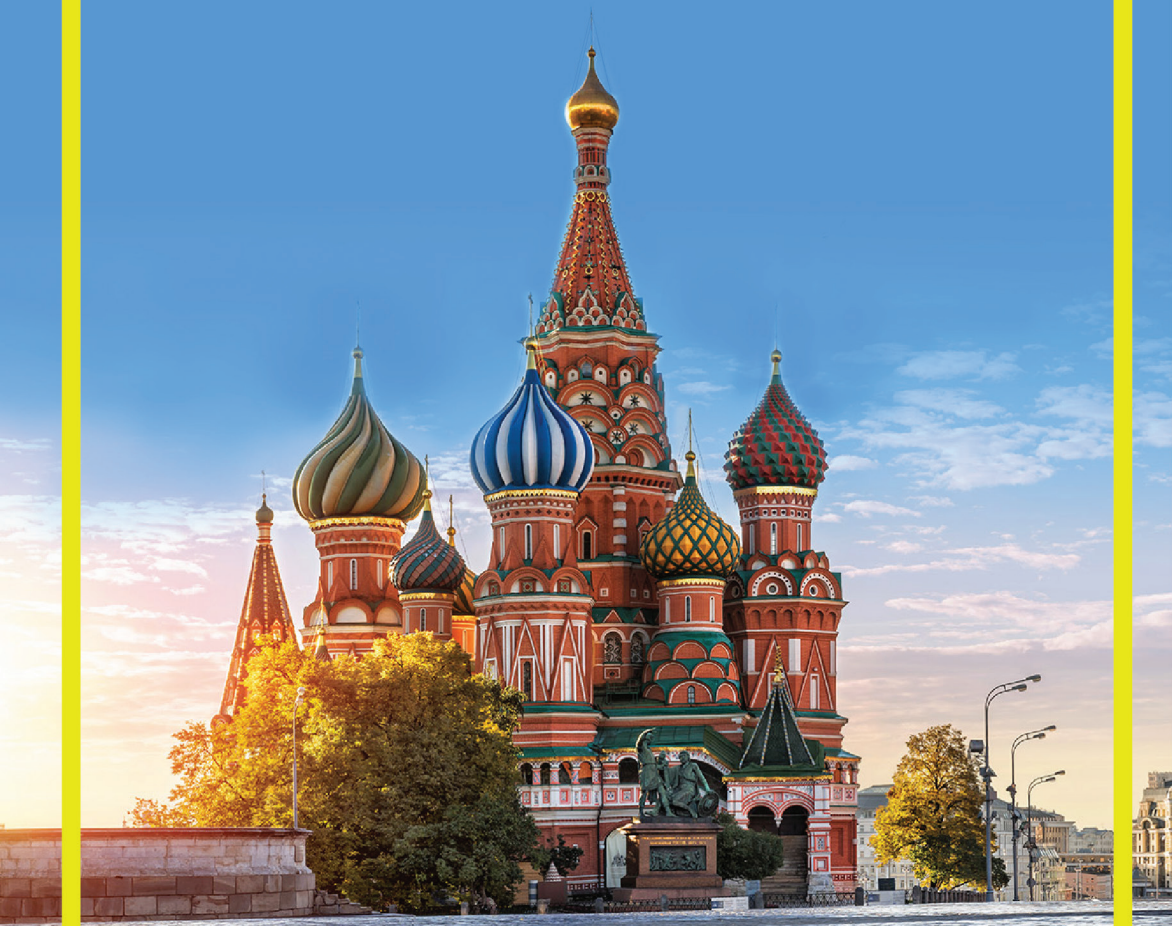
ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)

THỊ TRƯỜNG NGA



Tháng 02/2019

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 10/GP - XBBT - STTTT, ngày 14/9/2018 của Sở Thông tin Truyền thông Tp.HCM

05 TỔNG QUAN

08 TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

11 KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NGA

17 TẬP QUÁN, VĂN HÓA KINH DOANH

23 LOGISTICS TẠI NGA

27 CÁC QUY ĐỊNH VÀ TIÊU CHUẨN THƯƠNG MẠI

34 QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NGA

46 MỘT SỐ ĐỊA CHỈ CẦN THIẾT

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 Nga và quốc tế.

Doanh nghiệp phải luôn luôn tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác. Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư có thể hỗ trợ cho doanh nghiệp trong một số hoạt động này.

Vui lòng truy cập website www.itpc.gov.vn/exporters để tải bản đầy đủ.

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

BỘ CÔNG THƯƠNG

MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE RUSSIA

Ministry of Economic Development of the Russian Federation

Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation

THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP

International Trade Centre

Và một số đối tác khác.
Xin chân thành cảm ơn.

THỊ TRƯỜNG NGA

TỔNG QUAN

Tên nước: Liên bang Nga (Russian Federation)

Nga bao gồm 8 quận liên bang, được chia thành 83 chủ thể.

Liên bang Nga là thành viên thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc có quyền phủ quyết. Liên bang Nga giáp với các quốc gia như Na Uy, Phần Lan, Estonia, Latvia, Litva, Ba Lan, Belarus, Ukraine, Georgia, Azerbaijan, Kazakhstan, Mông Cổ, Trung Quốc và Triều Tiên.

Nga giáp với Thái Bình Dương, Bắc Cực, vùng biển Baltic, biển Đen, biển Azov của Đại Tây Dương và Biển Caspi, trở thành nước sở hữu đường bờ biển dài nhất thế giới. Chiều dài lãnh thổ của Nga từ tây sang đông là khoảng 10.000 km, từ bắc xuống nam hơn 4.000 km.

Diện tích:

- Tổng diện tích: 17.098.242 km^2 (lớn nhất thế giới).
- Diện tích đất: 16.377.742 km^2
- Diện tích nước: 720.500 km^2

Đường bờ biển: 37.653 km.

Khí hậu:

- Mùa hè: khí hậu ấm ở thảo nguyên và mát mẻ dọc theo bờ biển Bắc Cực.
- Mùa đông: chuyển đổi từ mát mẻ dọc theo bờ Biển Đen sang lạnh giá ở vùng Siberia.

Các thành phố chính:

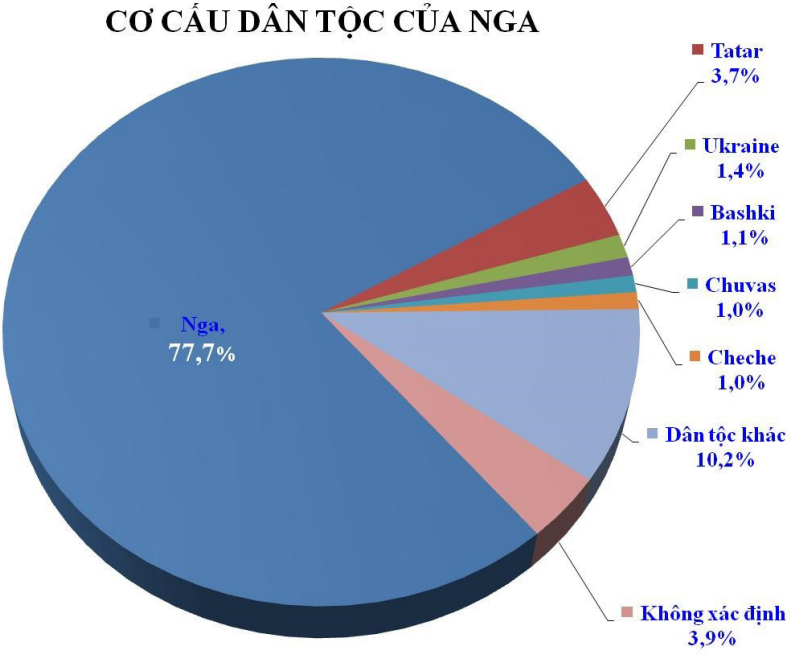
- Moscow: 10,5 triệu dân
- Saint Petersburg 4,5 triệu
- Novosibirsk 1,3 triệu
- Yekaterinburg 1,3 triệu
- Nizhniy Novgorod 1,2 triệu.

Địa hình: Đồng bằng rộng lớn với những ngọn đồi thấp ở phía Tây của Urals; rừng lá kim rộng lớn và vùng đất lạnh tại Siberia; vùng cao và núi dọc khu vực biên giới phía Nam.

Tài nguyên thiên nhiên: Tài nguyên thiên nhiên đa dạng bao gồm dầu lửa, khí tự nhiên, than đá, và nhiều loại khoáng sản chiến lược, trữ lượng nguyên tố đất hiếm, gỗ.

Dân số: 142.122.776 (tháng 7 năm 2018) - Xếp hạng trên thế giới: 9

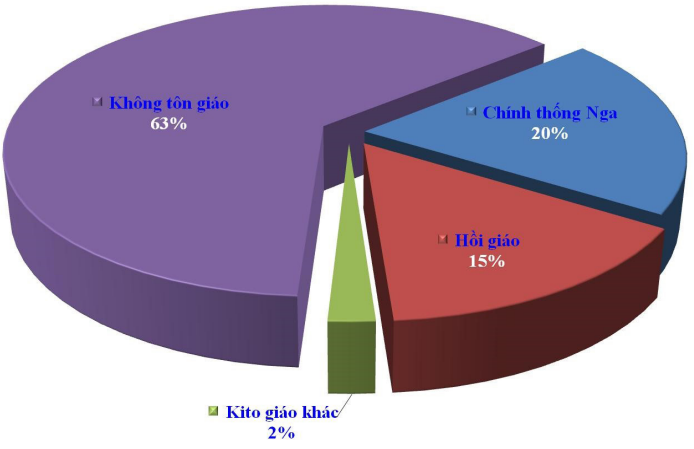
Dân tộc:



Ngôn ngữ: Tiếng Nga (chính thức) 85,7%, Tatar 3,2%, Chechen 1%, ngôn ngữ khác 10,1% (năm 2010)

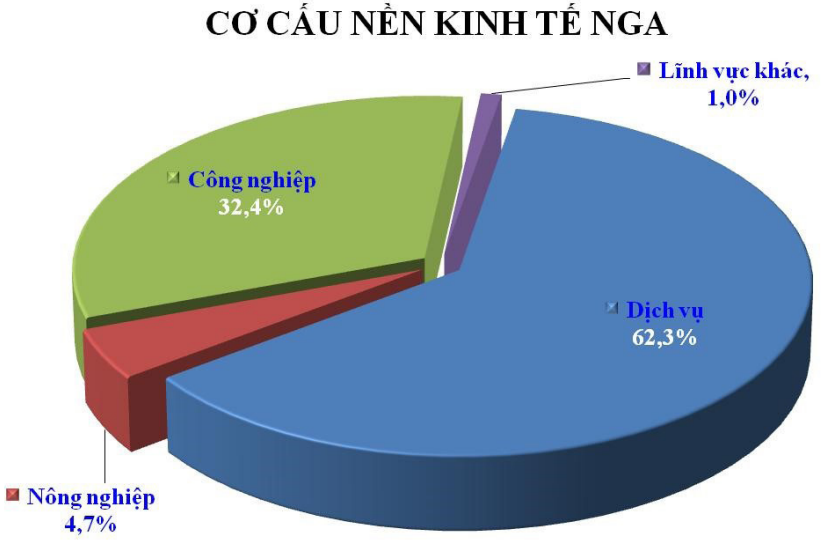
Tôn giáo (ước tính năm 2006)

CƠ CẤU TÔN GIÁO CỦA NGA

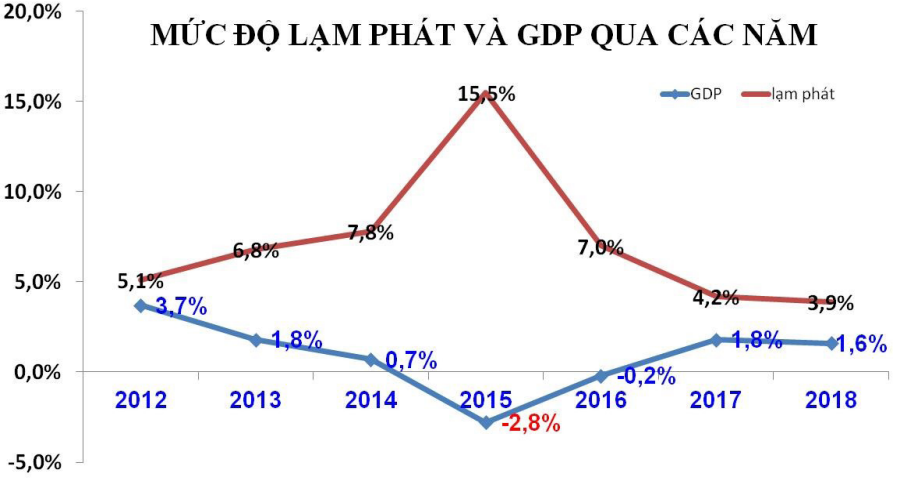


TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

GDP THEO NGÀNH (NĂM 2017)

