BỘ CÔNG THƯƠNG

TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

CHUYÊN ĐỀ

PHÂN TÍCH VÀ CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ MẠNG LƯỚI PHÂN PHỐI TẠI THỊ TRƯỜNG Ả-RẬP XÊ-ÚT

THUỘC NHIỆM VỤ

"CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ MẠNG LƯỚI PHÂN PHỐI TẠI CÁC THỊ TRƯỜNG MỚI VÀ TIỀM NĂNG, ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP TIẾP CẬN, KHAI THÁC VÀ QUẢNG BÁ SẢN PHẨM PHÙ HỢP PHỤC VỤ CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU" NĂM 2023

Hà Nội, 2023

MỤC LỤC

I. Đặc điểm thị trường Ả-rập xê-út.....*4*

1. Đặc điểm chung.....4

2. Quy mô thị trường.....5

II. Tổng quan nền kinh tế Ả-rập xê-út.....*6*

III. Quy mô tiêu dùng của thị trường Ả-rập xê-út.....*14*

1. Đánh giá chung.....14

2. Nhu cầu tiêu dùng đối với sản phẩm nhập khẩu.....15

3. Thị hiếu tiêu dùng.....28

IV. Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Ả-rập xê-út.....*31*

1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường Ả-rập xê-út 31

2. Quy trình thực hiện hoạt động phân phối của các doanh nghiệp nước ngoài tại thị trường Ả rập xê út.....34

3. Đề xuất giải pháp tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu 47

3.1. Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Ả-rập xê-út 47

3.2. Đề xuất giải pháp.....51

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Bảng 1: Thị trường cung cấp hàng hóa vào thị trường Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2023.....24

Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ả-rập xê-út trong năm 2022-2023.....48

Biểu đồ 1: Dự báo dân số Ả Rập Xê Út qua các năm trong giai đoạn 2020-2050.6

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng GDP của Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2013-2022 (%).....12

Biểu đồ 3: Doanh số bán lẻ của Ả-rập xê-út qua các tháng trong năm 2021-2023 (%).....15

Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2015-2022.....17

Biểu đồ 5: Các mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất vào Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2022.....18

Biểu đồ 6: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2023.....47

I. Đặc điểm thị trường Ả-rập xê-út

1. Đặc điểm chung

Ả Rập Xê-Út nằm trên bán đảo Ả-rập, phía bắc giáp Gioóc-đa-ni và Irắc, Phía nam giáp Y-ê-men và Oman, phía tây giáp biển Đỏ, phía đông trông ra vịnh Péc-xích (người Ả-rập gọi là vịnh Ả-rập) và vịnh Oman. Dọc theo bờ biển phía Đông, Ảrập Xê-Út có biên giới với Kuwait, Bahrain, Qatar và UAE.

Ả Rập Xê-Út là quốc gia lớn nhất trên thế giới không có sông. Đường bờ biển rộng lớn trên Vịnh Ba Tư và Biển Đỏ cho phép vận chuyển đặc biệt là dầu thô qua Vịnh Ba Tư và Kênh Suez.

Tài nguyên thiên nhiên: tài nguyên dầu lửa (trữ lượng khoảng 264,6 tỉ thùng, chiếm 20% trữ lượng thế giới). Tài nguyên khí đốt (8,02 tỉ m3) và sắt, đồng, vàng.

Diện tích: 2,14 triệu km2.

Dân tộc: Người Ả Rập chiếm gần 90%, người châu Á chiếm gần 10%

Tôn giáo: Hồi giáo bao gồm : 85%-90% Sunni và 10-15% Shia. Dân tộc khác bao gồm chính thống giáo Đông phương, Tin lành, Công giáo La Mã, Do Thái, Ấn Độ giáo, Phật giáo và Sikh)

Ả Rập Xê út có nền kinh tế dựa trên dầu lửa với sự kiểm soát chặt chẽ của chính phủ trên mọi hoạt động kinh tế chính. Quốc gia này sở hữu khoảng 16% trữ lượng dầu mỏ thế giới, được xếp hạng là nhà xuất khẩu dầu mỏ lớn nhất và đóng vai trò hàng đầu trong OPEC. Lĩnh vực dầu khí chiếm gần 87% thu nhập, 42% GDP, và 90% nguồn thu từ xuất khẩu. Khoảng 35% tới từ lĩnh vực tư nhân. Ả Rập Xê út đang khuyến khích sự tăng trưởng của khu vực tư nhân để đa dạng hóa nền kinh tế và sử dụng lao động là công dân Xê-út hơn. Khoảng 6 triệu lao động nước ngoài đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế Ả Rập, đặc biệt là trong lĩnh vực dầu mỏ và dịch vụ. Tuy nhiên, hiện tại, Riyadh đang đấu tranh để giảm tỷ lệ

thất nghiệp cho các công dân của mình. Các quan chức Xê-út đặc biệt tập trung vào việc sử dụng dân số lao động trẻ lớn.

2. Quy mô thị trường

Dân số hiện tại của Ả Rập Xê Út là 36.548.984 người theo số liệu cập nhật đến tháng 10/2023 của Liên Hợp Quốc, chiếm 0,45% dân số thế giới. Ả Rập Xê Út đang đứng thứ 41 trên thế giới trong bảng xếp hạng dân số các nước và vùng lãnh thổ. Mật độ dân số của Ả Rập Xê Út là 17 người/km2. Trong đó:

+ Tỷ lệ giới tính trong tổng dân số là 1,361 (1.361 nam trên 1.000 nữ) cao hơn tỷ lệ giới tính toàn cầu.

+ 84,73% dân số sống ở thành thị (30.370.893 người vào năm 2019). Độ tuổi trung bình ở Ả Rập Xê Út là 32,7 tuổi.

Trong năm 2023, dân số của Ả Rập Xê Út dự kiến sẽ tăng 484.509 người và đạt 36.564.998 người vào đầu năm 2024.

Có thể nói, dân số Ả rập xê út còn trẻ và đang phát triển. Theo Tổng cục Thống kê Ả Rập Xê Út, dân số nước này hiện đang có độ tuổi trung bình là 29. Theo một cuộc điều tra dân số năm 2022, dân số nước này đã tăng 1/3 trong 13 năm qua và hơn một nửa số người Ả Rập Xê Út dưới 30 tuổi. Theo Business Insider, tỷ lệ thanh niên muốn gia nhập lực lượng lao động cao là một trong những thách thức lớn nhất của Ả Rập Xê Út và nước này đang cố gắng đa dạng hóa nền kinh tế cũng như tạo cơ hội cho lao động trẻ.

Biểu đồ 1: Dự báo dân số Ả Rập Xê Út qua các năm trong giai đoạn 2020-2050

Năm	Dân số	% thay đổi	Thay đổi	Di cư	Tuổi trung bình	Tỷ lệ sinh	Mật độ	% dân thành thị	Dân thành thị	% thế giới	Thế giới	Hạng
2020	34.813.871	1,88	619.241	134.979	31,80	2,34	16	84,00	29.255.576	0,45	7.794.798.739	41
2025	37.248.919	1,36	487.010	54.187	33,30	2,34	17	85,50	31.842.626	0,46	8.184.437.460	42
2030	39.322.338	1,09	414.684	55.950	35,00	2,34	18	86,80	34.142.975	0,46	8.548.487.400	42
2035	41.073.374	0,88	350.207	58.318	36,30	2,34	19	88,10	36.170.029	0,46	8.887.524.213	41
2040	42.473.031	0,67	279.931	38.868	37,60	2,34	20	89,20	37.878.811	0,46	9.198.847.240	44
2045	43.648.838	0,55	235.161	38.931	38,90	2,34	20	90,30	39.396.408	0,46	9.481.803.274	47
2050	44.562.476	0,42	182.728		40,20	2,34	21	91,40	40.708.624	0,46	9.735.033.990	46

Nguồn: Dữ liệu được hiệu chỉnh theo phép sinh trung bình, Phòng Kinh tế và Xã hội Liên Hợp Quốc. (Nguồn: https://danso.org/uc/)

II. Tổng quan nền kinh tế Ả-rập xê-út

Ả Rập Xê Út có nền kinh tế phụ thuộc vào dầu lửa, chính phủ điều hành hầu hết các hoạt động kinh tế lớn. Ả Rập Xê Út sở hữu 25% tổng trữ lượng dầu của thế giới, là nước xuất khẩu dầu lửa lớn nhất, dẫn đầu trong khối OPEC.

Ngành khai thác, sản xuất dầu mỏ đóng góp khoảng 75% thu ngân sách, tới 45% GDP, 90% thu nhập từ xuất khẩu. