp (ABVietFrance) tổ chức buổi Tọa đàm về “Cơ hội tiếp cận thị trường Pháp sau đại dịch Covid-19” với mong muốn bổ sung những thông tin về thị trường Pháp sau đại dịch Covid-19 để doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng mở rộng thị trường xuất khẩu. Chương trình có sự tham dự của các đại biểu: ông Nguyễn Tuấn - Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC), ông Nguyễn Hải Nam, Chủ tịch Hội doanh nhân Việt Nam tại Pháp (ABVietFrance), bà Lê Văn Thanh Trà, Phụ trách phát triển kinh doanh và quản lý đối tác Source of Asia (SOA) cùng với sự hiện diện của hơn 53 người đến từ các doanh nghiệp.

Theo ông Nguyễn Tuấn, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) cho hay, theo báo cáo



xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2021 của Bộ Công Thương, Việt Nam xuất khẩu sang Pháp khoảng 3,2 tỷ USD với các mặt hàng chủ lực Việt Nam xuất khẩu sang Pháp gồm các ngành hàng truyền thống như giày dép, dệt may, đồ gỗ, đồ nội thất, thiết bị dân dụng. Về nhập khẩu, theo số liệu Hải quan Pháp, tổng kim ngạch hàng hóa nhập khẩu từ Pháp vào Việt Nam trong 9 tháng năm 2021 đạt gần 884,3 triệu Euro, tăng 29,6% so với cùng kỳ năm 2020 (682,3 triệu Euro).

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu gồm: nguyên liệu làm thuốc dược phẩm, động cơ hàng không, nước hoa và sản phẩm vệ sinh, sản phẩm hóa chất, nhôm tấm, máy móc thiết bị đo lường, điều khiển. Đối với Thành phố Hồ Chí Minh, trong năm 2021 doanh nghiệp Thành phố đã xuất khẩu sang Pháp là 420,9 triệu USD và nhập khẩu là 428,2 triệu USD.

Tại buổi Tọa đàm, ông Nguyễn Hải Nam đã thông tin tổng quan về thị trường Pháp sau đại dịch Covid-19,

cập nhật những thay đổi về thói quen tiêu dùng của người dân Pháp, một số điểm lưu ý trong văn hóa kinh doanh, văn hóa giao tiếp kinh doanh tại thị trường Pháp, cũng như chia sẻ kinh nghiệm của các doanh nghiệp đã tiếp cận thành công tại thị trường Pháp. Ngoài ra ông Nam cũng cho hay doanh nghiệp muốn thâm nhập thị trường Pháp nhanh chóng thì bản thân doanh nghiệp phải chuẩn bị tâm thế sẵn sàng, cũng như hoàn tất các thủ tục, chứng nhận liên quan đến ngành doanh nghiệp đang kinh doanh, bên cạnh đó doanh nghiệp cần quan tâm thêm về đăng ký nhãn hiệu, bảo hộ thương hiệu của chính doanh nghiệp.

Với sự tham dự của 53 người là các doanh nhân, nhà quản lý đến từ doanh nghiệp, và tổ chức, buổi tọa đàm đã diễn ra khá sôi nổi với các câu hỏi xuất phát từ nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp mong muốn tìm hiểu thật chi tiết về các vấn đề liên quan như: thị hiếu tiêu dùng người dân Pháp, các giấy tờ chứng từ cần thiết để vào thị trường Pháp, cách tìm kiếm thông tin số liệu về từng ngành hàng thị trường Pháp, kênh phân phối và kênh quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng Pháp. Các câu hỏi trên đã được ông Nguyễn Hải Nam Chủ tịch Hội doanh nhân Việt Nam tại Pháp (ABVietFrance), bà Lê Văn Thanh Trà, Phụ trách phát triển kinh doanh và quản lý đối tác Source of Asia (SOA), và Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) trả lời rất thực tế, thiết thực, đi sâu vào vấn đề trọng tâm mà doanh nghiệp quan tâm. Các doanh nghiệp cũng rất hài lòng với phong cách tổ chức chuyên nghiệp của ITPC và mong muốn ITPC tiếp tục có thêm nhiều buổi tọa đàm có nội dung tương tự nhằm giúp các doanh nghiệp thu nạp thêm nhiều kiến thức hữu ích và cập nhật kịp thời các thông tin phục vụ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.



Ông Nguyễn Hải Nam - Chủ tịch Hội doanh nhân Việt Nam tại Pháp cho biết, những thay đổi trong kinh tế xã hội và dân số đã ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng sản phẩm nông sản và thực phẩm tại Pháp. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tìm thấy cơ hội xuất khẩu những sản phẩm này như hàng thủy sản, rau quả, bánh kẹo và ngũ cốc.

Đối với mặt hàng thủy sản và thực phẩm, người tiêu dùng Pháp mong muốn những loại thực phẩm mang tính sáng tạo, đổi mới. Họ thích những món ăn truyền thống của các nước với chủ đề và mùi vị đặc trưng.

Dự báo nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu và đồ gia dụng tại Pháp sẽ tiếp tục tăng. Một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, như hàng may mặc, giày thể thao, gạo, cà phê, hồ tiêu và thủy sản bắt đầu được người tiêu dùng Pháp (trong đó có đông đảo người Việt Nam và các cộng đồng gốc châu Á) tin nhiệm và ưa chuộng. Các nhóm sản phẩm này có sức cạnh tranh đang lên trên thị trường Pháp và trong những năm tới có thể gia tăng thị phần.