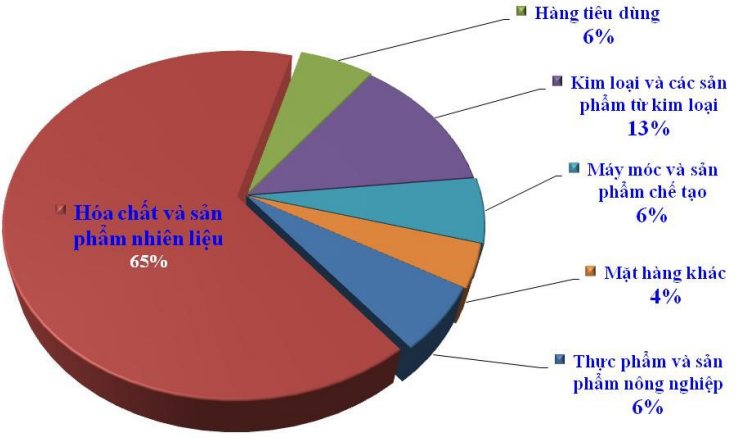


TÌNH HÌNH KINH TẾ CHUNG CỦA NGA QUA CÁC NĂM

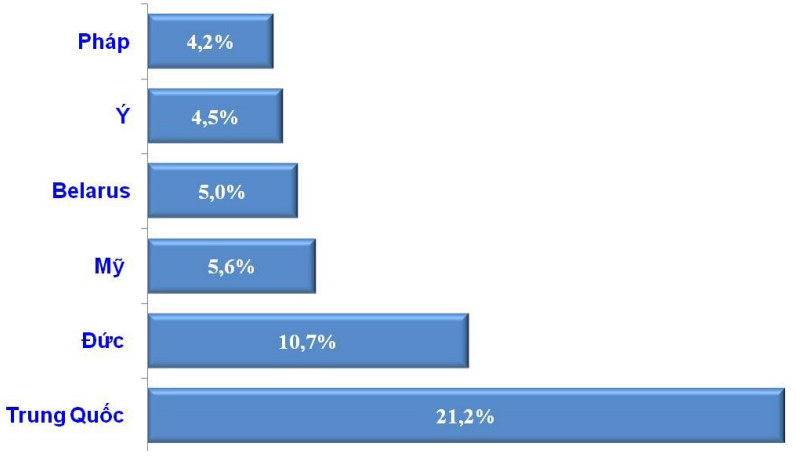


Xuất khẩu: 353 tỷ USD (năm 2017)
Xếp hạng trên thế giới: 14

TỶ TRỌNG HÀNG XUẤT KHẨU CỦA NGA



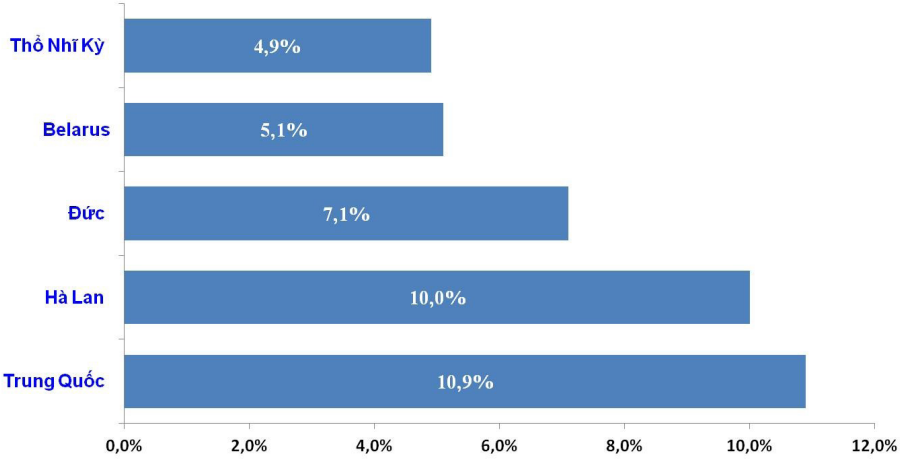
THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU CHÍNH CỦA NGA



Nhập khẩu: Năm 2017 ước đạt 238 tỷ USD, đứng thứ 20 trên thế giới.

Các mặt hàng nhập khẩu chính: Xe cộ, máy móc, dược phẩm, nhựa, bán thành phẩm kim loại, thiết bị và dụng cụ quang học - y tế, hàng tiêu dùng, thịt, hoa quả và các loại hạt, sắt thép.

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA NGA



KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NGA

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

Nước Nga là vùng đất rộng lớn, tài nguyên thiên nhiên thì đa dạng, phong phú, với trên 140 triệu người tiêu dùng, một tầng lớp trung lưu ngày càng gia tăng và các nhu cầu về cơ sở hạ tầng hầu như vô hạn, Nga vẫn là một thị trường đầy hứa hẹn cho các nhà xuất khẩu thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng.

Chính vì thế thị trường Nga đưa ra cả những thách thức và cơ hội đáng kể cho các nhà xuất khẩu nước ngoài có kinh nghiệm. Suy thoái kinh tế 2014 - 2016 của Nga, do giá dầu thấp và sự thiếu cải cách về cơ cấu kinh tế, làm giảm số lượng cả các tập đoàn Nga và người tiêu dùng trung bình. Mặc dù các biện pháp trừng phạt kinh tế từ Mỹ và châu Âu vẫn giữ nguyên, nhưng không có lệnh cấm vận thương mại tổng thể đối với Nga. Chính sách tiền tệ và tài chính chặt chẽ của Nga, cùng với giá dầu cao, Nga trở lại mức tăng trưởng kinh tế 1,54% vào năm 2017. Hơn 1.000 công ty nước ngoài thuộc mọi quy mô tiếp tục kinh doanh tại Nga, với 142 triệu người tiêu dùng, một tầng lớp trung lưu ngày càng tăng và lực lượng lao động có trình độ học vấn cao.

Các công ty nước ngoài nhận xét thị trường Nga là một thị trường dài hạn, mang tính chiến lược, với dân số, tài nguyên thiên nhiên, tầng lớp người tiêu dùng đang phát triển và tiếp cận được lực lượng lao động với chi phí thấp.

Các nhà sản xuất và xuất khẩu nước ngoài sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận thị trường rõ ràng do Nga cam kết không tăng thuế nhập khẩu của bất kỳ sản phẩm nào vượt quá mức đã thỏa thuận. Ngoài ra, còn có cơ hội khác, như:

- Tự do hơn cho ngành xuất khẩu dịch vụ và các nhà cung cấp dịch vụ.
- Các cam kết mạnh mẽ hơn về bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ.
- Hàng nông sản xuất khẩu được xử lý theo các quy tắc.
- Tiếp cận thị trường theo các hạn ngạch thuế quan chuyên biệt cho từng quốc gia cụ thể.
- Cải thiện tính minh bạch trong việc đặt ra các quy tắc liên quan đến thương mại.
- Các cơ chế giải quyết tranh chấp theo WTO hiệu quả hơn.

Nga còn là thành viên của Liên minh hải quan Nga - Belarus - Kazakhstan được thiết lập vào ngày 01/01/2010. Tất cả các biên giới hải quan giữa ba nước đã được bãi bỏ từ ngày 1/7/2011.

Ngày 29/5/2015, Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á - Âu (EAEU - bao gồm Nga, Armenia, Belarus, Kazakhstan và Kyrgyzstan) đã chính thức ký kết Hiệp định Thương mại

Tự do (FTA) Việt Nam-EAEU. Việt Nam là đối tác ký FTA đầu tiên của EAEU và khu vực này hiện vẫn duy trì hàng rào thương mại cao với tất cả các nước còn lại trên thế giới. Do đó, một khi có hiệu lực, FTA này sẽ đem lại lợi thế cạnh tranh đặc biệt cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam với việc là nước duy nhất được hưởng ưu đãi thuế quan theo FTA khi xuất khẩu vào khu vực thị trường này.

Về phía Việt Nam cũng đồng ý mở cửa thị trường có lộ trình cho EAEU đối với một số sản phẩm chăn nuôi, một số mặt hàng công nghiệp gồm máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải...Những nội dung về Sở hữu trí tuệ, Cạnh tranh, Phát triển bền vững... của Hiệp định chủ yếu mang tính hợp tác và không vượt quá những cam kết của Việt Nam trong WTO và tại các FTA đã ký hoặc đang đàm phán, tạo khuôn khổ để hai bên có thể xem xét hợp tác sâu hơn khi thấy phù hợp.

CƠ HỘI TỪ FTA VIỆT NAM - EAEU ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP

Việt Nam hiện đang cùng lúc đàm phán rất nhiều FTA với các đối tác lớn. Mỗi FTA lại đem đến cho doanh nghiệp những cơ hội khác nhau. Riêng đối với FTA Việt Nam – EAEU, doanh nghiệp rất kỳ vọng vào FTA này bởi 3 lý do:

Thứ nhất, EAEU trong đó đặc biệt là Nga là một thị trường rộng lớn mà hiện vẫn tương đối đóng với hàng hoá nước ngoài. Dù đã gia nhập WTO nhưng mức thuế nhập khẩu trung bình vào Nga vẫn còn cao, đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp. FTA Việt Nam - EAEU có thể khai thông hàng rào thuế quan cao này.

Thứ hai, Việt Nam là đối tác FTA đầu tiên của EAEU – khu vực này đã từng đàm phán FTA với một số nước nhưng không đạt được tiến triển và bị đình trệ hoặc hủy bỏ. Vì vậy, nếu ký được FTA với khu vực này, hàng hóa Việt Nam sẽ có lợi thế đặc biệt.

Cuối cùng, cơ cấu sản phẩm giữa Việt Nam và Liên minh hải quan là tương đối bổ sung cho nhau chứ không cạnh tranh trực tiếp nên những tác động bất lợi truyền thống của việc mở cửa thị trường Việt Nam cho đối tác qua FTA sẽ được giảm bớt nhiều.

THÁCH THỨC TỪ FTA VIỆT NAM - EAEU ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP

Theo hiệp định này, Việt Nam sẽ phải mở cửa thị trường trong nước cho khoảng 90% các sản phẩm đến từ các nước EAEU, đặc biệt là các sản phẩm mà khu vực này có thế mạnh xuất khẩu như chăn nuôi, máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải, do đó sẽ tạo

Hội thảo "Tiềm năng hợp tác giữa thành phố Saint Petersburg và thành phố Hồ Chí Minh" do ITPC tổ chức

ra áp lực cạnh tranh đáng kể cho các ngành sản xuất trong nước. Nhưng điều này cũng không quá lo ngại bởi:

Thứ nhất, rất nhiều các sản phẩm trong số này Việt Nam không sản xuất được, phải nhập khẩu.

Thứ hai, với các sản phẩm cạnh tranh trực tiếp, thì thực tế ta cũng đã mở cửa theo các FTA đã có, hoặc dự kiến cũng sẽ mở cửa trong các FTA sắp tới, nên tác động đến các doanh nghiệp trong nước của Hiệp định này, nếu có, thì cũng không phải là cú sốc quá lớn.

Ngoài ra, các cơ hội từ cắt giảm thuế quan cũng có thể khó đạt được do rất nhiều những rào cản phi thuế khác như:

- Yêu cầu về chất lượng sản phẩm tương đối cao, và quan trọng là không thật minh bạch nên rất khó lường.
- Quy trình, thủ tục nhập khẩu tương đối phức tạp và không rõ ràng, không nhất quán ngay trong bản thân nội khối 5 nước của Liên minh, gây rất nhiều trở ngại cho hàng xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này.
- Ngoài ra, còn rất nhiều khó khăn khác như ngôn ngữ tiếng Nga không thông dụng hay thiếu thông tin về đối tác bạn hàng hay cơ chế thanh toán không thuận tiện... mà các doanh nghiệp Việt Nam thực tế gặp phải rất nhiều khi xuất khẩu sang khu vực thị trường này. Mà những rào cản "phi thuế" như thế này thì lại khó có thể giải quyết bằng FTA.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Nga là một quốc gia rộng lớn với nhiều phân khúc thị trường trải rộng khắp 11 múi giờ. Các thị trường chính của Moscow và St Petersburg được đáp ứng tốt và khá cạnh tranh đối với những người mới tham gia thị trường. Tuy nhiên, các thành phố lớn khác như Yekaterinburg, Novosibirsk và Vladivostok có thể không phát triển nhưng có thể nhanh chóng thay đổi đối với một sản phẩm hay một dịch vụ mới được bán ra.

Mặc dù các điều luật kinh doanh đã được cải thiện trong hai thập kỷ qua ở Nga nhưng những điều luật này vẫn còn yếu kém đối với các tiêu chuẩn của phương Tây. Các quy định nặng nề hơn, bảo vệ sở hữu trí tuệ yếu kém, ưu thế và sức mạnh của các doanh nghiệp nhà nước và chính phủ tập trung vào việc địa phương hóa thể hiện qua những thách thức đối với các nhà xuất khẩu nước ngoài.

- Các nhà nhập khẩu và người tiêu dùng Nga rất nhạy cảm với giá cả, họ sẽ hỏi rất nhiều câu hỏi về sản phẩm/ dịch vụ được chào bán.
- Tiếng Anh không được sử dụng rộng rãi, ngay cả ở các thành phố lớn như Moscow và St. Petersburg. Một số ít người Nga có thể đi một quãng đường dài, đặc biệt là trong các bữa ăn mang tính chất bắt buộc khi gặp những mối liên hệ kinh doanh mới.
- Nga là một thị trường rộng lớn về mặt địa lý, trải rộng qua 9 múi giờ và rộng khoảng 17 triệu km^2.
- Cơ sở hạ tầng còn kém phát triển gây ra nhiều thách thức về hậu cần, nhất là việc tiếp cận các thị trường bên ngoài các đô thị lớn.

- Việc quá độ từ nền kế hoạch tập trung chưa hoàn chỉnh đã khiến nền kinh tế kém tính liên kết và sự bất bình đẳng trong phân phối của cải về mặt địa lý lẫn nhân khẩu.
- Thực hiện kinh doanh có thể bị trở ngại do các qui định nặng nề, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ còn yếu, nạn tham nhũng tràn lan và không tôn trọng quy định của pháp luật, áp dụng luật lệ và quy định thiếu nhất quán, thiếu tính minh bạch, vẫn còn sự hiện diện của các doanh nghiệp quốc doanh lớn hoặc các doanh nghiệp do nhà nước khống chế trong các lãnh vực chiến lược của nền kinh tế.
- Việc đầu tư vào các ngành chiến lược của Nga đang đặt dưới sự quản lý chặt chẽ của chính phủ.
- Nhờ các cải cách gần đây, việc thuê mướn các nhân viên nước ngoài đã dễ dàng hơn nhưng hệ thống quản lý nhập cảnh và thị thực còn phức tạp, khiến các thương nhân mất nhiều thời gian và phải kiên nhẫn mới nhận được các giấy phép cần thiết để làm ăn tại Nga.
- Tiếng Anh không được sử dụng rộng rãi, mặc dù loại ngôn ngữ này đang lan rộng, nhất là tại các thành phố lớn.
- Một trong những khó khăn đối với hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nga là thủ tục thanh toán. Hiện nay vẫn còn khá nhiều doanh nghiệp Nga chuyên kinh doanh nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam thường không mở L/C mà chọn phương thức thanh toán trực tiếp, tức là bên mua đặt cọc 20-30% và sẽ trả 70-80% còn lại sau khi nhận được hàng. Phương thức thanh toán này gây rủi ro cao cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, vì có khả năng không thể thu được tiền hàng hoặc bị thanh toán chậm trễ.
- Do đó, theo đại diện của Ngân hàng Liên doanh Việt - Nga, các doanh nghiệp Việt Nam nên chủ động tham khảo, tìm hiểu để lựa chọn những dịch vụ của ngân hàng như các dịch vụ ngân hàng, sản phẩm thanh toán đặc thù phù hợp với thị trường Nga, đồng thời giúp các nhà xuất khẩu xử lý tình huống phát sinh.
- Ngân hàng cũng có chính sách hỗ trợ cho các nhà xuất khẩu trong việc lựa chọn đồng tiền thanh toán là Rúp, USD hay Euro để phòng ngừa rủi ro tỷ giá.
- Ngoài ra, ngân hàng cũng giúp doanh nghiệp hai nước thỏa thuận, thực hiện mở L/C, chuyển tiền thông qua hệ thống ngân hàng thuận lợi.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

- Hãy chuẩn bị đầu tư nhiều về thời gian, nhân sự và vốn đầu tư nhằm đảm bảo thành công.
- Tổ chức hàng đầu có kiến thức sâu rộng về thị trường Nga là Phòng Thương mại.

