

# TIN TRONG TỈNH

## Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên: Ưu tiên cao nhất là gỡ khó cho doanh nghiệp

Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên cho rằng, những năm qua, doanh nghiệp là động lực giúp nền kinh tế phát triển mạnh mẽ. Vì vậy, việc hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là trong bối cảnh hậu dịch Covid-19 hiện nay là nhiệm vụ cần thiết và cấp bách.

Là Tư lệnh một trong những ngành quan trọng nhất của nền kinh tế, Bộ trưởng đánh giá như thế nào về những khó khăn của doanh nghiệp trong thời gian qua, đặc biệt là bối cảnh dịch COVID-19 đã và sẽ tiếp tục gây ra những tác động tiêu cực cho nền kinh tế?

Dịch COVID-19 đã và đang gây ra những tác động to lớn đối với nền kinh tế toàn cầu và của Việt Nam trong gần 2 năm qua. Nhiều người lao động mất việc làm, thu nhập sụt giảm, nhiều doanh nghiệp phải phá sản, giải thể; các ngành kinh tế bị giảm tốc, thậm chí tăng trưởng âm do sự đứt gãy các chuỗi cung ứng, hoạt động sản xuất kinh doanh bị đình trệ do các biện pháp giãn cách xã hội, sụt giảm cầu...

Dịch COVID-19 kéo dài khiến vận chuyển hàng



*Ban lãnh đạo Sở Công Thương trao Quyết định bổ nhiệm Phó trưởng phòng và Phó đơn vị trực thuộc*

hoá khó khăn do các địa phương thực hiện giãn cách xã hội, giá cước vận tải, kho bãi tăng cao; thiếu hụt lao động tham gia sản xuất vì phải tuân thủ quy định '3 tại chỗ'. Chuỗi cung ứng bị đứt gãy do nhiều doanh nghiệp tạm dừng hoạt động cũng là những vấn đề với doanh nghiệp hiện nay. Bộ Công Thương rất chia sẻ với những khó khăn mà cộng đồng doanh nghiệp đã, đang gặp phải.

Với những diễn biến phức tạp của dịch COVID-19 trên toàn cầu như hiện nay, tôi cho rằng, trong ngắn hạn và trung hạn, thế giới và cả Việt Nam sẽ vẫn tiếp tục chịu ảnh hưởng và hậu quả của dịch bệnh đã và đang diễn ra.

Hiện nay, Chính phủ cũng đã thống nhất quan điểm sẵn sàng sống chung với dịch, nghĩa là vừa phải phục hồi kinh tế vừa chống dịch. Do vậy, chúng ta cần xác định phải thích ứng và đưa nền kinh tế cũng như đời sống xã hội về trạng thái "bình thường mới" để có các phương án xử lý một cách chủ động, mang tính dài hạn để người dân và doanh nghiệp yên tâm, có cơ sở xây dựng các phương án và quay trở lại hoạt động theo kịch bản "bình thường mới".

Bộ Công Thương đã có những biện pháp, giải pháp gì để hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn trong giai đoạn vừa qua? Những giải pháp, kiến nghị nào đã được triển khai tốt, những giải

pháp nào chưa được triển khai triệt để? Bộ trưởng có suy tư, trăn trở gì khi những giải pháp được nhiều bộ, ngành, trong đó có Bộ Công Thương đưa ra nhưng đã không kịp thời triển khai để hỗ trợ doanh nghiệp khiến cộng đồng doanh nghiệp liên tiếp có văn bản xin gỡ khó tới các bộ cũng như Thủ tướng Chính phủ?

Trong thời gian qua, thực hiện các chỉ đạo của Bộ Chính trị, Quốc hội và Chính phủ, Bộ Công Thương đã tích cực phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp để triển khai nhiều giải pháp nhằm tháo gỡ các khó khăn cho doanh nghiệp ở mức cao nhất để ổn định sản xuất.

Các biện pháp về hỗ trợ doanh nghiệp đã được triển khai như: đảm bảo lưu thông hàng hóa phục vụ sản xuất trong bối cảnh thực hiện giãn cách để hạn chế lây lan dịch bệnh; bố trí sản xuất an toàn trong các doanh nghiệp; xử lý các ách tắc nguồn cung do đứt gãy chuỗi cung ứng; tháo gỡ các vướng mắc về thị trường và đa dạng hóa các hình thức xúc tiến thương mại và phát triển thị trường...

Cùng đó là các biện pháp về hỗ trợ, giảm tiền điện cho doanh nghiệp và người dân với số tiền lên tới 16.750 tỷ đồng trong 5 lần giảm giá điện trong năm 2020 và 2021.

Tuy nhiên, tôi cho rằng, thời gian qua và trong thời gian tới, cả hệ thống chính trị của chúng ta đã và sẽ hết sức cố gắng để có thể có được những phương án, giải pháp tốt nhất để hỗ trợ người dân, doanh nghiệp vượt qua khó khăn, ổn định sản xuất và sinh hoạt, phấn đấu ở mức cao nhất để hoàn thành các mục tiêu, nhiệm vụ đã được Quốc hội và Chính phủ giao trong thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025 và các Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 2021- 2022.

Thời gian tới, Bộ Công Thương có những giải pháp gì để hỗ trợ các doanh nghiệp phục hồi, hoạt động trở lại như trước đây và đóng góp vào phát triển kinh tế đất nước?

Trong thời gian tới, trong bối cảnh bệnh vẫn còn diễn biến khó lường ở cả trong và ngoài nước, Bộ Công Thương cho rằng, các doanh nghiệp cần chủ động, tích cực hơn nữa trong việc theo dõi diễn biến tình hình và chủ động có các giải pháp tiếp tục thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh một cách phù hợp.

Về phía Bộ Công Thương, chúng tôi đã, đang và sẽ luôn phối hợp chặt chẽ với các Bộ ngành, địa phương, các Hiệp hội ngành hàng để tìm hiểu, có biện pháp tháo gỡ khó khăn cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp. Trong

đó, tập trung chú trọng công tác triển khai thực hiện các Hiệp định thương mại tự do, hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng các cam kết trong các Hiệp định FTA thế hệ mới như Hiệp định CPTPP, EVFTA, UKVFTA để đẩy mạnh xuất khẩu

Bộ Công Thương sẽ tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM) trực tuyến thay thế cho các hoạt động truyền thống. Nâng cao năng lực triển khai hoạt động trên môi trường số cho cộng đồng doanh nghiệp, hỗ trợ chuyển đổi số trong công tác XTTM để phù hợp với tình hình mới. Cùng đó, khuyến khích các Hiệp hội, doanh nghiệp logistics có biện pháp hỗ trợ như giảm chi phí lưu kho lưu bãi, giảm phí vận chuyển, bốc xếp hàng hóa nông sản, thủy sản.

Bộ cũng sẽ đẩy mạnh công tác đơn giản hóa thủ tục hành chính. Trong đó, tập trung triển khai các thủ tục hành chính về lĩnh vực xuất nhập khẩu theo Cơ chế một cửa quốc gia, một cửa ASEAN... để tạo thuận lợi cho Hiệp hội và doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

Việc cải cách hành chính, bỏ các quyền lợi của Bộ quản trong việc tạo điều kiện thông thoáng cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp là xu thế và là việc không thể không thực hiện. Bộ Công Thương trong thời

gian tới sẽ có những giải pháp gì để mang đến cho cộng đồng doanh nghiệp những hỗ trợ tốt nhất trong bối cảnh hiện nay?

Trong chương trình cải cách hành chính, cắt giảm, đơn giản hóa điều kiện đầu tư, kinh doanh là một nhiệm vụ trọng tâm của Bộ Công Thương. Với quan điểm quyết liệt hành động, liên tiếp trong các năm từ 2016 đến nay, Bộ Công Thương đã nghiêm túc triển khai các Nghị quyết của Chính phủ về cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia cũng như góp phần hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp.

Bộ Công Thương là Bộ tiên phong thực hiện việc cắt giảm điều kiện đầu tư kinh doanh theo tinh thần chỉ đạo của Chính phủ, tạo điều kiện kinh doanh tạo thuận lợi cho doanh nghiệp.

Kết quả, qua các lần cắt giảm, đơn giản hóa điều kiện đầu tư kinh doanh, tính đến năm 2020, Bộ Công Thương đã thực hiện cắt giảm, đơn giản hóa tổng cộng 880 điều kiện trên tổng số 1.216 điều kiện kinh doanh (chiếm 70%).

Các ý kiến phản ánh trực tiếp của doanh nghiệp, người dân về cải cách của Bộ Công Thương đã giúp điều kiện kinh doanh thông thoáng hơn, đỡ phức tạp, rườm rà; thời gian làm thủ tục nhanh

hơn qua đó tiết giảm được chi phí, tăng cơ hội, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Để tiếp nối thành quả đã đạt được cũng như thực hiện Nghị quyết số 68/NQ-CP của Chính phủ về Chương trình cắt giảm đơn giản hóa quy định liên quan đến hoạt động kinh doanh giai đoạn 2020 – 2025, Bộ sẽ tiếp tục rà soát và xây dựng kế hoạch lộ trình cắt giảm, đơn giản hóa các quy định liên quan đến hoạt động kinh doanh thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ cho giai đoạn 2021 – 2025.

Việc cải cách thủ tục hành chính sẽ luôn hướng tới mục tiêu nâng cao chất lượng xây dựng thể chế, gắn xây dựng thể chế với ban hành chính sách, pháp luật; bảo đảm các quy định thủ tục hành chính được thực thi thống nhất, hiệu quả trên phạm vi cả nước, tạo điều kiện thuận lợi cho tổ chức, cá nhân liên quan dễ dàng thực hiện.

Xin cảm ơn ông.

**Báo Tiền Phong**

**Công bố Danh mục địa điểm tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại và lĩnh vực ưu tiên tổ chức hội chợ, triển lãm năm 2022 trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận**

Ngày 06/10/2021, Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Thuận ban hành Quyết định số 580/QĐ-UBND của Ủy ban

nhân dân tỉnh Ninh Thuận công bố Danh mục địa điểm tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại và lĩnh vực ưu tiên tổ chức hội chợ, triển lãm năm 2022 trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận.

Theo đó, năm 2022, Ủy ban nhân dân tỉnh công bố 04 địa điểm được tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại và lĩnh vực ưu tiên tổ chức hội chợ, triển lãm năm 2022 trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận, cụ thể như sau:

1. Địa điểm: Thành phố Phan Rang – Tháp Chàm; các huyện: Ninh Phước; Ninh Sơn; Thuận Bắc và Bác Ái là các địa điểm được tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại và lĩnh vực ưu tiên tổ chức hội chợ, triển lãm năm 2022 trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận.

2. Thời gian: Quý I-IV/2022

3. Lĩnh vực ưu tiên: Hội chợ thương mại tổng hợp; giới thiệu, quảng bá sản phẩm đặc thù của tỉnh; hàng tiêu dùng, thiết yếu; hội chợ triển lãm Công nghiệp nông thôn khu vực miền Trung -Tây Nguyên năm 2022 tại Ninh Thuận; hội chợ thương mại và ẩm thực.

4. Quy mô: Cấp tỉnh từ 150 đến trên 400 gian hàng; cấp huyện từ 50 – 100 gian hàng.

(Kèm theo Quyết định số 580/QĐ-UBND ngày 06/10/2021)

**Phòng QLTM**

# THỊ TRƯỜNG HÀNG HÓA

## ĐÁNG QUAN TÂM TRONG TUẦN

### Thị trường hàng hóa trong nước tuần qua

#### Giá heo hơi giảm sâu, giá thịt vẫn đứng yên

Giá heo hơi đã giảm gần 50% trong 3 - 4 tháng qua, nhưng giá thịt đến tay người tiêu dùng vẫn đứng nguyên.

Bất hợp lý giá thịt heo

Ngày 8.10, giá heo hơi tại các tỉnh Đồng Tháp, An Giang và Sóc Trăng giảm từ 1 - 2 giá, giao dịch ở mức 44.000 đồng/kg. Tại các tỉnh như Cần Thơ, Cà Mau, Bạc Liêu, Long An, Kiên Giang, Hậu Giang, Tiền Giang và Trà Vinh, sau khi lùi 2 giá ngày hôm qua, nay giá heo xuất chuồng cũng chỉ trong khoảng 41.000 - 43.000 đồng/kg. Nhìn chung, giá heo hơi tại miền Nam dao động trong khoảng 41.000 - 44.000 đồng/kg, bằng khoảng 50% so với cách nay hơn 3 tháng.

Thế nhưng, giá thịt heo tại TP.HCM dù có giảm so với thời điểm TP thực hiện giãn cách nghiêm ngặt nhưng so với trước đó thì hầu như không thay đổi. Cụ thể, giá thịt heo bán lẻ phổ biến từ 120.000 - 160.000 đồng/kg cho các mặt hàng cốt lết, thịt xay, vai, ba rọi, thịt đùi; riêng sườn non 260.000

đồng/kg. Báo cáo trước đó của Bộ Công thương cho rằng giá heo hơi giảm sâu do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, nhiều tỉnh, TP thực hiện giãn cách xã hội khiến nhu cầu giảm, việc vận chuyển khó khăn. Các lệnh hạn chế kiểm soát lây lan dịch bệnh tại TP.HCM khiến đầu ra của các trại nuôi heo tại Đồng Nai gặp khó. Giá thức ăn chăn nuôi liên tục tăng khiến nhiều hộ nông dân phải bán sớm cắt lỗ. Dịch bệnh cũng ảnh hưởng đến việc nhập khẩu nguyên liệu sản xuất chăn nuôi, đẩy giá cám lên cao, gây khó cho quá trình chăn nuôi, làm chậm lại nỗ lực khôi phục đàn heo. Mặc dù giá heo sống giảm mạnh nhưng giá thịt tại các cửa hàng, siêu thị vẫn cao do các chi phí liên quan đồng loạt tăng, đặc biệt là chi phí vận chuyển...

Theo Hiệp hội Chăn nuôi Đông Nam bộ, cho biết giá thành chăn nuôi heo đang khoảng 55.000 đồng/kg nhưng giá bán ra dưới 45.000 đồng/kg khiến người chăn nuôi bị lỗ. Nguyên nhân do lượng tiêu thụ xuống thấp khi các doanh nghiệp ngừng hoạt động và mới mở cửa lại một phần nhỏ; nhà hàng,

quán ăn cũng giảm mạnh công suất và không có khách du lịch... một con heo sống trọng lượng 100 kg sau khi giết mổ sẽ còn khoảng 55 - 60 kg thịt (không kể xương, lòng...); chi phí vận chuyển khoảng 200.000 đồng/con và cộng chi phí giết mổ thì ước tính giá thành không thể nào hơn 90.000 đồng/kg thịt.

Trong khi đó, việc giết mổ, cung cấp thịt heo thành phẩm cho các siêu thị, cửa hàng tại TP.HCM hiện nay chủ yếu nằm trong tay các công ty lớn. Vì vậy, việc giá thịt vẫn giữ như trước đây là bất hợp lý, khiến người tiêu dùng tại TP.HCM phải mua giá cao. Cơ quan quản lý nhà nước, mà cụ thể là Sở Công thương TP.HCM, cần phải đưa ra định mức, bóc tách giá thành cung cấp thịt heo để đưa ra giải pháp giảm giá tương ứng, hạ giá sản phẩm cho người dùng.

#### Giá thành sản xuất lúa hè thu ở ĐBSCL lên cao nhất kể từ năm 2018

Với mức giá thành sản xuất bình quân 3.713 đồng/kg, vụ hè thu 2021 đang được cho là vụ lúa có giá thành sản xuất cao nhất

kể từ năm 2018 đến nay ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), theo các số liệu thống kê từ cơ quan quản lý chuyên ngành.

Báo cáo của Cục trồng trọt thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho thấy, giá thành sản xuất bình quân ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) trong vụ lúa hè thu 2021 là 3.713 đồng/kg, tăng 222 đồng/kg so với vụ hè thu 2020.

Còn nếu so với vụ hè thu 2018 và 2019, thì giá thành sản xuất lúa bình quân ở ĐBSCL trong vụ hè thu 2021 lần lượt tăng 64 và 156 đồng/kg. Như vậy, vụ hè thu 2021 ở

ĐBSCL là vụ lúa có giá thành sản xuất bình quân cao nhất kể từ năm 2018 đến nay.

Theo đó, một số yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu chi phí giá thành sản xuất, bao gồm chi phí về giống chiếm tỷ lệ khoảng 9-10% trong tổng chi phí sản xuất; chi phí làm đất chiếm tỷ lệ 5-6%.

Điểm đáng lưu ý, chiếm tỷ lệ lớn trong chi phí giá thành sản xuất, đó là chi phí phân bón và thuốc bảo vệ thực vật chiếm từ 36 đến 41%, trong đó, chi phí phân bón chiếm 21-24% và thuốc bảo vệ thực vật chiếm 15-17%.

Ngoài ra, báo cáo của Cục

trồng trọt cũng cho thấy, đóng góp đáng kể vào giá thành sản xuất còn có chi phí tưới tiêu; chi phí thu hoạch, vận chuyển, bao bì; chi phí thuê nhân công lao động...

Phân bón do chiếm một tỷ lệ khá lớn trong giá thành sản xuất, cho nên, giá loại sản phẩm này tăng nhanh kể từ đầu năm đến nay đã có tác động khá lớn đến giá thành sản xuất lúa trong vụ hè thu 2021 ở ĐBSCL. Điều này, cũng là một trong những lý do khiến giá thành sản xuất lúa trong vụ hè thu 2021 tăng lên mức cao nhất kể từ năm 2018 đến nay.

**Trung tâm TTCN&TM**

# XUẤT NHẬP KHẨU

## **Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng mạnh trở lại, vượt gạo Thái Lan**

So với hồi tháng 8 năm nay (thời điểm gạo Việt Nam giảm và thấp hơn gạo Thái Lan), giá gạo xuất khẩu của Việt Nam gần đây biến động tăng mạnh trở lại, vượt qua gạo Thái Lan và cao hơn nhiều so với gạo Ấn Độ và Pakistan.

Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), hiện gạo 5% tấm của Việt Nam được chào bán với giá 433-437 USD/tấn, tăng 40 USD/

tấn so với mức giá hồi giữa tháng 8/2021.

Trong khi đó, gạo 5% tấm của Thái Lan hiện ở mức 384-388 USD/tấn, giảm 21 USD/tấn so với hồi giữa tháng 8. Còn gạo Ấn Độ vẫn giữ ở mức 368-372 USD/tấn; trong khi gạo Pakistan hiện có giá 378-382 USD/tấn, tăng 25 USD/tấn.

