



BẢN TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Bản tin số 12/2020 (859)

Ngày 27.04.2020

DẪN ĐẦU TRONG ỨNG PHÓ VỚI COVID-19: VIỆT NAM CÓ NHIỀU TRIỂN VỌNG ĐẦU TƯ TRONG TƯƠNG LAI

51 Đinh Tiên Hoàng, Quận 1, TP. HCM

(84-28) 3823 6738

www.itpc.gov.vn

TIN NỔI BẬT

BẢN TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

TRỤ SỞ

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

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



THƯ TỪ BÀI VỞ VUI LÒNG GỬI VỀ:

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

Phòng Thông tin

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3910 1225

Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

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



06



04



09

SỐ 12 ♦ 04.2020

03 CHUYÊN ĐỀ

08 cách để giữ cho sản phẩm của bạn có giá cạnh tranh
Xu hướng nào cung cấp cơ hội trên thị trường gia vị và thảo mộc châu Âu?
Thị trường Singapore: Các quy định về thương mại, hải quan

06 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

TP.HCM hỗ trợ cho doanh nghiệp trong và sau dịch
Dẫn đầu trong ứng phó với Covid-19: Việt Nam có nhiều triển vọng đầu
tư trong tương lai
Onpoint đã gọi vốn thành công 8 triệu USD tại vòng gọi vốn Series A

11 ENGLISH FOR YOU

ISOLATION

12 TIN VEXA

Đề nghị doanh nghiệp cung cấp thông tin điều tra CBPG sản phẩm sợi làm
từ polyester

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH SX&TM Tân Quang Minh - Bidrico

08 cách để giữ cho sản phẩm của bạn có giá cạnh tranh

Duy trì việc bán hàng thường xuyên là rất quan trọng cho doanh nghiệp vì thế để khuyến khích khách hàng tiếp tục mua hàng từ công ty bạn là việc đứng đầu trong danh sách cần làm. Vì vậy, làm thế nào bạn có thể đảm bảo sản phẩm và dịch vụ của bạn vẫn còn giá tốt và phù hợp với thị trường?



Ảnh TL

HÃY LÀ DUY NHẤT

Đừng đánh mất những gì khiến cho sản phẩm của bạn trở nên đặc biệt. Ví dụ: Có thể có nhiều thương hiệu khác nhau, nhưng nếu khách hàng thích công thức đặc biệt của bạn, họ sẽ sẵn sàng trả thêm một chút để tiếp tục thưởng thức nó.

XEM XÉT SỰ CẠNH TRANH

Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh của bạn thường xuyên. Tìm hiểu ai đang cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tương tự các sản phẩm, dịch vụ của bạn và giá cả các sản phẩm đó. Kiểm tra các trang web, trao đổi với các nhà cung cấp - thậm chí là đầu tư thời gian vào các công tác khảo sát mua sắm ẩn danh. Điều này cho phép bạn đánh giá xem mức giá của bạn có phù hợp với thị trường hay không và liệu các sản phẩm của bạn đang được kinh doanh hiệu quả để tối đa hóa doanh thu hay không.

HÃY THUA LỖ

Cũng không hẳn là thua lỗ hoàn toàn. Chiến lược “loss leader” là một chiến lược cạnh tranh mức giá tốt - một sản phẩm được bán với mức giá thấp hơn giá thị trường để thu hút khách hàng. Tăng doanh số bán hàng thông qua các sản phẩm, dịch vụ đắt tiền kèm theo sẽ bù đắp sự thua lỗ do bán giá thấp.

ĐỪNG GIẢM GIÁ NHIỀU

Giảm giá là một chiến lược mạo hiểm nhưng đáng giá nếu bạn muốn tạo ra tiếng vang để thu hút các đơn đặt hàng lớn - đặc biệt cho các sản phẩm hoặc dịch vụ mới ra thị trường. Đừng đưa ra quá nhiều ưu đãi; điều này sẽ ăn dần vào lợi nhuận và tạo ra rủi ro là khách hàng thiếu niềm tin vào sản phẩm.

ĐẶT MỤC TIÊU VÀO THỊ TRƯỜNG CỦA BẠN

Xem xét việc điều chỉnh sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của các nhóm khách hàng cụ thể. Điều này có thể liên quan đến việc cung cấp các phiên bản kinh tế, tiêu chuẩn và cao cấp của sản phẩm. Cách tiếp cận như vậy (phân khúc thị trường) có thể xây dựng lòng trung thành và thấy sự tiến bộ của khách hàng đến các mức giá cao hơn khi hoàn cảnh và nhu cầu của họ thay đổi.

ĐỊA ĐIỂM, VỊ TRÍ

Sản phẩm của bạn có mức giá khác nhau là do vị trí đặt sản phẩm. Ví dụ: bạn cung cấp cùng một sản phẩm nhưng giá rẻ hơn thông qua việc mua bán trực tuyến so với trong cửa hàng vì bạn trả ít chi phí hơn.

PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

Đôi khi, phương thức thanh toán cũng quan trọng như việc cạnh tranh về giá. Cung cấp khoảng thời gian hợp lý để chi trả cho sản phẩm là cách thúc đẩy việc mua hàng, cụ thể hơn là đối với những mặt hàng có giá trị cao. Cho phép thanh toán được thực hiện trực tuyến hoặc không cần tiếp xúc là các tùy chọn mà doanh nghiệp của bạn nên cung cấp.

TÍNH TOÁN CHI PHÍ

Trước khi bạn xem xét việc tăng hoặc giảm giá, hãy xem xét các chi phí liên quan đến việc sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn. Chú ý vào mọi thứ từ sản xuất, tiếp thị đến bảo hiểm và tiền lương. Nếu mức giá bạn đang bán ra tạo ra mức lợi nhuận hợp lý - dao động trong khoảng 20-40% trên mức chi phí được coi là đạt một mức lợi nhuận tốt.

Xu hướng nào cung cấp cơ hội trên thị trường gia vị và thảo mộc châu Âu?

(Tiếp theo kỳ trước)

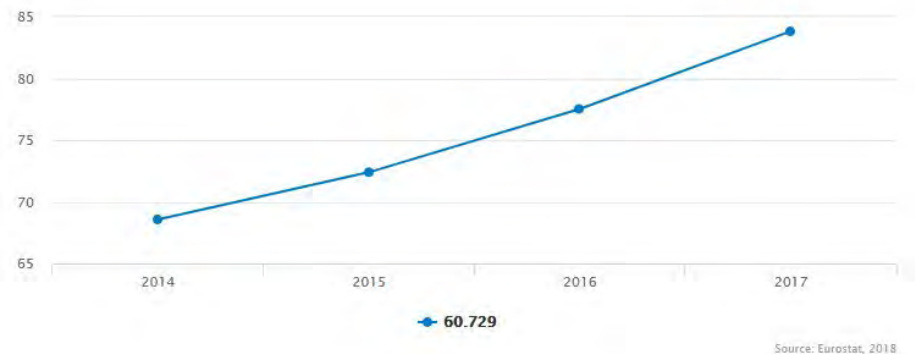
NGƯỜI TIÊU DÙNG CHÂU ÂU ĐANG TÌM KIẾM SỰ TIỆN LỢI

Nhu cầu về các bữa ăn dễ chế biến và nấu sẵn đang gia tăng ở châu Âu. Người tiêu dùng châu Âu đang dành ngày càng ít thời gian hơn cho việc chuẩn bị bữa ăn do lịch trình bận rộn của họ, trong khi số lượng hộ gia đình độc thân đang tăng lên.

