

tiếng Nhật hoặc ít ra cũng chuẩn bị cho mình một số câu đơn giản.

8. Bản ghi nhớ (MOU): Sau khi đàm phán hay thông nhất xong vấn đề gì đó dù là không quan trọng lắm thì bạn cũng nên làm bản tóm tắt nội dung đã thống nhất gửi lại cho đối tác. Điều này luôn được đánh giá cao. Bên cạnh đó, một số chi tiết nhỏ như trực tổng đài công ty, họ sẽ cảm thấy rất bất ổn về đối tác khi gọi điện thoại đến công ty mà không thấy có người trả lời hoặc trả lời không đúng mực.

9. Tặng quà – Chúc mừng: Cũng giống như ở Việt Nam, người Nhật thích tặng quà cho nhau vào những dịp lễ tết như dịp Ô Bôn (tháng 7), dịp này nên gửi đồ ăn; dịp cuối năm dương lịch nên tặng đồ uống. Gửi thiệp chúc mừng nhân dịp đặc biệt, như ngày

thành lập công ty, Giáng sinh và năm mới (lưu ý thiệp chúc mừng phải được gửi tới tay đối tác trước ngày lễ diễn ra).

10. Chất lượng – Hình thức – Vệ sinh: Hàng hóa, cho dù bất kỳ loại gì cũng phải có hình thức đẹp, sạch sẽ. Bao bì sản phẩm phải rất cẩn thận đúng tiêu chuẩn, hình thức đẹp, kích thước phù hợp tạo được sự lôi cuốn và tiện dụng cho người sử dụng. So với các thị trường khác, tại Nhật Bản đối với một số mặt hàng như quà tặng, chi phí cho bao bì chiếm tỷ trọng cao hơn trong giá thành sản phẩm.

Hoàng Quý

Nguồn: Theo thông tin khuyến cáo của Bộ Thương mại Việt Nam.

<http://www.vinanet.com.vn>

THỊ PHẦN XE HƠI LOẠI NHỎ TĂNG ĐỘ BIẾN TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI TRONG KHI GIẢM MẠNH TẠI HÀN QUỐC

Triển vọng về nhu cầu xe hơi loại nhỏ trên thị trường thế giới ước tính sẽ liên tục gia tăng trong thời gian tới. Điều này phản ánh xu hướng hoàn toàn ngược với tình hình tại Hàn Quốc, nơi mà nhu cầu về xe hơi loại nhỏ đang giảm dần theo từng năm. Thực tế này đặt ra cho các nhà sản xuất xe hơi Hàn Quốc hai chiến lược trong phát triển sản xuất kinh doanh, thứ nhất là tăng sức cạnh tranh với các đối thủ nước ngoài về mặt hàng xe hơi cỡ nhỏ, thứ hai là đồng thời sẽ phải nâng cao sức tiêu thụ của thị trường nội địa đối với mặt hàng này.

Hiệp hội công nghiệp ô tô Hàn Quốc trong báo cáo ngày 27 tháng 2 vừa qua đã

trích lời Giám đốc cơ quan Nghiên cứu và phát triển kinh doanh xe hơi Nhật Bản Yosida Nobuyosi cho rằng, thị phần của loại xe hơi cỡ nhỏ tại các thị trường lớn như Mỹ, Tây Âu và Nhật Bản do nhiều lý do như giao thông, môi trường và năng lượng sẽ còn tiếp tục tăng cao trong thời gian tới.

Theo báo cáo này, tại Mỹ, trong khi thị phần xe hơi cỡ nhỏ năm 2000 là 12%, tới năm 2006 đã là 13,9%. Trong cùng thời gian này, tại Tây Âu thị phần cũng đã tăng từ 33,9% năm 2000 lên 35,4% năm 2006, Nhật Bản từ 45,6% tăng lên 49,5%, đặc biệt nếu tính cả xe hạng nhẹ (loại xe dung tích khí thải dưới 600cc), thị phần năm 2000 từ 77%

đã tăng lên tới 84,8%. Nghĩa là tại Nhật Bản cứ 10 chiếc xe hơi được bán ra thì có đến trên

8 chiếc là xe hạng nhẹ hoặc xe hơi cỡ nhỏ.

Thị phần xe hơi cỡ nhỏ tại một số thị trường lớn (%)

(Bao gồm cả xe hơi hạng nhẹ)

	2003	2004	2005	2006
Mỹ	10,9	11,0	12,7	13,9
Tây Âu	35,3	34,6	33,6	35,4
Nhật Bản	81,8	81,6	82,2	84,8
Hàn Quốc	44,7	43,5	41,2	39,3

Nguồn: Hiệp hội công nghiệp ô tô Hàn Quốc, Sở Nghiên cứu và Phát triển kinh doanh ô tô Nhật Bản

Trong khi đó, tại thị trường Hàn Quốc, thị phần của xe hơi cỡ nhỏ năm 2000 từ 37,3% đã giảm xuống 33,4% vào năm ngoái. Đặc biệt, xe hơi hạng nhẹ (như Matiz...) thị phần năm 2000 từ 14,9% đã giảm xuống 5,9% vào năm ngoái.

Đặc biệt Giám đốc cơ quan Nghiên cứu và phát triển kinh doanh xe hơi Nhật Bản Yosida Nobuyosi còn phát biểu, các hãng xe của Mỹ như General Motors (GM), Ford và các hãng xe cao cấp khác của châu Âu cũng đã lên kế hoạch khai thác xu hướng nhu cầu tiêu dùng to lớn đối với xe hơi cỡ nhỏ này. Tại Mỹ, từ tháng 1 đến tháng 9 năm 2006 trong số 18 loại xe hơi mới được tung ra thị

trường thì có tới 6 model thuộc về xe hơi cỡ nhỏ, điều này cho thấy thị trường Mỹ đã mở rộng đối với dòng xe nhỏ tại đây như thế nào.

Xu hướng nhu cầu tăng cao đối với xe hơi cỡ nhỏ trên thị trường thế giới nh hiện nay được giải thích không chỉ bởi nguyên nhân giá dầu thế giới tăng, mà còn do yếu tố giảm thiểu ô nhiễm môi trường, giao thông tiện lợi và kỹ thuật tiên tiến trong sản xuất xe hơi cỡ nhỏ ngày nay cũng đã được nâng cao một cách đáng kể.

Đỗ Ánh

Nguồn: 崔源錫 (チェ・ウオンソク) 記者

KINH TẾ HÀN QUỐC NĂM QUA VÀ DỰ ĐOÁN NHỮNG NĂM TỚI

Báo “nhân dân” ngày 4/10/2006 đưa tin, tối ngày 3/10/2006, tại Hà Nội, Đại sứ Hàn Quốc tại Việt Nam - ông Kim Ui Ki tổ chức tiếp khách nhân kỷ niệm lần thứ 4.339 quốc khánh Hàn Quốc. Hiện nay Hàn Quốc là nhà đầu tư lớn thứ 4 vào Việt Nam. Với tổng số vốn là 5,3 tỷ USD, kim ngạch buôn bán hai

chiều giữa hai nước trong năm 2005 đạt 4,2 tỷ USD, tăng 9 lần so với 14 năm về trước, dự kiến đến cuối năm 2006 có khả năng đạt 2 tỷ USD. Nhân dịp này, xin giới thiệu tình hình phát triển kinh tế Hàn Quốc trong thời gian qua và dự đoán của OBCD, FAZ và ZMF trong năm 2007.