Ở phân khúc gạo 25% tấm, gạo Việt Nam hiện cũng "bỏ xa" các đối thủ. Cụ thể, gạo 25% tấm của Việt Nam ngày 11/10 có giá 403 USD/tấn, trong khi gạo Thái Lan

là 373 USD/tấn, gạo Ấn Độ và Pakistan đều ở mức 338 USD/tấn.

Theo đại diện một doanh nghiệp lúa gạo ở ĐBSCL, nguyên nhân giá gạo xuất khẩu của Việt Nam gần đây tăng là do Chính phủ tăng mua dự trữ quốc gia đã kích thích tăng giá trong nước lẫn xuất khẩu. Cùng với đó, trên thị trường thế giới, nhu cầu nhập khẩu gạo đã tăng trở lại từ đầu tháng 9 đến nay...

Theo Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gạo Việt Nam tháng 9/2021 đạt hơn 593,6

ngàn tấn, với kim ngạch đạt hơn 293,1 triệu USD, tăng 19% về lượng và tăng 20,5% về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái.

Tổng 9 tháng đầu năm nay, xuất khẩu gạo Việt Nam đạt hơn 4,57 triệu tấn, kim ngạch đạt hơn 2,41 tỷ USD, giảm 8,3% về lượng và giảm 1,2% về giá trị.

Tại thị trường trong nước, giá lúa và gạo đều tăng. Theo VFA, tuần đầu tháng 10, lúa thường tại ruộng có giá bình quân 5.092 đồng/kg, tăng 142 đồng so với tháng 9; lúa thường tại kho 6.288 đồng/kg, tăng 113 đồng. Gạo 5% tấm có giá 9.443 đồng/kg, tăng 200 đồng; gạo 15% tấm ở mức 9.192 đồng/kg, tăng 183 đồng...

Các địa phương vùng ĐBSCL đang vào vụ thu hoạch lúa Thu Đông 2021. Mặc dù giá lúa chưa được cải thiện nhiều, nhưng trong vụ sản xuất thời tiết thuận lợi, khi thu hoạch các địa phương nói lòng giãn cách xã hội, việc đi lại, tiêu thụ lúa thuận lợi hơn... nên bà con nông dân vẫn có lợi nhuận dù không cao.

Theo Cục Trồng trọt (Bộ NN&PTNT), vụ Thu Đông 2021, vùng ĐBSCL xuống giống 714,6 nghìn ha, đạt 102% kế hoạch và giảm 9,5 nghìn ha so với cùng kỳ năm trước; năng suất ước đạt 56,0 tạ/ha (tăng 0,4 tạ/ha) và sản lượng ước đạt hơn 4 triệu tấn (giảm 22 nghìn

tấn).

Còn vụ Đông Xuân 2021-2022, theo kế hoạch, vùng ĐBSCL gieo sạ hơn 1,52 triệu ha (tăng 0,4 nghìn ha); năng suất 72,52 tạ/ha (tăng 0,21 tạ/ha) và sản lượng hơn 11 triệu tấn, tăng 35,2 nghìn tấn so cùng kỳ.

Sản xuất lúa của vùng ĐBSCL cả năm 2021 ước diện tích đạt hơn 3,9 triệu ha (giảm 56,2 nghìn ha); năng suất ước đạt 62,2 tạ/ha (tăng 2,1 tạ/ha) và sản lượng ước đạt hơn 24,3 triệu tấn, tăng 510 nghìn tấn so với cùng kỳ 2020.

### **Xuất khẩu rau quả gặp khó tại Trung Quốc**

Sau 4 tháng liên tiếp giảm, XK rau quả tháng 9/2021 đã "tươi" trở lại. Đáng lưu ý, tình trạng giảm tốc XK rau quả sang thị trường Trung Quốc đã và đang tác động không nhỏ tới XK rau quả nói chung.

Xuất khẩu sang Trung Quốc giảm mạnh

Thông tin mới nhất từ Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), trị giá XK rau quả trong tháng 9/2021 đạt 250 triệu USD, tăng 9,2% so với tháng 8/2021 và tăng 5,2% so với tháng 9/2020. Trong 9 tháng năm 2021, trị giá XK rau quả ước đạt 2,77 tỷ USD, tăng 11,1% so với cùng kỳ năm 2020.

Xu hướng phát triển của kim ngạch XK rau quả từ đầu năm đến nay cho thấy tăng

trong 4 tháng đầu năm, từ tháng 5, kim ngạch đã đi xuống, đến tháng 8 là tháng thứ 4 liên tiếp kim ngạch XK giảm. "Do tác động của đại dịch Covid-19, Việt Nam phải áp dụng các biện pháp phòng chống mạnh nhất làm cho việc sản xuất, lưu thông hàng hóa bị ách tắc, đứt gãy chuỗi cung ứng. Đây là lý do chính khiến XK mặt hàng rau quả giảm liên tiếp", theo Cục Xuất nhập khẩu.

Theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam cho rằng, các vấn đề về vận chuyển liên vùng, liên tỉnh bắt đầu đỡ căng thẳng hơn trước chính là yếu tố tác động tích cực tới tình hình XK rau quả.

Trong "bức tranh" XK rau quả từ đầu năm đến nay, đáng chú ý nhất là tình hình XK sang Trung Quốc. Tháng 8/2021, XK rau quả sang thị trường Trung Quốc giảm mạnh. Trung Quốc đã tạm ngừng NK thanh long tại các cửa khẩu Hà Khẩu và Thiên Bảo thuộc tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) khiến thanh long trong nước giảm giá mạnh. Nguyên nhân phía Trung Quốc đưa ra là do hàng hóa Việt Nam nghi nhiễm SARS-CoV-2.

Theo Cục Xuất nhập khẩu, tính chung trong 8 tháng đầu năm 2021, xu hướng XK rau quả tới thị trường Trung Quốc giảm tốc nhanh nhất so với các thị trường khác. Trung Quốc là thị trường XK hàng rau quả của chính của Việt Nam. Do đó, việc tăng

mạnh XK sang các thị trường khác như Mỹ, Nhật Bản, Nga, Australia... cũng chưa bù đắp được mức giảm xuất khẩu tới thị trường Trung Quốc.