Tuy nhiên, một số loại thủy sản đang trong tầm ngắm của các cơ quan chuyên trách về phòng vệ thương mại, an toàn thực phẩm, bảo vệ người tiêu dùng và tổ chức bảo vệ môi trường, bảo vệ động vật của Pháp và EU. Các doanh nghiệp thủy sản cần tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và cẩn trọng về điều kiện thanh toán trong hợp đồng xuất khẩu, tránh tổn thất.

Ngoài hàng tiêu dùng thiết yếu bình dân, thị trường Pháp cũng có nhu cầu đáng kể hàng tiêu dùng cao cấp dành cho tầng lớp dân cư có thu nhập cao và khách du lịch. Nhóm khách hàng này có số lượng ít hơn người tiêu dùng thu nhập thấp và trung bình nhưng sức mua rất lớn, nên có thể mang lại lợi nhuận đáng kể cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có khả năng sản xuất sản phẩm tiêu dùng chất lượng cao.

Một phân khúc thị trường khác doanh nghiệp có thể khai thác là xu hướng tiêu dùng chuyển dần sang các sản phẩm hữu cơ. Mặc dù không phải là một xu hướng mới, tuy nhiên người Pháp ngày càng quan tâm đến các vấn đề về môi trường và sức khỏe, vì vậy họ hướng tới sản phẩm nông sản và thực phẩm sạch, hữu cơ. Do đó, mặt hàng nông, thủy sản có chứng nhận hữu cơ sẽ có cơ hội gia tăng thị phần tại đây.

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

**Phòng Huấn luyện - ITPC**

# ITPC tiếp Tổng lãnh sự Cuba tại TP.HCM

**N**gày 16/6/2022, tại Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC), ông Nguyễn Tuấn, Phó Giám đốc ITPC đã có buổi tiếp bà Feo Labrada Ariadne, Tổng Lãnh sự Cộng hòa Cuba tại TP.HCM.

Cuba là thị trường tiềm năng nhiều hứa hẹn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Lãnh sự quán Cuba tại

TP.HCM luôn quan tâm phối hợp cùng ITPC trong các hoạt động xúc tiến đầu tư và thương mại. Mới nhất, ngày 19/4/2022, ITPC đã cùng đối tác Cuba tổ chức thành công Hội thảo xúc tiến đầu tư vào đặc khu phát triển Mariel, Cuba. Tại buổi gặp, hai bên hứa hẹn sẽ gia tăng các hoạt động kết nối doanh nghiệp hai nước trong lĩnh vực xúc tiến thương mại và đầu tư.



Phòng Thông tin - ITPC

## TP.HCM khai mạc Chương trình khuyến mại tập trung năm 2022

**T**ối 15/6, TP.HCM khai mạc Chương trình khuyến mại tập trung - Mùa mua sắm “Shopping Season” năm 2022 tại siêu thị MM Mega Market (TP Thủ Đức).

Ông Nguyễn Nguyễn Phương, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP.HCM cho biết, Chương trình “Shopping Season 2022” với chủ đề “Thỏa sức mua, đua sức sắm” đã có các giải pháp mới triển khai 2 đợt khuyến mại tập trung từ ngày 15/6 đến ngày 15/7/2022 với chủ đề “Tung bùng mua sắm Hè 2022” và từ 15/11 đến 15/12/2022 “Rộn ràng mua sắm Mùa Xuân 2022” được UBND TP.HCM giao Sở Công Thương phối hợp cùng Sở Du lịch, Sở Y tế, Văn hóa và Thể thao, Sở Giao thông Vận tải đồng tổ chức thực hiện. Từ ngày 6/6 đến 15/6/2022, Sở Công Thương đã tiếp nhận hơn 1.358 chương trình của 448 doanh nghiệp (DN) đăng ký tham gia và có DN khuyến mại lên đến 95%. Hiện đã có 448 DN tham gia với 1.358 chương trình khuyến mại, đây đều là những DN có uy tín, đã khẳng định thương hiệu trong quá trình sản xuất kinh doanh, được người tiêu dùng tin dùng như các DN có sản phẩm đạt Giải thưởng “Thương hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh”, doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm chủ lực của TP.HCM, các DN thương mại điện tử lớn... chắc chắn sẽ mang lại những sản phẩm chất lượng, giúp người tiêu dùng được trải nghiệm mua sắm với những dịch vụ tốt nhất, giá cả ưu đãi nhất.

Phó Chủ tịch Phan Thị Thắng khẳng định, TP.HCM luôn xác định “Thành công của doanh nghiệp cũng chính là thành công của Thành phố”, nhằm kịp thời tiếp sức cho DN, TP.HCM tổ chức Chương trình khuyến mại tập trung - Mùa mua sắm “Shopping Season” năm 2022 quy

tụ đông đảo nhiều thành phần DN, nhiều lĩnh vực ngành nghề tham gia để tạo hiệu ứng cộng hưởng, lan tỏa...

Phó Chủ tịch Phan Thị Thắng kỳ vọng Chương trình Mùa mua sắm năm nay “Shopping Season 2022” với chủ đề “Thỏa sức mua, đua sức sắm” sẽ là bước tiếp nối để TP.HCM tổ chức và sự kiện khuyến mại thường niên, xuyên suốt giai đoạn 2021-2025, hướng đến mục tiêu xây dựng TP.HCM trở thành trung tâm mua sắm hấp dẫn, hiện đại của khu vực Đông Nam Á, thu hút đông đảo người tiêu dùng trong nước và du khách, góp phần khẳng định vị thế, vai trò đầu tàu kinh tế của TP.HCM.