- Mặt đối mặt trong kinh doanh là một yếu tố quan trọng đối với các đối tác Nga. Qua lại và thông tin liên lạc thường xuyên sẽ giúp doanh nghiệp của bạn phát triển và quản lý những vấn đề không tránh khỏi sẽ phát sinh trong thị trường đang phát triển này.
- Hãy suy nghĩ lâu dài. Nga không phải là thị trường giành chiến thắng nhanh chóng và dễ dàng.
- Phát triển công cuộc kinh doanh tại Nga cần nhiều nguồn lực, cần có những cam kết nghiêm túc về thời gian, nhân sự và vốn.
- Tiến hành nghiên cứu thị trường hoặc phối hợp với dịch vụ tìm kiếm đối tác quốc tế để xác định các cơ hội và các đối tác kinh doanh tiềm năng của Nga.
- Cần tiến hành kiểm tra chu đáo, xác nhận hồ sơ các doanh nghiệp quốc tế thông qua các dịch vụ quốc tế để xác định độ tin cậy của các đối tác kinh doanh.
- Tham vấn các công ty Việt Nam đang hoạt động trên thị trường Nga, cũng như các thương vụ và các tổ chức kinh doanh của nước mình như Phòng Thương mại hoặc Hội đồng kinh doanh phối hợp giữa hai nước.
- Phải thường xuyên liên hệ với các đối tác kinh doanh Nga nhằm bảo đảm sự hiểu biết chung về các mong đợi của đối tác.
- Nên đi lại thường xuyên tới Nga để thiết lập và duy trì các mối quan hệ với các đối tác kinh doanh và nắm bắt được các thay đổi điều kiện thị trường.
- Duy trì khung thời gian dài hạn để thực hiện các kế hoạch và thu lượm được các kết quả khả quan.
- Tuân thủ tất cả luật lệ và quy định của Nga (thuế, hải quan, lao động...) – nên duy trì các cố vấn về thuế, pháp luật và quan hệ với chính quyền.
- Kinh doanh theo đúng luật lệ nước mình cũng như thông lệ kinh doanh quốc tế. Sử dụng tín dụng thư hay những phương tiện tài chính bảo đảm khác, tránh bán hàng trên tài khoản mở. Xem xét khả năng sử dụng nguồn tài trợ của chính phủ cũng như các ngân hàng phát triển địa phương.
- Phát triển các quan hệ công tác với các cấp chính quyền quốc gia, khu vực và địa phương và xem xét tiến hành các chương trình trách nhiệm xã hội của công ty. Kiên nhẫn, bền chí và có tầm nhìn là những chìa khóa cho thành công tại Nga.

TẬP QUÁN, VĂN HÓA KINH DOANH

ITPC cùng doanh nghiệp khảo sát tại thị trường Nga

Cạnh tranh trong thị trường Nga cực kỳ khốc liệt. Nghệ thuật kinh doanh là một yếu tố quan trọng và các công ty nước ngoài phải xác định rõ các lợi thế cạnh tranh và các yếu tố nhằm tạo cho họ một sự khác biệt trên thị trường.

Thiết lập một mối quan hệ cá nhân với các đối tác kinh doanh là một yếu tố quan trọng để đàm phán thành công các dự án lớn, mua sắm chính phủ hay trong phát triển mối quan hệ lâu dài trong kinh doanh. Lên kế hoạch các cuộc họp với các đối tác kinh doanh tiềm năng Nga có thể rất khó khăn. Có thể mất vài tuần để có câu trả lời cho một email, fax hoặc một cuộc điện thoại yêu cầu gặp mặt. Sau khi đã liên hệ, vẫn cần phải kiên nhẫn để xác nhận ngày giờ họp.

Doanh nghiệp khi đến Moscow hoặc St Petersburg được khuyên nên tính toán lịch trình.

Khả năng nói tiếng Nga là điều bắt buộc và nên thuê một thông dịch viên nếu cần. Ngày càng có nhiều các doanh nhân Nga có thể tiếp chuyện xã giao bằng tiếng Anh, tuy nhiên, nhiều người thích tiến hành các cuộc thảo luận bằng tiếng Nga.

Danh thiếp là quan trọng và được trao đổi tự do. Danh thiếp nên có thông tin liên lạc thường xuyên, địa chỉ email và trang web nếu có. Hầu hết doanh nhân nước ngoài ở Nga đều có danh thiếp bằng song ngữ Anh/ Nga (tiếng Anh một bên, tiếng Nga một bên).

Đồ dùng khuyến mại được in bằng tiếng Nga là một công cụ quan trọng để tạo được sự quan tâm đến các sản phẩm của một công ty tại thị trường Nga. Quan trọng là bản dịch phải chính xác và chất lượng. Nhiều công ty quan tâm đến thị

trường Nga đã sử dụng dịch vụ dịch thuật trực tuyến để dịch tài liệu quảng cáo của họ, sau đó mới nhận ra rằng bản dịch có chất lượng kém và không phục vụ được cho mục đích đã dự định. Để có kết quả tốt nhất, nên sử dụng các dịch vụ dịch thuật chuyên nghiệp.

NGÔN NGỮ

Mặc dù người Nga có trình độ ở các thành phố lớn đều nói được tiếng Anh, nhưng bạn cũng nên chuẩn bị để tiến hành công việc bằng tiếng Nga. Những người lần đầu tiên tới Nga rất bất ngờ khi thấy việc tìm được 1 người nói tiếng Anh khó khăn đến thế nào. Các doanh nghiệp nước ngoài nên thuê 1 thông dịch viên có tiếng tăm khi tiến hành các cuộc đàm phán quan trọng. Thiếu các tài liệu bằng tiếng Nga có thể là một bất lợi lớn so với các doanh nghiệp khác.

CHÀO HỎI VÀ ĐÓN TIẾP

Lời chào thể hiện sự thân thiện, tuy nhiên không nên nở nụ cười. Có thể bắt tay (nhưng không bắt buộc) khi chào hỏi hoặc khi ra về. Nên tháo bỏ găng tay trước khi bắt tay. Lưu ý không bắt tay khi đi qua ngưỡng cửa (tín ngưỡng người dân Nga cho rằng hành động này sẽ dẫn đến một cuộc tranh cãi)

NGÔN NGỮ CƠ THỂ

Người Nga rất thích biểu lộ tình cảm, nên họ thường dùng ngôn ngữ cơ thể trong giao tiếp. Người cùng giới hoặc các thành viên trong gia đình thường ôm, vuốt ve, vỗ lưng và thậm chí thơm má. Người Nga thường đứng gần khi nói chuyện. Tuy nhiên, đưa ngón cái qua ngón trỏ và ngón giữa, hoặc làm dấu hiệu OK được coi là cử chỉ thô lỗ.

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Người Nga đánh giá cao sự đúng giờ. Các buổi đàm phán thường bắt đầu đúng thời gian đã định. Thường không có sự ưu ái hay ưu đãi nào trong các vấn đề đàm phán, có nghĩa là hầu như câu trả lời bạn nhận được là "Không". Tuy nhiên, câu trả lời "Không" không có nghĩa là chấm dứt vấn đề. Một người cần thương lượng và kiên trì để đạt được những điều mình muốn từ người Nga.

Danh thiếp kinh doanh rất quan trọng và được dùng rộng rãi ở Nga và được trao đổi trong các cuộc họp kinh doanh. Lễ giới thiệu và nhận danh thiếp kinh doanh là rất quan trọng ở Nga, không nên xem nhẹ. Danh thiếp nên có in những thông tin liên lạc thông thường, địa chỉ email cả website nếu có. Hầu hết các doanh nhân nước ngoài tại Nga thường mang theo danh thiếp song ngữ tiếng Anh/Nga (một bên tiếng Anh, một bên tiếng Nga).

Đại diện của một công ty hay chính phủ Nga thường ngồi ở một bên của bàn đàm phán, và phía đối tác sẽ ngồi ở đối diện. Công ty của bạn nên có một đội ngũ chuyên gia. Các bài thuyết trình nên được chuẩn bị kĩ lưỡng, chi tiết, thực tế và ngắn gọn. Người Nga thường rất am hiểu về các vấn đề kĩ thuật, nhưng lại chưa hiểu đầy đủ về thực tiễn kinh doanh theo lối phương Tây. Bạn nên giải thích rõ ràng các nhu cầu của mình với đối tác là doanh nhân Nga.

Người Nga khó chấp nhận các sai lầm và họ cũng thấy mạo hiểm khi chấp nhận sự sai phạm của mình khi làm ăn với đối tác. Các mối quan hệ cá nhân đóng vai trò quan trọng trong văn hóa kinh doanh của Nga. Các cuộc đàm phán thường diễn ra trong thời gian dài để kiểm chứng sự kiên nhẫn của đối tác.

ĂN UỐNG VÀ GIẢI TRÍ

Khi ăn uống trong nhà hàng, hãy tới đúng giờ. Người Nga là những người chủ hiếu khách và muốn mời khách đến nhà. Họ thường bày biện nhiều thức ăn lên bàn để chứng tỏ sự khoản đãi. Khách nên để lại thức ăn trên đĩa để chứng tỏ họ đã ăn no.

Nếu bạn được mời đến ăn tối ở nhà của người Nga, bạn không nên có một kế hoạch khác sau đó. Thời gian sau bữa ăn nên dành để giao tiếp.

Lời mời đến một buổi tiếp đãi ở Nga là một vinh dự lớn. Không nên từ chối lời mời, đó được coi là thô lỗ vì người Nga rất hiếu khách. Tại các buổi tiếp đãi trang trọng, khách không nên dùng đồ ăn trước chủ nhà. Tại các buổi như vậy, không ai được ra về khi khách danh dự của chủ nhà chưa về. Do vậy, nếu bạn là khách danh dự, không nên ở lại quá lâu.

Nên biết giới hạn khi uống rượu ở Nga. Việc chúc rượu thường kéo dài và mang tính hài hước. Chủ nhà bắt đầu và người khách thường đáp lại. Không uống rượu cho đến khi món bánh mì nướng được mang ra. Sau khi dùng bánh mì, người Nga thích chạm ly rượu với nhau. Tuy nhiên, đừng làm như vậy nếu bạn uống đồ uống không có cồn.

ĂN MẶC

Phần lớn nam và nữ doanh nhân Nga đều mặc áo vest. Đối với phụ nữ, áo đầm, váy hoặc quần đều chấp nhận được. Khí hậu mùa đông ở Nga có thể cực kỳ lạnh, thỉnh thoảng nhiệt độ xuống tới khoảng âm 20° Fahrenheit (âm 28,8^{O}C) ở các thành phố phía Bắc và Siberia; Moscow và St Petersburg cũng có thể khá lạnh, với nhiệt độ trong phòng khoảng mười mấy độ Farenheit. Cần phải mặc quần áo ấm từ tháng 10 đến cuối tháng 4. Trong những tháng mùa đông nên chú ý mặc ấm. Du khách nên mang ủng hoặc giày dép bảo vệ khác vì đường phố và vỉa hè vào mùa đông thường trơn trượt. Mùa hè, mặc dù ngắn, có thể nóng khác thường, và máy điều hoà vẫn còn khá hiếm hoi trong các khách sạn và văn phòng ở ngoại thành.

Một doanh nhân nghiêm túc cần ăn mặc trang trọng và cẩn thận. Mặc trang phục màu sắc tươi sáng quá sẽ khiến bạn trở nên lười nhác và không đáng tin cậy theo quan niệm của người Nga. Nam giới nên mặc complê và thắt cà vạt. Nữ giới nên mặc đầm hoặc đồ công sở.

QUÀ TẶNG

Một món quà nhỏ trong kinh doanh là thích hợp, nhưng trị giá món quà cần phù hợp với cấp bậc của doanh nhân Nga mà bạn làm việc cùng. Theo nguyên tắc chung, không nên tặng một món quà có thể dễ kiếm ở Nga. Khi đến thăm một nhà ở Nga có thể mang theo một món quà cho người chủ nhà, hoặc một món quà cho trẻ nhỏ cũng được đánh giá cao ở Nga.

ẨM THỰC

Hầu hết người Nga thường ăn một bữa điểm tâm đầy đủ với bánh kếp hoặc cháo đặc vốn có nhiều calo, cùng với pho mát và kem chua. Bữa ăn trưa thường được ăn trong khoảng từ 1 đến 4 giờ chiều. Bữa ăn tối theo kiểu truyền thống thường chỉ bao

gồm zakuski và trà. Người Nga rất hay ăn súp. Súp bắp cải, ăn với một bánh kem chua thật to vốn là món ăn chính của người Nga hai nghìn năm nay. Trong khi đó Ukha, là súp cá, là biểu tượng của lòng mến khách của người Nga. Người Nga không quan niệm rằng phải là một món súp lớn có nhiều thịt mới là bữa ăn chính. Các món ăn chính thường chế biến từ thịt, thường là thịt bò, thịt cừu, hay thịt heo, đôi khi kèm với nấm, kem chua hay nước sốt pho mát. Thịt cũng được dùng trong món Pelmeny, một dạng bánh bao của Nga.

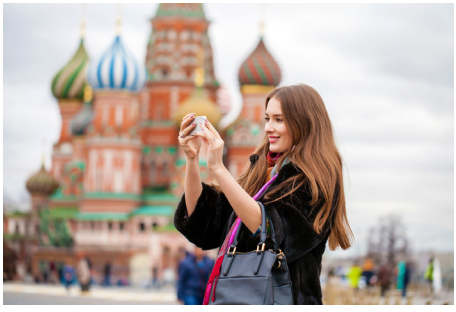
Hầu hết các quán ăn đều có nhiều món khác nhau cho khách lựa chọn và những nhà hàng cũng có những món ăn chay hấp dẫn, chẳng hạn như món đậu hầm hay món cà tím nhồi. Cá đã được ướp là món khai vị phổ biến, trong khi cá tươi, thường là cá hồi, cá tầm hay cá peeca-thường là món ăn chính trong các nhà hàng có uy tín.

Một bữa ăn tại một khách sạn hoặc nhà hàng hàng đầu tại Moscow và St Petersburg có thể rất đắt theo các tiêu chuẩn Âu Mỹ. Tuy nhiên, tại các thành phố này ngày càng có nhiều các nhà hàng rẻ hơn như pizza, và các cơ sở thức ăn nhanh. Đồ ăn Nga có thể hơi nhạt nhẽo do không hạp khẩu vị, nhưng nhiều du khách lại thấy món ăn Caucasus, Georgia và Uzbek có những nét tương phản thú vị. Bất kể khi ở thành phố hoặc khách sạn nào, chỉ nên dùng nước đóng chai không đá. Ẩm thực châu Á và các nhà hàng sushi đang trở nên phổ biến. Bất kể thành phố hay khách sạn được khuyến khích cung cấp nước đóng chai không có đá. Tiền boa thường là 10% cho một hóa đơn dịch vụ tốt.

LỜI KHUYÊN

Người Nga rất tự hào về văn hóa của họ và luôn thích nói chuyện về âm nhạc, nghệ thuật, văn học. Hiểu biết về các lĩnh vực này được người Nga đánh giá cao. Hãy học tiếng Nga! Học ngôn ngữ mang lại nhiều hiệu quả cho cá nhân, công ty của bạn. Hãy cố gắng học ít nhất một vài câu tiếng Nga đơn giản. Người Nga đánh giá cao nỗ lực của người học tiếng nói của họ.

ĐỐI XỬ VỚI PHỤ NỮ



Phụ nữ thường hay bị hoài nghi xem xét, và họ phải tự chứng minh bản thân họ. Trước khi tiếp cận, nên có một đồng nghiệp trung lập giữa hai bên gửi thư giới thiệu bạn. Danh thiếp nên ghi rõ trình độ học vấn và cấp bậc. Một khi xác lập được khả năng và vị trí của mình, bạn sẽ gặp ít vấn đề hơn.

Nên nữ tính, cho phép đàn ông mở cửa ra vào, châm điếu thuốc...cho bạn. Đừng nghĩ như vậy là cổ hủ, nên tôn trọng văn hóa lịch sự của đối tác người Nga.

Nữ doanh nhân nước ngoài có thể tận dụng ưu thế nữ giới với đối tác là nam người Nga. Doanh nhân nam người Nga có thể chấp nhận một vài điều đối tác nữ không tuân thủ để chứng tỏ phép lịch thiệp của nam giới, tuy nhiên, điều này không được chấp nhận với nam doanh nhân nước ngoài.

Nữ giới có thể mời một nam doanh nhân Nga đi ăn uống và trả tiền hóa đơn. Tuy nhiên có một vài trường hợp người Nga coi đó là hành động tán tỉnh.

LOGISTICS TẠI NGA

GIAO THÔNG

Một số hãng hàng không nội địa có thể không có hệ thống đặt vé trước mà chỉ bán vé bằng tiền mặt ở sân bay. Tuy nhiên, do việc hợp nhất của các hãng hàng không Nga và sự phổ biến ngày càng tăng của hoạt động bán hàng trên Internet, việc đặt mua vé trước trên mạng đang ngày càng trở nên phổ biến.

Các chuyến bay thường sẽ bị hủy nếu số ghế trống chiếm hơn 30%. Du khách cần luôn luôn mang theo hộ chiếu. Các chuyến bay ở miền tây Nga thỉnh thoảng thất thường nhưng nhìn chung thường đúng theo lịch trình; chất lượng dịch vụ được cải thiện từng ngày. Các chuyến bay ở miền Viễn Đông Nga đôi khi bị hoãn, hủy vào các tháng mùa đông vì tuyết và sương mù.

Các hãng hàng không quốc tế của Nga như Aeroflot, Transaero thường dùng các trang thiết bị phương Tây và có tiêu chuẩn cao hơn các hãng nội địa. Moscow có 3 sân bay lớn (Sheremetyevo, Domodedov và Vnukovo); sân bay thứ tư, Bykovo, chủ yếu dành cho vận chuyển hàng hóa và các chuyến bay khẩn. Các chuyến bay quốc tế tới Moscow đều thông qua Sheremetyevo và Domodedov. Hầu hết các chuyến bay quốc tế đáp xuống Sheremetyevo-2 trong khi Sheremetyevo-1 đón các chuyến bay nội địa.

Du khách có thể chuyển tiếp đến các thành phố khác của Nga từ sân bay Shremetyevo, Vnukovo hay Domodedov. Tuy nhiên, thời gian di chuyển giữa các sân bay hoặc đến trung tâm thành phố có thể lên tới 3 tiếng, bởi vì cần dành nhiều thời gian để kiểm tra hộ chiếu, thông quan, và lấy hành lý. Việc đưa vào sử dụng các xe lửa Aeroexpress kết nối trực tiếp với tốc độ cao từ từng sân bay đến trung tâm thành phố (35-45 phút đi lại) giúp giảm bớt rất nhiều thời gian di chuyển. Ở St. Peterburg có 2 sân bay Pulkovo-1 (nội địa) và Pulkovo-2 (quốc tế).

Di chuyển bằng xe lửa ở Nga nhìn chung rất đáng tin cậy và thuận tiện vì các ga nằm trong trung tâm thành phố. Từ St. Peterburg đến Moscow, du khách thường lựa chọn các chuyến tàu đêm. Tuy nhiên, hành khách đi 1

mình nên để mắt tới các tài sản quý giá của mình và khóa cửa cabin (nếu ở toa nằm) vì các vụ móc túi thường xảy ra. Để có các tuyến tàu lửa nhanh hơn giữa Moscow và St Petersburg, du khách có thể tham gia tàu SAPSAN tốc độ cao, mất khoảng 04 tiếng.

Thời tiết khắc nghiệt, chế độ bảo dưỡng thất thường và thói quen lái xe ẩu làm tình trạng giao thông ở Nga rất phức tạp. Người lái xe, và khách bộ hành nên chú ý cẩn thận để phòng tránh tai nạn.

Ở Moscow và St. Petersburg, tàu điện ngầm là phương tiện đi lại rất hiệu quả và rẻ tiền. Tuy nhiên, đối với những người không nói được tiếng Nga, sẽ có những khó khăn nếu không chuẩn bị trước lộ trình. Nên mang theo bản đồ xe điện ngầm và học bảng chữ Cyrillic. Ứng dụng bản đồ metro Yandex rất hữu ích cho người nước ngoài. Taxi có thương hiệu xuất hiện ngày càng nhiều ở Moscow và St. Petersburg.; và các ứng dụng trực tuyến chẳng hạn như Uber và GetTaxi, được sử dụng rộng rãi ở các thành phố lớn.

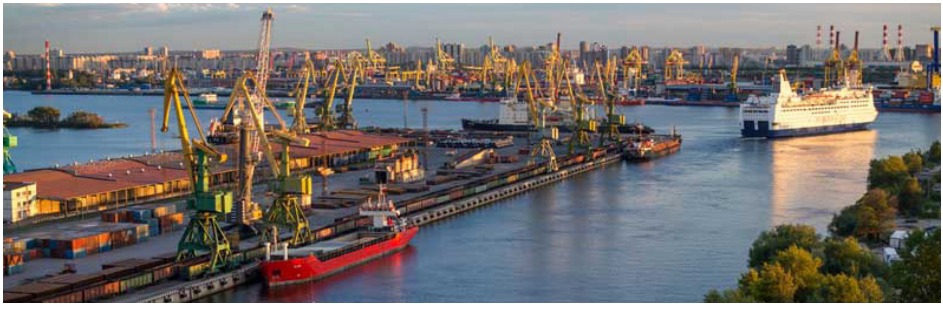
Doanh nhân công tác ngắn hạn ở Nga nên thuê xe và tài xế cho các chuyến đi xa hoặc thuê taxi thông qua khách sạn cho các chuyến đi ngắn hơn. Dịch vụ thuê xe là 1 lựa chọn khác mới xuất hiện vài năm gần đây, mặc dù lái xe ở Nga sẽ khá khó khăn cho những người chưa từng đến đây.

VIỄN THÔNG

Mức độ phát triển về internet đang ngày càng tăng ở Nga. Các số liệu gần đây cho thấy 50% dân số sử dụng internet thường xuyên. Các nhà cung cấp dịch vụ email và tìm kiếm bằng tiếng Nga lớn nhất là mail.ru, Rambler, Yandex. Internet và các dịch vụ liên quan hiện có mặt rộng rãi ở các thành phố lớn. Wi-Fi ngày càng có sẵn trong các nhà hàng, khách sạn, cửa hàng và không gian công cộng trên khắp nước Nga mặc dù chủ yếu ở Moscow, St. Petersburg và các thành phố lớn khác. Hiện tại. có 6.000 điểm kết nối đang hoạt động tại Nga, chủ yếu nằm ở Moscow, St. Peterburg và các thành phố lớn khác. Dịch vụ WIMAX kết hợp với Wi-fi đóng vai trò quan trọng trong bước phát triển của công nghệ kết nối internet không dây.

Dịch vụ di động được cung cấp theo các chuẩn GSM, CDMA-450, AMPS và DAMPS. GSM đang thống trị thị trường, chiếm 80% thị trường. Các nhà mạng lớn trên thị trường bao gồm Mobile Telesystem (MTS), Vimpelcom (Beeline) và Megafon. Các cuộc gọi đường dài có thể được thực hiện ở bất cứ đâu trong thành phố với dịch vụ điện thoại IP, hoặc Skype, nếu có internet. Một người có thể mua một thẻ SIM di động cho các cuộc gọi điện thoại liên tỉnh hoặc quốc tế với mức giá đặc biệt. Để tiết kiệm tiền cho các cuộc gọi quốc tế và trong nước, bạn có thể mua điện thoại nội bộ khoảng 30 USD và thẻ SIM nội bộ với giá 5 USD.

VẬN TẢI ĐƯỜNG BIỂN



Với hơn 37.000 km bờ biển và biên giới trên biển bao gồm Thái Bình Dương, Biển Baltic, Biển Đen và Caspi, Nga phát triển mạnh hệ thống giao thông đường biển. Trong thực tế, hơn 60% thương mại quốc tế của Nga được vận chuyển bằng tàu chở hàng đường biển.

Các cảng container của Nga đạt 3,99 triệu TEUs (năm 2016) đã tăng 1,4% so với những năm trước đó.

Một số cảng chính của Nga

- **Cảng St. Petersburg:** Được biết đến với cái tên "the Big Port". Là cảng lớn nhất của Nga ở phía Tây Bắc, một cửa ngõ hàng hóa vào Nga. Đây cũng là cảng lớn nhất của vùng biển Baltic, là cửa ngõ để hàng hóa vào vùng Scandinavia và cả Châu Âu. Cảng St. Petersburg có dịch vụ rất tốt và kết nối với nhiều hệ hống đường bộ, sân bay và xe lửa của Nga.
- **Cảng Novorossiysk:** Nếu cảng St. Petersburg được gọi là "Big", thì cảng Novorossiysk xứng đáng với tên gọi là "Giant – Khổng lồ". Cảng nằm trên Biển Đen, là trung tâm hàng đầu của Nga về xuất khẩu ngũ cốc. Cảng Novorossiysk có tổng cộng 43 bến trên diện tích 959 km^2. Độ sâu từ 4,5 mét đến 24 mét. 180 km^2 không gian lưu trữ kết hợp với 62,2 km^2 của các cơ sở kho bãi hàng hóa. Cảng Novorossiysk cho phép tiếp cận Biển Đen và xa hơn nữa với các tuyến vận chuyển đến châu Âu, Trung Đông, Bắc Phi, châu Á và thậm chí Nam Mỹ. Về mặt kinh tế, đây là một trong những cảng quan trọng nhất của Nga, vì Nga là nước xuất khẩu ngũ cốc lớn nhất thế giới.
- **Cảng Vladivostok:** Vladivostok là một trong những cảng lớn nhất trên bờ biển Thái Bình Dương của Nga. Hiện nay hàng hóa nhập vào Nga theo con đường này được hưởng rất nhiều ưu đãi. Từ năm 2015, cảng Vladivostok đã được hưởng chế độ cảng miễn thuế trong vòng 70 năm. Ngoài việc miễn giảm thuế, các thủ tục kiểm tra và thông quan hợp lý hiện đang là lợi thế mà cảng Vladivostok hiện đang được hưởng. Cảng nằm gần Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản, khu vực Đông Nam Á khiến nó

trở thành một trung tâm lý tưởng cho các giao dịch thương mại. Cảng Vladivostok được trang bị kho bãi hiện đại, xử lý hàng hóa nhanh chóng và là một trong những cảng được trang bị tốt nhất ở vùng Viễn Đông Nga.

VẬN TẢI ĐƯỜNG SẮT

Các tuyến đường sắt đóng một vai trò quan trọng trong vận tải hàng hóa tại Nga. Xét về doanh thu vận tải hàng hóa bằng đường sắt, Nga đứng thứ ba thế giới. Hệ thống đường sắt của Nga có tổng chiều dài hơn 83.000 km với hơn 1,22 tỷ tấn hàng hóa đã được vận chuyển (2016). Trong năm 2017, đà tăng trưởng này vẫn được tiếp tục. Hệ thống đường sắt của Nga trải dài từ bờ biển Baltic đến Thái Bình Dương.

DỊCH VỤ Y TẾ

Như mọi quốc gia khác, du khách chỉ nên uống nước đã đun sôi hoặc đóng chai, trừ khi ở Moscow. Ở Moscow và St. Petersburg có nhiều các phòng khám y, nha khoa của phương Tây có dịch vụ khám và chăm sóc khá tốt. Trong các trường hợp khẩn cấp phải chuyển viện bằng máy bay thì chi phí rất đắt đỏ, trong 1 số khu vực ở Nga có thể lên tới 100.000 USD.

Du khách nên mua bảo hiểm y tế bao gồm chi phí chuyển viện. Du khách lớn tuổi hoặc người có tiền sử bệnh là những người có rủi ro cao nhất.

