

## MÔI TRƯỜNG KINH DOANH<sup>1</sup>

### 1. Đăng ký hoạt động kinh doanh tại New Zealand:

Có hai vấn đề cần lưu ý trong đăng ký hoạt động kinh doanh tại New Zealand là: loại hình hoạt động kinh doanh cho phép ở New Zealand và lựa chọn theo cấu trúc tập đoàn chính đối với cty nước ngoài thành lập doanh nghiệp tại New Zealand:

Cũng có thể chia làm 2 loại hoạt động kinh doanh gồm: các hoạt động được khuyến khích và bị hạn chế. Có rất ít hạn chế đối với cty nước ngoài về loại hoạt động kinh doanh. Đối với hầu hết các trường hợp, việc quyết định sẽ hoạt động trong ngành hay lĩnh vực nào và bản chất của hàng hoá và dịch vụ là do công ty đó dựa trên đánh giá về tính hợp lý trên thị trường. Chỉ hạn chế đối với các hoạt động liên quan tới sử dụng và khai thác nguồn tài nguyên, như là đánh bắt cá hoặc trồng trọt ở nông thôn.

Các công ty nước ngoài được khuyến khích hoạt động trong ngành du lịch hoặc các ngành tạo ra lợi nhuận ở nước ngoài như xuất khẩu hàng hoá sản xuất trong nước. Theo điều tra năm 2007 của Cục Thống kê New Zealand, 38% các doanh nghiệp của New Zealand được điều tra là thu được lợi nhuận từ nước ngoài. Các cơ quan quản lý nhà nước về các hoạt động kinh tế như Du lịch New Zealand và NZTE (Cục Phát triển Doanh nghiệp và Thương mại) là những địa chỉ hết sức tích cực hỗ trợ cho các hoạt động kinh doanh.

Một doanh nghiệp được coi là doanh nghiệp New Zealand nếu như: được thành lập tại New Zealand, có trụ sở chính tại New Zealand, có bộ máy điều hành và quản lý chính tại New Zealand và giám sát các hoạt động của cty thông qua đội ngũ các giám đốc tại New Zealand cho dù việc đưa ra các quyết định kinh doanh của các giám đốc đó là có hay không hạn chế tại New Zealand;

Về cấu trúc tập đoàn, có ba cách chính để công ty nước ngoài hoạt động tại New Zealand:

(1). Đăng ký thành lập chi nhánh (chi nhánh ở New Zealand phải điều chỉnh tên để không bị trùng với tên doanh nghiệp đã đăng ký và chỉ mất 10 ngày để đăng ký và có thể đăng ký qua mạng tại: [Http://www.med.govt.nz](http://www.med.govt.nz);

(2). Lập và đăng ký công ty con với điều kiện phải có ít nhất 01 cổ đông và 01 giám đốc (có thể chỉ là 01 người và cho phép là người nước ngoài). Không có

---

<sup>1</sup> KimPhuong/NZBook/Overview3

quy định về mức vốn cổ phần của công ty. Sau khi thành lập, chi nhánh hoặc cty con phải tuân thủ các quy định về thuế, luật lệ và thương mại như: Kế toán hàng năm, điền đơn đăng ký, nợ, thuế, phí đăng ký thành lập là 60 NZD;

(3). Sáp nhập và mua lại (Nếu một cty quyết định sẽ sáp nhập hay mua lại một công ty New Zealand thì buộc phải xem xét có đủ điều kiện quy định tại Đạo luật Thương mại 1986 (tại Chương Các quy định ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh) hay không. Nếu như công ty New Zealand bị mua lại hoặc sáp nhập có ghi tên trên thị trường chứng khoán New Zealand hoặc không ghi tên, nhưng có trên 50 cổ đông thì cần nghiên cứu thêm Luật Mua lại (Takeovers Code).