Các bữa ăn dễ chế biến và nấu sẵn kích thích nhu cầu gia vị và thảo mộc theo hai cách. Đầu tiên, họ dựa vào các loại gia vị và thảo mộc để giữ lại và tăng hương vị thực phẩm (ví dụ: các loại gia vị và thảo mộc sẵn sàng để sử dụng, đồ gia vị). Ngoài ra, các sản phẩm tiện lợi này làm tăng nhu cầu đối với các loại gia vị và thảo mộc chế biến (xem Hình 3), chẳng hạn như các loại gia vị và thảo mộc nghiền nhuyễn và nghiền thô, và gia vị và thảo mộc hỗn hợp.

Đối với bạn là một nhà xuất khẩu ở một nước xuất xứ, thị trường đang phát triển cho các loại gia vị và thảo mộc đã được chế biến có nhiều cơ hội.

Thị trường cho gia vị và thảo mộc hỗn hợp cũng đang phát triển. Trong năm 2017, châu Âu nhập khẩu khoảng 11% gia vị và thảo mộc hỗn hợp trực tiếp từ các nước đang phát triển. Kể từ năm



Hình 3: Châu Âu nhập khẩu các loại gia vị và thảo mộc nghiền nhuyễn và nghiền thô từ các nước đang phát triển 2013-2017

2013, nguồn cung này từ các nước đang phát triển tăng trưởng hàng năm 6,3%.

Tuy nhiên, thị trường các loại gia vị và thảo mộc hỗn hợp nghiền nhuyễn và to vẫn còn nhỏ, và các nhà chế biến châu Âu là đối thủ cạnh tranh mạnh. Do đó, cơ hội tốt nhất của bạn là bán cho những người mua đặc biệt quan tâm đến thực phẩm dân tộc chuyên dụng được chế biến và / hoặc đóng gói tại nước xuất xứ.

❖ Lời khuyên:

- Chỉ xem xét đến gia vị và thảo mộc nghiền nhuyễn, nghiền to, và hỗn

hợp pha trộn và đóng gói sau khi bạn đã thực hiện các bước bổ sung giá trị như làm sạch và cải thiện chất lượng. Sau cùng các loại giá trị gia tăng dễ dàng đạt được hơn, yêu cầu đầu tư tài chính ít hơn và kiếm cho bạn một khoản phí bảo hiểm (thường khoảng 5%).

- Để biết thêm thông tin, hãy xem nghiên cứu về Xuất khẩu các loại gia vị và thảo mộc có giá trị gia tăng (<https://www.cbi.eu/market-inif/spices-herbs/value-added-spices-herbs/>).

TẦM QUAN TRỌNG CỦA SỰ BỀN VỮNG TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG

Người mua châu Âu đang ngày càng chú ý đến trách nhiệm của họ đối với tác động xã hội và môi trường của các hoạt động của họ. Tính bền vững từng là một vấn đề đối với các thị trường ngách (các sản phẩm được chứng nhận hữu cơ và fair-trade), nhưng hiện nay nó nằm trong chương trình nghị sự của toàn bộ ngành.

Hầu hết các người chơi trong ngành ở châu Âu đang cùng nhau làm việc để làm cho chuỗi cung ứng gia vị và thảo

mộc bền vững hơn. Một ví dụ là Sáng kiến Gia vị Bền vững Initiative (www.sustainablespeciesinitiative.com/en/participants-2), với các thành viên như Unilever (<https://www.unilever.com/>), Olam (<https://www.unilever.com/>) và Verstegen (www.verstegen.eu/nl/nl.html).

Phản khúc bền vững cung cấp cơ hội tuyệt vời cho các nhà xuất khẩu vừa và nhỏ để nhận biết họ. Bạn có thành công hay không phụ thuộc vào cách tiếp cận,

tham vọng và mức độ chuyên nghiệp của bạn. Phải mất nhiều nỗ lực trong một thời gian dài để thành công trên thị trường này. Tuy nhiên, các bước nhỏ có thể đã được thực hiện theo hướng tiếp cận bền vững hơn. Tham khảo các mẹo dưới đây để biết thêm thông tin.

Điều quan trọng là nhận ra rằng sự bền vững vẫn đang phát triển trong lĩnh vực gia vị và thảo mộc. Các vấn đề sẽ mang lại cho bạn một lợi thế cạnh tranh

một vài năm trước đây hiện được coi là phổ biến. Cơ hội thay đổi và điều quan trọng là chuyển dịch cùng với sự phát triển.

❖ **Lời khuyên:**

- Nếu bạn muốn trở nên bền vững hơn, hãy bắt đầu bằng cách giải quyết các vấn đề quan trọng nhất được đề cập ở trên. Từ đó, nhìn vào các lựa chọn chiến lược tốt hơn. Xác định giá trị cốt lõi nào bạn muốn làm (ví dụ: xã hội, môi trường hoặc cả hai).

- Theo dõi hiệu suất của bạn về tính bền vững thông qua kiểm toán, xác minh hoặc tự xác minh là cách đền đáp cho những nỗ lực của bạn, không những mở ra thị trường mới mà còn có thể nhận được phí bảo hiểm.
- Tính bền vững có thể cung cấp cơ hội cho bạn tại địa phương cũng như khu vực, vì tính bền vững đang trở nên quan trọng hơn trên toàn thế giới. Các sản

phẩm bền vững của bạn càng nhanh chóng thuyết phục được thị trường cũng như lợi thế cạnh tranh của bạn sẽ càng lớn.

- Hãy xem Nghiên cứu Yêu cầu của người mua ở châu Âu đối với các loại gia vị và thảo mộc để biết thêm thông tin về chứng nhận và các vấn đề liên quan topics (<https://www.cb.eu/market-information/spices-herbs/buyer-requirements/>).

GIÁ TRỊ GIA TĂNG Ở NƯỚC XUẤT XỨ



Người mua châu Âu đang trở nên quan tâm hơn đến giá trị gia tăng địa phương thông qua việc chế biến và thử nghiệm thêm các sản phẩm.