Được biết, bên cạnh việc tổ chức Chương trình khuyến mại “Shopping Season 2022” trên địa bàn TP.HCM, Sở Công Thương sẽ tổ chức 3 sự kiện, trong chuỗi sự kiện về Chương trình khuyến mại tập trung:

Hội chợ khuyến mại “Shopping Season” diễn ra từ ngày 28/6 đến 3/7/2022 tại Nhà thi đấu Phú Thọ, quận 11 với quy mô khoảng 450 gian hàng trưng bày, mua bán sản phẩm từ các DN có thương hiệu của TP.HCM và các tỉnh, thành.

Hội chợ Hàng Việt Nam Xuất khẩu dự kiến tháng 11/2022, tổ chức hoạt động trưng bày, mua bán sản phẩm xuất khẩu để phục vụ người tiêu dùng trong nước và du khách.

Chương trình “Kết nối cung - cầu” giữa TP.HCM với các tỉnh, thành, thời gian dự kiến tháng 11/2022. Tổ chức các hoạt động kết nối cung - cầu giữa TP.HCM với các tỉnh, thành, hình thành các chuỗi cung ứng từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm. Tập trung các nhóm đặc sản vùng miền, nông sản, hàng công nghiệp tiêu dùng và sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu.

(Theo hochiminhcity.gov.vn) - Phòng Thông tin - ITPC

# TP. Hồ Chí Minh sẽ có ít nhất 124 sản phẩm OCOP vào năm 2025

**Đ**ến năm 2025, TP. Hồ Chí Minh phấn đấu có ít nhất 124 sản phẩm OCOP được công nhận đạt 3 sao trở lên; đồng thời, 100% xã xây dựng nông thôn mới trên địa bàn Thành phố sẽ có sản phẩm được công nhận.

Đây là mục tiêu được UBND TP. Hồ Chí Minh đặt ra trong quyết định phê duyệt Đề án Chương trình Mỗi xã Một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2021-2025.

UBND TP. Hồ Chí Minh cũng xác định, ưu tiên các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, trang trại và hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh có các sản phẩm nông nghiệp chủ lực tham gia Đề án Chương trình OCOP; đồng thời, đẩy mạnh xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm OCOP của Thành phố; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho đội ngũ cán bộ Nhà nước trong hệ thống OCOP và lãnh đạo các tổ chức kinh tế tham gia đề án.

Theo UBND TP. Hồ Chí Minh, nhiệm vụ trọng tâm của đề án là phát triển sản phẩm OCOP gắn với cơ cấu lại và đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp; trong đó, phát triển sản phẩm OCOP gắn với xây dựng vùng nguyên liệu nông sản theo hướng sản xuất hữu cơ, quản lý tài nguyên và bảo tồn đa dạng sinh học, góp phần bảo tồn, duy trì cảnh quan nông thôn và bảo vệ môi trường sinh thái.

Thành phố cũng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ sinh học, phát triển khoa học công nghệ, nông nghiệp công nghệ cao gắn với đào tạo nguồn nhân lực để tận dụng tốt cơ hội của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư; phát triển sản xuất kết hợp với



**Khu vực trưng bày sản phẩm OCOP của TP.HCM tại Hội chợ, triển lãm sản phẩm tiêu biểu TP.HCM 2022. (Nông nghiệp Việt Nam)**

khai thác, phục vụ du lịch, đào tạo nghề cho khu vực nông thôn.

Đề án Chương trình OCOP trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh cũng thực hiện chuẩn hóa và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường và chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương.

Phát triển sản phẩm OCOP theo 6 nhóm sản phẩm, ưu tiên các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ đặc sắc, truyền thống và có lợi thế ở mỗi địa phương, theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa địa phương...), gia tăng giá trị, gắn với phát triển cộng đồng; bảo vệ môi trường.

Thành phố cũng thử nghiệm, phát triển sản phẩm OCOP xanh

theo hướng kinh tế số gắn với thị trường xuất khẩu, gắn với lợi thế đặc hữu về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của từng khu vực; nâng cao năng lực quản trị; kỹ năng đổi mới, sáng tạo về sản phẩm; quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm; kỹ năng về thiết kế bao bì, ghi nhãn và mẫu mã sản phẩm; kiến thức và năng lực về sở hữu trí tuệ; tăng cường sử dụng và khai thác thương hiệu cộng đồng các sản phẩm nông thôn.

Mặt khác, đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP.

Bên cạnh đó, phân hạng, đánh giá sản phẩm OCOP, giám sát sản phẩm OCOP, nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai đề án Chương trình OCOP và tăng cường chuyển đổi số trong đề án.

(Theo Bnews) - Phòng Thông tin - ITPC



Trong ảnh là Hội nghị Tham vấn các nhà đầu tư góp ý, hiện kế các giải pháp định hướng phát triển kinh tế xã hội TP.HCM đến năm 2030.

## Nhiều giải pháp hiện đại hóa, đa dạng hóa công tác xúc tiến đầu tư giai đoạn 2021- 2030

Ngày 02 tháng 6 năm 2022, Chính phủ đã ban hành Quyết định 667/QĐ-TTg về phê duyệt chiến lược hợp tác đầu tư nước ngoài giai đoạn 2021- 2030. Bản tin ITPC lược trích một số nội dung chính và nội dung có liên quan trực tiếp đến công tác xúc tiến đầu tư.

