

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)

Tháng 04
2022



Thị trường Myanmar

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 24/GP - XBBT -
STTTT, ngày 18/11/2021
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ MYANMAR

09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG MYANMAR

21 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ MYANMAR

42 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ MYANMAR

45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI MYANMAR

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Myanmar và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



**WORLD TRADE
ORGANIZATION**

Xin chân thành cảm ơn.

THỊ TRƯỜNG MYANMAR



TỔNG QUAN VỀ MYANMAR

TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG

➤ Vị trí địa lý, văn hóa xã hội

Ngày 04-01-1948 Myanmar tuyên bố độc lập, thành lập nên Liên bang Myanmar. Tháng 1-1974 đổi tên nước là Liên bang Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Myanmar. Tháng 6-1989 lấy lại tên cũ Liên bang Myanmar. Ngày 22-10-2010, Myanmar đã đổi tên nước thành Cộng hòa Liên bang Myanmar.



Tên đầy đủ: Cộng hòa Liên bang Myanmar

Thể chế nhà nước: Myanmar theo thể chế Liên bang với 7 bang (Ayeyarwady, Bago, Magway, Mandalay, Sagaing, Tanintharyi, Yangon) và 7 Khu hành chính (tương đương bang là Chin, Kachin, Kayah, Kayin, Mon, Rakhine (Arakan) và Shan) và thủ đô là Nay Pyi Taw.

Vị trí địa lý: Thuộc khu vực Đông Nam Á, giáp biển Andaman và vịnh Bengal. Myanmar có biên giới đất liền giáp Bangladesh (271 km), Trung Quốc (2.129 km), Ấn Độ (1.468 km), Lào (238 km) và Thái Lan (2.416 km).

Diện tích: 676.578 km², Myanmar là nước có diện tích rộng nhất vùng Đông Nam Á.

Tài nguyên thiên nhiên: Dầu khí, gỗ xẻ, thiếc, kẽm, đồng, vonfram, chì, than đá, đá vôi, đá hoa, đá quý, khí tự nhiên, thủy điện, đất trồng trọt.

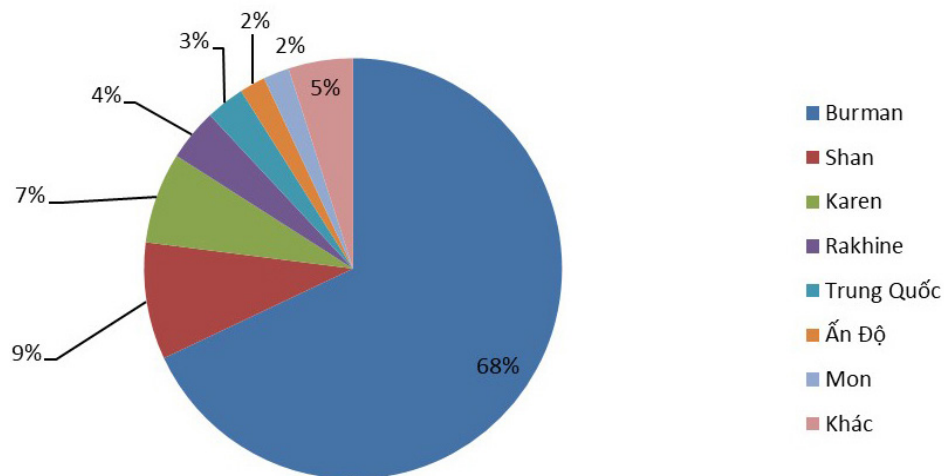
Ngôn ngữ: tiếng Myanmar (chính thức), tiếng Anh, tiếng Hoa

Tiếng Myanmar là ngôn ngữ chính thức trên lãnh thổ Myanmar, mặc dù bên cạnh đó các ngôn ngữ của các nhóm dân tộc vẫn đang được sử dụng rộng rãi ở các khu vực định cư của họ. Doanh nhân tại Yangon và Mandalay nói tiếng Anh khá tốt, nhưng tiếng Anh không phải là ngôn ngữ được sử dụng rộng rãi ngoài các khu đô thị chính. Tiếng Trung Quốc được sử dụng nhiều tại Mandalay, Yangon và trung tâm thương mại lớn gần biên giới Trung Quốc-Myanmar. Tiếng Thái Lan được sử dụng rộng rãi tại các trung tâm

thương mại lớn ở biên giới Thái Lan-Myanmar.

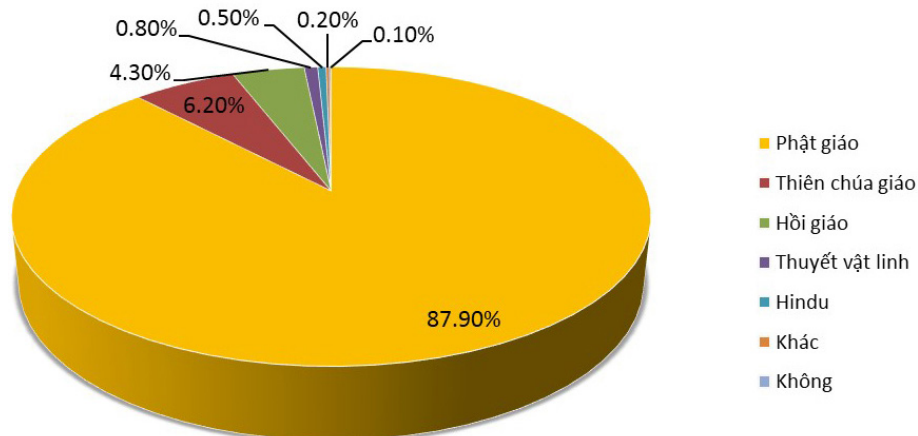
Dân tộc: Burman (Miến Điện) 68%, Shan 9%, Karen 7%, Rakhine 4%, Trung Quốc 3%, Ấn Độ 2%, Mon 2%, khác 5%.

Cấu trúc dân tộc



Tôn giáo: Phật giáo 87,9%, Thiên chúa giáo 6,2%, Hồi giáo 4,3%, vật linh giáo 0,8%, Hindu 0,5%, khác 0,2%, không 0,1% (ước tính năm 2014).

Cơ cấu tôn giáo năm 2014



Quốc khánh: 04/01/1948

Đời sống văn hóa:

Phật giáo đã là một phần của văn hóa Myanmar từ thế kỷ I CN. Văn hóa Phật giáo được thể hiện ở kiến trúc và điêu khắc tráng lệ của nhiều ngôi chùa và tu viện của Myanmar, đặc biệt là ở Yangon, Mandalay và Pagan (Bagan). Văn hóa của Myanmar cũng là sự kết hợp của các truyền thống hoàng gia và dân gian. Phần lớn truyền thống khiêu vũ của người Myanmar được phỏng theo phong cách của Thái Lan và các quốc gia “Ấn Độ hóa” ở Đông Nam Á, đặc biệt là trong thế kỷ 18.

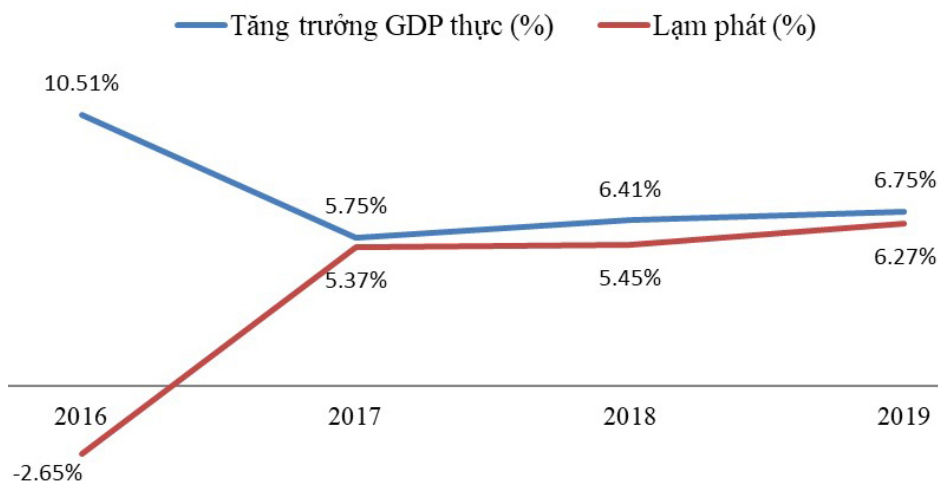
➤ Tình hình kinh tế

Nền kinh tế của Myanmar là nền kinh tế cơ bản dựa vào nông nghiệp. Phần lớn dân số tham gia trực tiếp vào các hoạt động nông nghiệp. Bên cạnh đó, nhiều lao động gián tiếp tham gia vào nông nghiệp thông qua các hoạt động như vận chuyển, chế biến, tiếp thị và xuất khẩu hàng hóa nông nghiệp.

Tất cả các doanh nghiệp công nghiệp lớn, hệ thống ngân hàng, bảo hiểm, ngoại thương, thương mại bán buôn trong nước và gần như tất cả thương mại bán lẻ đã được quốc hữu hóa vào năm 1962–63. Ngành nông nghiệp và đánh bắt cá bị bỏ lại trong khu vực tư nhân.

GDP: 76,19 tỷ USD (2020, nguồn: Worldbank)

Tăng trưởng GDP và Lạm phát



GDP theo đầu người (USD): 1.400,22 USD (2020, nguồn: Worldbank)

Sản phẩm nông nghiệp: Gạo, đậu, ngô, vừng, lạc, mía, chuối, gỗ cứng, gia cầm, cá và các sản phẩm cá.

Ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và đánh cá cùng nhau tạo thành những ngành đóng góp lớn nhất cho nền kinh tế Myanmar. Khoảng một nửa diện tích đất nông nghiệp ở Myanmar được dành cho trồng lúa. Để gia tăng sản lượng, chính phủ đã khuyến khích trồng nhiều vụ (canh tác luân tự hai vụ trở lên trên một mảnh đất trong một năm), khí hậu của đất nước rất thích hợp với việc canh tác này. Nhìn chung, lĩnh vực này chiếm gần một nửa tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của đất nước và sử dụng khoảng hai phần ba lực lượng lao động.

Công nghiệp: Chế biến nông nghiệp; may mặc; dầu khí tự nhiên; ngọc bích và đá quý; sản xuất, sản phẩm gỗ; đồng, thiếc, vonfram, sắt; xi măng, vật liệu xây dựng; dược phẩm; phân bón.

Myanmar rất giàu khoáng sản, bao gồm quặng kim loại, dầu mỏ và khí đốt tự nhiên, đồng thời cũng có trữ lượng đáng kể các loại đá quý và đá bán quý. Mặc dù sản lượng nói chung đã tăng lên kể từ cuối thế kỷ 20, nhưng hoạt động khai thác mỏ chỉ chiếm một phần nhỏ trong GDP của quốc gia và một phần nhỏ lực lượng lao động.

Các mỏ khoáng sản của Myanmar khai thác quy mô lớn bắt đầu vào giữa những năm 1970. Các mỏ bạc, chì, kẽm và vàng tập trung ở phía bắc Cao nguyên Shan, thiếc và vonfram ở vùng Tenasserim và barit xung quanh thị trấn Maymyo ở lưu vực trung tâm. Hoạt động khai thác đồng tại thị trấn Monywa bắt đầu vào đầu những năm 1980 và ngày càng phát triển, bất chấp những thất bại liên tục do thiếu nhiên liệu và nguồn cung cấp cũng như các lệnh trừng phạt kinh tế của chính phủ nước ngoài.

Myanmar cũng có trữ lượng than lớn và sản lượng tăng mạnh vào đầu thế kỷ 21. Than được khai thác chủ yếu ở vùng thượng lưu Irrawaddy và thung lũng Chindwin.

Sản xuất thuốc lá cũng là ngành sản xuất chính ở Myanmar, bao gồm các nhà máy thuộc sở hữu của chính phủ, nơi sản xuất thuốc lá và các ngành tiểu thủ công nghiệp sản xuất cheroot (một loại xì gà nhỏ). Các ngành công nghiệp quan trọng khác bao gồm chế biến thép, sản xuất máy móc và thiết bị vận tải không dùng điện và sản xuất xi măng. Các nhà máy dệt đã được thành lập ở Yangon, Myingyan và các thành phố khác. Nhưng sự tăng trưởng của ngành đã bị cản trở từ cuối thế kỷ 20 do các lệnh trừng phạt liên tục của các chính phủ nước ngoài. Myanmar cũng sản xuất gỗ xẻ, giấy, thực phẩm chế biến (chủ yếu là gạo) và một số dược phẩm. Các ngành tiểu thủ công nghiệp được khuyến khích và trợ cấp bởi chính phủ.

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG MYANMAR



Khách mua hàng Myanmar tại hội chợ HoChiMinh City Expo.

NHÂN ĐỊNH CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG

Việc dỡ bỏ các hạn chế thương mại đặc biệt là thương mại với Trung Quốc và Thái Lan vào cuối thế kỷ 20, đã cho phép thương mại trở lại trở thành một thành phần quan trọng của nền kinh tế quốc gia.

Mặt hàng xuất khẩu chính của Myanmar: khí đốt tự nhiên tiếp theo là đậu khô, gỗ tẻ, khoáng sản và đá quý.

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Myanmar: máy móc và thiết bị, nguyên liệu thô công nghiệp và hàng tiêu dùng.

CÁC THÁCH THỨC – CƠ HỘI

➤ Thách thức thị trường

Myanmar là một nền kinh tế cận biên (frontier economy), vì thế phải đối mặt với nhiều thách thức và trở ngại. Hiện tại khá là khó khăn để có được dữ liệu thị trường và tài chính chính xác và phù hợp của thị trường này. Nhu cầu về lao động có trình độ và được đào tạo vượt xa nguồn cung hiện có. Cơ sở hạ tầng yếu kém vẫn là một rào cản đối với sự tăng trưởng. Chỉ có 40% mạng lưới đường được trải nhựa và khoảng 20 triệu người (một nửa dân số nông thôn) tiếp cận điện và đường xá trong mọi thời tiết.

Theo Ngân hàng Phát triển Châu Á, tính đến năm 2020, sẽ cần 120 tỷ đô la vào năm 2030 để cải thiện cơ sở hạ tầng và bổ sung các tuyến đường, đường sắt, cầu và sân bay cần thiết. Theo công ty tư vấn Roland Berger, ít nhất 77% dân số không được tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Theo phân tích của Ngân hàng Thế giới, tính đến năm 2019, một phần lớn đầu tư nước ngoài của Myanmar tập trung vào các lĩnh vực dầu khí, năng lượng và viễn thông, trong khi đó sản xuất chiếm dưới 10% GDP.

➤ Tác động của đại dịch COVID-19



Doanh nghiệp và người tiêu dùng Myanmar quan tâm đến các sản phẩm hàng Việt tại Hội chợ

Nền kinh tế Myanmar bị tác động mạnh bởi các biện pháp kiểm soát đại dịch COVID-19. Các biện pháp này đã tác động đến tăng trưởng kinh tế trong tương lai và tác động tiêu cực đến tiến bộ gần đây trong việc xóa đói giảm nghèo.

Sau biến động chính trị ngày 01/02/2021, thách thức kinh tế nhất là cuộc khủng hoảng dòng tiền. Các lĩnh vực ngân hàng, thương mại và đầu tư quốc tế đã bị tê liệt do tác động của sự biến động chính trị vừa qua. Ngoài ra, chính phủ quân sự đã ra lệnh hạn chế kết nối internet, điều này ảnh hưởng đến các giao dịch ngân hàng trực tuyến của các doanh nghiệp. Ngân hàng Thế giới dự báo GDP sẽ giảm 18% với tỷ lệ nghèo có thể tăng gấp đôi.

Trước biến động về chính trị, những thách thức thị trường mà Myanmar đang đối mặt bao gồm:

- Tình hình chính trị không ổn định và những lo ngại về an toàn cho người nước ngoài và nhân viên địa phương. Điều này tác động đến tình hình nhà đầu tư nước ngoài.
- Cơ sở hạ tầng tài chính yếu và sự bất ổn của khu vực ngân hàng gần đây.
- Một hệ thống pháp luật, quy định khá lỏng lẻo và thiếu nhất quán.
- Cơ sở hạ tầng vật chất kém, bao gồm cả mạng lưới liên lạc và giao thông.
- Hệ thống giáo dục và lực lượng lao động có tay nghề yếu.
- Các chính sách kinh tế chưa ổn định và vẫn đang hoàn thiện.
- Nguồn cung cấp điện hạn chế bên ngoài các khu vực đô thị lớn.
- Luật pháp chưa có quy định rõ về quan hệ đối tác công tư (PPP).
- Luật sở hữu trí tuệ yếu với việc thực thi còn hạn chế.

➤ **Cơ hội thị trường**

Myanmar có cơ hội thị trường trong hầu hết các lĩnh vực, bao gồm năng lượng, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ tài chính, nhượng quyền thương mại, cơ sở hạ tầng, giao thông vận tải, viễn thông, dịch vụ chuyên nghiệp, nông nghiệp và du lịch. Tuy nhiên, tiềm năng của những cơ hội này phụ thuộc vào các hành động của chính phủ đương thời. Cụ thể, các công ty chuyên về thiết bị y tế, sản xuất điện, năng lượng tái tạo, thực phẩm chế biến, dịch vụ công nghệ, khai thác tài nguyên, cơ sở lọc dầu, phụ tùng ô tô, hóa chất, máy tính, dệt may, phân bón và thức ăn chăn nuôi có thể tìm thấy tiềm năng xuất khẩu ở Myanmar. Các lĩnh vực hiện đang tạo cơ hội cho các nhà xuất khẩu là nông nghiệp, năng lượng, chăm sóc sức khỏe, hàng tiêu dùng và nhượng quyền thương mại.

➤ **Chiến lược thâm nhập thị trường**

Theo Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), với dân số gần 60 triệu người, hầu hết các mặt hàng công nghiệp và tiêu dùng đều phải nhập khẩu, Myanmar thực sự là thị trường hấp dẫn cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Các doanh nghiệp xuất khẩu nên tham khảo ý kiến với Thương vụ tại Đại sứ quán Việt Nam tại Yangon hoặc các chuyên gia tư vấn và luật sư kinh doanh có uy tín để xác định chiến lược nhập cảnh phù hợp nhất đối với Myanmar, đặc biệt là trong giai đoạn khó đoán về mặt chính trị và kinh tế như hiện nay. Do sự phức tạp của thị trường cùng với các quy tắc và quy định không ổn định thì việc tìm một đối tác địa phương đáng tin cậy là cần thiết.

Mặc dù Myanmar đang trải qua một số biến động, ảnh hưởng tới phát triển kinh tế chung và thương mại nước này, cũng như với Việt Nam, nhưng Myanmar vẫn được đánh giá là thị trường tiềm năng đối với nhiều mặt hàng Việt Nam có lợi thế. Trong đó, vật liệu xây dựng, các sản phẩm và thiết bị điện là những mặt hàng mà phía Myanmar có nhu cầu nhập khẩu cao do ngành sản xuất trong nước còn chưa đáp ứng được.

Tuy nhiên, bên cạnh những khó khăn, thị trường Myanmar vẫn rất tiềm năng với Việt Nam. Myanmar có nền sản xuất yếu, không có nhiều rào cản về kỹ thuật, lối sống và thói quen mua hàng tương đồng với người Việt. Bên cạnh đó, Myanmar đang thực hiện cam kết trong khối ASEAN, hầu hết các mặt hàng xuất khẩu sang quốc gia này có thuế suất ưu đãi cắt giảm từ 1-5%. Ngoài ra, hàng hóa Việt Nam từ lâu đã xâm nhập vào thị trường Myanmar và để lại danh tiếng, nhận được nhiều thiện cảm cả về chất lượng lẫn giá cả. Khi tình hình Myanmar ổn định, doanh nghiệp Việt có nhiều lợi thế để khai thác hiệu quả thị trường.

Nhiều thương hiệu hàng hóa và dịch vụ Việt Nam được đông đảo người dân Myanmar ưa chuộng và tin dùng như Mytel, Bphone, Vsmart, BIDV, Vietnam Airlines, Vietjet Air, Vimyanmar Tour, FastGo, Kangaroo, ATAD, VinaFood, Eurowindow, Minh Long, Tân Phú, AIMA, chần ga Hàn Việt, bánh kẹo Hải Hà, cà phê Hello 5, ổn áp Lioa...

Nhìn chung, doanh nghiệp và người tiêu dùng có cảm tình với các thương hiệu Việt Nam, thông qua các sự kiện xúc tiến thương mại hàng năm của Bộ Công Thương và các hiệp hội, doanh nghiệp của ta tổ chức trước đây, cũng như sự khẳng định chất lượng của sản phẩm Việt Nam tại thị trường, trong đó có một số thương hiệu vật liệu xây dựng, thiết bị điện đã có mặt tại đây.

Tình hình chính trị phức tạp kết hợp với những khó khăn do dịch Covid-19 diễn biến khó lường khiến thị trường Myanmar bị ảnh hưởng nặng nề về đầu tư thương mại, ngoại tệ khan hiếm.

➤ Thuế nhập khẩu

Myanmar là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), thuế quan quốc tế chỉ bao gồm 18% hàng hóa và dịch vụ của nước này. Mặc dù cam kết ràng buộc các hiệp

định thuế quan quốc tế còn hạn chế, Myanmar thường đánh các mức thuế tương đương hoặc thấp hơn so với các nước khác trong khu vực. Thuế quan Myanmar thường dao động từ 0 đến 40%. Các mặt hàng xa xỉ có mức thuế cao nhất. Để biết thêm thông tin về thuế suất tùy chỉnh, vui lòng truy cập trang web của Cục Hải quan Myanmar (<https://www.customs.gov.mm/>).

➤ Yêu cầu và chứng từ nhập khẩu

Từ năm 2013 trở đi, chính phủ đã loại bỏ yêu cầu giấy phép đối với 593 hàng hóa nhập khẩu, nhưng các hàng hóa còn lại khác yêu cầu giấy phép xuất nhập khẩu. Sau biến động chính trị, chính quyền do quân đội lãnh đạo vẫn tiếp tục duy trì một danh sách hạn chế nhập khẩu chưa được công bố và không rõ những quy định nào hiện đang được ban hành và thực thi.



ITPC tổ chức đoàn khảo sát thị trường tại Thành phố Bago - Myanmar

Các quy tắc khác nhau được áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu tùy thuộc vào việc chúng có bản chất thương mại hay phi thương mại. Do luật và quy định quản lý hàng nhập khẩu rất phức tạp, nên hầu hết các nhà nhập khẩu sử dụng các chuyên gia chuyên nghiệp như giao nhận hàng hóa và môi giới hải quan để hỗ trợ lập kế hoạch và thực hiện các giao dịch nhập khẩu.

Thủ tục Hải quan Đặc biệt có thể được tìm thấy tại trang web của Chính phủ Cổng thông tin Thương mại Myanmar (<https://www.myanmartradeportal.gov.mm/en>).

➤ Yêu cầu về dán nhãn và ghi nhãn



Khách hàng Myanmar quan tâm đến sản phẩm Việt tại hội chợ HoChiMinh City Expo

Một số hình ảnh nhất định, chẳng hạn như những hình ảnh hiển thị hình ảnh đức Phật hoặc quốc kỳ, không được sử dụng trên nhãn hoặc nhãn hiệu. Ngoài ra, Myanmar tuân theo các hướng dẫn Codex và nguyên tắc và yêu cầu chung của ASEAN về ghi nhãn thực phẩm đóng gói sẵn. Tất cả các loại thực phẩm phải được dán nhãn và các sản phẩm nhập khẩu phải có nhãn với tên và địa chỉ của nhà nhập khẩu, nhà phân phối trong nước và nước xuất xứ.

Theo Chỉ thị số 2/2019 của Ủy ban Bảo vệ người tiêu dùng, nhãn trên bao bì của các sản phẩm thực phẩm, sản phẩm gia dụng, sản phẩm dành cho trẻ em, sản phẩm viễn thông, dược phẩm, sản phẩm ăn kiêng, mỹ phẩm, sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dùng cho hoạt động kinh doanh phải có các chi tiết sau bằng tiếng Myanmar, cùng hoặc kết hợp với một ngôn ngữ khác:

- Tên, kích thước, số lượng và trọng lượng tịnh của sản phẩm.
- Hướng dẫn lưu trữ.
- Cách sử dụng sản phẩm.

- Mô tả các tác dụng phụ.
- Mô tả dị ứng.
- Thông báo cảnh báo nếu có.

➤ **Hàng tạm nhập**

Chính phủ có thể cho phép nhập khẩu và xuất khẩu tạm thời cho các mục đích xúc tiến thương mại hoặc lắp ráp với tài liệu thích hợp của Cục Hải quan.

➤ **Hàng cấm và hạn chế nhập khẩu**

Tổng cục Thương mại giám sát và sửa đổi đối với danh sách hàng nhập khẩu bị cấm của Bộ Thương mại. Danh sách này được xuất bản trong các bản tin thương mại và các ấn phẩm khác nhau, nhưng thường thay đổi mà ít được thông báo trước. Danh sách hiện tại bao gồm tiền giả và hàng hóa, các bài báo khiêu dâm, thuốc gây nghiện, chơi bài và các mặt hàng có hình ảnh của Đức Phật, chùa hoặc quốc kỳ của Myanmar.

➤ **Thủ tục Hải quan**

Dưới sự chỉ đạo của Bộ Kế hoạch và Tài chính (MOPF), Cục Hải quan tiếp tục quản lý Hệ thống thông tin hải quan Myanmar (MCIS) và Hệ thống thông quan hàng hóa tự động Myanmar (MACCS), là một hệ thống trực tuyến liên kết với các hiệp hội chính phủ khác. Logistics là một trong những lĩnh vực bị ảnh hưởng nặng nề bởi biến động chính trị tại Myanmar.

➤ **Tiêu chuẩn thương mại**

Myanmar trở thành thành viên của Tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO) vào năm 1957, rút lui vào năm 1965 và vào ngày 1 tháng 7 năm 2005, tái gia nhập với tư cách là thành viên. Chính sách thương mại của Myanmar bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự tham gia của nước này vào ASEAN, nơi nước này tham gia vào Ủy ban Tư vấn ASEAN về Tiêu chuẩn và Chất lượng và là một bên ký kết các hiệp định ASEAN khác nhau về tiêu chuẩn và hài hòa hóa quy định.