Về chi phí, có thể hiệu quả hơn khi chế biến các loại gia vị và thảo mộc trong các nhà máy chế biến ở các nước xuất xứ. Đặc biệt là khử trùng các loại gia vị và thảo mộc bằng hơi nước có thể mang lại cơ hội khi được thực hiện ở các nước xuất xứ. Nếu bạn có thể cung cấp cách xử lý này tại nguồn, bạn có thể kiếm được một khoản phí bảo hiểm nhỏ.

Đối với người mua châu Âu, nó cũng rất thuận tiện khi các nhà cung cấp đã có kết nối với phòng thí nghiệm châu Âu để thử nghiệm các loại gia vị và thảo mộc. Mỗi container hoặc lô hàng cần phải có giấy chứng nhận phân tích. Nhiều người

mua ở châu Âu sẽ sẵn sàng thực hiện các thử nghiệm đầu tiên và hướng dẫn bạn thực hiện các thử nghiệm của riêng họ, nhưng cuối cùng bạn sẽ phải thực hiện việc này.

❖ **Lời khuyên:**

- Điều quan trọng là bạn phải duy trì mối quan hệ tốt với người mua của bạn dựa vào niềm tin và việc thực hiện. Nếu bạn có thể chứng minh được rằng bạn có thể thực hiện được các hoạt động giá trị gia tăng, bạn cũng có thể đề nghị đưa vào trong quy trình.
- Đảm bảo rằng bạn tiếp tục tăng thêm giá trị trong chuỗi cung ứng của bạn bằng cách cùng làm việc với các nhà xuất khẩu khác và các nông dân trong vùng của bạn. Các người mua

rất quan tâm đến vấn đề này nếu bạn có thể thuyết phục được các nông dân và đảm bảo rằng họ có thể tuân thủ theo các yêu cầu của người mua. Cũng rất khó để bạn có thể cung cấp đầy một container (cỡ nhỏ nhất), nhưng với tình huống này bạn có thể cung cấp được khi bạn cùng làm việc với nhau. Những lĩnh vực cộng tác bao gồm thu gom, kiểm tra chất lượng, lưu trữ và vận chuyển.

- Hãy nhớ rằng mycotoxin và các chất gây ô nhiễm khác không cảm nhận được với khử trùng. Hãy chắc chắn rằng bạn kiểm tra các chất gây ô nhiễm này trong tất cả các bước của chuỗi.
- Đầu tư vào khử trùng bằng hơi nước rất tốn kém; các nhà khai thác nhỏ với khả năng tiếp cận vốn hạn chế có thể sẽ phải tìm một giải pháp thay thế. Tìm kiếm các công ty khử trùng địa phương có thể cung cấp dịch vụ này cho bạn.

Một nhược điểm của khử trùng bằng hơi nước là nó có tác động tiêu cực đến hàm lượng dầu vốn dĩ để bay hơi của các loại gia vị và thảo mộc, và do đó sẽ làm bay hơi hương vị của nó. Người mua châu Âu sẽ chuyển sang các phương pháp khác nếu chúng an toàn như nhau, được người tiêu dùng chấp nhận và không quá đắt. Hiện tại, không có giải pháp thay thế cho khử trùng bằng hơi nước đáp ứng các yêu cầu này. Tuy nhiên, nghiên cứu đang được thực hiện, bao gồm cả dự án do Liên minh châu Âu ủy quyền cho GreenFoodDec (<http://www.greenfoodec.eu/>).



Ảnh TL

Thị trường Singapore

Các quy định về thương mại, hải quan

(Tiếp theo kỳ trước)

THUẾ NHẬP KHẨU

Chương trình tạm nhập

Các loại hàng hoá, ngoại trừ rượu và thuốc lá, được phép nhập khẩu để sửa chữa và phục vụ các mục đích khác như biểu diễn, kiểm tra, thí nghiệm, trưng bày mà không phải đóng thuế hoặc GST với điều kiện hàng hoá này phải được tái xuất trong vòng 3 tháng kể từ ngày nhập khẩu. Nếu hàng hoá không được tái xuất sau thời hạn trên, sẽ phải đóng thuế và GST.

Để củng cố vai trò trung tâm thương mại toàn cầu của Singapore, các chương trình và giấy phép như trên thường được rà soát lại. Để biết thêm chi tiết, có thể xem trên trang web: <http://customs.gov.sg/leftNav/trad/Customs+Schemes+and+Licences.htm>

Tất cả hàng nhập khẩu (cả bán trong nước và tái xuất khẩu) đều phải chịu thuế, trừ khi hàng hoá được coi là ưu tiên đặc biệt của cơ quan thuế và hải quan Singapore. Nếu hàng hoá được lưu giữ tại các khu mậu dịch tự do (Sân bay Changi và các cảng biển Pasir Panjang Keppel, Jurong và Sembawang) thì không bị coi là hàng nhập khẩu; sẽ không phải chịu thuế dịch vụ và hàng hóa Singapore cho đến khi hàng hoá rời các khu mậu dịch tự do (FTZ) để bán tại Singapore. Hàng tái xuất từ FTZ được miễn thuế dịch vụ và hàng hóa.

Bên ngoài FTZ, khi hàng hoá được nhập khẩu, GST (thuế đầu vào) phải được trả cho Phòng thuế và hải quan Singapore tại nơi nhập khẩu, bất kể nhà nhập khẩu là thương gia hay là người tiêu dùng cuối cùng. Tại điểm nhập khẩu GST được áp dụng, theo giá CIF.

Khi một công ty/đại lý Singapore nhập khẩu hàng trên danh nghĩa một người nước ngoài không chịu thuế - người không

thiết lập kinh doanh tại Singapore - công ty Singapore sẽ được coi là nhà nhập khẩu gốc, bất kể công ty Singapore có coi mình là đại lý hay không. Công ty Singapore phải thanh toán thuế đầu vào GST cho Phòng thuế và hải quan.

Khi người nước ngoài không cư trú tại Singapore có trách nhiệm pháp lý do hợp đồng đại lý với công ty/đại lý Singapore nhập khẩu trên danh nghĩa người không cư trú, người đó được yêu cầu tính thuế đầu vào GST trên danh nghĩa người không cư trú. Người không cư trú có trách nhiệm được coi là có doanh thu kinh doanh hơn 1 triệu đô la Singapore dù không hoạt động kinh doanh thực tế tại Singapore nhưng có hoạt động thương mại thông qua đại lý Singapore. Doanh thu ít hơn 1 triệu đô la Singapore sẽ có nghĩa là đại lý có trách nhiệm thanh toán thuế đầu vào GST. Đại lý phải đăng ký tên người xuất khẩu không cư trú mà có doanh thu hơn 1 triệu đô la Singapore. Tài khoản riêng biệt phải được giữ để thanh toán cho người không cư trú phải chịu thuế.

NƠI LƯU KHO HÀNG HOÁ

Khu thương mại tự do

Là nơi hàng chịu thuế (từ rượu và thuốc lá) có thể được lưu, đóng gói lại, phân loại và sửa chữa.