**Q**uết định đã đề ra các mục tiêu tổng quát của “chiến lược hợp tác đầu tư nước ngoài là”:

Thu hút các dự án đầu tư nước ngoài (ĐTNN) sử dụng công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ cao của Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa tích cực, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu;

Mở rộng thị trường, tranh thủ vốn, công nghệ, kiến thức quản lý, văn hóa doanh nghiệp của khu vực có vốn ĐTNN; nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, của doanh nghiệp và sản phẩm nội địa; thúc đẩy các ngành công nghiệp, nông nghiệp và dịch vụ

trong nước, xác lập và tăng cường vai trò của doanh nghiệp Việt Nam trong cộng đồng quốc tế;

Nâng cao hiệu quả, chất lượng toàn diện trong công tác thu hút, sử dụng vốn ĐTNN, tăng tỷ lệ đóng góp của khu vực ĐTNN trong phát triển kinh tế - xã hội, tương xứng với những ưu đãi, hỗ trợ được hưởng;

Xây dựng và phát triển các trung tâm đổi mới sáng tạo, trung tâm tài chính đạt tầm cỡ khu vực và quốc tế tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội cho giai đoạn tới.

Về mục tiêu cụ thể, Quyết định 667 nêu một số chỉ tiêu:

Nâng cao tỷ lệ vốn đầu tư đăng ký của các quốc gia và vùng lãnh thổ trong một số khu vực trong tổng số vốn ĐTNN cả nước lên hơn 70%

trong giai đoạn 2021 - 2025 và 75% trong giai đoạn 2026 - 2030, bao gồm: (i) châu Á: Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Malaysia, Thái Lan, Ấn Độ, Indonesia, Phillipines; (ii) châu Âu: Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha, Liên bang Nga, Anh; và (iii) châu Mỹ: Hoa Kỳ;

Tăng 50% số lượng Tập đoàn đa quốc gia thuộc nhóm 500 Tập đoàn lớn nhất thế giới do Tập chí Fortune (Hoa Kỳ) xếp hạng có hiện diện và hoạt động tại Việt Nam;

Phấn đấu đến năm 2030 nằm trong nhóm 3 quốc gia dẫn đầu ASEAN và nhóm 60 quốc gia đứng đầu thế giới theo xếp hạng môi trường kinh doanh của Ngân hàng Thế giới.



Trong phần giải pháp nâng cao hiệu quả hợp tác đầu tư nước ngoài, Quyết định 667 đưa ra 9 giải pháp:

1. Triển khai có hiệu quả các giải pháp đã ban hành.
  2. Cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế.
  3. Phát triển hệ sinh thái về khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo.
  4. Đổi mới và nâng cao cạnh tranh trong thu hút ĐTNN.
  5. Phát triển công nghiệp hỗ trợ, thúc đẩy liên kết, lan tỏa.
  6. Phát huy năng lực nội tại và tận dụng lợi thế cạnh tranh nhằm cải thiện hiệu quả hợp tác ĐTNN.
  7. Nâng cao hiệu quả của hội nhập kinh tế quốc tế và vị thế Việt Nam trên trường quốc tế.
  8. Hiện đại hóa và đa dạng hóa công tác xúc tiến đầu tư.
  9. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về ĐTNN.
- Đáng chú ý là các giải pháp hiện đại hóa và đa dạng hóa công tác xúc tiến đầu tư. Theo Quyết định 667, đó là:
- Tiếp tục đổi mới, hoàn thiện,

nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến đầu tư. Tăng cường sự phối hợp, liên kết giữa trung ương với địa phương, giữa các vùng, giữa cơ quan quản lý nhà nước với hiệp hội nghề nghiệp trong công tác xúc tiến đầu tư.

- Đổi mới công tác xúc tiến đầu tư thực chất, hiệu quả, có mục tiêu, trọng tâm, trọng điểm. Khi triển khai hoạt động xúc tiến đầu tư cần gắn với tiêu chí hợp tác đầu tư mới; tiếp tục duy trì thị trường và đối tác truyền thống, đồng thời mở rộng thị trường, đối tác mới.

- Chủ động tiếp cận, vận động linh hoạt qua các kênh khác nhau như: các cá nhân có ảnh hưởng lớn, nhà đầu tư, hiệp hội doanh nghiệp, tổ chức quốc tế, công ty tư vấn hàng đầu, quỹ đầu tư và cá nhân có tầm ảnh hưởng để thu hút các tập đoàn lớn mang các dự án có chất lượng vào Việt Nam.

- Đầu tư thỏa đáng nhằm đa dạng hóa và hiện đại hóa các hoạt động và phương thức xúc tiến đầu tư.

- Tăng cường cơ chế đối thoại, đổi mới, mở rộng phương thức tiếp nhận kiến nghị, phản ánh của nhà đầu tư; xử lý dứt điểm, kịp thời các

khó khăn, vướng mắc liên quan đến các dự án đang thực hiện.

- Rà soát, cơ cấu lại hệ thống các cơ quan xúc tiến đầu tư hiện có theo hướng chuyên nghiệp, độc lập, không chồng chéo, không trùng lặp với các cơ quan có chức năng quản lý nhà nước về ĐTNN; xem xét tăng khả năng gắn kết với xúc tiến thương mại và du lịch một cách linh hoạt, phù hợp với yêu cầu và đặc thù của từng địa phương. Đối với các thị trường tiềm năng, nghiên cứu cơ chế hợp tác trao đổi theo hướng tư nhân hóa các hoạt động xúc tiến đầu tư.

- Xây dựng bộ thương hiệu và hình ảnh cấp quốc gia, trung ương và địa phương phù hợp với quy hoạch phát triển và chiến lược thu hút đầu tư.

- Hợp tác với các tập đoàn lớn đầu tư tại Việt Nam để xây dựng “Đại sứ” hình ảnh về đầu tư cho Việt Nam nhằm tận dụng sức ảnh hưởng và thương hiệu của nhà đầu tư uy tín.

- Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả các hoạt động xúc tiến đầu tư tại cấp trung ương và cấp tỉnh.

## Thêm gần 900 triệu USD đầu tư vào Khu Công nghệ cao TP.HCM

Trao đổi với Báo Điện tử Chính phủ, ông Nguyễn Anh Thi, Trưởng ban Quản lý Khu Công nghệ cao (Khu CNC) TP.HCM cho biết, từ kết quả đạt được trong 5 tháng qua, dự kiến giá trị xuất khẩu trong 6 tháng của Khu Công nghệ cao TP.HCM có thể đạt 12,9 tỷ USD, tương đương tăng 14,7% so với cùng kỳ và đạt 49,6% kế hoạch.

Theo kế hoạch, năm 2022, Khu Công nghệ cao sẽ xuất khẩu 26 tỷ USD. Thông thường, hoạt động sản xuất kinh doanh trong 2 quý đầu năm chậm hơn những tháng cuối năm, tuy nhiên ước tính 6 tháng đầu năm đã tiệm cận 50% kế hoạch. Đây là tín hiệu vui mừng, cho thấy sự phục hồi sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong Khu.

Trong 6 tháng, Ban quản lý Khu Công nghệ cao đã cấp giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho một dự án FDI với số vốn 56 triệu USD, điều chỉnh giấy chứng nhận đăng ký mở rộng đầu tư cho Công ty Samsung với số vốn tăng thêm 841 triệu USD. Ông Nguyễn Anh Thi cho biết, công tác cấp giấy phép sẽ tăng tốc trong 6 tháng cuối năm, vì những tháng đầu năm là thời gian chuẩn bị hành lang pháp lý theo Luật Đầu tư mới năm 2020 về lựa chọn nhà đầu tư cũng như tiêu chí thu hút các dự án đầu tư vào Khu Công nghệ cao.

Dự kiến ngày 27/6 tới đây, Thành phố sẽ tổ chức Ngày hội xúc tiến đầu tư vào Khu Công nghệ cao năm 2022, nhằm giới thiệu danh mục dự án, tiêu chí, quy trình thủ tục lựa chọn dự án đầu tư vào Khu công nghệ cao.

(Theo [tphcm.chinhphu.vn](http://tphcm.chinhphu.vn))

# Mười lời khuyên để tối đa hóa kỹ năng triển lãm của bạn

**N**ếu bạn đã sẵn sàng tham dự một triển lãm thương mại thì sau đây là những gợi ý trung bày để gây ấn tượng cho khán giả và thu hút đám đông.

## 1. Tham gia vào truyền thông xã hội

Đặt tên hashtag Twitter phù hợp cho sự kiện và đăng nội dung mà bạn đang quảng cáo hoặc những gì bạn muốn trình bày. Bấm nút “like” cho trang Facebook của tổ chức. Nếu họ cho phép, hãy đăng những đoạn quảng cáo ngắn hoặc câu hỏi để thu hút khán giả.

Các phương tiện truyền thông xã hội khác có thể bao gồm:

- Instagram
- LinkedIn
- Pinterest
- YouTube
- Flickr

## 2. Lời kéo đám đông tham gia vào gian hàng triển lãm thương mại

Hãy tương tác với khán giả, chẳng hạn như câu hỏi vui hoặc trò chơi trên máy tính, bốc thăm hoặc buổi biểu diễn như lịch trình. Các trò tương tác này không cần quá nổi bật để thu hút sự quan tâm của mọi người.

## 3. Tận dụng bốc thăm trúng thưởng hoặc cuộc thi

Tổ chức một số vòng bốc thăm trúng thưởng hoặc cuộc thi là một cách tuyệt vời để thu thập thông tin liên lạc từ khách tham quan gian hàng. Bạn có thể tặng các mặt hàng khuyến mãi để khuyến khích mọi người tham gia.

## 4. Chuẩn bị sẵn các mặt hàng khuyến mãi để làm quà tặng tại gian hàng

Trong khi khách tham quan lấy và sử dụng các món quà nhỏ, bạn vẫn có thể quảng bá về doanh nghiệp của mình. Đây chính là cách thức tốt nhất. Hãy chắc chắn rằng bạn đặt các món quà này ở một vị trí mà mọi người sẽ ghé qua hoặc đi ngang qua gian triển lãm thương mại của mình.

## 5. Tích cực lời kéo khách tham quan gian hàng

Bạn hãy đưa ra một lời chào thân thiện cho những người tiếp cận triển lãm thương mại của bạn và vui vẻ tiếp nhận câu hỏi của họ. Và ngôn ngữ cơ thể của bạn chắc chắn phải mang tính thân thiện. Đừng đứng đó với hai tay

khoanh trước ngực. Hãy trò chuyện với khách tham quan gian hàng và tìm xem họ quan tâm điều gì nhất ở doanh nghiệp của bạn. Hãy chuẩn bị đưa ra giải pháp cụ thể cho câu hỏi của họ. Bí quyết chính là lời kéo họ vào mà không làm họ sợ hãi hay cảm giác bị áp đảo.

## 6. Hãy đảm bảo bạn đang có nhiều tài liệu quảng cáo trong tay

Bạn nên có một chồng sắp các tờ rơi và brochure màu cũng như các mẫu đơn đặt hàng, bảng giá và danh thiếp để trao cho khách tham quan gian hàng. Hãy sẵn lòng và vui vẻ giúp đỡ họ trong việc tìm kiếm thông tin về doanh nghiệp của bạn ngay sau đó.