Myanmar đang từng bước hướng ngoại và ủng hộ hệ thống thương mại đa phương (MTS). Một hệ thống thương mại toàn cầu, bao gồm khả năng tiếp cận thị trường xuất khẩu và dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI sẽ nâng cao sự phát triển kinh tế của Myanmar. Bộ Thương mại (MOC) giám sát thương mại và tăng cường cải cách kinh tế của

Myanmar bằng cách khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân, thúc đẩy các hoạt động thương mại quốc tế và thiết lập các chính sách, quy tắc và quy định.

Bạn có thể truy cập bản dịch tiếng Anh của Luật Tiêu chuẩn hóa Thương mại năm 2014 tại trang web Tiêu chuẩn thương mại của Myanmar: <https://myanmarstandards.org.mm>.

NHỮNG LƯU Ý VỀ QUAN HỆ TRONG KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG

➤ Văn hóa kinh doanh

□ Nghi thức chào hỏi

Myanmar có một nền văn hóa hiếu khách. Cách chào truyền thống ở Myanmar là cúi chào trong khi đặt cả hai tay lên bụng. Trao đổi quà tặng là một phần của nghi lễ đầu tiên khi quen nhau. Nếu bạn mới đến Myanmar, một sản phẩm từ nơi bạn đến luôn là một món quà tốt. Bắt tay là điều phổ biến trong văn hóa kinh doanh của người Myanmar. Nên xưng hô với mọi người bằng danh hiệu kính trọng và họ tên của họ. Ở Myanmar, ‘U’ và ‘Daw’ được dùng tương đương với ‘Mr.’ và ‘Mrs.’ hoặc ‘Ms.’. Trao đổi danh thiếp cũng phổ biến. Cúi đầu trước phụ nữ cũng là nghi lễ xã giao.

□ Trang phục trong kinh doanh

Do khí hậu nóng và thường ẩm ở Myanmar, trang phục có xu hướng giản dị hơn. Họ có một nền văn hóa khá bảo thủ nên phụ nữ phải tránh ăn mặc hở hang hoặc bó sát.

□ Ngôn ngữ giao tiếp qua cử chỉ

Tại Myanmar không được dùng chân để đưa về phía người khác hoặc chạm chân vào chân của người khác đây là điều cấm kỵ. Trong giao tiếp không được hướng mũi chân vào những người đối diện hoặc vào người lớn tuổi và không được gác hai chân lên bàn, ghế.

Giày dép, dù luôn được bỏ bên ngoài trước khi vào nhà, tu viện và chùa. Không đội mũ, áo sơ-mi ngắn tay, quần ngắn, váy ngắn bị xem là trang phục không phù hợp (với người nước ngoài có thể được miễn cưỡng chấp nhận).

□ Cách thức giao tiếp

Nên nói một cách nhẹ nhàng bất kể tính chất của cuộc trò chuyện. Việc ngắt câu bằng tiếng cười thường được thực hiện để giảm bớt sự khó xử. Người Myanmar là những người giao tiếp gián tiếp, do đó bạn phải tế nhị và kín đáo khi tiếp nhận ý kiến của họ.

❑ Những điều cần tránh khi kinh doanh tại Myanmar

Bạn phải tránh chỉ tay vì đó là dấu hiệu của sự thiếu tôn trọng. Kiên nhẫn là chìa khóa khi tiếp xúc với người Myanmar, do đó, tránh cao giọng hoặc mất bình tĩnh. Tránh mang giày của bạn trong văn phòng công ty vì một số người có thể cảm thấy khó chịu.



Máy hàn Hồng Kỳ - sản phẩm Việt Nam bán chạy nhất tại siêu thị ProI - Myanmar

❑ Những điều cần cân nhắc

- Lắng nghe và tôn trọng ý kiến của người lớn tuổi nhất trong phòng.
- Bạn có thể phải tháo giày khi bước vào văn phòng.
- Hãy cân nhắc rằng "có" có thể không phải lúc nào cũng có nghĩa là "có". Mặc dù các câu trả lời thường được đưa ra theo thỏa thuận, nhưng họ có thể đang nói những gì họ nghĩ bạn muốn nghe, thay vì những gì họ thực sự muốn nói để tránh xích mích.
- Bạn có thể cần tham khảo ý kiến vài lần để hoàn thiện vấn đề. Hãy cố gắng và kiên nhẫn đối với quá trình này.
- Nếu bạn nhận được một món quà, hãy nhớ đáp lại hành động đó vào một ngày sau đó.
- Đánh golf đã trở thành một cách kết nối phổ biến với các đồng nghiệp ở Myanmar.

□ **Những điều bạn nên làm:**



Nguyễn Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc dự lễ khai trương VPĐD đầu tiên tại Myanmar của HDBank

- Hãy tôn trọng các nhà sư mặc dù bạn không phải là Phật tử;
- Khi bạn lỡ làm phiền ai đó, hãy nói “gadows” hai lần, như một cử chỉ yêu cầu bỏ qua cho bạn;
- Giới thiệu mọi người theo danh tính đã chọn của họ. Nhiều người từ các dân tộc thiểu số có thể không thực sự muốn được gọi là ‘Miến Điện’ và sẽ thích sử dụng bản sắc dân tộc của họ, ví dụ: Karen, Chín, Rohingya. Người Karen có thể đặc biệt phản đối việc được gọi là người Myanmar hoặc Miến Điện.
- Người Myanmar nhìn chung khá kín đáo trừ khi họ biết ai đó rất rõ.
- Nếu bạn thảo luận về một chủ đề nhạy cảm, hãy thêm nhiều lời trấn an trong suốt cuộc trò chuyện để giúp người đối thoại Myanmar cảm thấy thoải mái.
- Phụ nữ tại Myanmar nên ăn mặc kín đáo với phần vai, ngực và đùi trên được che đi.

□ **Những điều bạn không nên làm**

- Đừng thúc ép một người Myanmar nói về chính trị.
- Không ăn thức ăn hoặc đồ uống đã được cúng tâm linh.
- Tránh phàn nàn trừ khi nó hoàn toàn cần thiết.
- Đừng cao giọng hoặc mất bình tĩnh. Mất kiểm soát cảm xúc ngay cả trong những tình huống khó chịu nhất là một dấu hiệu của sự giáo dục kém và có thể khiến bạn mất

mặt trong mắt người Myanmar.

- Tránh nói về bản thân quá nhiều hoặc khoe khoang. Người Myanmar là những người đặc biệt khiêm tốn.
- Không nhổ nước bọt, nước bả trầu trước mặt người cao tuổi, người có địa vị hơn mình;
- Không đưa bất cứ vật gì cho người lớn tuổi chỉ bằng một tay;
- Không hỏi hỏi thu nhập của người khác;
- Không hỏi thẳng tuổi của một phụ nữ;
- Không tự ý vào nhà riêng của người khác;
- Đừng nhìn vào những gì người khác đang đọc;
- Không đi bên cạnh với giáo viên, hãy đi sau họ;
- Đừng chấp nhận những gì bạn không xứng đáng được hưởng.

HÀNH VI TIÊU DÙNG

Dân số tầng lớp trung lưu của Myanmar sẽ đạt 19 triệu người vào năm 2030, trong khi năm 2010 chỉ là 2,5 triệu. Chi tiêu của người tiêu dùng có thể tăng gấp ba lần từ 35 tỷ USD lên 100 tỷ USD vào năm 2030. Điều này có nghĩa là chi tiêu sẽ đa dạng hóa từ việc chỉ chi cho các nhu cầu cơ bản sang được chi tiêu cho lối sống và giải trí.

Lĩnh vực FMCG đã mở rộng trong những năm qua và gần một nửa chi tiêu hàng tháng của người tiêu dùng Myanmar điển hình (47%) là cho thực phẩm và hàng tạp hóa, sản phẩm gia dụng và sản phẩm chăm sóc cá nhân.

Nhưng đối với phần lớn các thương hiệu FMCG châu Á và toàn cầu, Myanmar là lãnh thổ tương đối mới và phần lớn người tiêu dùng Myanmar vẫn đang làm quen với sự phong phú của các thương hiệu quốc tế đang tràn ngập thị trường. Do đó, người tiêu dùng coi trọng lời khuyên của những người mà họ tin tưởng như: các khuyến nghị từ bạn bè và gia đình được người tiêu dùng Myanmar coi trọng, ý kiến của những người này là một trong những yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ, cùng với khả năng chi trả.

Đối với các thương hiệu mới đang tìm cách tạo dựng chỗ đứng trên thị trường, việc xây dựng nhận thức, dùng thử và cuối cùng là niềm tin là yếu tố quan trọng để thành công.

Sự tăng trưởng ổn định của tầng lớp trung lưu đã khuyến khích việc đầu tư và mở rộng trong lĩnh vực bán lẻ và hành vi của người tiêu dùng đã dần thay đổi để phản ánh tốc độ tăng trưởng kinh tế và đô thị hóa, trong đó thương mại điện tử cũng đang dần xuất hiện. Người tiêu dùng ở khu vực thành thị ngày càng chuyển sang mua sắm tại các kênh

thương mại hiện đại trong cuộc sống hàng ngày do danh tiếng của các cửa hàng tiện lợi về chất lượng và dịch vụ tốt hơn. Sự thâm nhập của thiết bị di động lớn hơn cũng có nghĩa là người tiêu dùng ngày càng kết nối nhiều hơn với Internet và thế hệ trẻ đang bắt đầu thử nghiệm với thương mại điện tử.

Thông tin truyền miệng của người tiêu dùng tại Myanmar sẽ ảnh hưởng đến quyết định mua sắm và hành vi tiêu dùng tại Myanmar. Tin nhắn SMS cho đến nay là hình thức liên lạc di động phổ biến nhất đối với chủ sở hữu điện thoại di động Myanmar (81%), trong khi các ứng dụng trò chuyện và mạng xã hội đang tăng trưởng (24%) cùng với việc duyệt các trang web như Facebook, Thithtoolwin, Google, Myanmarnews và G-talk trực tuyến (20%).

Người tiêu dùng Myanmar cũng nằm trong số những người dùng di động tương tác nhiều nhất ở Đông Nam Á – đa số (75%) sẵn sàng nhận quảng cáo trên điện thoại của họ miễn là họ có thể truy cập nội dung miễn phí và hơn một nửa (53%) sẽ vui vẻ nhấp vào quảng cáo trên điện thoại của họ miễn là quảng cáo không đưa họ ra ngoài ứng dụng mà họ đang sử dụng khi họ nhận được.

Sự tiếp nhận nhanh chóng của công nghệ di động đang mang đến vô số cơ hội cho các thương hiệu đã có tên tuổi hoặc đang tìm cách gia nhập thị trường Myanmar để xây dựng kết nối và tương tác với người tiêu dùng. Bí quyết là khai thác nhu cầu thông tin của người tiêu dùng Myanmar để giúp đưa ra quyết định mua hàng của họ.

TIỀN TỆ

Đồng tiền chính được sử dụng ở đất nước Myanmar là Kyat (gọi là Chạt). Đồng tiền có ký hiệu là K và mã là MMK. Tên gọi Kyat trong ngôn ngữ Miến Điện cổ có nghĩa là một số gam bạc. Ngoài Kyat thì đồng USD ở đây cũng được lưu hành khá phổ biến ở các khách sạn hay nhà hàng lớn.

Ngày nay, đồng Kyat được lưu hành ở Myanmar dưới dạng tiền giấy và đồng xu.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ MYANMAR

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA MYANMAR



Khách hàng Myanmar quan tâm đến sản phẩm Việt tại hội chợ HoChiMinh City Expo

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì Myanmar đứng thứ 72 về xuất khẩu và 76 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Myanmar đứng thứ 75 về xuất khẩu và 84 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Myanmar là 49,6, trở thành nền kinh tế tự do thứ 149 trong năm 2022. Myanmar xếp thứ 32 trong số 39 quốc gia ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương, và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Nguồn tài nguyên thiên nhiên dồi dào và lực lượng lao động trẻ Myanmar là động lực mà đầu tư nước ngoài đổ vào các lĩnh vực năng lượng, may mặc, công nghệ thông

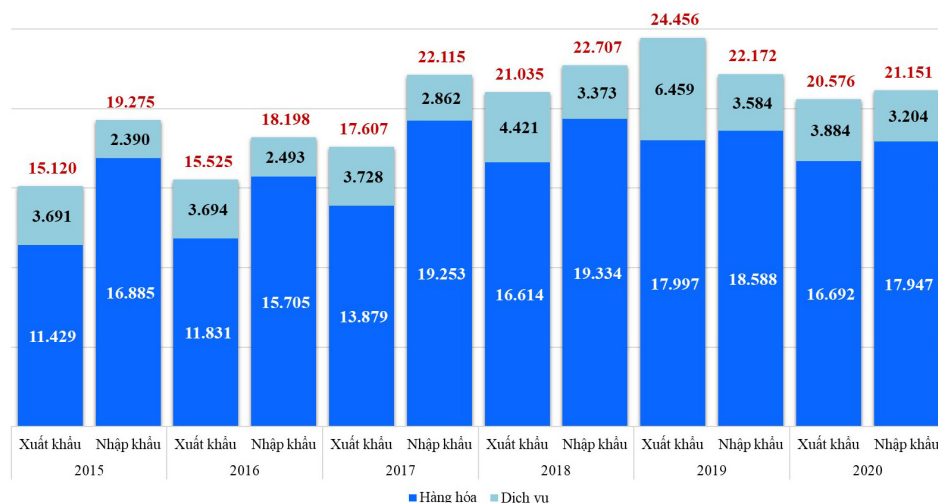
tin và thực phẩm - đồ uống của nước này. Chính phủ đang tập trung vào việc đẩy nhanh năng suất nông nghiệp và cải cách ruộng đất, hiện đại hóa và mở cửa khu vực tài chính, đồng thời phát triển cơ sở hạ tầng giao thông và điện. Chính phủ nước này cũng thực hiện các bước để cải thiện tính minh bạch trong lĩnh vực khai thác và dầu mỏ thông qua việc công bố các báo cáo trong khuôn khổ Sáng kiến minh bạch ngành công nghiệp khai thác (EITI) vào năm 2016 và 2018.