GIỜ ĐỊA PHƯƠNG, GIỜ LÀM VIỆC VÀ CÁC NGÀY LỄ

Tại Nga có 09 múi giờ. Thời gian được tính từ +2 tiếng theo GMT tại Kalinigrad đến +11 tiếng trên Kamchatka và Chukota. Giờ Moscow và St.Petersburg là +3 theo GMT.

Moscow đi trước 07 giờ so với Giờ Chuẩn Đông vào mùa hè và 08 tiếng đồng hồ trước Giờ Chuẩn Đông vào mùa đông.

Nga thay đổi giờ (daylight savings time) vào ngày Chủ Nhật cuối cùng của tháng 3 và tháng 10 lúc 2:00 sáng. Hầu hết các công ty và văn phòng làm việc từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều. Nhiều trung tâm mua sắm và siêu thị mở cửa từ 10 giờ sáng đến 8 giờ tối. Ngày càng có nhiều các chuỗi siêu thị mở cửa 24 giờ, 7 ngày mỗi tuần.

Du khách nên biết rằng rất ít giao dịch được thực hiện từ giữa tháng 12 đến tháng 1. Hầu hết các doanh nghiệp nghỉ từ Tết Tây (1/1) đến Giáng Sinh của đạo Chính Thống (7/1). Các cơ quan Nhà nước, doanh nghiệp, báo chí đều nghỉ trong khoảng thời gian này.

CÁC QUY ĐỊNH VÀ TIÊU CHUẨN THƯƠNG MẠI

THUẾ NHẬP KHẨU

Tháng 8/2012, Nga trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), giảm mức thuế suất cam kết trung bình đối với hàng công nghiệp và hàng tiêu dùng, từ mức 10% năm 2011 xuống còn 7,8% vào năm 2017. Hơn 1/3 dòng thuế đã nhận được mức cam kết cuối cùng khi gia nhập, trong khi 1/4 việc cắt giảm thuế sẽ được từng bước thực hiện qua giai đoạn chuyển tiếp 3 - 7 năm. Thời gian thực hiện dài nhất là 7 năm đối với ô tô, trực thăng và hàng không dân dụng (tức là 2019) và 8 năm đối với thịt gia cầm (năm 2020).

Ngoài thuế hải quan, thuế tiêu thụ đặc biệt hàng nhập khẩu có thể được áp dụng cho các loại hàng hoá bị hạn chế, như hàng xa xỉ, rượu, các sản phẩm thuốc lá, ô tô, dầu diesel, dầu động cơ, và các sản phẩm dầu mỏ khác. Thuế tiêu thụ đặc biệt hàng nhập khẩu có mức từ 20% đến 570%.

Thuế Giá trị gia tăng (VAT) được áp dụng cho tổng giá trị hải quan, thuế hải quan và bất kỳ khoản thuế tiêu thụ đặc biệt nào. Thuế GTGT hải quan của Nga được tính bằng với thuế suất thuế doanh thu của Nga - thường là 18% đối với hầu hết hàng hóa, vật liệu và dịch vụ. Loại hàng hóa bị hạn chế (ví dụ dược phẩm, sản phẩm dành cho trẻ em, một số sản phẩm thực phẩm) phải chịu thuế VAT 10%, trong khi một số loại (ví dụ như các sản phẩm y học và thiết bị y tế) có thể được miễn thuế GTGT.

Sản phẩm Việt Nam có mặt tại thị trường Nga

CÁC YÊU CẦU NHẬP KHẨU VÀ CHỨNG TỪ

Biểu thuế quan hài hoà CU đã có hiệu lực vào ngày 01/01/2010, và bộ Luật Hải quan thống nhất đã áp dụng từ ngày 01/07/2010. Hai tài liệu này hiện đang điều tiết khu vực hải quan kết hợp này. Liên minh Hải quan (CU) tiếp tục thực hiện các qui định mới chi phối cấu trúc, biểu thuế quan, cũng như xác định việc chia sẻ doanh thu và tổ chức các qui trình hậu cần cho hàng hóa.

Các nhà nhập khẩu được yêu cầu phải hoàn thành tờ khai thuế quan của Nga cho mỗi mặt hàng nhập khẩu. Một tờ khai phải được hỗ trợ bởi các tài liệu sau: hợp đồng, hồ sơ thương mại như hoá đơn thương mại và danh sách bao bì, hồ sơ vận chuyển, giấy phép nhập khẩu, giấy chứng nhận TR TS (quy định kỹ thuật về an toàn kỹ thuật), giấy chứng nhận xuất xứ, giấy chứng nhận vệ sinh, giấy chứng nhận và cấp phép nhập khẩu (ví dụ đối với các sản phẩm có công nghệ mã hóa), và các văn bản xác nhận tính hợp pháp của người khai báo/người môi giới/nhà nhập khẩu.

Tính đến năm 2014, cơ quan Hải quan Nga không còn yêu cầu phải nộp các chứng nhận riêng lẻ hoặc các bản khai tuân thủ kỹ thuật riêng như là một phần của quá trình thông quan, do thông tin chỉ được khai báo trong mục 31 của tờ khai hải quan điện tử. Tuy nhiên, trong thực tế, các quan chức hải quan có thể yêu cầu nộp riêng lẻ các tài liệu này, đặc biệt đối với các mặt hàng bị kiểm soát.

Tại Nga, giấy phép nhập khẩu do Bộ Công thương ban hành theo quy định về việc cấp đã được phép thống nhất của EAEU. Các khoản thanh toán hải quan thường bao gồm: thuế hải quan nhập khẩu/xuất khẩu, các loại thuế, lệ phí hải quan. Một số hàng hoá cũng có thể yêu cầu thanh toán phí sử dụng hoặc phí sinh thái mới, được đưa ra vào ngày 01/01/2015.

Các nhà nhập khẩu được yêu cầu phải hoàn thành một tờ khai hàng hóa cho hải quan Nga đối với mỗi mặt hàng nhập khẩu. Tờ khai phải được kèm với các chứng từ sau: các hợp đồng, các chứng từ thương mại như hoá đơn thương mại và phiếu đóng gói, chứng từ vận tải, giấy phép nhập khẩu (nếu có), giấy chứng nhận sự phù hợp và/hoặc an toàn (xem "sản phẩm tiêu chuẩn" dưới đây), chứng nhận xuất xứ (nếu có), giấy chứng nhận vệ sinh (nếu có), giấy phép nhập khẩu và giấy phép cho các sản phẩm có chứa công nghệ mã hóa, và các văn bản xác nhận tính hợp pháp của người khai/nhà môi giới/nhà nhập khẩu.

Ngoài ra, quy định kiểm soát tiền tệ đòi hỏi phải cấp phát một "hộ chiếu giao dịch" cho cả hàng xuất khẩu và nhập khẩu để đảm bảo rằng thu nhập ngoại tệ mạnh được chuyển về nước Nga. Các quy định này cũng đảm bảo rằng việc chuyển các khoản ngoại tệ mạnh thanh toán cho hàng nhập khẩu là cho hàng hoá thực sự nhận được và đúng giá trị.

YÊU CẦU NHÃN MÁC

Nói chung, Hải quan Nga sẽ yêu cầu thông tin cụ thể về sản phẩm, theo mục 31 trên tờ khai hải quan (ví dụ: tên, nhãn hiệu, nhà sản xuất, quốc gia xuất xứ, thành phần, v.v...)

Theo Quy định Kỹ thuật (TR) cụ thể áp dụng cho các loại sản phẩm, các yêu cầu ghi nhãn và dán nhãn bổ sung thường được thống nhất giữa các quốc gia thành viên của EAEU đối với các sản phẩm nhập khẩu. Khi cần thiết, chứng nhận dán logo chính thức ("EAC") phải được áp dụng cho mỗi sản phẩm, bao bì, hoặc hướng dẫn sử dụng (theo quy định thích hợp của TR) và phải được nhìn thấy rõ ràng trong suốt thời gian sử dụng sản phẩm. Dấu "EAC" xác nhận sự phù hợp với TR bởi EAEU và chỉ nên sử dụng các sản phẩm đã được chính thức kiểm nghiệm và thông qua bởi các cơ quan cấp giấy chứng nhận chính thức công nhận.

Nhãn trên các mặt hàng thực phẩm phải nêu các thông tin sau đây bằng tiếng Nga:

- Loại và tên của sản phẩm;
- Địa chỉ pháp lý của nhà sản xuất (có thể ghi bằng mẫu tự Latinh);
- Trọng lượng/khối lượng của sản phẩm (nếu hàng được bảo quản trong chất lỏng, trọng lượng không có khối lượng chất lỏng);
- Hàm lượng thực phẩm (tên của các thành phần/ phụ gia cơ bản, được liệt kê theo thứ tự trọng lượng giảm dần);

- Giá trị dinh dưỡng (năng lượng, sinh tố nếu có hàm lượng đáng kể hoặc nếu sản phẩm dành cho trẻ em, cho y tế, hoặc để ăn kiêng);
- Điều kiện tồn trữ;
- Ngày hết hạn (hoặc ngày sản xuất và thời gian lưu trữ);
- Hướng dẫn chế biến hàng bán thành phẩm hoặc thực phẩm cho trẻ em;
- Thông tin cảnh báo về các hạn chế và các tác dụng phụ;
- Các điều kiện sử dụng.

Nhãn trên các mặt hàng không phải thực phẩm phải bao gồm:

- Tên của sản phẩm;
- Quốc gia xuất xứ và tên của nhà sản xuất (có thể ghi bằng mẫu tự La tinh);
- Hướng dẫn sử dụng;
- Các đặc điểm chính, quy tắc và điều kiện để sử dụng sản phẩm hiệu quả và an toàn;
- Các thông tin khác do cơ quan quản lý nhà nước quyết định.

Nên đặt ký hiệu Rostest trên nhãn cho các sản phẩm có giấy chứng nhận Rostest và vệ sinh dịch tễ học phù hợp. Quy định này được áp dụng cho cả mặt hàng thực phẩm và không phải thực phẩm.

XUẤT NHẬP KHẨU

Việc nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa ở Nga được thực hiện theo quy định của Luật Liên bang về "Quy chế Chính phủ về các hoạt động Thương mại Quốc tế " của năm 2003, trong đó quy định việc áp dụng hạn ngạch, giấy phép và hạn chế tạm thời khác cho các hoạt động đó. Giấy phép nhập khẩu được cấp bởi Bộ Công Thương Nga hay các chi nhánh khu vực của Bộ, và được Cơ quan Hải quan Nhà nước kiểm soát. Giấy phép cho các loại vũ khí thể thao và vật dụng tự vệ được cấp phát bởi Bộ Nội vụ.

Một số mặt hàng khác cần giấy phép: hợp kim; thảm; máy truyền hình màu (14, 21, và 25-inch); vũ khí thể thao và chiến đấu; rượu ethyl; chất nổ; thuốc men; thuốc thú y; thiết bị quân sự và mật mã; các kim loại quý; vật liệu và chất thải phóng xạ; các vật dụng tự phòng vệ; đá; chất độc và chất ma tuý (phục vụ y học); thuốc lá; rượu Vodka và các loại đồ uống có cồn khác; thịt gia cầm; thịt gia súc, ướp lạnh và đông lạnh; thịt heo; các phương tiện kỹ thuật nhằm thu lượm thông tin; các chất gây hại cho tầng ozôn; hóa chất bảo vệ thực vật; loài cá tầm, kể cả trứng cá caviar; tôm càng; động thực vật hoang dã, ngà voi, san hô; các loại gỗ quí; các vật có giá trị văn hóa.

Việc xuất nhập khẩu hàng hoá ở Nga được thực hiện theo danh mục thống nhất các mặt hàng bị cấm hoặc hạn chế nhập khẩu vào EAEU (Liên hiệp Kinh tế Á Âu).

SỬ DỤNG ĐẠI LÝ HAY NHÀ PHÂN PHỐI

Trải rộng qua 9 múi giờ, Nga là nước rộng lớn nhất thế giới. Vì vậy nhiều doanh nghiệp có xu hướng tiếp cận thị trường Nga theo từng khu vực. Hầu hết những người mới đều bắt đầu ở thủ đô Moscow rồi sau đó mới di chuyển tới các khu vực thông qua nhà phân hối hiện hữu hoặc là tìm kiếm các nhà phân phối mới tại các địa phương. Vì cả Moscow và thành phố St. Petersburg là những trung tâm kinh doanh và dân số lớn, nhiều hãng phương Tây có các đại diện tại những nơi này.

Một số công ty đã thâm nhập thị trường Nga thành công bằng cách khởi đầu việc phân phối tại các khu vực chính khác trước tiên, vì các đặc tính thị trường và sự tập trung các ngành công nghiệp (như ngành gia công đồ gỗ ở tây bắc nước Nga, các dự án năng lượng tại Sakhalin và tây Siberia), rồi sau đó mở rộng sang những nơi khác. Các kênh phân phối được tổ chức tốt thường được hình thành tại vùng phía tây nước Nga, nhất là tại Moscow và St. Petersburg và được tiếp tục phát triển nhanh chóng tại vùng phía nam nước Nga, khu vực Volga, Urals, Siberia và Viễn Đông.

Để thành công tại Nga, điều quan trọng là phải chọn các đối tượng bán hàng và các nhà phân phối một cách cẩn thận.

Có 4 phương án cơ bản khi chọn lựa một kênh phân phối:

➢ **Đại lý**

Các công ty nước ngoài tại Nga ít khi nào chỉ dựa vào dịch vụ của một đại lý. Tuy nhiên, các nhà phân phối và các văn phòng đại diện thường tuyển dụng các đại lý tại các vùng thuộc Nga để quảng bá sản phẩm của họ.

➢ **Nhà phân phối**

Chiến lược thâm nhập thị trường phổ biến nhất là chọn lựa một nhà phân phối tốt hoặc nhiều nhà phân phối (tùy loại sản phẩm). Các công ty nước ngoài có thể xem xét nhiều nhà phân phối cấp quốc gia, cấp vùng và cấp địa phương. Trong một số chủng loại sản phẩm (như là quần áo, mỹ phẩm, thực phẩm đóng gói, thức uống có cồn, hàng điện tử tiêu dùng, và hàng gia dụng), các nhà cung ứng nước ngoài có thể chọn từ số các nhà phân phối vững mạnh đang ngày càng tăng. Một nhà phân phối tốt sẽ bán và chuyển sản phẩm của các nhà cung ứng nước ngoài tới người sử dụng cuối cùng và/hoặc cho thị trường bán lẻ và có nhiều dạng hỗ trợ hậu cần như thông quan, trữ hàng trong kho, quản lý hàng tồn, ...