## 7. Luôn phân công người túc trực tại gian hàng triển lãm thương mại

Sắp xếp người luôn có mặt để chào hỏi khách tham quan, tiếp chuyện với họ và tiếp nhận những câu hỏi. Nếu bạn không thể có mặt liên tục trong suốt thời gian triển lãm thương mại mở cửa, bạn cần phải phân công ít nhất một người khác để quản lý gian hàng giúp cho bạn.

## 8. Giao nhiệm vụ cho những nhân viên am hiểu

Nhiều công ty có tình trạng gửi “tân binh” đến các hội chợ thương mại. Nếu bạn gửi các nhân viên mới, hãy đảm bảo rằng trong số đó phải có ít nhất một nhân viên phải có kinh nghiệm. Bằng cách đó, những nhân viên mới sẽ đứng quan sát và học hỏi.

## 9. Đừng ngồi lì trong gian hàng và hãy tắt điện thoại/máy tính

Thường thường, các nhà triển lãm hay ngồi sau bàn trong khi những khách tham quan đứng nhìn họ. Hãy đứng dậy và tiếp xúc với khách hàng! Ngoài ra, hãy tắt điện thoại hoặc máy tính của bạn. Không có gì tệ hơn khi phải chứng kiến một trong những nhà triển lãm bỏ lỡ thời gian quý báu của mình chỉ bởi vì đang nói chuyện điện thoại. Thông thường, có những khoảng thời gian nghỉ giải lao trong bất kỳ hội nghị nào, nhà triển lãm nên theo dõi hoặc kiểm tra thư thoại hoặc là e-mail.

## 10. Nhanh chóng follow up sau hội chợ

Hãy kiểm tra lại danh sách liên lạc và liên hệ với khách hàng tiềm năng mà bạn đã gặp trong buổi triển lãm thương mại càng sớm càng tốt. Bạn liên lạc càng nhanh, doanh nghiệp của bạn càng nổi bật và sẽ gây chú ý so với các công ty còn lại.

Phòng Thông tin - ITPC

# 15 business english phrases for all occasions

(Tiếp theo bản tin số 17.2022 xuất bản ngày 13.6.2022)

## 13. To touch base

Nếu bạn **touch base** với ai đó, bạn liên hệ với họ, thường là khi bạn chưa nói chuyện với họ hoặc nhìn thấy họ trong một thời gian dài. Thành ngữ này xuất phát từ bóng chày, trong môn thể thao này người chơi phải đánh bóng và sau đó chạy vòng quanh bốn góc sân để ghi điểm.

Cụm từ này dịch là liên hệ với ai đó để cập nhật hoặc nhận cập nhật từ họ. Bạn sẽ thấy cụm từ này thường được sử dụng trong email.

**Touch** là động từ trong cụm này. Để sử dụng, bạn hãy chia động từ **touch** theo chủ từ trong câu. Một số người sử dụng dạng số nhiều thành **touch bases**, nhưng đây là lỗi sai về ngữ pháp.

For example:

“Hi Sarah, I just wanted to **touch base** with you to see if we’re still scheduled to complete the first phase of the project by next Monday.” (Xin chào Sarah, tôi muốn liên lạc với bạn để xem là liệu chúng ta vẫn hẹn để hoàn thành giai đoạn đầu của dự án vào thứ Hai đúng không.)

I called my colleagues every week of my sabbatical to **touch base**. (Tôi gọi cho đồng nghiệp mỗi tuần trong suốt kì nghỉ phép để cập nhật tình hình.)

My mom likes **touching base** daily, but I think a weekly check-in would be fine. (Mẹ tôi thích liên lạc mỗi ngày, nhưng tôi nghĩ là cập nhật tình hình mỗi tuần là ổn rồi.)

The bank holds an annual meeting to **touch bases** with the shareholders. (Sai ngữ pháp)



Ảnh TL

Have you **touched base** with our client to see how the car is running and if there's anything she might need or have questions about? (Anh đã liên lạc với khách hàng của chúng ta để cập nhật xem chiếc xe chạy như thế nào và liệu cô ấy có cần gì không hoặc là có câu hỏi gì về xe không?)

We'll **touch base** after you finalize the sale of your house to help

with your relocation needs. (Chúng tôi sẽ liên lạc sau khi bạn bán nhà xong để giúp bạn chuyển chỗ ở)

Be sure to **touch base with me** in a month or so because I think they will post some new job openings at my company. (Nhớ liên hệ tôi trong khoảng 1 tháng nữa vì tôi nghĩ là họ sẽ đăng thông tin việc làm mới ở công ty của tôi)

(Mời bạn đón đọc phần tiếp theo trên bản tin số 19)  
(Nguồn: tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC

# Thị trường châu Phi

## Thách thức lớn cho doanh nghiệp thực phẩm

*Thói quen tiêu dùng khác biệt, thuế nhập khẩu cao, cạnh tranh gay gắt... là những điểm khiến thị trường châu Phi là thách thức lớn đối với doanh nghiệp xuất khẩu thực phẩm.*

### Nhu cầu lớn

Thị trường châu Phi có dân số gần 1,4 tỷ người, sản xuất nội khối chưa phát triển... được xác định là thị trường tiềm năng cho thực phẩm Việt Nam. Cụ thể tại thị trường Nigeria, ông Trần Hùng Cường - Thương vụ Việt Nam tại Nigeria, cho hay: ngành sản xuất thực phẩm của Nigeria chưa phát triển, hàng năm phải nhập khẩu một lượng lớn phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong nước.