Mặc dù đã có cải thiện nhưng mức sống đa số người dân ở nông thôn vẫn chưa được khấm khá. Myanmar vẫn là một trong những nước nghèo ở châu Á. Tỷ lệ người nghèo dự kiến sẽ tăng gấp đôi so với mức trước COVID-19. Ước tính có khoảng một

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Myanmar giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



triệu người bị mất việc làm và nhiều người lao động khác bị giảm thu nhập do giảm giờ làm hoặc tiền lương.

Báo cáo về tình hình kinh tế Myanmar vào tháng 1 năm 2022 của Ngân hàng Thế giới dự báo rằng sau khi nền kinh tế giảm xuống 18% đến hết tháng 9 năm 2021, nền kinh tế nước này sẽ tăng trưởng trở lại 1% đến tháng 9 năm 2022. Bài báo cáo cho biết một số khu vực của Myanmar đã có dấu hiệu ổn định về mặt kinh tế. (Nguồn: CIA và World Bank)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Myanmar năm 2020 đạt 16,69 tỷ USD và nhập khẩu

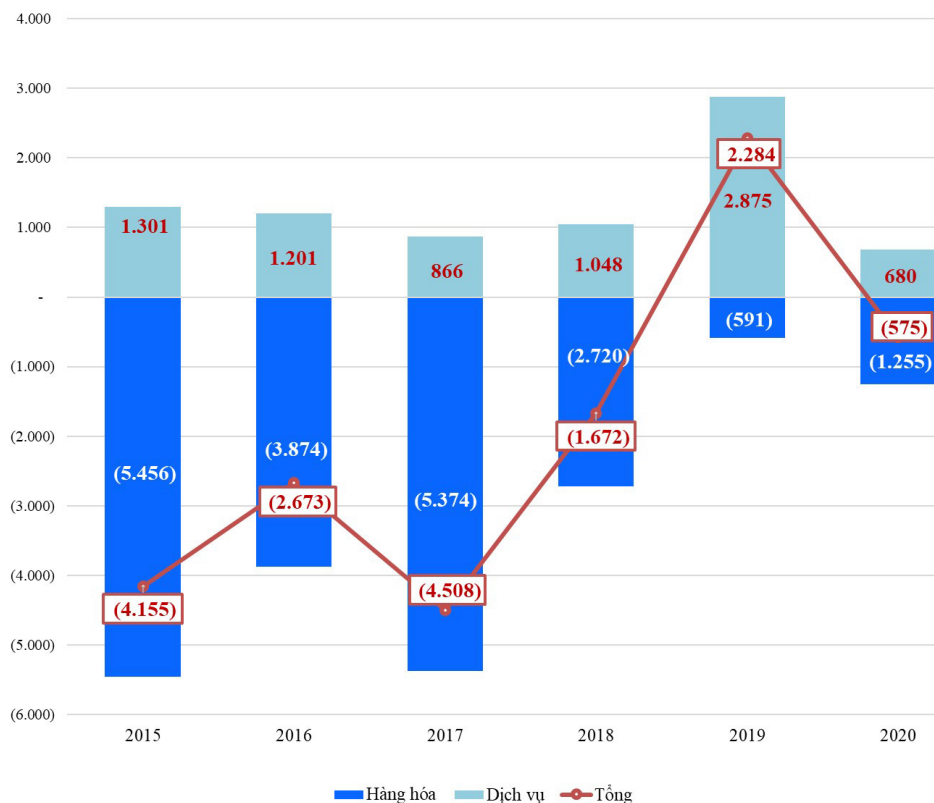
đạt 17,95 tỷ USD, thâm hụt 1,26 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Myanmar xuất khẩu 3,88 tỷ USD, nhập khẩu đạt 3,2 tỷ USD, thặng dư 680 triệu USD.

Tổng cán cân thương mại của Myanmar đa phần đều thâm hụt hơn 500 triệu USD trong suốt giai đoạn 2015 - 2020 (trừ năm 2019) vì thâm hụt từ hàng hóa lớn hơn mức thặng dư của cán cân dịch vụ. Năm 2019 là năm duy nhất mà nước này đạt tổng mức cán cân ở mức thặng dư 2,28 tỷ USD. Riêng về hàng hóa, cán cân của Myanmar luôn ở mức âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2015 (5,46 tỷ USD); còn về dịch vụ, cán cân đều đạt ở mức dương, trong đó mức cao nhất rơi vào năm 2019 (2,88 tỷ USD). Nhìn chung, tổng cán cân thương mại của nước này có xu hướng được cải thiện theo thời gian.

Cán cân thương mại của Myanmar giai đoạn 2015 – 2020

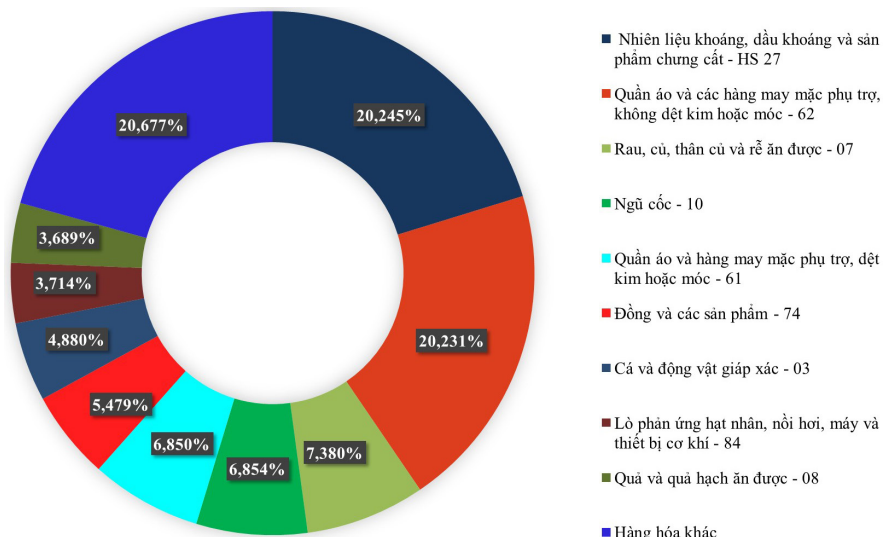
(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



Năm 2020, theo dữ liệu của [trademap.org](https://www.trademap.org), một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Myanmar được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Myanmar năm 2020



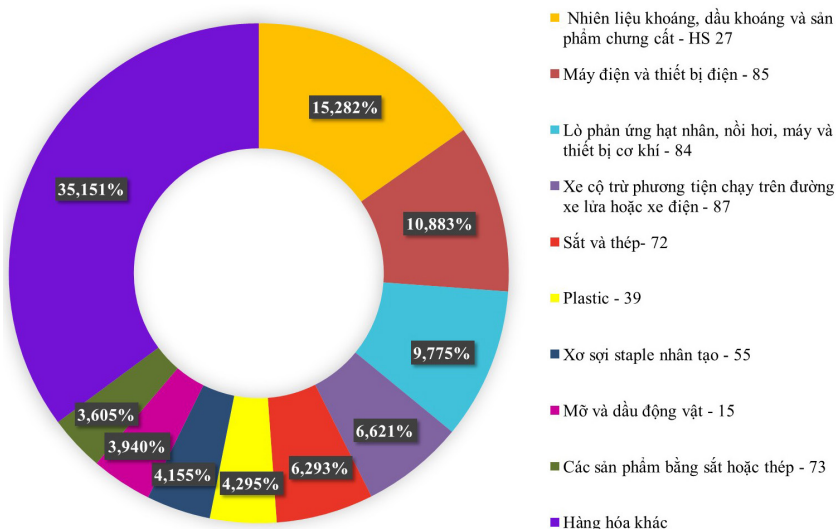
Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Myanmar bao gồm:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và sản phẩm chưng cất (chiếm 20,245% tổng lượng xuất khẩu)
2. Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (chiếm 20,231% tổng lượng xuất khẩu)
3. Rau, củ, thân củ và rễ ăn được (chiếm 7,380% tổng lượng xuất khẩu)
4. Ngũ cốc (chiếm 6,854% tổng lượng xuất khẩu)
5. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (chiếm 6,850% tổng lượng xuất khẩu)

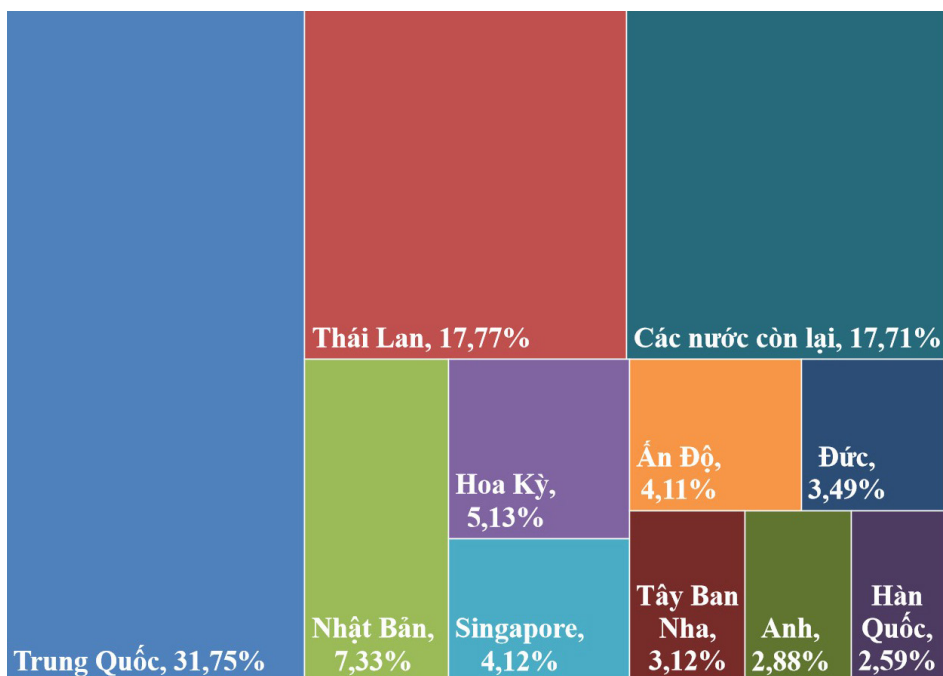
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Myanmar nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và sản phẩm chưng cất (chiếm 15,282% tổng lượng xuất khẩu)
2. Máy điện và thiết bị điện (chiếm 10,883% tổng lượng xuất khẩu)
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 9,775% tổng lượng xuất khẩu)
4. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 6,621% tổng lượng xuất khẩu)
5. Sắt và thép (chiếm 6,293% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Myanmar năm 2020



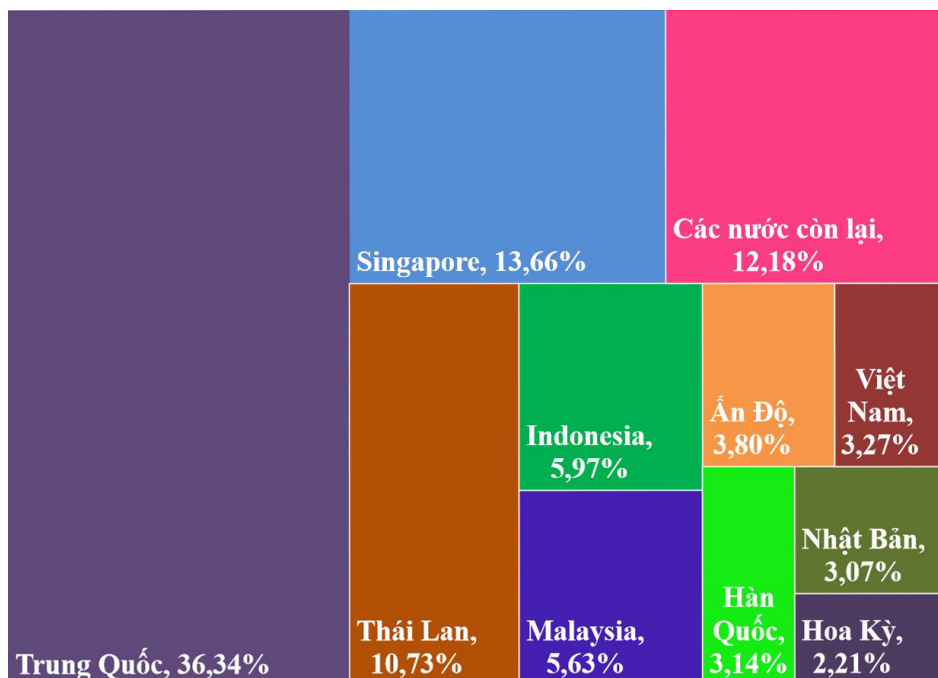
Các thị trường xuất khẩu chính của Myanmar năm 2020



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia cụ thể cho thấy 82,29% sản phẩm xuất khẩu từ Myanmar được đưa vào: Trung Quốc (31,75% tổng sản phẩm toàn cầu), Thái Lan (17,77%), Nhật Bản (7,33%), Hoa Kỳ (5,13%), Singapore (4,12%), Ấn Độ (4,11%), Đức (3,49%), Tây Ban Nha (3,12%), Anh (2,88%) và Hàn Quốc (2,59%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 87,82% sản phẩm nhập khẩu vào Myanmar có xuất xứ từ các nước: Trung Quốc (36,34% tổng sản phẩm toàn cầu), Singapore (13,66%), Thái Lan (10,73%), Indonesia (5,97%), Malaysia (5,63%), Ấn Độ (3,80%), Việt Nam (3,27%), Hàn Quốc (3,14%), Nhật Bản (3,07%) và Hoa Kỳ (2,21%).