Người nước ngoài có thể yêu cầu thoả thuận và có sự nhất trí của Cơ quan đầu tư nước ngoài tức khi tiến hành kinh doanh tại New Zealand (Theo đạo luật ĐTNN năm 1973)

## **2. Các quy định đối với các hoạt động kinh doanh tại New Zealand:**

Về nghĩa vụ nộp thuế đối với các doanh nghiệp, có những loại thuế chính mà mỗi doanh nghiệp phải thực hiện đó là:

(1). **Thuế GST** là khoản thuế trực thu đánh trên cơ sở giá trị gia tăng và đánh vào người tiêu dùng đối với hàng hoá và dịch vụ cung cấp trên thị trường New Zealand tính theo thực thể đăng ký GST. Mức thuế quy định chung ở New Zealand là 12,5%, không phân biệt loại hàng hoá nào- đây là sự khác biệt giữa New Zealand và phần lớn các nền kinh tế của khối OECD; GST cũng đánh vào hàng hoá nhập khẩu, các doanh nghiệp đăng ký hoạt động phải trả thuế GST cho mọi hoạt động bán hàng và cung cấp; hàng hoá xuất khẩu không thuộc đối tượng chịu thuế GST;

(2) **Thuế Thu nhập** (Income tax): Nguyên tắc chung là người New Zealand bị đánh thuế đối với mọi nguồn thu nhập bất kể từ đâu, trong khi người nước ngoài thì chỉ phải đóng thuế đối với nguồn thu nhập mà họ thu được từ New Zealand; Những đối tượng ở lại New Zealand trên 183 ngày trong vòng 1 năm cũng được coi là đối tượng chịu thuế như người New Zealand; Mức thuế thu nhập cá nhân tại thời điểm hiện tại là khá nhạy cảm bởi thời hạn 1/4/2008 được coi là thời hạn áp dụng thuế mới theo lộ trình cũ. Song thời hạn này chưa có hiệu lực là bao lâu thì lại được điều chỉnh bởi một gói điều chỉnh thuế mới ra đời trong bối cảnh lạm phát toàn cầu. Ngưỡng thuế mới được QH thông qua ngày 23.05.2008, có hiệu lực thi hành giai đoạn 2 từ 1/10/2008 được điều chỉnh giảm về mức thuế đánh trên đối tượng thu nhập thấp nhất và điều chỉnh cả ngưỡng thuế đối với từng loại thu nhập, Song mức thuế đỉnh vẫn duy trì là 39%, thấp hơn nước láng giềng

Australia- 45%. Có thể tham khảo và so sánh mức thuế và ngưỡng thuế thu nhập cá nhân theo bảng sau:

<i>Mức thuế</i>	<i>Ngưỡng thuế</i>		
	<i>G/Đ 1 từ 1.10.2008</i>	<i>G/Đ2 từ 1.04.2010</i>	<i>G/Đ 3 từ 1.04.2011</i>
12.5%	\$0 – \$14,000	\$0 – \$17,500	\$0 – \$20,000
21%	\$14,001 – \$40,000	\$17,501 – \$40,000	\$20,001 – \$42,500
33%	\$40,001 – \$70,000	\$40,001 – \$75,000	\$42,501 – \$80,000
39%	\$70,001 and above	\$75,001 and above	\$80,001 and above

*Nguồn: Báo cáo đặc biệt ngày 22/5/2008 từ Vụ Phân tích chính sách, Cục Thuế Nội địa.*

Thuế đối với các khoản thu nhập từ các nguồn tài sản khác: Lãi suất: 15%; Lãi cổ tức: 30%; và Tiền thu về bản quyền: 15%

Doanh nghiệp cũng là đối tượng chịu thuế thu nhập như người dân New Zealand. Mức thuế thu nhập đối với tất cả các loại hình doanh nghiệp là 33%. Mức thuế và ngưỡng thuế mới theo luật điều chỉnh thuế ban hành ngày 22/5/2008 cũng sẽ được điều chỉnh theo từng lộ trình.

(3) **Thuế Hải quan và Tiêu thụ đặc biệt:** sẽ đề cập trong phần chế độ ngoại thương; một số loại hàng hoá đặc biệt là đối tượng chịu thuế trực thu dưới dạng Thuế bán hàng bổ sung hay thuế tiêu thụ đặc biệt, như ô tô, Rượu và thuốc lá.