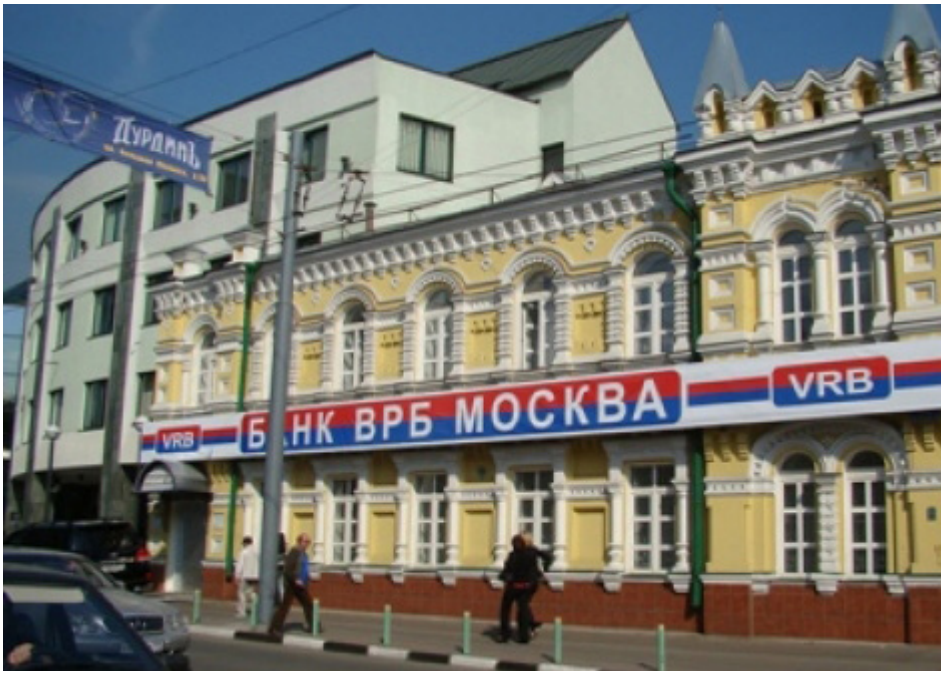
➢ **Văn phòng đại diện/chi nhánh**

Một số nhà sản xuất nước ngoài, ngoài việc sử dụng nhà phân phối, đã thành lập văn phòng đại diện riêng của mình.

Ưu điểm chính của việc mở văn phòng đại diện là các công ty nước ngoài có được mối liên lạc trực tiếp với những người sử dụng cuối cùng của họ và kiểm soát việc quảng bá và phân phối các sản phẩm của họ. Tuy nhiên, theo Bộ luật Dân sự Nga, các văn phòng như vậy có thể không được trực tiếp tham gia hoạt động thương mại. Thay vào đó, họ chỉ giám sát mạng lưới phân phối và / hoặc các đại lý thực hiện các chức năng thương mại. Cách tiếp cận này giúp các nhà cung cấp nước ngoài kiểm soát tốt hơn quá trình phân phối và giúp giảm thiểu rủi ro.

Do Văn phòng đại diện không thể tham gia vào các hoạt động thương mại, Văn phòng chi nhánh đã trở nên ngày càng phổ biến hơn. Theo Luật Đầu tư Nước ngoài năm 1999, các công ty nước ngoài có thể tham gia vào các hoạt động thương mại thông qua các chi nhánh được thành lập hợp pháp.

Một số nhà sản xuất nước ngoài, đặc biệt là trong các lãnh vực mỹ phẩm, dược phẩm, thiết bị tiêu dùng, hàng lâu bền và các sản phẩm công nghiệp, đã đăng ký thành lập các công ty con sở hữu toàn phần tại Nga. Sau đó, họ bán trực tiếp cho các công ty riêng của họ đăng ký tại Nga, công ty này sẽ nhập khẩu cho đối tác riêng của mình. Cách tiếp cận này giúp nhà cung ứng kiểm soát hoàn toàn sự phân phối và giúp giảm hơn nữa các rủi ro tiềm tàng từ việc lập hoá đơn giả và những việc sai trái bất thường khác mà người nhập khẩu và phân phối độc lập đôi khi phạm phải.



Trụ sở ngân hàng liên doanh Việt Nam - Nga (VRB) tại Moscow

KHUYẾN NGHỊ CHUNG

Các nhà xuất khẩu nước ngoài nên nuôi dưỡng mối quan hệ cá nhân với các đại diện và khách hàng Nga để tiến triển dần dần và để đảm bảo rằng các đại diện và khách hàng Nga có kế hoạch dự phòng khi có vấn đề phát sinh. Nên đề phòng hoạt động rủi ro của đại diện công ty chỉ đến Nga 01 hoặc 02 lần, chọn một đại diện, công nhận đại diện độc quyền và sau đó nhanh chóng tiến hành ký gửi hàng hóa hoặc bán hàng trả dần mà không cần thiết lập trước lịch sử thực hiện và thanh toán. Ngoài ra, các nhà xuất khẩu cũng được cảnh báo rằng sẽ phải chịu trách nhiệm chính trong việc đăng ký nhãn hiệu của mình tại Nga và không được nhờ cậy đối tác địa phương. Cuối cùng, điều quan trọng là phải cung cấp cho đối tác Nga thông tin về sản phẩm và các tài liệu tiếp thị bằng ngôn ngữ của Nga. Những điều này có thể được chuẩn bị ở các quốc gia xuất khẩu hoặc được thực hiện cùng với đối tác Nga.

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NGA

QUAN HỆ NGOẠI GIAO

Ngày 30/01/1950, Việt Nam Dân chủ Cộng hòa và Liên bang Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Xô viết (Liên Xô) chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao.

Ngày 16/6/1994, Việt Nam và Liên bang Nga ký Hiệp ước về những nguyên tắc cơ bản của quan hệ hữu nghị giữa Cộng hòa xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và Liên bang Nga, đặt nền móng và cơ sở pháp lý cho quan hệ trong giai đoạn phát triển mới.

Ngày 01/03/2001, Việt Nam và Nga ký Tuyên bố chung về quan hệ Đối tác chiến lược.

Ngày 27/7/2012, Việt Nam và Nga ra Tuyên bố chung về tăng cường hơn nữa quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện.

CỘNG ĐỒNG NGƯỜI VIỆT NAM TẠI LIÊN BANG NGA

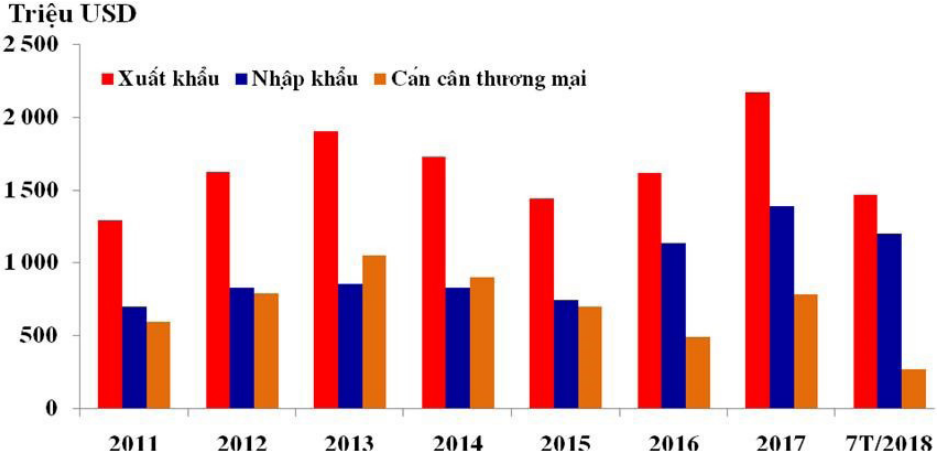
Do yếu tố lịch sử và trên cơ sở quan hệ hữu nghị giữa hai nước, cộng đồng người Việt Nam (khoảng 60 - 80 nghìn người) đã tồn tại và làm ăn, sinh sống tại Nga gần hai thập kỷ. Tuy có vấn đề địa vị pháp lý còn chưa rõ ràng ổn định, nhưng nhìn chung, người Việt không bị kỳ thị và phân biệt đối xử. Năm 2004, Hội người Việt Nam tại Liên bang Nga được thành lập với mục đích tập hợp, đoàn kết, bảo vệ và hỗ trợ cộng đồng trong các hoạt động làm ăn, sinh sống ở nước sở tại; đẩy mạnh hoạt động nhằm góp phần củng cố, phát triển tình hữu nghị tốt đẹp giữa nhân dân hai nước Việt Nam và Liên bang Nga; tích cực động viên cộng đồng hướng về quê hương, đất nước.

Cho đến nay, Hội đã có 3 tiểu ban hoạt động là Tiểu ban Đối ngoại - Văn hóa - Xã hội, Tiểu ban Pháp luật - An ninh, Tiểu ban Kinh tế - Tài chính và 20 chi hội cơ sở trên khắp các vùng miền của nước Nga. Hai nước Nga – Việt đã ký và hoàn tất việc phê chuẩn 03 Hiệp định liên quan đến bảo hộ công dân: Hiệp định về lao động có thời hạn, Hiệp định hợp tác đấu tranh chống di cư bất hợp pháp và tạo thuận lợi cho di cư hợp pháp và Hiệp định nhận trở lại công dân tạo cơ sở pháp lý cho cộng đồng ta cư trú hợp pháp ở Nga và mở ra triển vọng hợp tác trong lĩnh vực sử dụng lao động.

QUAN HỆ HỢP TÁC KINH TẾ - THƯƠNG MẠI

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Liên bang Nga trong 7 tháng năm 2018 đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất kể từ năm 2012 đến nay.

Tổng trị giá xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Liên bang Nga trong 7 tháng từ đầu năm 2018 đạt 2,67 tỷ USD, tăng mạnh 34,2% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Nga đạt 1,47 tỷ USD, tăng 21% so với cùng thời gian năm 2017 và nhập khẩu hàng hóa có xuất xứ Nga đạt 1,2 tỷ USD, tăng tới 55%.



Thống kê về trị giá xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Liên bang Nga giai đoạn 2011-2017 và 7 tháng/2018

Hàng nhập khẩu từ Nga, như phân bón, sắt thép, thiết bị xăng dầu... chiếm tới 80% cơ cấu hàng Việt Nam nhập khẩu từ thị trường này, sẽ được hưởng lợi vì nước ta áp thuế nhập khẩu thấp.

Xuất siêu của Việt Nam với Liên bang Nga thu hẹp trong 7 tháng từ đầu năm 2018

Thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy kể từ năm 2011 đến nay, cán cân thương mại giữa Việt Nam với Liên bang Nga luôn có xu hướng thặng dư. Trong 7 tháng từ đầu năm 2018, cán cân thương mại giữa hai nước tiếp tục xuất siêu về phía Việt Nam, đạt 265 triệu USD. Như vậy so với cùng kỳ năm trước, mức xuất siêu này đã giảm tới 39% nguyên nhân chủ yếu do tốc độ tăng trị giá nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Nga nhanh hơn tốc độ tăng xuất khẩu sang Nga.

Nga là đối tác thương mại quan trọng, nằm trong tốp 20 thị trường xuất nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam

Thống kê dưới đây cho thấy, 7 tháng từ đầu năm 2018 Nga là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 24 của Việt Nam trong khi đó ở chiều ngược lại Nga là nguồn hàng nhập khẩu lớn thứ 15 của các doanh nghiệp Việt Nam. Như vậy, tính tổng thể trong 7 tháng năm 2018, Nga là đối tác thương mại lớn thứ 19 của Việt Nam.

Tỷ trọng và thứ hạng trị giá hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu giữa Việt Nam - Nga trong 7 tháng năm 2018

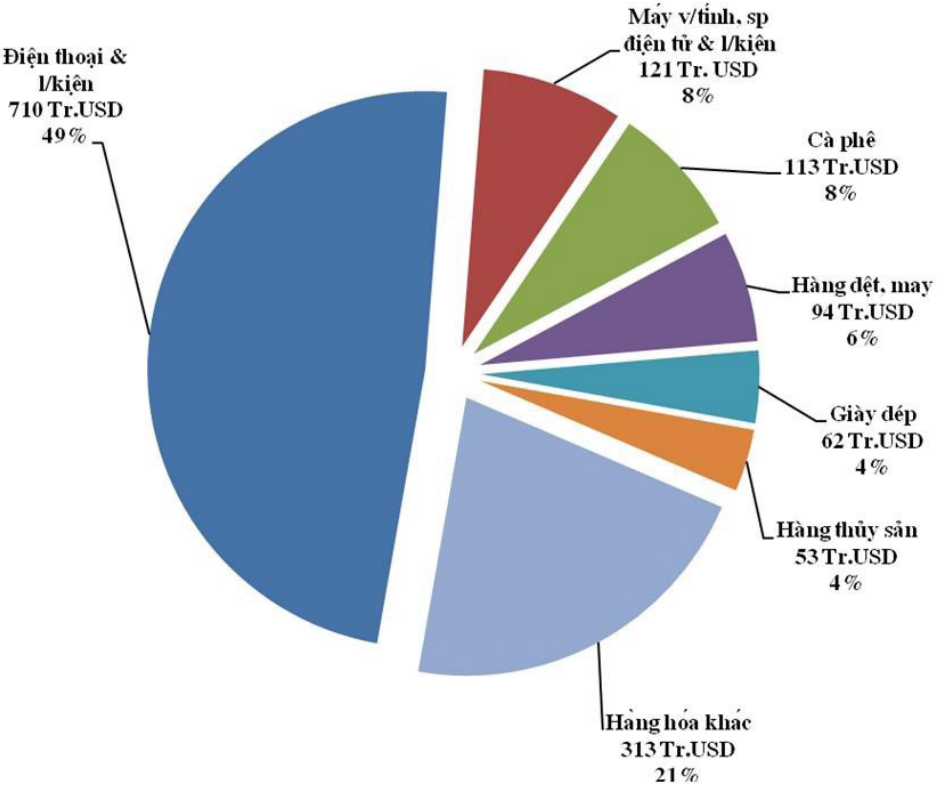
Chỉ tiêu	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất nhập khẩu
Tỷ trọng so với tổng trị giá của Việt Nam (%)	1,1	0,9	1,1
Thứ hạng trong tổng số các thị trường của Việt Nam	24	15	19
Thứ hạng trong tổng số các thị trường châu Âu của Việt Nam	8	2	6

Ghi chú: Tỷ trọng trong tổng trị giá xuất khẩu, nhập khẩu và trị giá xuất nhập khẩu của Việt Nam với thế giới.