Các thị trường nhập khẩu chính của Myanmar năm 2020



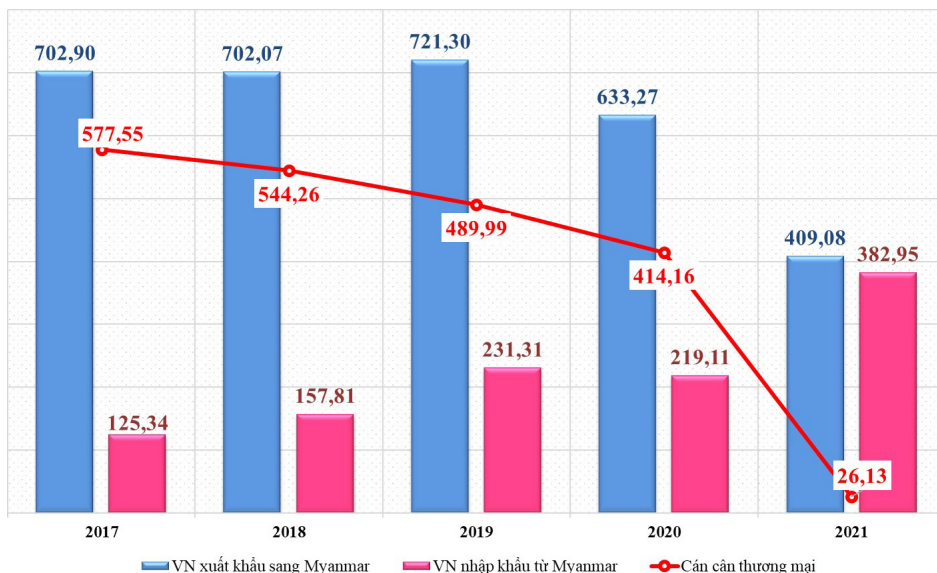
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 7 vào thị trường Myanmar và là đối tác đứng thứ 16 nhập khẩu hàng hóa từ Myanmar.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2021 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Myanmar đạt 792,03 triệu USD, giảm 7,1% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Myanmar giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



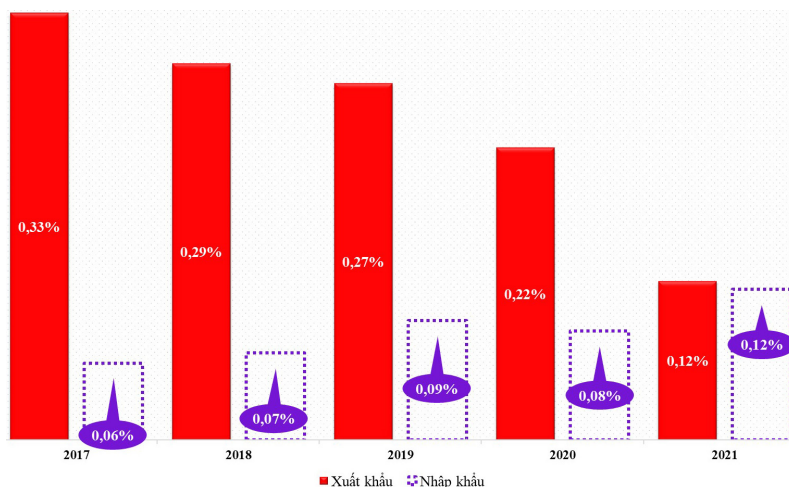
trường Myanmar đạt 409,08 triệu USD, giảm 35,4% so với năm 2020, chiếm 0,12% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Myanmar đạt 382,95 triệu USD, tăng mạnh 74,8% so với cùng kì, chiếm 0,12% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Giai đoạn 2017-2020, cán cân thương mại của Việt Nam luôn giữ mức thặng dư hơn 410 triệu USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Myanmar; tuy nhiên, đến năm 2021, mức thặng dư hàng hóa vẫn giữ ở mức dương và chỉ đạt 26,13 triệu USD do nước ta tăng lượng hàng nhập khẩu từ nước bạn. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng giữ nguyên quanh mức 700 triệu USD trong giai đoạn 2017-2019, sau đó giảm dần vào các năm kế tiếp. Hoạt động xuất khẩu đạt mạnh nhất vào năm 2019 với kim ngạch trị giá 721,3 triệu USD. Ngược lại, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn có xu hướng tăng dần qua từng năm, bắt đầu từ năm 2017 (125,34 triệu USD).

Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Myanmar so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG MYANMAR NĂM 2021

Tháng đầu tiên của năm 2022, kim ngạch xuất khẩu một số nhóm hàng chủ yếu của Việt Nam sang thị trường Myanmar có sự thay đổi đáng kể về giá trị so với cùng kỳ, cho thấy sự thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng ở thời điểm hiện tại.

Số liệu từ Tổng Cục Hải quan cho thấy, nhóm hàng nguyên phụ liệu dệt may, da giày đạt kim ngạch cao nhất, trên 6 triệu USD, cao hơn 2 triệu USD; sản phẩm từ chất dẻo đạt 5,4 triệu USD, cao hơn 1,39 triệu USD; phân bón các loại ghi nhận sản lượng xuất khẩu tăng vọt với 5,6 triệu tấn, cao hơn hẳn so với con số 640,85 tấn cùng kỳ năm 2021. Ở chiều ngược lại, xuất khẩu nhóm hàng phương tiện vận tải và phụ tùng giảm sâu từ 6,479 triệu USD trong tháng đầu tiên năm 2021 xuống còn 1,163 triệu USD trong tháng 1 năm 2022.

Theo bà Nguyễn Thu Thủy- Phó Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ xuất khẩu, Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), với dân số gần 60 triệu người, hầu hết sản phẩm tiêu dùng phải nhập khẩu, Myanmar là thị trường hấp dẫn cho doanh nghiệp Việt Nam. Đây cũng là một trong những thị trường Bộ Công Thương triển khai nhiều hoạt động xúc tiến thương mại nhằm kết nối, đẩy mạnh xuất khẩu.

Phân tích về lợi thế của hàng Việt, ông Nguyễn Đương Kiên - Trưởng Thương vụ

Việt Nam tại Myanmar - cho hay: cùng nằm trong khối Hiệp định thương mại hàng hoá ASEAN, 97-98% hàng hoá của Việt Nam xuất khẩu sang Myanmar sang được hưởng ưu đãi với thuế suất 0% nên rất cạnh tranh với hàng hoá của các quốc gia khác. Nền sản xuất của Myanmar còn yếu, nhiều sản phẩm được xuất khẩu dưới dạng thô sau đó nhập khẩu thành phẩm.



Mặt hàng rau, củ, quả bán tại chợ truyền thống ở Bago - Myanmar

Myanmar không có nhiều rào cản về kỹ thuật. Ví dụ, mặt hàng sắt thép xây dựng cũng như nhiều mặt hàng khác chưa có quy chuẩn mang tính chất luật hoá. Điều này giúp doanh nghiệp xuất khẩu không phải vướng quá nhiều thủ tục.

Điểm thuận lợi nữa, hàng hoá Việt Nam đã có hơn 10 năm tham gia vào thị trường Myanmar và ghi ấn tượng tốt về chất lượng, giá thành cạnh tranh. Mặt khác, thói quen tiêu dùng của người dân Myanmar tương tự với người dân Việt Nam, do vậy hàng hoá xuất khẩu không phải điều chỉnh nhiều.

Tuy nhiên để thuận lợi xuất khẩu sang thị trường Myanmar, theo ông Nguyễn Đương Kiên, doanh nghiệp cần nắm rõ một số quy định mới. Bắt đầu từ năm 2022, có thêm 1.428 mặt hàng phải xin giấy phép, nâng tổng số mặt hàng nhập khẩu vào Myanmar phải xin giấy phép lên con số 5.359. “Vật liệu xây dựng, máy móc thiết bị và rất nhiều mặt hàng khác của Việt Nam xuất khẩu sang Myanmar nằm trong danh mục này và phải kiểm tra cụ thể từng mã HS”, ông Nguyễn Đương Kiên khuyến cáo. Đồng thời cho biết, quy định trên là giải pháp nhằm giảm tải thanh toán ngoại tệ với nước ngoài của chính phủ Myanmar do tình hình ngoại tệ khan hiếm.

Riêng về vấn đề tài chính, ông Nguyễn Quang Ngọc - Chủ tịch Câu lạc bộ Doanh nghiệp Việt Nam tại Myanmar, Tổng Giám đốc BIDV Yangon, thông tin sâu hơn: thanh khoản tiền USD của Myanmar đang thiếu rất nghiêm trọng. Để giải quyết tình hình này, ngân hàng trung ương Myanmar đã có nhiều động thái quyết liệt để tăng tính thanh khoản trên thị trường ngoại hối và ổn định tỷ giá.

Trong đó, ngân hàng trung ương Myanmar yêu cầu tất cả doanh nghiệp trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày có doanh thu xuất khẩu phải bán lại USD cho ngân hàng hoặc bán cho doanh nghiệp khác. Ngân hàng trung ương Myanmar cũng đồng thời yêu cầu các ngân hàng định kỳ hàng tuần liệt kê và báo cáo danh sách danh mục khoản thu từ xuất khẩu của doanh nghiệp.

Trong trường hợp doanh nghiệp không bán USD cho ngân hàng mà bán cho doanh nghiệp khác thì doanh nghiệp mua chỉ được phép bán lại cho ngân hàng chứ không được phép bán cho doanh nghiệp thứ 3. Cho dù sau 2-3 tháng sau có nhu cầu sử dụng đến USD nhưng trong vòng 30 ngày đầu tiên kể từ khi có doanh thu doanh nghiệp vẫn phải bán lại USD. Điều này sẽ tổn hại tới lợi nhuận của doanh nghiệp.

Đồng thời với các động thái về mặt kỹ thuật, ngân hàng trung ương Myanmar cũng đưa USD ra thị trường nhưng số lượng rất nhỏ so với nhu cầu và kim ngạch xuất nhập khẩu của Myanmar. Bên cạnh thiếu USD, thanh khoản đồng MMK trên thị trường cũng là khó khăn lớn với doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Ngân hàng trung ương Myanmar cũng quy định, mỗi tuần doanh nghiệp chỉ được rút tối đa 20 triệu Chạt (tiền Myanmar - phiên âm



Hội thảo chia sẻ thông tin về thị trường và kinh nghiệm kinh doanh ở Myanmar do ITPC tổ chức.

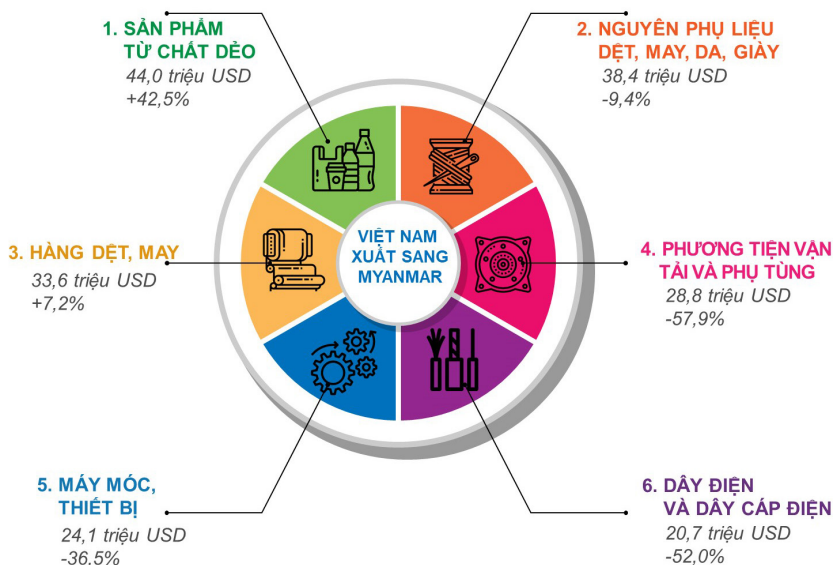
theo cách đọc của tiếng Việt), 10.000 USD, riêng USD, mỗi lần rút chỉ được 5.000 USD. Giao dịch trên 20 triệu Chạt phải thực hiện chuyển khoản, chứ không giao dịch tiền mặt.