(4). **Thuế Phúc lợi phụ:** do người thuê lao động đóng cho người lao động.

(5). Thuế hàng mẫu được miễn trừ, còn các giao dịch đặc biệt như chuyển giao đất, cho thuê, chuyển giao cổ phần và chứng khoán không được miễn trừ.

Các loại thuế này đều do Bộ Kinh tế quản lý, có thể tham khảo thêm tại: [Http://www.med.govt.nz](http://www.med.govt.nz)

### **3. Kênh phân phối hàng hoá và mạng lưới thương nhân:**

New Zealand có hệ thống kênh phân phối khá lâu đời và trải rộng khắp từ bắc xuống nam. Hàng hoá mua bán trên thị trường New Zealand được hình thành và luân chuyển từ 3 nguồn chính, tương tự với 3 khu vực hoạt động kinh doanh

lớn là: sản xuất, nhập khẩu và xuất khẩu. Hệ thống phân phối hàng hoá tại New Zealand cũng hình thành từ 3 nguồn lớn đó tạo nên một hệ thống phân phối (supply chains) mang đặc thù sau:

(i). **Kênh phân phối trong nước** là lâu đời và có trình độ chuyên môn khá cao. Hầu hết, các nhà sản xuất New Zealand không thực hiện việc bán và tổ chức kênh tiêu thụ, họ chỉ tập trung vào chất lượng sản phẩm, còn khâu tiêu thụ/ bán hàng do các nhà bán buôn, hoặc các hãng bán lẻ đảm nhận thông qua việc ký các hợp đồng cung cấp sản phẩm trực tiếp cho các hãng, thậm chí cửa hàng bán lẻ dưới hình thức nhà bán lẻ thiết kế và đăng ký mẫu mã sản phẩm; Nhà sản xuất chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm; Giá cả hoàn toàn cạnh tranh. Kênh này có mặt của các hãng bán buôn, bán lẻ và hệ thống siêu thị. Các doanh nghiệp chủ đạo trong kênh bao gồm:

- Trong hệ thống Siêu thị: có 2 tập đoàn lớn là Progressive Enterprises và Foodstuff. Progressive Enterprises lại bao gồm 2 hệ thống siêu thị bán lẻ New World và siêu thị chuyên bán hàng lô lớn Pak'N'Save; Foodstuff bao gồm 3 hệ thống siêu thị lớn nhất là Foodtown, Countdown, Woolworth và hệ thống các cửa hàng nhỏ hơn như StarMart và các đại lý bán lẻ.
- Trong hệ thống Bách hoá cao cấp/ Department Store có: Arthur Barnett; Ballantynes; H&J Smith; Kirkcaldie & Stains; Smith & Caughey.
- Hàng tiêu dùng và gia đình tổng hợp có mặt các tập đoàn lớn: The Warehouse- tập đoàn có doanh thu bán lẻ lớn nhất New Zealand (2 tỷ \$ năm 2007), Briscoe, Farmer, K-Mart, ...
- Hàng may mặc và thời trang có mặt với trên 40 hãng thời trang, trong đó có cứ 1/3 là các hãng thời trang của Úc và New Zealand; 1/3 là các hãng thời trang tên tuổi thế giới và 1/3 là các hãng thời trang của riêng New Zealand.
- Hệ thống bán lẻ hàng giày dép: Có mặt tới 12 nhà cung cấp và nhập khẩu lớn. Những hãng có doanh thu lớn nhất và phổ thông gồm: The Shoes Number 1 Warehouse, Hannah, Footlocker...
- Hệ thống các nhà cung cấp Đồ gỗ: có trên 11 hãng bán lẻ với các tên hiệu nổi bật và hệ thống bán hàng rộng khắp là: Big Save, Target Furniture, Bed RUs, Harvey Furniture, Freedom Furniture, Bedpost, MacKenzie & Willis... Bên cạnh thị trường bán lẻ gồm các siêu thị sản phẩm đồ gỗ nội thất và ngoại thất lớn là hệ thống bao gồm các hãng bán buôn và bán lẻ hàng nội thất văn phòng: Direct Office Furnitures, Furniture Link... cũng như các hàng chuyên nhập khẩu và sản xuất như Home-Leisure Groups...