Khu tự do thương mại được đặt ở:

- ☐ Cảng Singapore
- ☐ Cảng Jurong.
- ☐ Bến Sembawang.
- ☐ Bến Pasir Panjang.
- ☐ Khu phức hợp hàng hoá tại sân bay Changi.

Kiểm soát hải quan

Tại Khu thương mại tự do kiểm soát hải quan được giảm thiểu để tạo thuận lợi cho thương mại. Tất cả hàng hoá nhập khẩu bằng đường biển, hàng không đầu tiên phải được lưu tại Khu Thương mại Tự do, ngoại trừ:

i. Khi Tổng Cục trưởng Hải quan Singapore thấy rằng việc lưu hàng như vậy tại khu FTZ là không thực tế, khi đó Tổng cục trưởng Hải quan Singapore có thể ra lệnh hoặc trong những trường hợp đặc biệt không cho các hàng hoá đó được lưu kho.

ii. Một số loại hàng hoá, ví dụ đồ uống có cồn, thuốc lá, xì gà, xì gà xén tày hai đầu, thuốc lá Beedies, thuốc lá bột, thuốc lá được sản xuất tại nhà máy hoặc không được sản xuất tại nhà máy đều phải lưu kho tại khu vực được cấp phép theo đạo luật Hải quan, Cap 70.

Không cần giấy phép hải quan để chuyển hàng chịu thuế theo vận đơn chở suốt nếu:

i. Hàng hoá đến bằng đường không và được chuyển tiếp bằng đường không trong cùng khu vực FTZ bằng vận chuyển nội bộ.

ii. Hàng đến bằng đường biển trong container và container được chuyển tiếp mà không dỡ đệm chèn hàng hoặc làm lại, trong cùng khu vực FTZ bằng vận chuyển nội bộ.

Đóng gói lại trong Khu Thương mại tự do

Nhà nhập khẩu có thể đóng gói, sửa chữa, phân loại và thử hàng tại khu FTZ nếu trước đó đã được Hải quan Singapore cấp phép.

Đơn xin đánh dấu lại, đóng gói lại, chèn hoặc dỡ chèn hàng chịu thuế và lấy mẫu để phân loại và đánh giá sẽ được nộp trực tuyến thông qua e-filing: <http://www.customs.gov.sg/trade/sumoimenu.html>

Người nhận phải thông báo trước 24h việc làm của mình. Phải có Giấy phép dỡ hàng/di chuyển của Hải quan trước khi tiến hành các hoạt động đóng gói lại.

Nhà kho được cấp phép

Rượu và các sản phẩm thuốc lá có thể được lưu tại các nhà kho được cấp phép.

Giấy phép vận hành một nhà kho (chèn/dỡ chèn hàng chịu thuế) tại khu miễn GST có thể được xin trực tuyến thông qua cổng dịch vụ e-filing tại địa chỉ <http://www.customs.gov.sg>.

Mọi gói hàng, dù đóng thùng hay đóng gói... ở trong điều kiện tốt sẽ được coi là chứa đủ số lượng khai báo.

Để đăng ký kiểm tra hải quan đối với hàng hoá: Đơn xin cần được viết tay và gửi đến Bộ phận Nhà kho (kèm 2 bản sao). Các đơn xin cần làm trong vòng 24 giờ kể từ khi hàng đến kho được cấp phép.

Sau khi kiểm tra Chủ/đại lý của lô hàng có thể sửa chữa hoặc đóng gói lại hàng hoá. Nếu hàng bị thiếu, thuế sẽ được hoàn lại. Hàng không phù hợp cho tiêu thụ có thể bị huỷ dưới sự giám sát của Hải quan.

Phải đóng phí đối với các hàng hoá chịu thuế đem kiểm tra, đóng gói lại và tiêu huỷ.

Kho ngoại quan (theo Chương trình Nhà kho miễn thuế GST)

Mọi hàng hoá phải chịu thuế GST ngay khi nhập khẩu.

Kể cả đối với nhà nhập khẩu đã đăng ký GST, trả thuế GST ngay tại nơi nhập và đòi lại thuế GST đối với số nguyên liệu đã cung ứng, số thuế phải nộp được tính dựa trên giá trị hàng nhà nhập khẩu phải trả theo báo cáo chu chuyển tiền tệ.

Điều này là cần thiết nhất là trong trường hợp nhà nhập khẩu tái xuất hàng hoá. Sở dĩ như vậy vì hàng xuất khẩu không phải đóng thuế, nghĩa là nhà nhập khẩu sẽ không thu lại thuế GST để bù vào số thuế đã đóng.

Hơn nữa, việc thu và ghi GST đối với tất cả hàng nhập khẩu và nguyên liệu cung ứng tại chỗ có thể khiến chi phí quản lý doanh nghiệp tăng cao.

Chương trình Nhà kho miễn thuế GST nhằm củng cố hình ảnh Singapore là trung tâm phân phối, giao nhận của khu vực. Chương trình này giúp các nhà nhập khẩu, xuất khẩu và phân phối giảm chi phí doanh nghiệp.

Một Nhà kho miễn thuế GST về mặt nhận thức là sự mở rộng của Khu Thương mại Tự do (FTZ) vào khu nhà xưởng của doanh nghiệp. Khi hàng hoá được di chuyển khỏi khu FTZ hoặc nhập khẩu thông qua cửa thông quan đường bộ và di chuyển vào nhà kho miễn thuế GST, hàng hoá có thể được tạm hoãn đóng thuế GST.

Tương tự, Thuế GST được tạm hoãn đối với khi hàng được chuyển từ một nhà kho miễn GST này sang một nhà kho miễn GST khác. GST chỉ phải đóng khi hàng được di chuyển khỏi nhà kho miễn GST vào thị trường nội địa.

Hơn nữa, việc cung ứng hàng hoá khi hàng đang ở trong nhà kho không liên quan đến mục đích thu thuế GST. Hay nói cách khác, thuế GST sẽ không bị thu đối với việc bán hàng “trong kho” (nơi chủ sở hữu lô hàng thay đổi trong khi hàng vẫn ở trong nhà kho). Tuy nhiên, các khoản phí lưu kho của nhà kho miễn thuế sẽ được tính vào GST trừ khi phí được tính trực tiếp vào hàng hoá dùng để xuất khẩu và dịch vụ được cung cấp cho người nước ngoài.

Theo Chương trình miễn thuế GST, có 3 loại giấy phép là: Nhà kho loại 1, Nhà kho loại 2 và Nhà kho loại 3, để đáp ứng các nhu cầu khác nhau của các doanh nghiệp.