Theo Tổng Giám đốc BIDV Yangon, giao thương với nhà nhập khẩu Myanmar, doanh nghiệp trong nước cũng cần lưu ý, một số doanh nghiệp lớn của Myanmar đang bị cấm vận tại Mỹ, EU, Anh..., nếu chuyển tiền vào tài khoản của các doanh nghiệp này nhiều khả năng sẽ bị đóng băng. Doanh nghiệp Việt Nam nên thường xuyên vào website của Văn phòng kiểm soát tài sản nước ngoài của Mỹ để cập nhật thông tin về tình hình cấm vận. Bản thân BIDV Yangon, trước khi thực hiện mỗi giao dịch đều rà soát lại các đối tác dựa trên danh sách cấm vận và tư vấn, cảnh báo cho khách hàng để tránh rủi ro.

Bên cạnh đó, Bộ thương mại Myanmar dù đã thông báo danh mục mặt hàng ưu tiên bán buôn, bán lẻ cho doanh nghiệp nước ngoài, trong đó có một loạt mặt hàng tiêu dùng, thực phẩm, thuốc, thức ăn chăn nuôi... Tuy nhiên, hầu hết mặt hàng trong danh mục này đã được quy định trước đó. Những quy định khó khăn nhất với doanh nghiệp nước ngoài làm ăn tại Myanmar vẫn không được sửa đổi, như: vốn pháp định với doanh nghiệp bán buôn là 5 triệu USD không kể tiền thuê đất, liên doanh là 2 triệu USD không kể tiền thuê đất, doanh nghiệp bán lẻ vốn pháp định tối thiểu 3 triệu USD không kể tiền thuê đất...

Nguồn: Trang Kinh tế Việt Nam thuộc Báo Công Thương

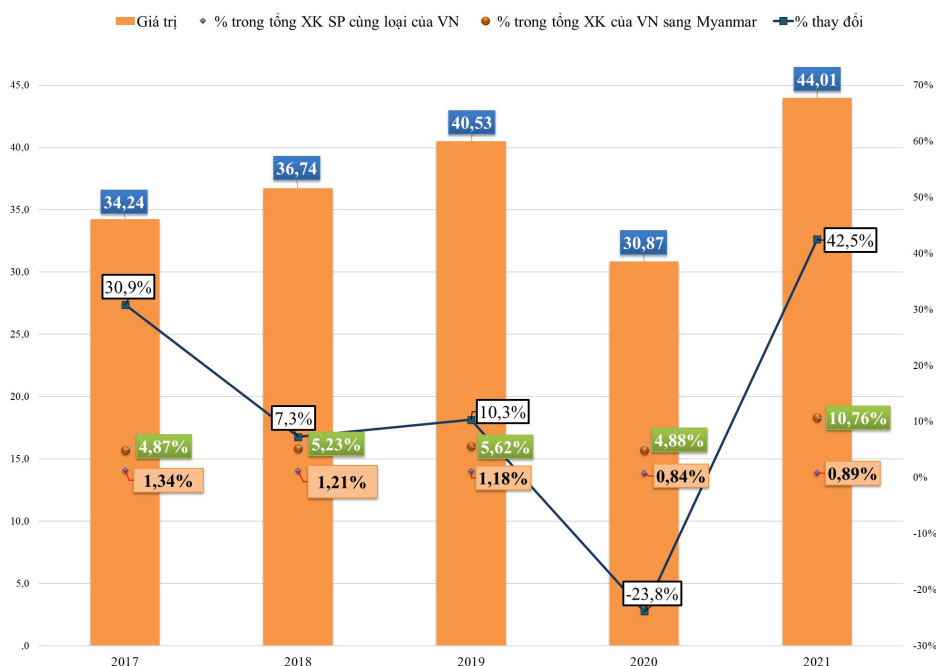
MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG MYANMAR NĂM 2021



Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Myanmar trong giai đoạn 2017 - 2021 là mặt hàng sản phẩm từ chất dẻo. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2021, xuất khẩu mặt hàng này sang Myanmar đạt 44,01 triệu USD, tăng 42,5% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 10,76% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Myanmar chiếm 0,89% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Giai đoạn 2017 - 2019, tỷ lệ % thay đổi mặt hàng này sang nước bạn luôn đạt con số dương mỗi năm, nhưng sau đó lại giảm xuống vào năm 2020 do tác động của dịch Covid-19, sau đó hồi phục trở lại vào năm 2021. Đây nhìn chung là mặt hàng có tiềm năng.

Kim ngạch xuất khẩu Sản phẩm từ chất dẻo của Việt Nam sang Myanmar

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Tiếp theo là mặt hàng nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày đạt 38,37 triệu USD vào năm 2021, giảm 9,4% so với năm 2020, chiếm 9,38% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 1,92% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Hàng nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày xuất khẩu sang nước bạn có chiều hướng giảm dần qua từng năm trong giai đoạn 2019 - 2021; trong đó,

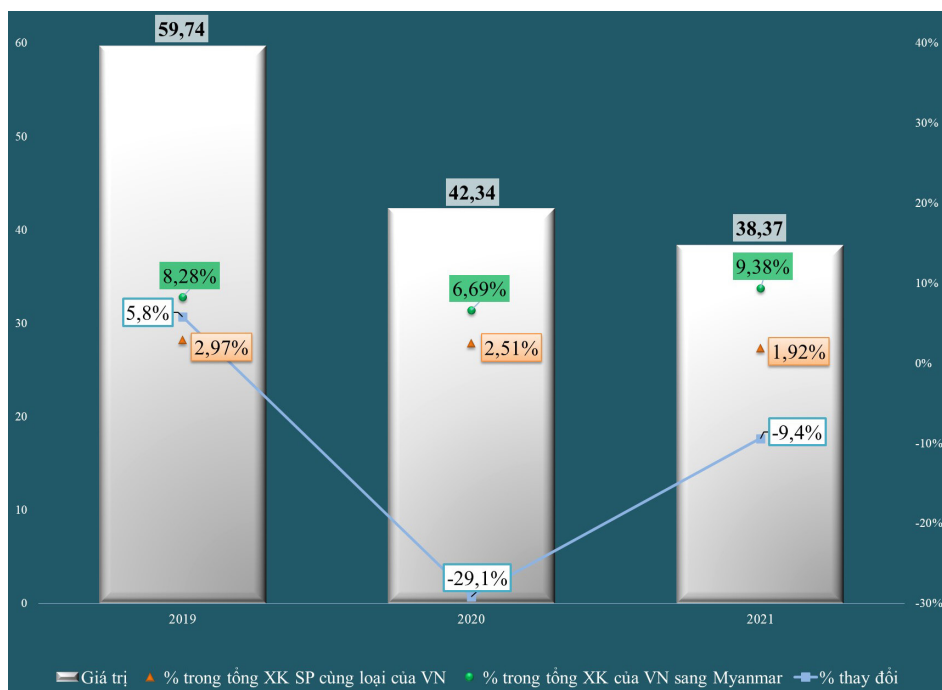
năm có kim ngạch đạt cao nhất là năm 2019 (59,74 triệu USD) và năm có kim ngạch thấp nhất là năm 2021. Trước đó vào 2 năm 2016 và 2017, xuất khẩu mặt hàng này là không đáng kể.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Myanmar năm 2021 là hàng dệt, may, đạt 33,58 triệu USD, tăng 7,2% so với cùng kì 2020, chiếm 8,21% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,1% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Nhìn chung, kim ngạch của mặt hàng này sang nước bạn có xu hướng tăng dần qua từng năm (trừ năm 2020 do sự tác động tiêu cực từ Covid-19). Năm 2021, nước ta đã lấy lại được đà tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này (7,2%), với lượng kim ngạch gần bằng với năm 2019. Trước đó, năm 2019 vốn là năm có giá trị kim ngạch cao nhất (34,72 triệu USD) trong toàn giai đoạn 2017-2021.

Kim ngạch xuất khẩu Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày của Việt Nam sang Myanmar

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

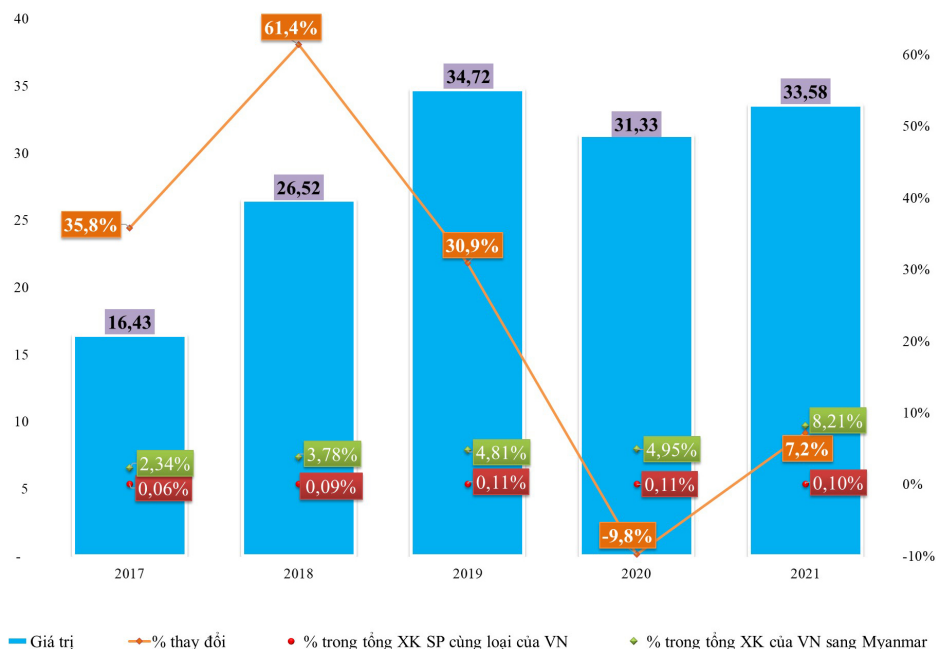
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu Hàng dệt, may của Việt Nam sang Myanmar

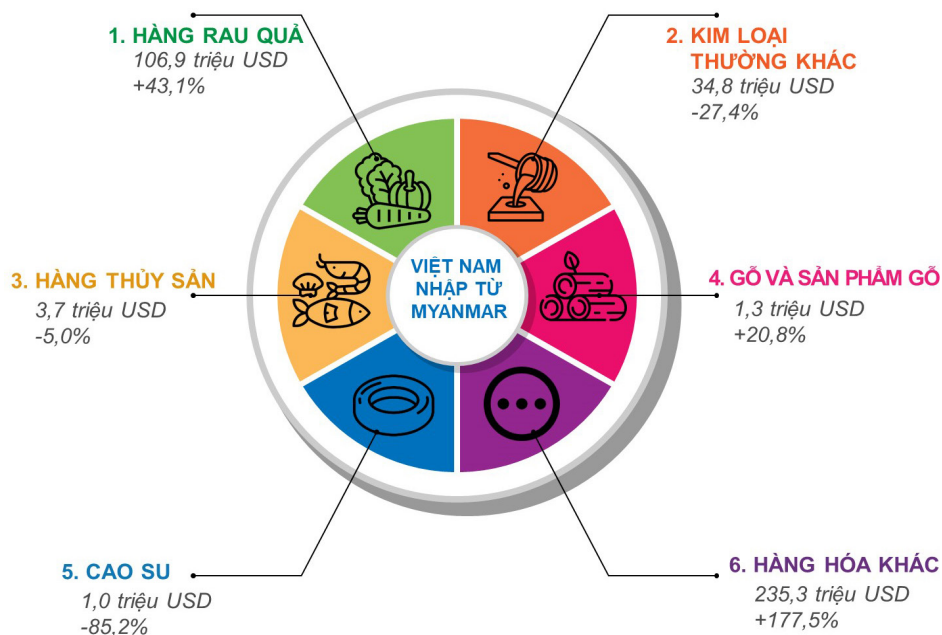
(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2021, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Myanmar đều ghi nhận sự giảm xuống về kim ngạch so với năm 2020, cụ thể là các mặt hàng: điện thoại và các linh kiện (-85%), sắt thép các loại (-79,6%), sản phẩm từ sắt, thép (-76,2%), sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ (-70,7%), phương tiện vận tải và phụ tùng (-57,9%), sản phẩm gốm, sứ (-53,8%)... Tuy nhiên, một số ít mặt hàng vẫn có lượng kim ngạch tăng mạnh, trong đó có hóa chất (165,6%), chất dẻo nguyên liệu (67,1%), cà phê (47,9%)...