- Hệ thống các siêu thị đồ gia dụng và vật dụng trong gia đình có mặt khoảng trên 22 các nhà cung cấp với các tên tuổi như: Mitre 10, Plastic box, Placemakers, Lighting Plux, Burnings WareHouse, Resene paints...
- Hệ thống hàng điện tử có các hãng lớn như Harvey Normal, DiskSmith, Bond+ Bond, Martin & Sons...

Hàng hoá cung cấp trên thị trường nội địa được đưa vào kênh này từ nguồn sản xuất và nhập khẩu. Các nhà sản xuất ở New Zealand có sự tách biệt rõ ràng với khâu lưu thông. Tuy nhiên, hàng hoá từ kênh nhập khẩu có thể được bơm trực tiếp từ nhà nhập khẩu tới hệ thống cửa hàng bán lẻ thông qua một vài kênh của chính họ hoặc gián tiếp cung cấp cho các nhà buôn, rồi tới các hãng bán lẻ.

(ii). **Kênh xuất khẩu**: không có sự tách biệt rõ ràng giữa nhà sản xuất và nhà xuất khẩu ở New Zealand bởi hầu hết các nhà xuất khẩu đều là các nhà sản xuất lớn. Thương nhân tham gia vào kênh gồm 2 thành phần chính: **Các tập đoàn sản xuất lớn** vừa cung cấp cho thị trường nội địa, vừa hoạt động xuất khẩu (bao gồm các hàng với nhà máy chế biến gỗ, sữa, bơ, thịt, hoa quả và len) ; và các **Nhà xuất khẩu chuyên nghiệp** (tương tự như các cty kinh doanh XNK trước đây của ta) chuyên thu mua, chế biến và xuất khẩu –loại này chủ yếu hình thành trong sản xuất nông nghiệp như xuất khẩu các sản phẩm tươi sống gồm hoa quả, thịt, sữa theo mùa vụ. Bên cạnh đó cần phải kể tới sự có mặt của các nhà sản xuất nhỏ và chuyên doanh với một hay một số mặt hàng như: quần áo, đồ thiết kế bằng tay và nhà xuất khẩu hàng thực phẩm thay thế... hầu hết là các doanh nghiệp SMEs. Nhà sản xuất nhỏ/Labatories với các sản phẩm đặc thù, quy mô nhỏ; Các doanh nghiệp chủ đạo trong kênh bao gồm:

- Trong hệ thống hàng sữa và sản phẩm từ sữa: tập đoàn lớn theo mô hình Hợp tác xã có thị trường lớn nhất trong ngành sữa thế giới là FONTERRA với sự xuất hiện ở thị trường của 140 nước. Hiện tại HTX này thu mua trên 90% sản lượng sữa tươi và chiếm 50% sản lượng các sản phẩm từ sữa chế biến của New Zealand. Các cty chuyên doanh thuộc tập đoàn này, đồng thời cũng là nhà xuất khẩu chủ lực của mặt hàng đó: Mainland chuyên về pho mát, Anchor về sữa, TipTop về kem... Bên cạnh, có các hãng xuất khẩu nhỏ hơn như: Meadow, Pams...

- Trong hệ thống các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng thực phẩm gồm có các hãng có tên tuổi như Heinz, Pams, Signature...