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan Việt Nam, 5 tháng đầu năm 2022, Việt Nam xuất khẩu sang Nigeria 62,94 triệu USD giá trị hàng hoá, tăng 10,3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó với hàng thực phẩm, Việt Nam xuất khẩu bánh kẹo và sản phẩm từ ngũ cốc; chè; gạo; hàng hải sản; hàng rau quả; hạt tiêu; sữa và các sản phẩm sữa... dù vậy giá trị vẫn ở mức khiêm tốn.

Với thị trường Algeria, nông sản của Việt Nam được đánh giá có lợi thế, ông Hoàng Đức Nhuận - Tham tán thương mại Việt Nam tại Algeria, bày tỏ: Việt Nam là một trong số các quốc gia xuất khẩu chính càn phê vào Algeria. Riêng với cà phê thô Việt Nam đang chiếm 50% thị phần. Tiếp đến là mặt hàng gia vị, nhu cầu tiêu dùng khá cao, nhất là hạt tiêu do Algeria không sản xuất được. 5 tháng đầu năm 2022, Việt Nam đã xuất khẩu 2,38 triệu USD giá trị mặt hàng này sang Algeria.

“Trong số các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang châu Phi, gạo có kim ngạch lớn nhất, chiếm 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này”, bà Nguyễn Thị Thu Thủy - Phó Giám đốc Trung tâm hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu (Cục Xúc tiến thương mại) chia sẻ.

### Áp lực cạnh tranh

Châu Phi là thị trường dễ tính nhưng không dễ gia tăng xuất khẩu bởi sức cạnh tranh khá “nóng”. Trên thị trường Algeria, ông Hoàng Đức Nhuận thông tin: Hàng Việt Nam đang cạnh tranh gay gắt, đặc biệt là với hàng hoá đến từ Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan và

hàng hoá cùng loại của các nước có hiệp định thương mại tự do với Algeria.

Không chỉ với Algeria, tình trạng này phổ biến với các thị trường khác trong khu vực châu Phi. Bên cạnh đó, nỗ lực tăng kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức khác.

Chi phí vận chuyển cao là vấn đề lớn, hiện chi phí cho một container 20 feet từ Việt Nam sang Algeria mất khoảng 6.000 USD, 13.000 - 14.000 USD cho một container 40 feet. Cùng đó là ngôn ngữ và thói quen tiêu dùng khác biệt, tiếp cận hệ thống phân phối, tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn Halal... cũng đang làm khó doanh nghiệp Việt Nam.

Theo đại diện Thương vụ Việt Nam tại nhiều quốc gia ở khu vực châu Phi, thuế nhập khẩu cũng là vấn đề lớn. Các quốc gia châu Phi định hướng phát triển thị trường trong nước, do vậy khuyến khích nhập khẩu nguyên liệu thô về chế biến, đóng gói, thuế suất các mặt hàng chế biến và mặt hàng sản xuất được trong nước rất cao. Do vậy doanh nghiệp cần tính toán kỹ lưỡng.

Để đảm bảo an toàn trong giao dịch, doanh nghiệp cũng được khuyến cáo cần thẩm tra, xác minh đối tác kỹ trước khi ký kết hợp đồng, nhất là các điều khoản về thanh toán và giải quyết tranh chấp. Khi ký hợp đồng xuất khẩu - nhập khẩu, doanh nghiệp nên áp dụng hình thức thanh toán thư tín dụng không hủy ngang, thanh toán ngay. Nếu thanh toán theo hình thức cọc thì nên yêu cầu đối tác đặt cọc khoảng trên 30% giá trị đơn hàng, nhất là đối với các đơn hàng mới và lần đầu.

Ngoài ra, với mỗi thị trường, doanh nghiệp cũng cần chú ý đáp ứng các tiêu chuẩn riêng. Ví dụ, thị trường Nam Phi yêu cầu doanh nghiệp xuất nhập khẩu, kinh doanh thương mại đóng thuế môn bài trong 4 năm; giảm 20% hàm lượng protein vốn có đối với sản phẩm thịt chế biến, động vật giết xác, sữa đậu nành. Đầu tư nghiên cứu, tìm ra những mặt hàng không chỉ đáp ứng tốt nhu cầu thị trường mà còn giải quyết được các bài toán liên quan đến các khâu logistics cho hàng thực phẩm.

*(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC*



**HUY HOANG**<sup>®</sup>  
casauhuyhoang.com

**CÔNG TY TNHH CÁ SẤU HUY HOÀNG**

Add: 688/24F Tân Kỳ Tấn Quý, P. Bình Hưng Hoà, Q. Bình Tân, TP.HCM

Hotline/zalo: 0946 987 575 - 0911 131 404



**BÓP VÍ**



**DÂY THẮT LƯNG**



**TÚI XÁCH**



**GIÀY DA**



**DÉP DA**



**DÂY ĐỒNG HỒ**



**MÓC KHÓA**



**DA THUỘC**

\* Cá Sấu Huy Hoàng chuyên Sản xuất, Xuất khẩu, Gia công da nguyên liệu và da thành phẩm cao cấp:  
Da bò, Da cá sấu, Da đà điểu, Da trăn, Da cá đuối...

\* Sản phẩm chính: Bóp ví, Thắt lưng, Túi xách, Giày dép, Dây đồng hồ, Phụ kiện da...