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ MYANMAR NĂM 2021



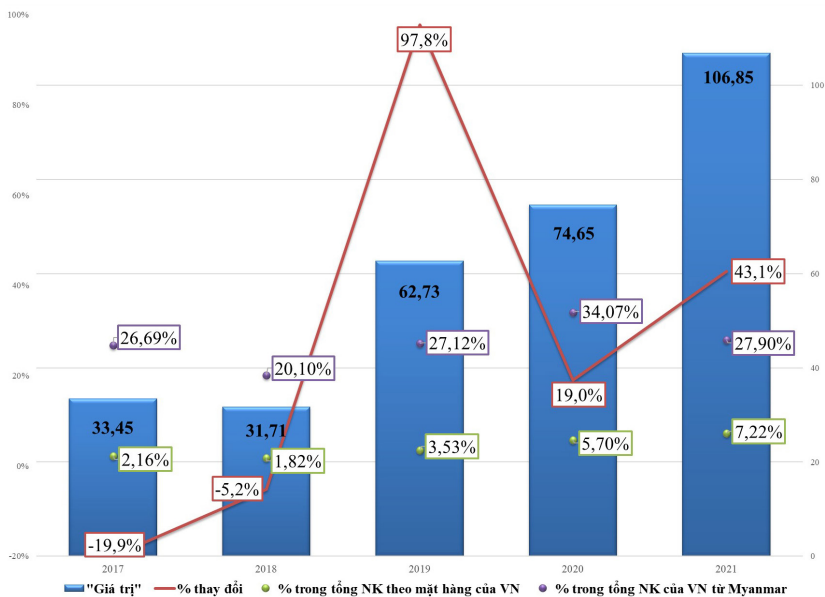
Năm 2021, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Myanmar là mặt hàng rau quả, đạt 106,85 triệu USD, tăng 43,1% so với cùng kỳ của năm 2020, chiếm 27,9% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 7,22% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Nhìn vào biểu đồ, có thể nhận định rằng giai đoạn 2017-2021 là giai đoạn quan trọng vì nó cho thấy xu hướng tăng mạnh của nhập khẩu hàng rau quả qua từng năm. Tỷ lệ % thay đổi mạnh nhất của sản phẩm này rơi vào năm 2019 (tăng 97,8%) và chưa có dấu hiệu hạ giảm trong những năm tiếp theo. Nhìn chung, đây là mặt hàng quan trọng từ nước bạn.

Tiếp theo là mặt hàng kim loại thường khác có kim ngạch đạt 34,82 triệu USD vào năm 2021. Tỷ lệ tăng là -27,4% so với năm 2020, chiếm 9,09% tổng nhập khẩu từ Myanmar, chiếm khoảng 0,4% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Kim ngạch nhập khẩu kim loại thường khác từ Myanmar trong giai đoạn 2019 – 2021 có chiều hướng giảm xuống rõ rệt qua từng năm. Trước đó, đây lại là mặt hàng có lượng kim ngạch nhập khẩu cao nhất trong tất cả mặt hàng từ Myanmar với giá trị lần lượt đạt 84,8 triệu (năm 2018) và 109,24 triệu USD (năm 2019).

Kim ngạch nhập khẩu Hàng rau quả của Việt Nam từ Myanmar

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

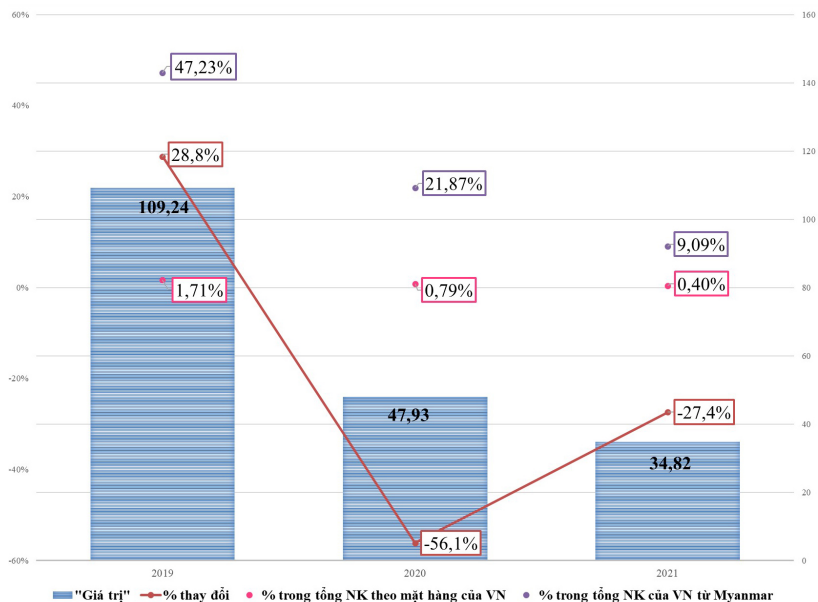
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu Kim loại thường khác của Việt Nam từ Myanmar

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

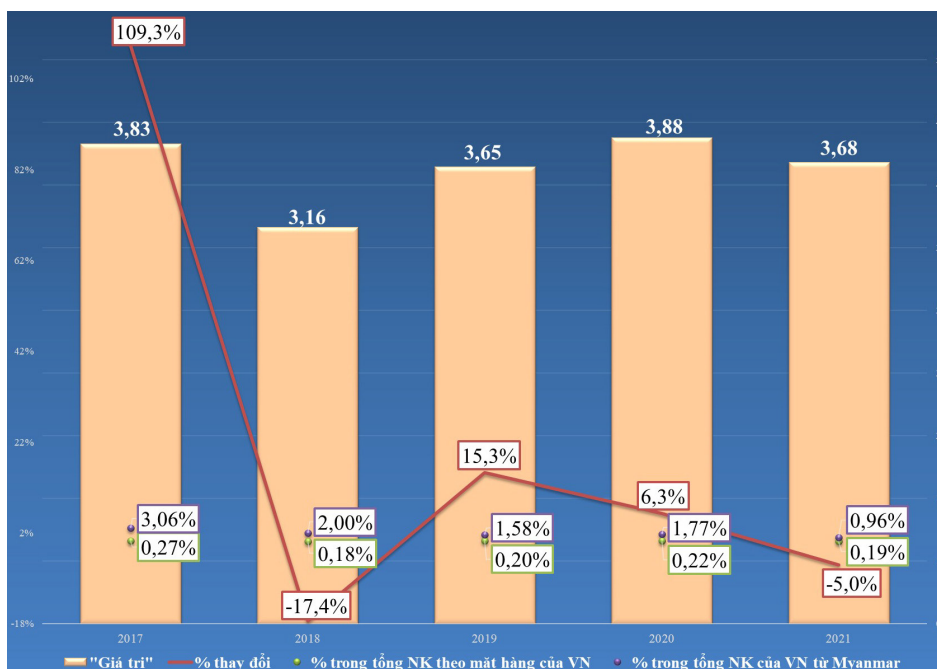


Mặt hàng hàng thủy sản đứng vị trí thứ 3, đạt 3,68 triệu USD năm 2021, giảm 5% so với cùng kì năm 2020, chiếm 0,96% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 0,19% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2017 - 2021, kim ngạch của mặt hàng này có xu hướng giữ mức ổn định quanh mức 3,5 triệu USD.

Kim ngạch nhập khẩu Hàng thủy sản của Việt Nam từ Myanmar

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



VÌ SAO HÀNG VIỆT VÀO MYANMAR GIẢM MẠNH HƠN 40%?

Myanmar đang trong giai đoạn khủng hoảng kép là biến động chính trị và đại dịch Covid-19. Điều này khiến tình hình thương mại Việt Nam - Myanmar bị ảnh hưởng nghiêm trọng, đặc biệt giảm mạnh trị giá xuất khẩu hàng Việt vào Myanmar.

Theo Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), với dân số gần 60 triệu người, hầu hết các mặt hàng công nghiệp và tiêu dùng đều phải nhập khẩu, Myanmar thực sự là thị trường hấp dẫn cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Tuy nhiên, ông Nguyễn Dương Kiên, Thương vụ Việt Nam tại Myanmar thông tin, Myanmar đang trong giai đoạn khủng hoảng kép là đảo chính và đại dịch Covid-19. Tình hình thương mại Việt Nam - Myanmar bị ảnh hưởng nghiêm trọng, giảm mạnh về trị giá xuất nhập khẩu.

10 tháng năm 2021, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Myanmar đạt khoảng 639 triệu USD, giảm 12% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Myanmar đạt 321 triệu USD, giảm 41%; nhập khẩu từ Myanmar đạt 318 triệu USD, tăng 77%.

Các nhóm hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Myanmar tập trung vào dệt may, máy móc, thiết bị dụng cụ, phương tiện vận tải xe máy, nguyên liệu nhựa, dây cáp điện, sắt thép các loại....



Bà Võ Thị Ngọc Diệp, nguyên Tham tán thương mại Việt Nam tại Myanmar phát biểu tại Hội thảo “Triển vọng của thị trường Myanmar trong giai đoạn hội nhập” do ITPC tổ chức.

Tình hình chính trị phức tạp kết hợp với những khó khăn do dịch Covid-19 diễn biến khó lường khiến thị trường Myanmar bị ảnh hưởng nặng nề về đầu tư thương mại, ngoại tệ khan hiếm. Không ít doanh nghiệp hàng đầu của Myanmar nằm trong danh sách trừng phạt của Hoa Kỳ, Anh.

Ngoại tệ khan hiếm khiến Myanmar ban hành một loạt các quyết định hạn chế nhập khẩu, kiểm soát nghiêm ngặt với nhiều ngành hàng. Tất cả những biến động này đã khiến

chuỗi cung ứng vào thị trường Myanmar bị gián đoạn, đời sống người dân giảm mạnh, xu hướng tiêu dùng tiết kiệm gia tăng.

Bên cạnh đó, Myanmar đang thực hiện cam kết trong khối ASEAN, hầu hết các mặt hàng xuất khẩu sang quốc gia này có thuế suất ưu đãi cắt giảm từ 1-5%.

Ngoài ra, hàng hóa Việt Nam từ lâu đã xâm nhập vào thị trường Myanmar và để lại danh tiếng, nhận được nhiều thiện cảm cả về chất lượng lẫn giá cả. Khi tình hình Myanmar ổn định, doanh nghiệp Việt có nhiều lợi thế để khai thác hiệu quả thị trường.

“Các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý về chất lượng sản phẩm để tiếp tục xây dựng niềm tin; khi thực hiện các giao dịch, hợp tác cần lưu ý danh sách doanh nghiệp Myanmar bị trừng phạt...”, ông Nguyễn Dương Kiên khuyến cáo.

<https://haiquanonline.com.vn/>

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA SANG MYANMAR: HẤP DẪN NHƯNG CẦN THẬN TRỌNG

Myanmar có vị trí địa lý thuận lợi, nhu cầu cao về hàng Việt Nam và Myanmar là một trong những thị trường trọng điểm mà Bộ Công Thương triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại.

Liên tục được tổ chức thường niên trong nhiều năm gần đây, Hội chợ hàng Việt Nam tại Myanmar là sự kiện được doanh nghiệp hai bên mong đợi.

Myanmar đang có nhiều thuận lợi vì sản xuất của nước bạn còn yếu và thiếu, nhiều lĩnh vực hàng hóa còn nhiều dư địa phát triển; chưa có rào cản kỹ thuật cao đối với hàng hóa nhập khẩu. Myanmar cũng là thành viên của ASEAN, sản phẩm nhập khẩu ưu đãi về thuế trong nội khối và với các đối tác ASEAN.

Bên cạnh đó, thị trường Myanmar tiềm năng đối với các mặt hàng và dịch vụ từ Việt Nam như: Sắt thép và sản phẩm từ sắt thép, sản phẩm và thiết bị điện, xe máy và xe đạp, thực phẩm và nguyên liệu chế biến thực phẩm, hàng điện tử và điện gia dụng, xây dựng, công nghệ thông tin, viễn thông...

Nắm bắt cơ hội thông qua các sự kiện xúc tiến thương mại, hiện nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã thiết lập được mạng lưới phân phối, tiêu thụ sản phẩm tại thị trường Myanmar, trong đó có thể kể tên các doanh nghiệp đã xây dựng được thương hiệu uy tín và hệ thống phân phối rộng khắp tại thị trường sở tại như: Hanvico, Điện Quang, Lioa, Cadivi, Bitas, Hải Hà, Nhựa Duy Tân, Minh Long... được người tiêu dùng Myanmar rất ưa chuộng. Hiện nay, đã có hơn 220 đại diện thương mại Việt Nam hoạt động kết nối, giao thương, đầu tư sôi động trên nhiều lĩnh vực tại thị trường Myanmar.

Tuy nhiên, Thương vụ Việt Nam tại Myanmar cũng khuyến cáo, Myanmar cũng có những

khó khăn nhất định do duy trì chế độ cấp phép xuất nhập khẩu; thông quan hàng hóa còn chậm nên những mặt hàng có thời hạn sử dụng ngắn gặp rất nhiều bất lợi, giảm sức cạnh tranh; phần lớn người dân Myanmar có mức thu nhập thấp, khó để tiếp cận với các sản phẩm chất lượng vừa và cao; thói quen, hành vi mua sắm của người dân vẫn quan tâm đến giá rẻ...

Chưa kể, cần phải nắm rõ luật pháp của quốc gia này trong giao dịch. Cụ thể, một số doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hạt tiêu trắng và tiêu đen sang Myanmar trong thời gian từ giữa năm 2018 đến đầu năm 2019 thường xuyên bị nhà nhập khẩu là Công ty Ngwe Galon Min từ chối làm thủ tục nhận hàng với lý do gặp khó khăn về tài chính, chất lượng hạt tiêu không đảm bảo... Doanh nghiệp này chỉ thanh toán tiền đặt cọc từ 10-30% giá trị lô hàng và trả hoàn thanh toán, thậm chí từ chối nhận hàng khi hàng đã đến cảng Yangon, Myanmar. Lý do chủ yếu do giá tiêu xuống thấp vào thời điểm giao hàng so với dự kiến ban đầu. Một số nhà xuất khẩu Việt Nam đã phải làm thủ tục tái xuất về nước để tránh thiệt hại.