Bộ NN&PTNT thông tin, mới đây phía Trung Quốc thông báo thanh long XK từ Việt Nam bị phát hiện có virus SARS-CoV-2 trên bao bì đóng gói, cụ thể là lô hàng của tỉnh Bình Thuận. Ngay sau đó, tỉnh Bình Thuận có phản hồi, phía Trung Quốc chỉ thông báo như vậy, không cung cấp chứng cứ. Mặc dù vậy, tỉnh Bình Thuận cũng đã thành lập đoàn kiểm tra để làm rõ xem các lô hàng thanh long có virus SARS-CoV-2 như thông báo của phía Trung Quốc hay không. Đến nay, Tổ chức Y tế thế giới (WHO), Tổ chức Nông nghiệp và Lương thực Liên hiệp quốc (FAO) đã lên tiếng khẳng định không có bằng chứng và cơ sở cho rằng virus SARS-CoV-2 lây nhiễm qua bao bì nông sản và thực phẩm.

**Về đích 3,5 tỷ USD**

Liên quan tới lý do Trung Quốc tạm ngừng NK thanh long Việt Nam do phát hiện có virus SARS-CoV-2 trên bao bì đóng gói, ông Đặng Phúc Nguyên cho rằng đây chưa phải là nguyên nhân sâu xa. Mấu chốt là bởi Trung Quốc muốn siết chặt khâu kiểm dịch, bảo vệ cho hàng hoá nội địa. Đơn cử như với mặt hàng thanh long, năm 2018 Trung Quốc mới trồng

diện tích khoảng 10.000 ha. Vài năm gần đây, diện tích thanh long của Trung Quốc mỗi năm tăng gấp đôi, đến nay đã khoảng 40.000-50.000 ha.

Theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam năm 2019, 2020, XK rau quả của Việt Nam sang Trung Quốc chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch XK rau quả, tuy nhiên năm nay con số này chỉ còn 58%. Tương lai, tỷ trọng XK rau quả sang thị trường Trung Quốc trong tổng kim ngạch XK nói chung có thể sẽ còn giảm nữa..

Thời gian tới, việc tận dụng tốt cơ hội từ các Hiệp định Thương mại tự do (FTA) để mở rộng, đẩy mạnh XK sang các thị trường khác như EU, Mỹ, Nhật Bản... được không ít chuyên gia nông nghiệp nhận định là hướng đi rất quan trọng giúp XK rau quả bền vững hơn, bớt lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Hiệp hội Rau quả Việt Nam phân tích, vấn đề của ngành rau quả Việt Nam hiện nay là hàng hoá trồng theo tiêu chuẩn của thị trường Mỹ, Nhật Bản, EU... chưa nhiều. Mỗi thị trường có quy định, tiêu chuẩn về hàng hoá riêng, không thể lấy hàng hoá vốn để tập trung XK sang Trung Quốc rồi chuyển hướng ngay XK sang Mỹ, EU, Nhật Bản... được.

Theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam, muốn tăng XK rau quả sang thị trường khác

ngoài Trung Quốc, trước hết cần có chiến lược tăng diện tích trồng đáp ứng yêu cầu của từng thị trường. Các DN cần coi trọng hơn nữa nghiên cứu thị hiếu thị trường kết hợp với thay đổi công nghệ trồng trọt, bảo quản, chế biến. Thị trường Trung Quốc thích mua sản phẩm nguyên quả, còn thị trường EU lại thích phải chia nhỏ, chế biến sâu hơn. Đối tác Trung Quốc có thể mua cả nải chuối, còn khi XK sang Mỹ, EU lại phải chia nhỏ vài quả một đóng gói với nhau mới có thể XK; hay sầu riêng Trung Quốc thường mua nguyên quả, song các thị trường khác lại thích chia múi... DN phải đặc biệt lưu ý tất cả các yếu tố.

Về XK rau quả từ nay đến cuối năm, Hiệp hội Rau quả Việt Nam cho rằng cũng không quá khả quan bởi trong thời điểm giãn cách xã hội kéo dài tại nhiều tỉnh, thành phía Nam thời gian qua đã khiến không ít DN phải tạm thời đóng cửa. Đến nay, khi DN mở cửa hoạt động trở lại rơi vào tình trạng thiếu lao động, làm giảm công suất nhà máy. Tổng trị giá XK rau quả cả năm dự kiến tăng khoảng 10% so với năm trước, đạt khoảng 3,4-3,5 tỷ USD.

**Nhập khẩu tôm của Mỹ từ Ecuador chững lại trong tháng 8/2021**

Nhập khẩu tôm của Mỹ tháng 8 năm nay tiếp tục

tăng cả về khối lượng và giá trị so với cùng kỳ năm ngoái. Ecuador vẫn giữ vị trí thứ 2 về cung cấp tôm cho Mỹ. Khối lượng NK tôm của Mỹ từ Ecuador trong tháng 8 năm nay không tăng mạnh như các tháng trước đó, chỉ tương đương so với cùng kỳ năm ngoái

tuy nhiên giá NK từ Ecuador vào Mỹ tăng mạnh.

Mỹ NK 89.407 tấn tôm, trị giá 822,9 triệu USD trong tháng 8/2021, tăng 8% về khối lượng và 17% về giá trị so với 82.427 tấn, trị giá 701,6 triệu USD trong tháng 8/2020.

Tháng 8 là tháng thứ 9 liên tiếp, NK tôm của Mỹ ghi nhận tăng trưởng dương. Giá NK trung bình tăng 8% đạt 9,20 USD/kg trong tháng 8/2021 từ 8,51 USD/kg trong tháng 8/2020, tăng 6% so với tháng 7/2021 (8,70 USD/kg).

**Trung tâm TTCN&TM**

## SẢN XUẤT KINH DOANH

### **Giá phân bón trong nước tăng mạnh theo giá thế giới**

Trong tuần đầu tiên của tháng 10, giá phân bón tại hầu khắp các thị trường trên thế giới đã tăng vọt 200 – 300 USD/tấn lên mức cao nhất trong hơn 10 năm qua. Tại trong nước, giá phân bón cũng đang được điều chỉnh tăng lên theo giá phân bón thế giới.

Hiện nay Việt Nam vẫn phải nhập khẩu một lượng đáng kể phân bón để phục vụ sản xuất trong nước, do đó đà tăng giá của thị trường phân bón thế giới đang kéo theo giá phân bón trong nước tăng lên.

Tính đến ngày 8/10, giá phân bón Urê tại TP HCM đã tăng 18 - 29%, tương ứng tăng 2.000 - 3.000 đồng/kg so với một tháng trước, dao động ở mức 13.000 - 13.500 đồng/kg. Đáng chú ý, mức giá này đã tăng gấp đôi so

với đầu năm nay.