## TIN VĂN

❖ Theo thống kê của Hải quan Nhật Bản, năm 2021, kim ngạch xuất khẩu dược liệu của Việt Nam sang Nhật Bản lên tới 8,6 triệu USD. Trong khi đó, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản cho biết: tiềm năng cho dược liệu Việt Nam ở Nhật Bản vẫn còn rất lớn và nhiều công ty dược phẩm của Nhật Bản đã bày tỏ mong muốn nhập khẩu dược liệu của Việt Nam. Tới nay, Nhật Bản đã nhập khẩu khá nhiều loại dược liệu từ Việt Nam, bao gồm: cây gai dầu; các loại gia vị như tỏi đen, hạt tiêu đen, hồi,... (Bnews, 14/6)

❖ Bộ Công Thương cho biết sẽ tiếp tục kiến nghị Liên minh châu Âu (EU) đánh giá tằn suất về việc tuân thủ các yêu cầu, quy định về dư lượng Etylen oxit (EO) trong quá trình kiểm soát của các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sản phẩm chế biến từ bột để từng bước xem xét, dỡ bỏ biện pháp kiểm soát theo EU 2246/2021 hoặc chuyển từ phụ lục II sang phụ lục I. (Bnews, 15/6)

❖ UBND TP.HCM vừa ban hành kế hoạch tổ chức Triển lãm quốc tế ngành lương thực - thực phẩm năm 2022, dự kiến diễn ra từ ngày 13-16/10/2022. Với khoảng 500 gian hàng trực tiếp và gian hàng ảo của 280 doanh nghiệp Việt Nam và 120 doanh nghiệp quốc tế, Triển lãm nhằm giới thiệu sản phẩm đặc trưng, sản phẩm tốt và thương hiệu uy tín với các đối tác mua hàng quốc tế; đồng thời, hỗ trợ tiếp cận thông tin thị trường xuất khẩu để thúc đẩy nâng cao chất lượng sản phẩm đối với doanh nghiệp Việt. (Báo Đầu tư, 16/6)



**Trang thông tin điện tử hỗ trợ giải đáp các vướng mắc của doanh nghiệp, vui lòng truy cập <http://www.doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn> hoặc gửi câu hỏi đến hộp thư [doithoai@itpc.gov.vn](mailto:doithoai@itpc.gov.vn). Thông tin riêng của quý doanh nghiệp được bảo mật hoàn toàn.**

### **Nộp hồ sơ xin hỗ trợ tiền thuê nhà ở đâu?**

*Công ty có trụ sở chính đặt tại Quận 7 - TP.HCM và có chi nhánh tại Đà Nẵng. Chi nhánh Đà Nẵng tham gia BHXH tại BHXH Quận 7, vậy địa điểm nộp hồ sơ hỗ trợ chính sách tiền thuê nhà theo Quyết định số 08/2022/QĐ-TTg của chi nhánh Đà Nẵng là nơi nào?*

#### **Trả lời:**

Về phạm vi áp dụng theo Điều 1 Quyết định số 08/2022/QĐ-TTg quy định thực hiện chính sách hỗ trợ tiền thuê nhà cho người lao động có quan hệ lao động, đang ở thuê, ở trọ, làm việc trong các khu vực khu công nghiệp, khu chế xuất, khu vực kinh tế trọng điểm.

Theo đó, trường hợp người lao động giao kết hợp đồng lao động với địa điểm làm việc ghi trong hợp đồng lao động ở đâu thì hồ sơ hỗ trợ chính sách tiền thuê nhà sẽ nộp tại đó. Công ty (hoặc chi nhánh) đặt trụ sở ở đâu thì nộp hồ sơ tại đó.

Đề nghị công ty rà soát lại địa điểm làm việc của người lao động ghi trong hợp đồng lao động để làm cơ sở nộp hồ sơ đề nghị hỗ trợ tiền thuê theo quy định.

**Lưu ý:** Người lao động có quan hệ lao động, đang ở thuê, ở trọ, làm việc trong các khu vực khu công nghiệp, khu chế xuất, khu vực kinh tế trọng điểm quy định tại Điều 1 Quyết định số 08/2022/QĐ-TTg.

### **Có hợp đồng lao động (HĐLĐ) ở 02 nơi thì đóng bảo hiểm xã hội thế nào?**

*Công ty chúng tôi có một số trường hợp là lao động ký hợp đồng 1 năm nhưng họ cũng có ký hợp đồng lao động và tham gia bảo hiểm xã hội (BHXH) tại công ty khác. Vậy trong trường hợp này Công ty có phải tham gia BHXH cho họ thêm nữa không. Và tôi được biết là nếu không tham gia BHXH cho họ thêm được nữa thì Công ty chỉ đóng thêm 5% bảo hiểm tai nạn lao động (TNLĐ). Và nếu chỉ đóng bảo hiểm TNLĐ thì họ có được xem là lao động chính thức hay không và họ có được tính thuế thu nhập cá nhân (TNCN) theo biểu thuế lũy tiến hay không?*

#### **Trả lời:**

Căn cứ Luật BHXH, Luật bảo hiểm y tế (BHYT), Luật Việc làm, Luật Vệ sinh An toàn Lao động và các văn bản hướng dẫn dưới Luật, trường hợp người lao động giao kết hợp đồng lao động (HĐLĐ) ở 02 nơi đều thuộc đối tượng thu thì phải đóng đầy đủ BHXH, BHYT, BHTN, Bảo hiểm tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp (BHTNLĐ-BNN) tại nơi giao kết HĐLĐ đầu tiên (32%), nơi giao kết HĐLĐ thứ 2 chỉ đóng quỹ BHTNLĐ-BNN (0,5%).

Việc tính thuế TNCN thuộc thẩm quyền cơ quan Thuế, đề nghị đơn vị liên hệ Cục thuế TPHCM để được hướng dẫn.

**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