Nhà kho loại 1

Nếu bạn vận hành một cơ sở lưu kho và bạn cần một nhà kho miễn thuế GST chỉ để chứa hàng nhập khẩu tại Singapore để sau đó tái phân phối vào thị trường quốc tế và khu vực, giấy phép loại này có thể phù hợp với nhu cầu của bạn. Bạn cần đảm bảo rằng ít nhất 80% hàng nhập khẩu và lưu tại nhà kho miễn thuế GST sau đó được tái xuất. Do đó, Hải quan Singapore sẽ ít đặt ra yêu cầu đối với chất lượng sổ sách và kiểm soát nội bộ của bạn.

Để tìm hiểu thông tin đầy đủ, có thể tra cứu:

<http://www.customs.gov.sg/NR/ronlyres/0FDCAE56-1E01-45E3-8367-6AEC30231D91/13010/handbook.pdf>

TP.HCM hỗ trợ cho doanh nghiệp trong và sau dịch

Để hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi sản xuất kinh doanh, UBND TP vừa ký ban hành Kế hoạch hỗ trợ doanh nghiệp trong và sau dịch COVID-19 từ nay đến cuối năm 2020.

Với nội dung hỗ trợ giảm chi phí sản xuất, kinh doanh cho doanh nghiệp và chi phí sinh hoạt cho người dân, UBND TP giao nhiệm vụ cụ thể cho các ngành liên quan đề xuất, tham mưu chính sách hỗ trợ chi phí về điện, nước, thuế, tiền thuê đất, bảo hiểm xã hội, thủ tục hành chính và chăm lo đời sống cho người lao động.

UBND TP giao Tổng công ty Điện lực TP.HCM đề xuất triển khai các chính sách hỗ trợ giảm giá tiền điện cho người dân và doanh nghiệp trên địa bàn thành phố trên cơ sở chấp thuận chủ trương của Thủ tướng Chính phủ; Tổng công ty Cấp nước Sài Gòn tiếp tục triển khai chính sách hỗ trợ giảm giá nước sinh hoạt cho người lao động nghèo, đồng thời đề xuất tham mưu Bộ tiêu chí hướng dẫn hỗ trợ giảm giá nước cho các đơn vị sản xuất, đơn vị kinh doanh - dịch vụ trên địa bàn.

Cục Thuế TP.HCM có trách nhiệm xây dựng Bộ tiêu chí hướng dẫn các trường hợp được miễn, giảm và giãn thuế do ảnh hưởng của dịch Covid-19, triển khai ngay việc gia hạn nộp thuế và tiền thuê đất



Ảnh TL

(theo thủ tục gia hạn trực tuyến) áp dụng tại Nghị định 41 của Chính phủ; phối hợp với UBND 24 quận, huyện rà soát danh sách các hộ kinh doanh cá thể (có doanh thu khai thuế dưới 100 triệu đồng/năm) tạm ngừng kinh doanh để thực hiện hỗ trợ theo chính sách của Chính phủ.

Đối với chính sách về tiền thuê đất, UBND TP yêu cầu Sở Tài nguyên - Môi trường xây dựng bộ tiêu chí hướng dẫn ưu tiên miễn, giảm, hoãn thời hạn nộp tiền thuê đất do ảnh hưởng của dịch bệnh.

Về chăm lo cho đời sống người lao động, UBND TP giao Sở Lao động - Thương binh và Xã hội chủ trì phối hợp Ban Quản lý các Khu chế xuất và Công nghiệp TP, Ban Quản lý khu công nghệ cao cùng UBND 24 quận, huyện tiến

hành khảo sát, đánh giá xây dựng bộ tiêu chí hướng dẫn người lao động bị mất việc làm vì dịch bệnh, sau đó triển khai các chính sách hỗ trợ theo chủ trương của Chính phủ và UBND TP đã ban hành trước đó.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam - Chi nhánh TP.HCM có trách nhiệm làm việc với các ngân hàng thương mại, các tổ chức tín dụng trên địa bàn thành phố để thực hiện cân đối, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, rút ngắn thời gian xét duyệt hồ sơ vay vốn, nâng cao khả năng tiếp cận vốn vay và kịp thời áp dụng các biện pháp hỗ trợ đối với khách hàng gặp khó khăn do ảnh hưởng của dịch Covid-19.

Sáng 16-4, tại Hội nghị lần thứ 40 của Ban chấp hành Đảng bộ TP.HCM khóa X, Phó chủ tịch UBND TP.HCM Lê Thanh Liêm đã báo cáo tình hình kinh tế, xã hội, an ninh quốc phòng của TP.HCM quý I-2020. Ông Liêm cho biết quý I có 1.523 doanh nghiệp TP đã hoàn tất hồ sơ giải thể, tăng 54,5% so với cùng kỳ, 5.088 doanh nghiệp tạm

ngưng hoạt động, 35 doanh nghiệp ở khu chế xuất, khu công nghiệp báo cáo bị ảnh hưởng do dịch COVID-19.

Có 998 lao động bị chấm dứt hợp đồng và 6.424 lao động phải tạm ngừng việc. TP.HCM dự kiến có khoảng 70.000 lao động sẽ bị tác động trong các tháng sắp tới do tác động của dịch đến kinh tế, nhất là ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Dẫn đầu trong ứng phó với Covid-19:

Việt Nam có nhiều triển vọng đầu tư trong tương lai

Trong bài viết, tác giả có buổi trò chuyện với cựu sinh viên của Yale SOM về cuộc sống cá nhân cũng như công việc chuyên môn của anh ta trong lúc đại dịch Covid-19 đang bùng nổ trên toàn cầu. Nhà đầu tư mạo hiểm Eddie Thai nói rằng đại dịch đang gây thiệt hại kinh tế đối với ngành công nghệ đã được toàn cầu hóa của Việt Nam, mặc dù vậy một vài công ty trong danh mục đầu tư của anh ấy vẫn cho thấy giá trị của chúng tăng lên.

Sau khi tốt nghiệp chương trình SOM 8 năm trước, Eddie Thai đã chuyển đến Việt Nam, đất nước thường được biết đến với cuộc chiến tranh kéo dài hơn là một quốc gia năng động, tăng trưởng nhanh với dân số gần 100 triệu người.

Là một nhà đầu tư mạo hiểm tập trung vào thị trường Việt Nam, Eddie Thai đặt cược vào giả thiết rằng Việt Nam và phần còn lại của thế giới đang hướng đến một tương lai tốt đẹp hơn. Sau đó cả thế giới đột ngột như đứng yên do ảnh hưởng của

Covid-19. Việt Nam với sự tăng trưởng được thúc đẩy chủ yếu từ toàn cầu hóa, đặc biệt là quan hệ với các quốc gia như Trung Quốc, Hàn Quốc và Hoa Kỳ, cũng bị ảnh hưởng nặng nề về kinh tế như những quốc gia khác trên thế giới. Tuy nhiên, Việt Nam là một trong số ít các quốc gia được dự báo sẽ duy trì tăng trưởng GDP tích cực trong năm nay bất chấp đại dịch.