(iii). **Kênh nhập khẩu** cũng tương tự như kênh nhập khẩu của các nước phát triển khác. Hệ thống này phổ biến ở hầu hết các kênh sản phẩm nhập từ các nước phát triển và đang phát triển. Kênh này hình thành khá lâu, mang tính tự phát. Không có sự can thiệp của nhà nước. Thương nhân trong kênh có thể là các

nhà nhập khẩu chuyên nghiệp hay là chính các mạng lưới bán lẻ chính, thậm chí là các nhà phân phối trong một ngành hàng. Họ mua hàng qua các đại lý mua hàng ở nước ngoài hay trực tiếp với các nhà cung cấp nước ngoài. Trước xu thế phát triển ngày càng mở, các doanh nghiệp quy mô nhỏ hơn cũng có nhu cầu tìm kiếm trực tiếp các nhà cung cấp nước ngoài (thông qua các yêu cầu giới thiệu gửi tới Thương vụ). Các doanh nghiệp chủ đạo trong kênh bao gồm:

- Shore Mariners: nhập khẩu 60% hàng Thủy hải sản vào New Zealand
- Hàng thực phẩm và đồ hộp: David Trading, Crean và hàng gia vị Spices Trader (hãng vừa nhập khẩu, bán buôn và bán lẻ).
- Hàng dệt may và thời trang (kể cả thể thao)...

Do mang đặc thù của thị trường nhỏ, dân số ít nên hầu hết các công ty thương mại ở New Zealand là các công ty vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp New Zealand rất coi trọng chữ tín trong quan hệ bạn hàng và khách hàng. Hệ thống phân phối tuy không lớn về quy mô kinh tế, nhưng có truyền thống phát triển lâu dài, uy tín về điều kiện phân phối, vận tải, giao nhận và tài chính theo hợp đồng giữa các đối tác trong các khâu nấc được hình thành và duy trì rất lâu năm, có uy tín cao đối với người tiêu dùng nên ít có sự thay đổi và đặc biệt khó khăn trong việc hình thành, thiết kế những quan hệ bạn hàng mới, từ bên ngoài.

Trong hệ thống phân phối ở New Zealand, ít có mặt các Department stores loại rất cao cấp và sang trọng. Do trình độ phát triển, giá nhân công lao động cao và sức mua không cao lắm, nên chi phí cho các khâu trong kênh phân phối chiếm một tỷ lệ khác cao trong giá sản phẩm cuối cùng khi tới tay người tiêu dùng.

Mức cộng lãi trong kênh phân phối ở New Zealand là khá cao và ở mức trên 50% so với giá CIF, trong đó lãi trong khâu bán buôn chiếm 20% và trong khâu bán lẻ là trên 30%.

Như giới thiệu trên đây, có mặt trong hệ thống phân phối tiêu thụ nội địa của New Zealand về cơ bản là các tập đoàn lớn và nhỏ, có phạm vi phân phối cả nước hay khu vực, hoạt động trong các ngành sản xuất, xuất khẩu nhập khẩu hay đơn thuần thương mại, hệ thống thương mại nội địa ngoài việc phân chia theo thiết diện thị trường bao gồm việc tổ chức và liên kết các kênh phân phối và các thương nhân trong kênh, còn có thể thể hiện trên bề nổi, mà điển hình ở New Zealand chúng tôi muốn đề cập tới là là hệ thống bán lẻ và một mảng của hệ thống này là hoạt động của hệ thống nhượng quyền kinh doanh:

**Hệ thống bán lẻ:** Ngành công nghiệp bán lẻ là một quan trọng của nền kinh tế New Zealand. Người New Zealand hàng năm tiêu tiền thu nhập của mình với mức chi tiêu bình quân là 12.000 \$/ năm/đầu người thông qua hệ thống hơn 49.000 cửa hàng bán lẻ. Điều đó khiến doanh thu bán lẻ hàng năm của New Zealand đạt khoảng 55- 60 tỷ \$ (nếu so sánh với xuất khẩu-34 tỷ \$; nhập

khẩu -40tỷ \$; sản xuất- 75 tỷ\$ và du lịch là 18 tỷ \$ thì có thể nhận rõ sự có mặt của khu vực này trong hệ thống thương mại). Hệ thống bán lẻ bao gồm các cửa hàng, các trạm dịch vụ, các quán cà phê, nhà hàng và cho tới các xe bán hàng lưu động. Hệ thống này thu hút một lực lượng lao động là 325.000 người chiếm 20% lực lượng lao động quốc gia. New Zealand có trên 150 hệ thống quốc gia và khu vực điều hành hoạt động cho 7500 cửa hàng. Phần đa số các cửa hàng bán lẻ ở New Zealand là những cửa hàng nhỏ, độc lập và hoạt động do chính chủ cửa hàng điều hành.