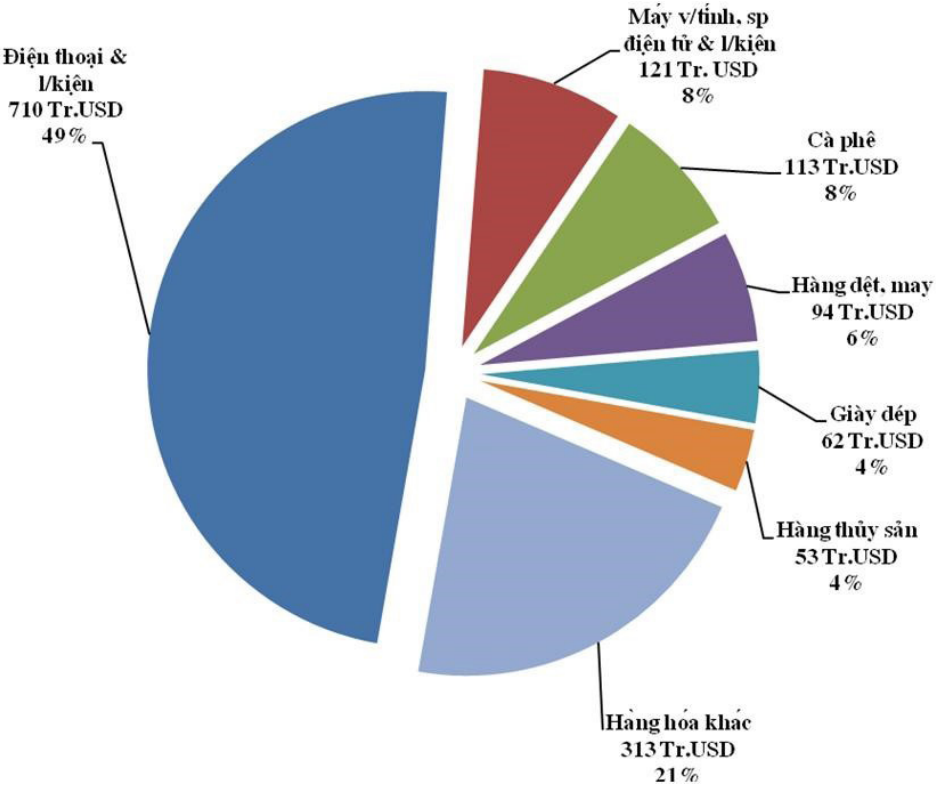
Với các hoạt động xúc tiến thương mại trong thời gian qua, ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam có hoạt động xuất nhập khẩu với quốc gia ở phía Bắc lục địa Á Âu này. Số lượng các doanh nghiệp Việt Nam có hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu với Nga trong năm 2017 là 2,2 nghìn doanh nghiệp và trong 7 tháng năm 2018, con số này đã là 2.042 doanh nghiệp.

Lúa mì là nhóm mặt hàng được các doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ Liên bang Nga trong 7 tháng năm 2018 với trị giá đạt 358 triệu USD, gấp 32 lần so với cùng kỳ năm trước và chiếm gần 30% tổng trị giá nhập khẩu của Việt Nam từ quốc gia này. Tính chung tổng trị giá nhập khẩu của 6 nhóm hàng đứng đầu đã chiếm 75% tổng trị giá nhập khẩu vào Việt Nam của các mặt hàng có xuất xứ từ Nga.

Biểu đồ: Trị giá và tỷ trọng các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Liên bang Nga trong 7 tháng năm 2018



Biểu đồ: Trị giá và tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Liên bang Nga trong 7 tháng năm 2018



Cho đến nay, một số mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam như hàng nông sản, thủy sản, dệt may, da giày, đồ gỗ... đang được xuất chủ yếu sang thị trường truyền thống khác như Nhật Bản, EU, Mỹ... Tuy mang lại nguồn ngoại tệ đáng kể nhưng nhiều mặt hàng trong số đó chỉ là gia công, còn phụ thuộc quá lớn vào hệ thống phân phối của nước ngoài nên lợi nhuận thu về thấp. Trong khi đó, thị trường Nga rộng lớn, giàu tiềm năng, có thể đem lại lợi nhuận cao thì chưa được khai thác hết.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến thực trạng trên là do các doanh nghiệp Việt Nam và LB Nga đều chưa nắm rõ được thông tin về luật pháp, chính sách đầu tư nói chung của nước sở tại. Bên cạnh đó, thủ tục hải quan, vấn đề thanh toán, tiếp thị, tìm kiếm khách hàng, xây dựng và mở rộng hệ thống phân phối là những trở ngại không nhỏ đối với các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sang Nga.

- Thị trường Nga tuy tiềm năng nhưng hiện cũng tồn tại không ít khó khăn. Trong đó, những khó khăn lớn nhất là thủ tục thanh toán không thuận lợi, thiếu hụt thông tin nghiên cứu sâu về thị trường, không có văn phòng đại diện, hệ thống phân phối chưa phù hợp, thiếu một địa điểm kinh doanh ổn định, tập trung và uy tín v.v ...
- Thị trường Nga là một thị trường rộng lớn, thời gian vừa qua, hầu hết hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nga mới chỉ tới được thành phố lớn, thêm vào đó, thị trường Nga lại có nhu cầu tiêu thụ cao đối với những mặt hàng mà Việt Nam hoàn toàn có khả năng xuất khẩu.

Hội thảo "Tiềm năng hợp tác giữa thành phố Saint Petersburg và thành phố Hồ Chí Minh" do ITPC tổ chức

- Thị trường Nga là một thị trường khá dễ tính, không đòi hỏi hàng hoá phải đảm bảo chất lượng cao như các thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản...Chính vì vậy, hàng hoá của Việt Nam dễ xâm nhập thị trường bạn hơn. Tuy nhiên, hàng Việt Nam cũng cần phải cải tiến chất lượng thì mới có thể cạnh tranh được với hàng hoá của các nước khác trên thị Nga.
- Người Việt đang kinh doanh tại Nga đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quan hệ thương mại hai nước. Nhiều trung tâm thương mại của Người Việt đã ra đời và hoạt động rất hiệu qủa tại Nga như: Togi, Sông Hồng, Bến Thành và gần đây nhất là Trung tâm thương mại Hà Nội – Moscow.
- Trong lĩnh vực du lịch, hai nước cũng đã có bước phát triển khởi sắc trong năm qua. Cùng với việc Việt Nam đơn phương bỏ visa cho công dân Nga tới Việt Nam trong

thời hạn 15 ngày và trước những biến động phức tạp trên một số thị trường du lịch truyền thống của khách du lịch Nga như Trung Đông, Bắc Phi, Thổ Nhĩ Kỳ, Thái Lan..., lượng khách Nga đi du lịch sang Việt Nam ngày một tăng.

- Để bắt kịp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và gia tăng kim ngạch xuất khẩu vào các thị trường khác, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa nhiều chủng loại hàng hóa đến từ nhiều quốc gia khác nhau, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam phải chủ động hơn nữa trong việc phát triển kênh phân phối hàng hóa của mình. Các doanh nghiệp cần mở chi nhánh, văn phòng đại diện, mở showroom để giới thiệu trực tiếp sản phẩm của mình đến với khách hàng.
- Ngoài ra, với việc Nga đang tích cực triển khai chiến lược phát triển Siberia và vùng Viễn Đông, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có thêm cơ hội tham gia đầu tư, phát triển tại Nga. Chính phủ Nga cam kết có chính sách và ưu đãi đặc biệt để các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào khu vực này trong các lĩnh vực như may mặc, giày dép, thủy sản, đồ gỗ...
- Bên cạnh những thuận lợi cũng có những khó khăn mà khó khăn lớn nhất là khả năng thanh toán của thị trường Cộng đồng các Quốc gia Độc lập (SNG) nói chung và thị trường Nga nói riêng. Hiện khả năng tài chính của nhiều doanh nghiệp Nga còn hạn chế, chưa đủ khả năng thanh toán theo thông lệ quốc tế, do đó thường yêu cầu doanh nghiệp Việt Nam thanh toán theo hình thức trả chậm 6 tháng đến 1 năm. Ngược lại, khi xuất khẩu hàng sang Việt Nam, doanh nghiệp Nga yêu cầu đặt tiền

Tổ hợp trung tâm thương mại - khách sạn Hà Nội Moscow tại Nga

trước. Trong khi đó, doanh nghiệp Việt Nam cũng trong tình trạng thiếu vốn nên yêu cầu thanh toán sau khi nhận hàng.

- Khó khăn thứ 2 là trở ngại trong thanh toán tiền hàng giữa hai nước. Các ngân hàng của Nga không dễ cho mở L/C, đồng thời phí mở L/C rất đắt, ngân hàng Việt Nam chưa có chế độ hỗ trợ cho doanh nghiệp trong bán hàng trả chậm cho Nga. Đây là một cản trở khá lớn trong buôn bán giữa hai nước trong thời gian qua.
- Vận tải cũng là một cản trở trong quan hệ thương mại hai nước. Đội tàu từ thời Liên Xô cũ đã hoàn toàn tan rã, hiện nay phương tiện vận chuyển chủ yếu là container, tuy nhiên chi phí khá cao. Hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Nga, do phải vận chuyển qua các cảng Châu Âu rồi mới vòng lại Nga, hoặc tới cảng Vladivostok rồi đi theo tuyến đường xuyên Nga từ Đông sang Tây nên chi phí vận chuyển lớn hơn so với hàng vận chuyển từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Iran, Ấn Độ.
- Bên cạnh đó, thị trường Nga còn áp dụng những rào cản kỹ thuật bằng thuế quan và phi thuế nhằm bảo hộ sản xuất trong nước (ví dụ đưa ra lệnh cấm hoặc hạn chế nhập khẩu đối với một số mặt hàng như nông – thủy sản, thịt đông lạnh...). Các quy định của thị trường Nga đối với hàng hóa nhập khẩu rất chặt chẽ, qui định về quản lý tài chính và tín dụng khá phức tạp. Việc trao đổi hàng hóa giữa hai nước chủ yếu do các doanh nghiệp tư nhân và tư thương người Việt ở Nga thực hiện, nên hoạt động manh mún và thiếu bài bản. Chính phủ Nga chủ trương bảo hộ mậu dịch, tăng thuế nhập khẩu, áp dụng hạn ngạch, tạo dựng hàng rào phi thuế...

Vào ngày 05/10/2016, FTA giữa EAEU và Việt Nam có hiệu lực. Vào ngày 28/12/2016, Nga, Kazakhstan, Armenia và Kyrgyzstan đã ký thỏa thuận bắt đầu đàm phán với Iran, Ấn Độ, Ai Cập và Singapore về FTA. Belarus cũng sẽ ký hiệp định này. Nhờ EAEU, các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể chọn 01 trong 05 quốc gia thành viên nhận được cả 2 phê chuẩn, dưới hình thức giấy chứng nhận đăng ký và tờ khai hoặc giấy chứng nhận sự phù hợp đối với các loại sản phẩm áp dụng Quy định Kỹ thuật EAEU (TR).

Theo hiệp định, Việt Nam sẽ bãi bỏ ngay thuế nhập khẩu đối với hơn 59% mặt hàng từ EAEU, trong đó có sản phẩm thịt, bột mỳ, rượu, thiết bị cơ khí, sản phẩm thép... Thuế suất đối với 30% mặt hàng khác sẽ được giảm dần về 0% trong giai đoạn quá độ.

Hiệp định Việt Nam - EAEU bao quát khá toàn diện trên nhiều lĩnh vực, từ chất lượng hoá thương mại, phát triển bền vững, sở hữu trí tuệ; hạng mục "mua sắm Chính phủ" cũng được mở để sau này có thể phát triển bổ sung. Vì vậy, các mặt hàng như dệt may, nông thủy sản, da giày... của Việt Nam chắc chắn cũng có nhiều lợi thế khi xuất khẩu vào 5 nước thuộc liên minh nhờ được miễn, giảm thuế quan. Các mặt hàng của Việt Nam được kỳ vọng có mức tăng trưởng xuất khẩu cao vào thị trường EAEU là nông sản, cá, gạo, trái cây, rau quả, sản phẩm dệt may, da giày, đồ gia dụng....

Ngoài giá cả thì hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang EAEU cũng đối diện không ít thách thức. Điểm hình như đối với mặt hàng gạo, EAEU chỉ cho Việt Nam mức hạn ngạch xuất khẩu là 10.000 tấn/năm với thuế suất 0% và áp dụng mức thuế suất tối huệ quốc (MFN) ngoài hạn ngạch thay vì 0%. Như vậy, lợi thế cho gạo là không nhiều, bên cạnh đó nhu cầu của các nước thuộc Liên minh tùy theo sản lượng hàng năm, không theo quy luật ổn định.

Về mặt hàng chè, Hiệp định không cam kết giảm thuế đối với chè xanh đóng gói dưới 3 kg. Cà phê, hồ tiêu chỉ áp dụng thuế 0% với nguyên liệu thô từ Việt Nam. Như vậy có thể thấy, các mặt hàng chè, hồ tiêu và cà phê, những thế mạnh của Việt Nam, muốn xuất khẩu mang lại giá trị cao thì phải chế biến sâu nhưng các sản phẩm này chỉ được hưởng lợi thuế 0% ở những sản phẩm thô, còn chế biến sâu không được hưởng lợi.

Đối với các sản phẩm gỗ mức thuế suất khẩu đồ gỗ giảm từ 15% xuống 0% đồng thời áp dụng cơ chế "phòng vệ ngưỡng" và một số sản phẩm không cam kết. Liên minh cũng áp dụng cơ chế phòng vệ đặc biệt với các nhóm đồ gỗ Việt Nam đang có thế mạnh như đồ gỗ trong nhà bếp, phòng ngủ, phòng khách, văn phòng (nếu xuất khẩu sang Liên minh dưới hạn mức trong danh mục sẽ được hưởng thuế suất 0%; nếu trên hạn mức sẽ bị điều tra tác động thị trường nội địa và có thể áp dụng mức thuế MFN hiện hành).