Một số công ty mà Quỹ đầu tư Eddie Thai đã bỏ vốn đang gặp khó khăn trong bối cảnh này. Do đó, họ đã thực hiện giảm giá trị đầu tư trong Quý I và dịch chuyển sự chú ý sang những công ty hỗ trợ thông qua danh mục đầu tư của mình.

Mặt khác, một vài công ty trong danh mục đầu tư của Eddie Thai không chỉ đứng vững mà còn phát triển mạnh mẽ. Eddie Thai nhìn thấy tương lai tốt đẹp hơn đối với các lĩnh vực như phân phối, công nghệ giáo dục, và các phân khúc tương tự đang nổi lên. Một số công ty trong danh mục đầu tư của anh ấy đang chuẩn bị sẵn sàng cho tương lai. Tháng trước, một công

ty trong số đó đã trở thành “kỳ lân” mới nhất của thế giới (công ty được định giá 1 tỷ USD) trong lĩnh vực công nghệ giáo dục. Tỷ lệ hoàn vốn nội bộ của Quỹ đầu tư của Eddie Thai chưa bao giờ tốt hơn thế.

Về cách ứng phó để bảo vệ sức khỏe cộng đồng của Việt Nam, nhờ hành động quyết liệt của chính phủ (đóng cửa trường học từ cuối tháng Một) và sự chấp hành nghiêm túc yêu cầu cách ly của người dân, hiện nay Việt Nam có chưa tới 300 ca nhiễm Covid-19 so với con số hơn 600.000 trường hợp ở Hoa Kỳ. Eddie Thai chưa bao giờ tưởng tượng được một ngày, trong đại dịch, anh lại cảm thấy ở Việt Nam an toàn hơn là ở Hoa Kỳ, nhưng đó là sự thật.

Tuần trước, Eddie Thai và gia đình đã chào đón cậu con trai bé nhỏ chào đời. Tên tiếng Anh của bé là Ethan và tên tiếng Việt là Chính. Đây là niềm vui của gia đình Eddie Thai và điều đó cũng nhắc nhở chúng ta có niềm tin rằng thế giới sẽ vượt qua thời điểm khó khăn này và tương lai sẽ trở nên tốt đẹp hơn.



Ảnh TL

(Nguồn: Yale School of Management) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC



Onpoint đã gọi vốn thành công 8 triệu USD tại vòng gọi vốn Series A

Công ty thương mại điện tử OnPoint của Việt Nam đã gọi vốn thành công 8 triệu USD trong vòng gọi vốn Series A. Đây là chương trình được tổ chức bởi quỹ đầu tư Kiwoom Investment và Daiwa-SSIAM Vietnam Growth Fund II L.P. Số tiền này đã giúp OnPoint nâng tổng tiền gọi vốn cho đến hiện tại là 8 chữ số và sẽ giúp công ty đầu tư vào mảng công nghệ, nhân sự và phát triển năng lực về dữ liệu nhằm cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng của mình. Thành lập vào tháng 12 năm 2017, OnPoint giúp các nhãn hàng thương mại đẩy mạnh sự hiện diện trên các sàn thương mại điện tử, kênh xã hội hoặc qua các website của chính các nhãn hàng.

Công ty cho biết đã phục vụ hơn 50 nhãn hàng. Khách hàng của công ty bao gồm L'Oreal, Shiseido, P&G, Rohto, Beiersdorf, Unilever International, Watsons, Kimberly-Clark, Unicharm, và CJ Group. Công ty đang tiếp tục trên đường mở rộng danh mục khách lên hơn 100 nhãn hàng đồng thời tăng doanh số trong năm 2020. Trong cuộc gọi vốn này, KPMG Việt Nam đóng vai trò tư vấn về thỏa thuận, trong khi đó

công ty Allen & Gledhill và Allens tư vấn về luật pháp. Quỹ đầu tư Kiwoom là quỹ đầu tư mạo hiểm thuộc Chứng khoán Kiwoom, một trong những tập đoàn tài chính lớn nhất tại Hàn Quốc. Tại Việt Nam, theo báo cáo của Korean Investors, quỹ đầu tư này gần đây đã đầu tư vào công ty phát triển trò chơi trên điện thoại Appota cùng với các nhà đầu tư khác bao gồm Công ty TNHH Korea Investment Partners, Công ty TNHH Seoul Investment Partners và Công ty TNHH Mirae Asset Venture Investment.

Quỹ đầu tư Daiwa-SSIAM Vietnam Growth Fund II L.P. là quỹ đầu tư tập trung vào thị trường Việt Nam được quản lý bởi công ty TNHH Quản lý tài sản SSI (SSIAM), trực thuộc Công ty Cổ Phần Chứng Khoán SSI, và công ty TNHH Đầu tư Daiwa Corporate. Vào tháng 2, theo báo cáo công ty SSIAM có kế hoạch triển khai quỹ 100 triệu USD phối hợp cùng Tập đoàn Chứng khoán Daiwa của Nhật Bản, mục tiêu là đạt 30-40 triệu USD trong đợt kêu gọi đầu tiên vào quý II năm nay.

(Nguồn: Dealstreetasia) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

ISOLATION



Ảnh TL

Các bạn thân mến, trong thời kì dịch bệnh này, cụm từ 'cách ly' đã trở nên quá quen thuộc.

Hãy cùng tìm hiểu những từ và cụm từ trong tiếng Anh diễn tả việc này nhé.

- **Stuck at home:** Unable to leave where you live (Mắc kẹt tại nhà: nghĩa là không thể rời khỏi nơi bạn sống)

Ex: The group do not charge for delivery and was set up to help vulnerable people stuck at home unable to get essentials.

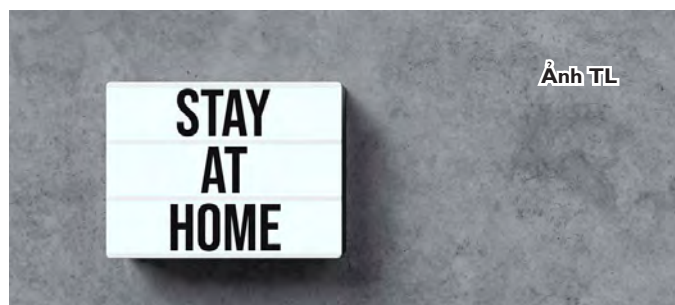
Nhóm này không lấy phí giao hàng và được thành lập nhằm giúp đỡ những người yếu thế bị mắc kẹt tại nhà và không thể mua những nhu yếu phẩm.

- **Self-isolate:** Keep yourself away from other people (Tự cách ly: tự giữ bản thân cách xa khỏi những người khác)

Ex: We have been trying to self-isolate as much as possible and go out as little as possible.



Ảnh TL



Ảnh TL

Chúng tôi đang cố gắng tự cách ly tối đa và ra ngoài ít nhất trong khả năng có thể.