Giá phân bón DAP cũng tăng 1.500 - 2.200 đồng/kg trong 1 tháng qua, dao động ở mức 16.000 - 19.500 đồng/kg. Tương tự, giá Kali tăng 1.000 - 2.000 đồng/kg.

Từ đầu năm đến nay, trước sự tăng giá của thị trường phân bón thế giới, giá nhập khẩu một số loại phân bón về Việt Nam đã tăng rất mạnh so với cùng kỳ năm ngoái và đợt tăng giá mới này có thể khiến giá phân bón nhập khẩu cũng như trong nước tiếp tục leo thang trong thời gian tới.

Điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động sản xuất vụ Đông Xuân 2021-2022 sắp tới.

### **Giá lợn ở Trung Quốc đảo chiều tăng vọt do nguy cơ sản lượng giảm trở lại**

Giá thịt lợn tại Trung Quốc trong 9 tháng đầu năm nay

giảm khoảng 56% khi nguồn cung lợn trong nước hồi phục mạnh mẽ. Tuy nhiên, thị trường thịt lợn Trung Quốc có dấu hiệu nóng trở lại khi giá đột ngột đảo chiều.

Giá lợn sống chỉ trong một phiên giao dịch đã tăng thêm gần 10% khi đàn lợn của Trung Quốc có nguy cơ suy giảm do người chăn nuôi bị lỗ nặng.

Theo đó, giá lợn hơi trên Sàn giao dịch hàng hóa Đại Liên phiên 11/10 đã tăng 8% lên 15.285 nhân dân tệ (2.374,44 USD)/tấn - mức cao nhất trong vòng một tháng. Đây cũng là mức tăng giá trong một ngày nhiều nhất kể từ khi hợp đồng giao dịch lợn hơi ra mắt, vào tháng 1/2021.

Rosa Wang, nhà phân tích của Shanghai JC Intelligence Co Ltd cho biết: "Động lực chủ yếu đẩy giá tăng đến từ phía (triển vọng) nguồn cung".



Đàn lợn nái của Trung Quốc giảm 0,9% trong tháng 8 so với tháng trước đó, sau khi giảm 0,5% trong tháng 7 – lần giảm đầu tiên trong vòng gần hai năm, theo số liệu do Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Trung Quốc. Số lượng lợn nái giảm đồng nghĩa với đàn lợn thịt trong những tháng tới sẽ tăng chậm lại, thậm chí có thể giảm xuống.

Ông Wang cho biết: “Các trang trại nuôi lợn đang ngày càng bị lỗ nặng do giá trong thời gian qua giảm quá nhiều, thậm chí một số khu vực xuống dưới 4 nhân dân tệ/500 gram.

Kể từ đầu năm 2021, hoạt động giết mổ lợn của Trung Quốc diễn ra mạnh mẽ và trọng lượng mỗi con lợn tăng mạnh. Sản lượng thịt lợn phục hồi vào thời điểm nhu cầu theo mùa yếu đã khiến giá giảm nhanh chóng, khiến các nhà chăn nuôi ở nước này phải bán lợn nhanh để cắt lỗ.

Do tình trạng lợn nái bị giết mổ quá nhiều, giá lợn hơi giao ngay tại các tỉnh miền Bắc, Đông Bắc và miền Trung của Trung Quốc như Hà Nam, Sơn Đông và Hồ Bắc đã tăng hoặc giữ ổn định kể từ cuối tháng 9 sau nhiều tháng giảm.

Giá thịt lợn ở Trung Quốc năm nay giảm rất nhanh do số lượng lớn những con lợn khổng lồ được đưa đi giết mổ, khiến các công ty như Jiangxi Zhengbang Technology và New Hope Liuhe bị lỗ ròng rất nhiều trong nửa đầu năm

nay.

Do giá lợn hơi giảm gây thua lỗ, người chăn nuôi đã ồ ạt mang lợn đi giết mổ, kể cả lợn nái, để tiết kiệm chi phí thức ăn. Và điều này đang có nguy cơ khiến sản lượng thịt lợn của Trung Quốc sắp tới có thể bị sụt giảm.

Ngoài yếu tố trên, các nhà phân tích cho rằng việc chính phủ mua thịt lợn dự trữ cũng hỗ trợ giá lợn tăng trở lại.

Ngày 11/10, Bộ Thương mại Trung Quốc thông báo đã mua 30.000 tấn thịt lợn dự trữ quốc gia, là đợt mua mới nhất trong nhiều đợt mua gần đây.

Cơ quan hoạch định chính sách quốc gia của Trung Quốc tháng trước cho biết tổng khối lượng thịt lợn mua dự trữ quốc gia sẽ tăng đáng kể, và một số tỉnh đã tiến hành mua theo chương trình này, một số tỉnh khác dự kiến sẽ mua trong quý 4 này.

Nhà phân tích Yuan Shiyang của Haitong Futures cho biết: “Trong ngắn hạn, đợt mua dự trữ thứ hai chắc chắn sẽ hỗ trợ giá thịt lợn giao ngay”. Đến cuối năm nay, có nguy cơ tăng trưởng sản lượng lợn ở Trung Quốc chậm lại do đợt giết mổ lợn ồ ạt hiện nay.

Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) dự đoán sản lượng thịt lợn toàn cầu năm 2021 sẽ đạt 105,1 triệu tấn, tăng 8,5% so với năm trước, chủ yếu nhờ sản lượng tăng ở Trung Quốc, sau giai đoạn sản lượng suy giảm do dịch

tả lợn Châu Phi.

Theo USDA, sản lượng tại Trung Quốc dự kiến sẽ tăng 20% trong năm 2021 so với năm ngoái, đạt 43,8 triệu tấn. Liên minh châu Âu sẽ tiếp tục là nhà sản xuất lớn thứ hai toàn cầu với 24,8 triệu tấn (tăng 2% so với năm 2020), tiếp theo là Mỹ với 12,7 triệu tấn (giảm 0,5% so với năm 2020).

Mặc dù sản lượng trong nước hồi phục, song USDA dự đoán Trung Quốc sẽ tiếp tục dẫn đầu thế giới về nhập khẩu thịt lợn, với khoảng 5 triệu tấn, mặc dù mức này thấp hơn 5% so với năm 2020.