Với các mặt hàng dệt may, đa phần thuế sẽ giảm từ 10% xuống 0% (trong đó 36% dòng thuế xóa bỏ hoàn toàn khi hiệp định có hiệu lực). Đồng thời, phía EAEU cũng áp dụng cơ chế "phòng vệ ngưỡng" và một số sản phẩm không cam kết.

Trong cơ chế phòng vệ đặc biệt, mức khởi đầu để áp dụng mức thuế 0% được tính bằng 1,5 khối lượng xuất khẩu trung bình trong 3 năm gần đây, nếu Việt Nam xuất khẩu quá lượng này thì EAEU sẽ tiến hành điều tra và quyết định xem có áp dụng thuế suất MFN hay không, nếu có thì thời gian áp dụng có thể kéo dài từ 6 tháng, nếu trong thời gian xem xét ra quyết định áp dụng thuế MFN mà lượng hàng của Việt Nam xuất khẩu vượt quá 150% mức "phòng vệ ngưỡng" thì thời gian áp dụng có thể kéo dài thêm 3 tháng nữa.

Về giày dép, trong Hiệp định FTA Việt Nam-EAEU, mức thuế suất thuế nhập khẩu giày dép sẽ giảm từ 10% xuống 0%, đồng thời phía EAEU cũng áp dụng cơ chế "phòng vệ ngưỡng" và một số sản phẩm không cam kết. Mặt hàng giày thể thao, giày thể dục, là các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn trong lĩnh vực giày dép đã hưởng thuế suất 0% khi Hiệp định có hiệu lực nếu đáp ứng mô tả hàng hóa trên giấy chứng nhận xuất xứ, mở ra cơ hội lớn cho ngành giày dép Việt Nam. Tuy nhiên, yêu cầu của EAEU đặt ra là không được phép chia nhỏ lô hàng, cho nên việc vận dụng lợi thế về thuế dự kiến là khó khăn, bởi các hãng giày lớn thường đưa hàng đến các điểm trung chuyển lớn ở châu Âu, từ đó mới phân phối sang EAEU.

Đối với ngành thủy sản, phía Liên minh cam kết mở cửa có lộ trình đối với 95% tổng số dòng thuế, tối đa trong 10 năm (trong đó hơn 71% dòng thuế được xoá bỏ hoàn toàn

ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, tương đương 100% tổng kim ngạch xuất khẩu trung bình trong 3 năm từ 2010-2012 của Việt Nam vào EAEU), 5% dòng thuế còn lại là các mặt hàng Việt Nam không có thế mạnh xuất khẩu.

Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất thuế nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam giảm từ 10% xuống còn 0%, trong đó có nhóm hàng thủy sản chế biến của Việt Nam...

Hiệp định FTA Việt Nam - EAEU cho phép bên nhập khẩu tạm ngừng ưu đãi thuế quan nếu phát hiện có gian lận xuất xứ hoặc nước xuất khẩu không hợp tác xác minh xuất xứ một cách có hệ thống. Bên nhập khẩu áp dụng ngừng ưu đãi theo từng bước đối với lô hàng vi phạm; đối với hàng hoá của các doanh nghiệp có liên quan; đối với toàn bộ hàng hoá giống hệt theo phân loại danh mục hàng hoá (HS cấp độ 8-10 số) nếu các biện pháp trước không đủ để ngăn chặn các hành vi gian lận.

Thời gian áp dụng tạm ngừng ưu đãi là 04 tháng và được phép gia hạn 03 tháng. Do đó, doanh nghiệp cần phân biệt Điều khoản Tạm dừng cho hưởng ưu đãi nêu trên và Điều khoản Từ chối cho hưởng ưu đãi. Điều khoản Từ chối cho hưởng ưu đãi chỉ áp dụng đối với lô hàng có nghi ngờ gian lận xuất xứ tại thời điểm nhập khẩu. Quy định này không áp dụng đối với hàng hóa liên quan hoặc doanh nghiệp liên quan. Lô hàng sẽ được hưởng thuế quan ưu đãi sau khi có kết quả xác minh đạt xuất xứ theo Hiệp định FTA Việt Nam - EAEU.

Quy định về hợp tác hành chính, Hiệp định yêu cầu cơ quan có thẩm quyền hai bên thông báo mẫu con dấu của tổ chức được ủy quyền cấp Giấy chứng nhận xuất xứ theo Hiệp định (C/O EAV). Đây là một bước tiến so với nhiều FTA mà Việt Nam đã ký trước đây. Quy định mới này tạo thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong quá trình thông quan hàng hóa, sự khác biệt về mẫu chữ ký không còn là nguyên nhân khiến C/O bị ngi ngờ tính xác thực.

Riêng Quy định về mức linh hoạt, Hiệp định cho phép áp dụng nguyên tắc linh hoạt 15% tính theo giá FOB đối với đơn vị sản phẩm hoặc bộ sản phẩm. Ví dụ, một bộ sản phẩm gồm nhiều sản phẩm đơn lẻ vẫn được coi là có xuất xứ khi 15% trị giá tổng sản phẩm không đạt xuất xứ. Mức linh hoạt này là 15% tính theo giá xuất xưởng trong khuôn khổ GSP và 10% theo giá FOB tại các FTA Việt Nam đã tham gia.

Các dòng hàng áp dụng tiêu chí giá trị gia tăng VAC (Value Added Content) chủ yếu ở mức 40% trị giá FOB, tương đương hàm lượng giá trị khu vực RVC (Regional Value Content) 40% trong các FTA Việt Nam ký cùng ASEAN. Riêng một số mặt

hàng cần bảo hộ như máy móc, ô tô, VAC áp dụng là 50-60% FOB. Các dòng hàng áp dụng tiêu chí công đoạn sản xuất cụ thể gồm máy móc, phương tiện, sắt thép, dệt may...

ĐẦU TƯ

Tính đến năm 2016, Liên bang Nga đã có 6 dự án trong lĩnh vực dầu khí với tổng vốn đầu tư là 531 triệu USD; chiếm hơn 50% tổng vốn FDI đăng ký của Nga tại Việt Nam.

Các nhà đầu tư Liên bang Nga đã đầu tư vào 13/18 ngành trong hệ thống phân ngành kinh tế của Việt Nam, trong đó vốn đầu tư tập trung chủ yếu vào ngành khai khoáng. Liên bang Nga có 7 dự án trong lĩnh vực này với tổng vốn đầu tư là 581,2 triệu USD (chiếm 55% tổng vốn đầu tư của Liên bang Nga tại Việt Nam).

Đứng thứ hai là lĩnh vực dịch vụ lưu trú và ăn uống với 7 dự án và 203,6 triệu USD vốn đầu tư (chiếm hơn 19% tổng vốn đầu tư của Liên bang Nga tại Việt Nam). Đứng thứ ba là lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo với 34 dự án và 133,8 triệu USD vốn đầu tư (chiếm 12,7% tổng vốn đầu tư của Liên bang Nga tại Việt Nam).

Thống kê cho thấy, khi đầu tư vào Việt Nam, vốn đầu tư của Liên bang Nga đa số tập trung vào hình thức liên doanh với gần 500 triệu USD trên tổng số 39 dự án (chiếm 44,6% tổng vốn đầu tư của Liên bang Nga tại Việt Nam).

Hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh có 4 dự án với 381,2 triệu USD vốn đăng ký (chiếm 36,2% tổng vốn đăng ký của Liên bang Nga tại Việt Nam). Hình thức 100% vốn nước ngoài có 68 dự án với tổng vốn đầu tư là 201,5 triệu USD (chiếm 19% tổng vốn đăng ký của Liên bang Nga tại Việt Nam).

TIỀN TỆ

Tiền tệ của Nga là đồng Rúp. Đồng Rúp cũng là một loại tiền tệ quốc gia ở Liên Xô và Đế quốc Nga. Mã theo tiêu chuẩn ISO 4217 là RUB, theo kỹ thuật số là 643. Một Rúp bao gồm 100 Kopecks.

Đồng Rúp là loại tiền tệ quốc gia lâu đời nhất trên thế giới sau đồng bảng Anh. Các đơn vị tiền tệ của các quốc gia khác đã nhiều lần thay đổi tên của họ. Ở Nga, đồng Rúp đã được sử dụng từ thế kỷ 13.

Ngày nay, bạn có thể tìm thấy các loại tiền giấy đang lưu hành sau đây: 10 Rúp (gần như hết lưu hành và hiếm), 50 Rúp, 100 Rúp, 500 Rúp, 1000 Rúp, 5000 Rúp. Ngoài ra còn có các đồng tiền: 10 Kopecks, 50 Kopecks, 1 Rúp, 5 Rúp, 10 Rúp. Vào mùa thu năm 2017, tiền giấy mới là 200 và 2000 Rúp được đưa vào lưu thông.

Đồng Rúp (và đô la, nếu cần) có thể rút được từ các máy ATM của ngân hàng được kết nối với hệ thống PLUS và CIRRUS bằng thẻ ghi nợ/tín dụng Mỹ. Không nên sử dụng thẻ tín dụng/ghi nợ cho việc mua bán nhỏ hoặc tại các máy ATM độc lập (những máy không nằm trong ngân hàng).

ATM phổ biến ở các thành phố lớn hơn, mặc dù đã có một số trường hợp trộm cắp từ số thẻ được sử dụng trong các hệ thống này.

YÊU CẦU THỊ THỰC

Chính phủ Nga yêu cầu thị thực và giấy phép cư trú đối với doanh nhân và nhà đầu tư. Giấy phép lao động và giấy phép cư trú phải được gia hạn theo định kỳ - một quá trình rườm rà nhưng luôn đòi hỏi luật sư địa phương.

Khách du lịch có kế hoạch tham gia các cuộc họp kinh doanh, đàm phán giao dịch, hoặc thuyết trình kinh doanh khi ở Nga phải nêu rõ điều này trên đơn xin thị thực và xin thị thực thích hợp. Đã có một số trường hợp công dân nước ngoài đang bị giam giữ và / hoặc bị trục xuất vì xin thị thực không chính xác, thường là tiến hành kinh doanh trong khi có thị thực du lịch. Ngoài ra, cần phải đăng ký với chính quyền địa phương khi ở lại Nga hơn 07 ngày làm việc.

Chính phủ Nga yêu cầu thị thực và giấy phép cư trú cho các doanh nghiệp và nhà đầu tư. Giấy phép cư trú và lao động phải được gia hạn định kỳ - đây là một quá trình phức tạp.

YÊU CẦU XUẤT NHẬP CẢNH

Chính phủ Nga vẫn duy trì một chế độ cấp visa hạn chế và phức tạp cho người nước ngoài tham quan, quá cảnh, cư trú tại Liên bang Nga. Một công dân nước ngoài không tuân thủ luật visa Nga có thể bị bắt giữ, phạt, và/hoặc bị trục xuất. Chính quyền Nga sẽ không cho phép một công dân nước ngoài với một thị thực hết hạn rời đất nước, mà sẽ giữ họ lại tối đa 20 ngày, cho đến khi được cấp thị thực mới.

Công dân nước ngoài cũng nên lưu ý rằng luật lệ của Nga về visa và nhập cư thay đổi thường xuyên, và việc thực hiện quy định mới không phải lúc nào cũng minh bạch hay dự đoán trước được; nên tham khảo ý kiến với đại sứ quán hoặc một chuyên gia di trú để được hỗ trợ trong các vấn đề phức tạp hơn liên quan đến cư trú và công việc.

MỘT SỐ ĐỊA CHỈ CẦN THIẾT

- **Đại sứ quán Việt Nam tại Nga**
  Địa chỉ: 119021 Moscow, Russia. Bolshaya Pirogovskaya,13
  ĐT thường trực: +7 499-245-0925 Email:vnemb.ru@gmail.com
  Website: https://vnembassy-moscow.mofa.gov.vn/vi-vn/Trang/default.aspx

- **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Yekaterinburg (Nga)**
  Địa chỉ: 620075, City Yekaterinburg, Str. Karla Libknekhta, 22. Office 411
  Điện thoại: +7-343-2530283
  Fax: +7-343-2530282
  Email: vnconsul_eka@yahoo.com hoặc consul.ekateringburg@mofa.gov.vn

- **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Vladivostok (Nga)**
  Địa chỉ: 107/1 Pushkinskaya str., Vladivostok, Russia
  Điện thoại: +7-423-222-69-48
  Fax: +7-423-226-14-96
  Email: consul.vladivostok@mofa.gov.vn

- **Đại sứ quán Nga tại Việt Nam**
  Địa chỉ: Số 191 Đường La Thành, Hà Nội, mã bưu chính 10298
  Điện thoại: (+84 24) 383-369-91, (+84 24) 383-369-92
  E-mail: rusemb.vietnam@mid.ru
  Website: https://vietnam.mid.ru/web/vietnam-vn/main

- **Tổng lãnh sự quán Nga tại thành phố Hồ Chí Minh**
  Địa chỉ: Số 40 Bà Huyện Thanh Quan, Quận 3, Hồ Chí Minh
  Điện thoai: + 84 2839 30-39-36
  Fax: +84 2839 30-39-37
  E-mail: cgrushcm@yandex.ru
  Website: www.rusconshcm.mid.ru

- **Phòng Thương mại và Công nghiệp Liên bang Nga**
  Địa chỉ: 6 Ilyinka Street, Moscow 109012
  Điện thoại: 7 (495) 620-0009 Fax: 7 (495) 620-0360
  E-mail: tpprf@tpprf.ru Website: https://tpprf.ru/

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre – ITPC) là đơn vị trực thuộc Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh

ITPC có nhiệm vụ tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố, tham mưu cho Ủy ban nhân dân thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư, triển khai các giải pháp, chương trình xúc tiến thương mại, thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

Thực hiện các dịch vụ bồi dưỡng nghiệp vụ, cung cấp các dịch vụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư ở trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm.

Tổ chức hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ, triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài.

Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại

Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề.

Xây dựng phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm xuất khẩu; tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu.

Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gặp gỡ doanh nghiệp.

Thu thập ý kiến của công đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài về chủ trương, chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; giải quyết các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp.

Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư trong và ngoài nước.

Thu thập khảo sát thông tin và nghiên cứu thị trường trong nước và quốc tế. Cung cấp thông tin về cơ hội đầu tư và giao thương.

Xây dựng cơ sở dữ liệu về tiềm năng của thành phố, hàng hóa, thị trường, xuất nhập khẩu và đầu tư. Phát hành bản tin, các ấn phẩm thương mại và đầu tư. Tổ chức thông tin về thương mại và đầu tư qua mạng.