- **Keep ourselves to ourselves:** Avoid seeing other people (tránh tiếp xúc với người khác)

Ex: As a family, we have just tried to keep ourselves to ourselves as much as possible.

Là một gia đình, chúng tôi cố gắng hạn chế tiếp xúc với người khác.

- **Lockdown:** Emergency situation where movement is restricted

(Phong tỏa: tình thế khẩn cấp khi sự di chuyển bị hạn chế)

Ex: The city schools were in lockdown.

Trường học của thành phố trong tình trạng bị phong tỏa.

- **Stick together:** Support each other (hỗ trợ lẫn nhau)

Ex: I think we are one big family and we'll stick together, definitely.

Tôi nghĩ là chúng tôi là một gia đình lớn và chúng tôi nhất định sẽ hỗ trợ lẫn nhau.

(Nguồn: BBC) - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

Đề nghị doanh nghiệp cung cấp thông tin điều tra CBPG sản phẩm sợi làm từ polyester



Ảnh TL

Để phục vụ điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá (CBPG) đối với một số sản phẩm sợi dài làm từ polyester có xuất xứ từ Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Malaysia, Cục Phòng vệ thương mại, Bộ Công Thương thông báo đã gửi bản câu hỏi điều tra cho tất cả các doanh nghiệp sản xuất/xuất khẩu nước ngoài có liên quan đến vụ việc.

Trước đó, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1079/QĐ-BCT về việc Điều tra áp dụng biện pháp CBPG đối với một số sản phẩm sợi dài làm từ polyester có xuất xứ từ Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Malaysia.

Theo Cục Phòng vệ thương mại (Cơ quan điều tra), hiện đơn vị này đã gửi bản câu hỏi điều tra cho tất cả các doanh nghiệp sản xuất/xuất khẩu nước ngoài mà Cơ quan điều tra biết để trả lời bản câu hỏi điều tra.

Thời hạn để trả lời bản câu hỏi điều tra là trước 17h00 ngày 28/5/2020 (theo giờ Hà Nội).

Để đảm bảo quyền và lợi ích của mình, Cơ quan điều tra đề nghị tất cả các nhà sản xuất/xuất khẩu nước ngoài có liên quan tham gia, hợp tác đầy đủ trong suốt quá trình điều tra. Nội dung

bản trả lời sẽ là căn cứ để Cơ quan điều tra xem xét và đưa ra kết luận điều tra của vụ việc.

Trong trường hợp Cơ quan điều tra không nhận được thông tin trả lời đúng hạn của các nhà sản xuất/xuất khẩu nước ngoài hoặc trong trường hợp thông tin cung cấp không chính xác, không đầy đủ theo yêu cầu thì Cơ quan điều tra sẽ sử dụng thông tin sẵn có để đưa ra kết luận theo quy định tại Điều 75 Luật Quản lý ngoại thương.

Cục Phòng vệ thương mại cho biết, các thông tin, số liệu cung cấp trong quá trình trả lời bản câu hỏi của Cơ quan điều tra và quyền tiếp cận thông tin vụ việc của các bên liên quan trong quá trình điều tra sẽ được thực hiện theo đúng quy định pháp luật về bảo mật thông tin tại Điều 11 Nghị định số 10/2018/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương về các biện pháp phòng vệ thương mại.

Ngoài ra, cách thức trả lời các phần trong bản câu hỏi, số lượng phải nộp, hình thức nộp và thời hạn nộp được hướng dẫn chi tiết trong Bản câu hỏi dành cho doanh nghiệp. Do đó, Cơ quan điều tra đề nghị doanh nghiệp đọc kỹ hướng dẫn trước khi trả lời và nộp bản trả lời đúng thời hạn.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

“ Da đẹp dáng thon với **NHA ĐAM Bidrico** ”



Nước Nha Đam Bidrico chai 360ml



Nha đam chanh dây 360ml



Nha đam đường phèn 360 ml



Nha đam đường phèn 360ml



Nha đam mật ong 360ml

– Nước uống Nha Đam Đường Phèn, Nha đam Mật Ong, Nha đam Chanh dây, Nha đam hương Bắp Bidrico được chiết xuất từ nha đam nguyên chất kết hợp với đường phèn, mật ong, chanh dây, hương bắp... tạo nên một thức uống thơm ngon, bổ dưỡng và thanh mát.

– Sản phẩm được sản xuất trên dây chuyền hiện đại, sản phẩm chất lượng cao, phục vụ cho mọi đối tượng.

– Nha đam trong y học còn gọi là Lô Hội. Nha đam chứa nhiều khoáng chất bổ dưỡng như: Natri, Magie, Selen, Protein, Vitamin, v.v. Nha đam còn có tác dụng thanh nhiệt, giải độc giúp chữa một số bệnh như: Đau đầu, chóng mặt, viêm dạ dày,...

– **Các hình thức đóng gói:**

Đựng trong chai 360ml, đóng thành phẩm 24 chai/ thùng, 1.520 thùng/cont 20 feet.



Doanh nghiệp muốn đối thoại với chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh, hãy gửi câu hỏi của quý vị về doithoai@itpc.gov.vn. Thông tin riêng của doanh nghiệp được bảo mật hoàn toàn. Các cơ quan ban ngành, UBND các quận huyện luôn trả lời trong thời gian nhanh nhất. Vui lòng truy cập <http://www.doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn> để biết thêm chi tiết.

Áp dụng thuế suất thuế giá trị gia tăng

Công ty chúng tôi mua nguyên liệu là thiếc ở Việt Nam rồi gia công sâu thành các sản phẩm dây, thanh thiếc hàn không chì (thành phần thiếc chiếm 90% trở lên) qua nhiều công đoạn để bán. Khi công ty chúng tôi xuất khẩu hoặc bán cho doanh nghiệp chế xuất các sản phẩm thiếc hàn không chì dạng thanh và dây các loại thì có thuộc đối tượng được áp dụng thuế suất thuế giá trị gia tăng (GTGT) 0% hay không?

Trả lời:

Căn cứ Thông tư số 130/2016/TT-BTC ngày 12/8/2016 của Bộ Tài chính;

Căn cứ khoản 23 điều 4, khoản 3 điều 9 Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 của Bộ Tài chính được sửa đổi, bổ sung theo Thông tư số 130/2016/TT-BTC

Trường hợp công ty mua nguyên liệu là thiếc ở Việt Nam rồi gia công sâu thành các sản phẩm dây, thanh thiếc hàn không chì (thành phần thiếc chiếm 90% trở lên) qua nhiều công đoạn để bán. Nếu sản phẩm thiếc hàn không chì dạng thanh và dây các loại là hàng hóa được chế biến từ tài nguyên, khoáng sản có tổng trị giá tài nguyên, khoáng sản có nguồn gốc trong nước cộng với chi phí năng lượng chiếm từ 51% giá thành sản xuất sản phẩm trở lên thì sản phẩm xuất khẩu thuộc đối tượng không chịu thuế GTGT (không áp dụng mức thuế suất 0%).