Đáng lưu ý, theo quy định của Myanmar, nếu hàng hóa nhập khẩu cập cảng mà không làm thủ tục thông quan trong vòng 60 ngày thì lô hàng đó sẽ được đưa ra đấu giá, sung công quỹ. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam cần cẩn trọng khi hợp tác, giao dịch và xuất khẩu sang thị trường Myanmar để tránh thiệt hại.

Kim ngạch thương mại Việt Nam - Myanmar có sự tăng trưởng mạnh, từ 152 triệu USD năm 2010 lên gần 860 triệu USD năm 2018 và ước đạt 1,05 tỷ USD trong năm 2019, sớm vượt mục tiêu 1 tỷ USD năm 2020.

<https://congtuong.vn/>

MYANMAR, THỊ TRƯỜNG ĐẦY HỨA HẸN CHO MỘT SỐ HÀNG HÓA VIỆT NAM

Xuất khẩu sang Myanmar, bao gồm các sản phẩm thực phẩm, nguyên liệu thô cho chế biến thực phẩm, điện tử, thiết bị điện gia dụng, vật liệu xây dựng và công nghệ thông tin (CNTT) và các sản phẩm viễn thông dự kiến sẽ tăng.

Doanh nghiệp Việt có tiềm năng lớn trong việc kinh doanh tại Myanmar do khả năng sản xuất yếu và không đầy đủ và không có rào cản kỹ thuật cao đối với hàng nhập khẩu. Các sản phẩm đầu tiên của Việt Nam tại Myanmar, bao gồm các thương hiệu nổi tiếng như Lioa và Hanvico, đều có chất lượng cao, và họ đã giành được sự tin tưởng của người tiêu dùng ở đó.

Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp cho biết việc cấp phép xuất nhập khẩu và xuất khẩu của Myanmar vẫn còn chậm, gây khó khăn cho các sản phẩm có thời hạn sử dụng ngắn, chẳng hạn như thực phẩm. Một tỷ lệ cao công dân Myanmar là những người có

thu nhập thấp, những người không thể mua được các sản phẩm chất lượng trung bình và cao.

Các doanh nghiệp cần chú ý đến chính sách thương mại mới của Myanmar, theo đó 4.613 sản phẩm nhập khẩu được mã hóa HS và 3.345 sản phẩm xuất khẩu được mã hóa HS phải được Bộ Thương mại Myanmar cấp phép; một số sản phẩm nông nghiệp từ một số quốc gia bao gồm cả Việt Nam được nhập khẩu vào Myanmar mà không qua Phân tích rủi ro dịch hại (PRA); và các công ty liên doanh được phép xuất khẩu 22 nhóm hàng thành phẩm với các yếu tố được sản xuất tại Myanmar.

Theo Luật Bảo vệ người tiêu dùng Myanmar 2019, các doanh nghiệp phải cung cấp các mô tả ghi nhãn cho hàng hóa bao gồm tên, kích cỡ và số lượng hàng hóa, hướng dẫn sử dụng và lưu trữ và thông tin về các tác dụng phụ và phương pháp phòng ngừa bằng tiếng Miến Điện và các ngôn ngữ khác từ ngày 15 tháng 3 năm 2020.

Việt Nam nên tiếp cận thị trường của Myanmar thông qua các đối tác nhập khẩu địa phương, kiểm soát giá bán và chính sách tiếp thị, quảng bá sản phẩm tại Myanmar, chia sẻ với các đối tác khi tỷ giá MMK / USD biến động, bất lợi và kiểm soát lịch thanh toán của các đối tác nhập khẩu địa phương.

Theo ven.vn

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ MYANMAR



Tổ hợp thương mại - khách sạn do HAGL đầu tư tại Yangon - Myanmar

Giai đoạn 2018-2020, Việt Nam trở thành nhà đầu tư lớn thứ 2 của Myanmar, tuy nhiên đến năm 2020, Việt Nam đã lùi xuống vị trí thứ 5 về vốn đầu tư trong số các quốc gia có hoạt động đầu tư vào Myanmar.

Số vốn đăng ký đầu tư của Việt Nam vào Myanmar trong năm 2020 là 2,2 tỷ USD, xếp thứ 7 trong tổng số 51 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào thị trường này. Hoạt động đầu tư của doanh nghiệp Việt Nam tại Myanmar được tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực như: xây dựng cơ bản, khai thác mỏ, bảo hiểm, viễn thông, thăm dò hàng và khai thác dầu khí.

Các dự án đầu tư tiêu biểu của doanh nghiệp Việt Nam tại Myanmar như: dự án HAGL Myanmar Centre của Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai với số vốn đầu tư 440 triệu USD; dự án Mạng viễn thông của Liên doanh Viettel Myanmar với số vốn đầu tư 1800 triệu USD; dự án thăm dò, khai thác dầu khí của Tổng công ty thăm dò khai thác Dầu khí (PVEP) với số vốn đầu tư 600 triệu USD; dự án Chế biến nông sản của Liên doanh giữa Công ty Bảo vệ thực vật An Giang - VinaCapital - Eden Group với số vốn đầu tư 100 triệu USD.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng dần có các bước đi nhằm đẩy mạnh đầu tư vào lĩnh vực tài chính - ngân hàng tại Myanmar. Cụ thể, trong năm 2020, phía Myanmar đã trao cấp phép thành lập liên doanh là Công ty Tài chính BIDV (BIDV Finance Company Limited), với phần vốn góp của BIDV Việt Nam là 70% và Công ty Tài chính Tiêu dùng vi mô Mahar Bawag của Myanmar là 30%. Liên doanh này sẽ tập trung ban đầu vào lĩnh vực: tài chính vi mô; nhận tiền gửi; chuyển tiền và các hoạt động tài chính khác phù hợp với quy định pháp luật Myanmar.

Nguồn: aecvcci.vn

Ý KIẾN CHIA SẼ CỦA CÁC CHUYÊN GIA TẠI HỘI THẢO “TRIỂN VỌNG CỦA THỊ TRƯỜNG MYANMAR TRONG GIAI ĐOẠN HỘI NHẬP” DO TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM TỔ CHỨC.

Bà Võ Thị Ngọc Diệp, nguyên Tham tán thương mại Việt Nam tại Myanmar nhấn mạnh doanh nghiệp muốn đầu tư, kinh doanh tại Myanmar cần am hiểu chính sách và chủ động thích ứng.

Luật Doanh nghiệp 2017 của Myanmar có một số thay đổi so với trước đó, như: doanh nghiệp có hơn 35% vốn nước ngoài (doanh nghiệp hoặc cá nhân) trở lên thì được coi là doanh nghiệp nước ngoài (trước đây chỉ có 1 USD vốn nước ngoài thì được coi là doanh nghiệp nước ngoài và chịu những hạn chế riêng trong quá trình hoạt động); cho phép doanh nghiệp chỉ có 1 cổ đông (luật cũ quy định phải có 2 thành viên góp vốn trở lên); doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài phải có ít nhất 1 thành viên hội đồng quản trị thường trú tại Myanmar ít nhất 183 ngày; miễn trừ kiểm toán đối với các công ty nhỏ (có tối đa 30 nhân sự và doanh thu không quá 50 triệu Kyat/năm – khoảng 800 triệu VND/năm).

Luật đầu tư 2016 của Myanmar có một số ưu đãi về thuế, như: miễn thuế thu nhập từ 3, 5 hay 7 năm tùy thuộc vào khu vực/vùng đầu tư (kém phát triển, phát triển tầm trung và phát triển); miễn thuế nhập khẩu và các loại thuế nội địa đối với nhập khẩu máy móc, thiết bị và vật liệu xây dựng không thể mua được tại thị trường nội địa trong giai đoạn xây dựng; miễn thuế nhập khẩu và các loại thuế nội địa đối với nguyên phụ liệu dùng để sản xuất xuất khẩu; hoàn thuế nhập khẩu và các loại thuế nội địa đối với nguyên phụ liệu và bán thành phẩm nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu.

Công ty liên doanh được phép xuất khẩu 22 nhóm hàng hoá có thành phẩm được sản xuất tại Myanmar; công ty nước ngoài và công ty liên doanh được phép hoạt động kinh doanh bán lẻ và bán buôn trong nước dựa theo danh sách ban hành của 24 nhóm hàng hóa theo Thông báo số 3/2018 và các thủ tục ban hành về đăng ký bán buôn và bán lẻ theo Thông báo số 2/2018.

Công ty nước ngoài và công ty liên doanh đang nhập khẩu phân bón, hạt giống, thuốc trừ sâu, thiết bị y tế, vật liệu xây dựng và thiết bị nông nghiệp sẽ đăng ký kinh doanh bán buôn/bán lẻ theo quy định của Thông báo số 25/2018 trong vòng 90 ngày kể từ ngày 21/5/2019 và tuân thủ các quy định về số tiền đầu tư ban đầu cũng như diện tích sàn tối thiểu của cửa hàng trong vòng 5 năm kể từ ngày đăng ký. Công ty nước ngoài và công ty liên doanh được phép xuất khẩu cây trồng, bột giấy và giấy, hạt giống, kim loại, bán thành phẩm hoặc thành phẩm từ rau và đồ gỗ nội thất.

Các loại hình doanh nghiệp nước ngoài được thành lập tại Myanmar là công ty con, công ty liên doanh (bên nước ngoài sở hữu 35% vốn), chi nhánh, văn phòng đại diện. Ngoài ra, còn hình thức nhà thầu quốc tế khi tham gia các dự án tại Myanmar. Doanh nghiệp cần lưu ý các ưu điểm, nhược điểm về thuế theo quy định của pháp luật Myanmar và Việt Nam đối với từng loại hình nêu trên.

Ông Đặng Hải Nhã, nguyên Tổng Giám đốc chi nhánh BIDV Yangon, nguyên Chủ tịch Câu lạc bộ Doanh nghiệp Việt Nam tại Myanmar (VBCM) cho rằng nguyên tắc tiếp cận thị trường Myanmar là tìm hiểu kỹ thông tin và lường trước các vấn đề phát sinh; kiên trì, bền bỉ và xác định dài hạn; chuyên nghiệp; trực tiếp (gặp mặt trực tiếp, giới thiệu hàng mẫu); hiểu và tôn trọng văn hóa, tập quán của Myanmar; lựa chọn đối tác bản địa phù hợp và có năng lực, thiện chí hợp tác; kiểm soát được điều kiện thanh toán và quản lý tiền hàng.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Cộng hòa Liên bang Myanmar**

Địa chỉ: Số 28-29, Đường Kyauk Kone, Quận Yankin, Thành phố Yangon

Điện thoại: (+95-1) 356 6076

Fax: (+95-1) 355 0220

Email: vnembmyr2012@gmail.com

Website: vnembassy-yangon.mofa.gov.vn

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Cộng hòa Liên bang Myanmar**

Địa chỉ: 9A Pyi Htaung Su Lan (Union Lane), Sayar San Road, Bahan Township, Yangon, Myanmar

Điện thoại: +95-1-551817

Fax: + 95 18550220

Email: mm@moit.gov.vn

➤ **Đại sứ quán Cộng hòa Liên bang Myanmar tại thủ đô Hà Nội**

Địa chỉ : phòng 03,202,203, toà nhà B2, khu Ngoại giao đoàn Vạn Phúc, số 298A phố Kim Mã, Quận Ba Đình, Thành phố Hà Nội

Giờ mở cửa : từ thứ Hai đến thứ Sáu | sáng từ 08:30 – 12:00 | chiều từ 13:30 – 17:00

Điện thoại : (024) 384 533 68 | 382 320 56

Fax : (024) 384 524 04

Email: hanoi-embassy@mofa.gov.mm

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100013340529216>

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI MYANMAR

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
09 – 12/12/2022	Myanmar Plas Print Pack	Yangon	Đóng gói bao bì Kỹ thuật công nghiệp
02 – 04/11/2022	Myanmar FoodBev	Yangon	Đồ ăn & Đồ uống
09 – 12/12/2022	Myanmar International Textile & Garment Industry Exhibition	Yangon	Trang phục & Quần áo Kỹ thuật công nghiệp
03 – 05/11/2022	MyanBuild	Yangon	Xây dựng công trình
11 – 13/8/2022	Builders Myanmar	Yangon	Xây dựng công trình Kỹ thuật công nghiệp
02 – 04/11/2022	Myanmar Build & Decor	Yangon	Nhà & Văn phòng

11 – 13/8/2022	Powerex Myanmar and Electric Expo Myanmar	Yangon	Điện & Điện tử Năng lượng điện
24 – 26/11/2022	Myanfood	Yangon	Đồ ăn & Đồ uống
09 – 12/12/2022	Myanmar Agrotek Foodtek	Yangon	Đồ ăn & Đồ uống
09 – 12/12/2022	Myanmar International Food-tech Industry Exhibition	Yangon	Đồ ăn & Đồ uống

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