Nhập khẩu vào Philippines năm 2021 dự báo sẽ tăng 154% lên 425.000 tấn do chính sách giảm thuế và thâm hụt nguồn cung tiếp tục do ASF gây ra. Nhập khẩu của Mexico sẽ đạt tổng cộng 985.000 tấn (tăng 3% so với năm trước) do giá nội địa cao, đồng peso mạnh hơn, và bù đắp nguồn cung sau khi xuất khẩu mạnh.

Tổng xuất khẩu thịt lợn toàn cầu cho năm 2021 dự kiến đạt 11,8 triệu tấn. Liên minh châu Âu dự báo sẽ là khu vực xuất khẩu nhiều nhất, với 4,4 triệu tấn, giảm 1,8% so với năm ngoái; Mỹ sẽ đứng thứ hai với 3,4 triệu tấn, giảm 3,7% so với năm 2020. Xuất khẩu của Canada dự báo sẽ tăng 1,1% so với năm ngoái lên 1,5 triệu tấn.

**Trung tâm TTCN&TM**

# Tin THẾ GIỚI



## Giá thực phẩm thế giới tháng 9 cao nhất trong vòng 10 năm

Giá thực phẩm thế giới đã tăng tháng thứ hai liên tiếp, lên mức cao nhất trong 10 năm trong tháng 9 vừa qua, chủ yếu do giá ngũ cốc và dầu thực vật tăng mạnh.

Theo Tổ chức Nông - Lương Liên Hiệp Quốc (FAO), chỉ số giá thực phẩm của FAO - công cụ theo dõi giá cả trên thị trường quốc tế của các mặt hàng thực phẩm được giao dịch nhiều nhất trên toàn cầu - đạt mức trung bình 130,0 điểm trong tháng Chín vừa qua - mức cao nhất được ghi nhận kể từ tháng Chín năm 2011.

So với cùng kỳ năm ngoái, giá lương thực đã tăng 32,8% trong tháng Chín. Giá hàng hóa nông nghiệp đã tăng mạnh trong năm 2020, do mất mùa trong khi nhu cầu tăng cao ở thị trường Trung Quốc.

Chỉ số giá ngũ cốc của FAO trong tháng Chín đã tăng 2,0% so với tháng

trước đó, chủ yếu là nhờ mức tăng gần 4% của giá lúa mì, khi hoạt động xuất khẩu bị hạn chế trong khi nhu cầu lại gia tăng mạnh mẽ.

FAO dự đoán sản lượng ngũ cốc toàn cầu năm 2021 sẽ cao kỷ lục, nhưng tiêu thụ sẽ còn tăng mạnh hơn.

Sản lượng ngũ cốc thế giới dự báo sẽ đạt kỷ lục cao, 2,800 tỷ tấn vào năm 2021, tăng nhẹ so với mức 2,788 tỷ tấn dự báo tháng trước. Trong khi đó, tiêu thụ ngũ cốc thế giới dự báo tăng 2,7 triệu tấn so với dự báo tháng trước, đạt 2.811 triệu tấn, chủ yếu do tiêu thụ lúa mì trong chăn nuôi tăng lên.

Dự trữ ngũ cốc toàn cầu vụ 2021/22 dự báo sẽ giảm, nhưng vẫn ở mức vừa phải.

Giá dầu thực vật thế giới cũng tăng 1,7% trong tháng vừa qua, và đạt mức tăng tăng hàng năm khoảng 60%, trong bối cảnh giá dầu cọ tăng do nhu cầu nhập khẩu mạnh mẽ và những lo ngại về tình trạng thiếu hụt lao

động ở Malaysia.

Giá đường thế giới tăng 0,5% trong tháng Chín, do lo ngại về tình hình thời tiết bất lợi cho mùa màng ở Brazil - nước xuất khẩu hàng đầu thế giới.

## Giá cá ngừ đóng hộp tại Mexico tăng trong tháng 9/2021

Tại Mexico, giá cá ngừ đóng hộp tăng 2,93% trong tháng 9/2021. Theo báo cáo của SentidoComun, lạm phát tổng thể tại nước này trong tháng 9 đã tăng 0.62% so với tháng trước đó và tỷ lệ lạm phát hàng năm đạt 6%, mức cao nhất kể từ tháng 4/2021.

Đây là bằng chứng cho thấy giá tiêu dùng tất cả các mặt hàng đã tăng trong tháng qua, vượt qua dự đoán của các kinh tế địa phương. Nguyên nhân chính của sự gia tăng này là do giá năng lượng tăng. Ngành cá ngừ thế giới đang phải đối mặt với thách thức về giá nhiên liệu hàng hải cũng như giá thép tăng cao.

**Trung tâm TTCN&TM**

# DOANH NGHIỆP

# CẦN BIẾT

## Thị trường ASEAN: Gắn gũi và đầy tiềm năng đối với doanh nghiệp Việt Nam

Khu vực thị trường ASEAN bao gồm 10 quốc gia thành viên: Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam. Đây là khu vực thị trường gần gũi và có vai trò hết sức quan trọng đối với Việt Nam.

Sau 26 năm kể từ khi Việt Nam gia nhập ASEAN, ASEAN luôn là đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và khu vực thị trường ASEAN không ngừng phát triển trong các năm qua và đạt được các thành tựu đáng kể. Đến thời điểm hiện nay, ASEAN là thị trường xuất khẩu lớn thứ tư của doanh nghiệp Việt Nam, sau Mỹ, Trung Quốc và Liên minh châu Âu. Năm 2020, dưới các ảnh hưởng tiêu cực từ đại dịch COVID-19, xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với ASEAN đạt 53,6 tỷ USD, giảm 6,8% so với năm 2019. Tuy nhiên, sang năm 2021, thương mại đã phục hồi và lấy lại được đà tăng trưởng. Kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và ASEAN trong 08 tháng

đầu năm 2021 đạt 46 tỷ USD, tăng tới 35,2% so với cùng kỳ năm 2020 (cao hơn mức tăng trưởng xuất nhập khẩu trung bình của Việt Nam với thế giới – 27,5%) và tăng 19,8% so với cùng kỳ năm 2019 (thời điểm chưa có dịch bệnh COVID-19).