Về vướng mắc liên quan đến việc xác định sản phẩm nào khi xuất khẩu thuộc đối tượng phải tính tỷ lệ trị giá tài nguyên, khoáng sản cộng chi phí năng lượng trên giá thành sản phẩm để áp dụng chính sách thuế GTGT cho phù hợp, Bộ Tài chính đã có Công văn số 9648/BTC-CST ngày 20/7/2017 lấy ý sửa đổi, bổ sung Nghị định số 12/2015/

NĐ-CP và Nghị định số 100/2016/NĐ-CP, trong đó có nội dung sửa đổi chính sách thuế giá trị gia tăng đối với sản phẩm xuất khẩu được chế biến từ tài nguyên, khoáng sản.

Phát sinh chi phí hoa hồng

Công ty có phát sinh chi phí hoa hồng cộng tác viên kinh doanh (hưởng %/ doanh thu trước thuế khi giới thiệu khách hàng thành công). Vậy cần những chứng từ nào để khoản chi phí này hợp lý, hợp lệ, hợp pháp về thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN), và thuế thu nhập cá nhân (TNCN)?

Trả lời:

Căn cứ Điều 2, Điều 25 Thông tư số 111/2013/TT-BTC ngày 15/8/2013 của Bộ tài Chính hướng dẫn về thuế TNCN;

Căn cứ Thông tư số 92/2015/TT-BTC ngày 15/06/2015 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế TNCN;

Căn cứ Điều 4 Thông tư số 96/2015/TT-BTC ngày 22/6/2015 sửa đổi bổ sung Điều 6 Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/06/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) quy định về các khoản chi được trừ và không được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế;

Trường hợp Công ty có phát sinh chi phí hoa hồng cộng tác viên kinh doanh thì căn cứ vào chứng từ chi theo hợp đồng, bảng kê 01/TNDN (ban hành kèm theo Thông tư số 78/2014/TT-BTC) và khoản chi này có liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh thì Công ty được tính vào chi phí được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN. Khi chi tiền từ (2.000.000) đồng/lần trở lên Công ty có trách nhiệm khấu trừ thuế TNCN 10%.

❖ Theo số liệu sơ bộ Tổng cục Hải quan vừa công bố, nửa đầu tháng 4, tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 17,8 tỷ USD, giảm 28,3% (khoảng 7 tỷ USD) so với nửa cuối tháng 3 và giảm 11,8% (gần 2,4 tỷ USD) so với cùng kỳ năm 2019. Thâm hụt thương mại nửa đầu tháng này là 1,28 tỷ USD - mức lớn nhất kể từ đầu năm, trong khi 3 tháng đầu năm xuất nhập khẩu vẫn thặng dư. Tuy nhiên, nếu từ đầu năm đến 15/4, Việt Nam vẫn thặng dư thương mại 2,46 tỷ USD. Tổng trị giá xuất khẩu của đạt 71,61 tỷ USD, tăng 4,5% so với cùng kỳ năm 2019, còn nhập khẩu đạt 69,15 tỷ USD, tăng 1,8%. (Vnexpress, 23/4)

❖ Ngày 20/4 (giờ Washington), Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC) đã chính thức khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp đối với sản phẩm đệm mút xuất xứ từ một số nước, trong đó có Việt Nam. Sản phẩm bị điều tra là mặt hàng đệm mút (mattress) có mã HTS (mã HS áp dụng tại Hoa Kỳ) gồm: 9404.21.0010, 9404.21.0013, 9404.29.1005, 9404.29.1013, 9404.29.9085 và 9404.29.9087 (mã HS trên chỉ mang tính tham khảo, DOC có thể điều chỉnh mã HS khi thấy cần thiết). Dự kiến, kết luận sơ bộ bán phá giá và áp thuế nếu có phá giá sẽ được công bố vào ngày 8/9/2020; kết luận cuối cùng bán phá giá công bố vào ngày 23/11/2020 và kết luận cuối cùng về thiệt hại và áp thuế chính thức (5 năm) công bố vào ngày 7/1/2021. (Báo Hải quan, 23/4)

❖ Theo thông tin do Tổng cục Hải quan vừa công bố, TP.HCM là địa phương đầu tiên xuất khẩu đạt 10 tỷ USD trong quý đầu tiên của năm 2020, tăng 14,6% so với cùng kỳ năm 2019. Như vậy, TP.HCM đã duy trì vị thế đầu tàu về xuất khẩu, đóng góp tới 16,6% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước trong quý I. Với tổng kim ngạch hơn 49 tỷ USD, cả nước có 11 tỉnh, thành phố đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên. (VTV9, 22/4)

CHƯƠNG TRÌNH SẮP TỚI

Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

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

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

• Liên hệ: Phòng Dịch vụ – ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4733

(028) 3910 4903

Fax: (028) 3910 4902

Email: bizcenter@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn





Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại & Đầu Tư
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ
Online Trade and Investment Information Portal



HO CHI MINH CITY
ITPC - nối kết bạn và thế giới



DÀNH CHO NHÀ XUẤT KHẨU



Nội dung bao gồm thông tin về xuất khẩu cho từng sản phẩm và thị trường cụ thể, hỗ trợ bán hàng xuất khẩu, thông tin về các khóa huấn luyện cũng như các sự kiện về hội chợ và đoàn xúc tiến thương mại.

[ENTER] >>



FOR INTERNATIONAL BUYERS AND IMPORTERS



A place for international buyers who want to source from Vietnam, containing Vietnamese exporter database, instructions on how to import from Vietnam and trade offers.

[ENTER] >>



FOR FOREIGN INVESTORS



A place for foreign investors who want to make investment in Vietnam, containing essential information such as opportunities, how to invest and what you should know.

[ENTER] >>

© Copyright ITPC 2008. All Rights Reserved

Cổng thông tin Điện tử Thương mại và Đầu tư (www.itpc.gov.vn)

Website của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM cung cấp thông tin các hoạt động xúc tiến, dữ liệu ngành hàng, thị trường, các chính sách đầu tư của Việt Nam và nước ngoài. Doanh nghiệp có thể tìm thấy nhiều thông tin hữu ích tại trang web của ITPC: **www.itpc.gov.vn**



Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre – ITPC) là đơn vị trực thuộc Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. ITPC có nhiệm vụ tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố, tham mưu cho Ủy ban nhân dân thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư, triển khai các giải pháp, chương trình xúc tiến thương mại, thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

- Thực hiện các dịch vụ bồi dưỡng nghiệp vụ, cung cấp các dịch vụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư ở trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm.
- Tổ chức hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ, triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài.
- Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại
- Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề.
- Xây dựng phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm xuất khẩu; tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu.
- Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gỡ gạc doanh nghiệp.
- Thu thập ý kiến của cộng 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