Theo số liệu thống kê (Hiệp hội Bán Lẻ New Zealand) về thị phần bán lẻ theo lĩnh vực tiêu dùng tại thời điểm 1/1/2007 cho thấy doanh thu bán lẻ của các siêu thị và cửa hàng tạp phẩm chiếm 20,5% tổng doanh thu bán lẻ, tương tự và tiếp theo là ô tô- 12,9%; nhiên liệu ô tô- 9,5%; quán cà phê & nhà hàng -5,9%, cửa hàng bách hoá tổng hợp -5,8%; Quần áo- 4,0%; vật dụng trong gia đình 3,9%... Trong vòng 6 năm qua, tổng số các cửa hàng bán thời trang quần áo tăng thêm 37%, các lĩnh vực bán lẻ đều tăng trưởng khá đều đặn – 43% trong vòng 6 năm. Điều đáng ngạc nhiên là số lượng các doanh nghiệp kinh doanh cửa hàng bách hoá tổng hợp là tương đương với số doanh nghiệp kinh doanh ăn uống. Như vậy là cũng có sự dịch chuyển rõ rệt trong cơ cấu kinh doanh của hệ thống bán lẻ.

### **Nhượng quyền kinh doanh (Franchise)**

Nhượng quyền kinh doanh là phương thức tiếp thị và phân phối bởi một công ty, gọi là bên nhượng quyền, mở rộng trên phạm vi quốc gia hay quốc tế thông qua việc dành cho một cá nhân hay một công ty (gọi là bên nhận quyền) quyền kinh doanh mà sao chép lại hoạt động kinh doanh của công ty đó trên một khu vực địa lý khác. Quyền này bao gồm cả khả năng sử dụng tên gọi, hệ thống kinh doanh và bí quyết sản xuất của bên nhượng quyền.

Nhượng quyền kinh doanh là phương thức kinh doanh được công nhận và phương thức kinh doanh năng động nhất trong vòng 50 năm qua. Phương thức này cho phép các công ty có sản phẩm và dịch vụ tốt phát triển nhanh hơn bởi chúng huy động được vốn, kỹ năng tại chỗ và các cam kết của chính những cá nhân mà họ làm việc trong doanh nghiệp cho chính mình.

Nhượng quyền kinh doanh là phần phổ biến và hiệu quả tại New Zealand. Nhiều nhãn hiệu, đặc biệt trong hệ thống phân phối đồ ăn uống, thực phẩm chế biến sẵn, nổi tiếng nhất hiện nay trên thị trường New Zealand là những loại hình nhượng quyền kinh doanh thực sự như: Lotto, Stirling Sports, Robert Harris, Cash Converters, Green Acres, Paper Plus, The \$2 Shop và hệ thống cửa hàng ăn nhanh trong đó có McDonald's, Dominion, Pizza Hutt... Nhượng quyền kinh

doanh không bị nhầm lẫn với phương thức bán hàng theo hệ thống hoặc bán hàng hình tháp. Theo thống kê điều tra năm 2003 từ Hiệp hội Nhượng quyền Kinh doanh New Zealand, hiện ở New Zealand có khoảng 350 hệ thống nhượng quyền kinh doanh (74% trong số đó là doanh nghiệp gia đình), lĩnh vực này có doanh thu trên 6,9 tỷ\$ và gần 5000 địa điểm hoạt động. Nhượng quyền kinh doanh thu hút tới 40.000 việc làm.

***Thương vụ New Zealand***

*Nguồn: Cục Thống kê New Zealand; Hiệp hội bán lẻ New Zealand*