Thành tựu trên là kết quả của những nỗ lực tìm hiểu, khai thác các lợi thế, cơ hội mà khu vực thị trường ASEAN mang lại. Về mặt địa lý, thị trường ASEAN là khu vực thị trường có khoảng cách địa lý gần gũi, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vận chuyển hàng hóa, chi phí lưu kho bãi. Doanh nghiệp cũng có nhiều lựa chọn phương thức vận chuyển hàng hóa như vận tải đường bộ, đường biển và đường hàng không. Về mặt văn hóa, thị hiếu, thị trường ASEAN là một khu vực văn hóa thống nhất trong đa dạng. Tuy mỗi nước đều có phong tục, tập quán đa dạng đặc sắc nhưng đều có nền tảng văn hóa nông nghiệp nên lối sống cũng có những nét gần gũi, tương đồng. Về thị hiếu người tiêu dùng, hàng hóa của Việt Nam đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, giá thành khi xuất khẩu sang ASEAN. Hầu như tất cả các mặt hàng

xuất khẩu của Việt Nam đều có thể coi ASEAN là đích đến. Xuất khẩu thành công sang thị trường ASEAN sẽ là bước đầu để hàng Việt Nam tiếp tục thâm nhập các thị trường khác.

Thị trường ASEAN cũng là khu vực thị trường giàu tiềm năng đối với doanh nghiệp Việt Nam. Với quy mô dân số hơn 655 triệu dân, trong đó hơn 50% thuộc độ tuổi lao động, tỷ lệ dân số thuộc tầng lớp trung lưu ngày càng gia tăng, khu vực thị trường ASEAN có tiềm năng tiêu dùng mở rộng, có khả năng hấp thụ hàng hóa tốt. Hiện nay, hầu hết hàng hóa xuất khẩu sang thị trường này đều được hưởng ưu đãi với mức thuế quan 0% theo Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA) hoặc hưởng một số ưu đãi đặc biệt hơn theo các Hiệp định/Thỏa thuận thương mại song phương với từng nước như Hiệp định Thương mại Việt Nam – Lào, Bản Thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương Việt Nam – Campuchia... Ngoài ra, trong thời gian tới, các nước ASEAN sẽ đẩy nhanh triển khai các biện pháp nhằm phục hồi kinh tế hậu COVID-19 như cam kết mở cửa thị trường, đảm bảo

chuỗi cung ứng, thuận lợi hóa thương mại. Đây là các điều kiện hết sức thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng khai thác hơn nữa tiềm năng khu vực thị trường này.

Trong bối cảnh dịch COVID-19 vẫn diễn biến phức tạp tại châu Á, trong đó có các nước ASEAN, để duy trì hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu đã có với khu vực thị trường ASEAN và tận dụng các cơ hội để đa dạng hóa và mở rộng thị trường tại khu vực này, doanh nghiệp cần quan tâm, lưu ý một số vấn đề sau:

Thứ nhất, doanh nghiệp cần thường xuyên, liên tục cập nhật thông tin về các chính sách, quy định của thị trường sở tại, đặc biệt là các yêu cầu đối với hàng hóa xuất nhập khẩu nhằm phòng chống, kiểm soát COVID-19. Các quy định, yêu cầu này có thể thay đổi nhanh, bất ngờ, tùy theo diễn biến của dịch bệnh. Để hỗ trợ doanh nghiệp, trong thời gian qua, Bộ Công Thương liên tục triển khai các hoạt động phổ biến thông tin, hướng dẫn doanh nghiệp tiếp cận thị trường; cập nhật yêu cầu mới của các nước. Do đó, doanh nghiệp có thể chủ động tiếp cận các thông tin này tại một số kênh thông tin chính thức của Bộ Công Thương như website Bộ Công Thương ([www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)), cổng thông tin thị trường nước ngoài

([www.vietnamexport.com](http://www.vietnamexport.com)), Báo Công Thương ([www.congthuong.vn](http://www.congthuong.vn)).

Thứ hai, doanh nghiệp cần chủ động xác thực thông tin đối tác tại nước sở tại bằng nhiều cách khác nhau để hạn chế các rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng và thanh toán. Trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19, sự đứt gãy các chuỗi cung ứng phần nào ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất của doanh nghiệp các nước. Thêm vào đó, việc hạn chế đi lại khiến khả năng xác thực thông tin đối tác cũng gặp hạn chế. Do đó, khi trao đổi, giao dịch kinh doanh, các doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ thông tin về đối tác như thông tin về tư cách pháp nhân, nguồn hàng hóa, khả năng tài chính... để tránh các rủi ro khi hợp tác. Doanh nghiệp có thể liên hệ với cơ quan Thương vụ Việt Nam tại nước sở tại để đề nghị hỗ trợ kiểm tra thông tin đối tác trước khi quyết định ký hợp đồng hoặc thực hiện các giao dịch.

Thứ ba, trong bối cảnh gần đây một số nước ASEAN gia tăng áp dụng các rào cản thương mại hoặc biện pháp phòng vệ thương mại để hỗ trợ khôi phục sản xuất trong nước trong và sau đại dịch, hỗ trợ hoạt động xuất khẩu, các doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý nhà nước trong trường

hợp doanh nghiệp có mặt hàng bị ảnh hưởng hoặc bị điều tra. Để tránh các rủi ro không mong muốn, doanh nghiệp cũng cần chủ động nắm bắt thông tin đầy đủ, chính xác để có kế hoạch sản xuất phù hợp, có kế hoạch đa dạng hóa thị trường, tìm kiếm thị trường thay thế, không để phụ thuộc vào một thị trường nhất định. Thông tin về các rào cản thương mại, vụ việc phòng vệ thương mại thường xuyên được đăng tải trên các kênh truyền thông của Bộ Công Thương cũng như được phổ biến tại các hoạt động hướng dẫn tiếp cận thị trường. Bộ Công Thương đã và sẽ đồng hành với các doanh nghiệp để giải quyết các vụ việc, bảo vệ tối đa quyền lợi của doanh nghiệp.

Thứ tư, doanh nghiệp cần chú trọng đa dạng hóa đối tác và thị trường xuất nhập khẩu, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19 tạo ra nhiều tác động tiêu cực nhưng cũng mở ra những cơ hội kinh doanh mới. Doanh nghiệp có thể liên hệ với các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài để nhờ hỗ trợ kết nối với các nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối tại nước sở tại, nắm thông tin và chủ động tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương để đưa hàng Việt Nam thâm nhập dễ dàng hơn.

**Trung tâm TTCN&TM**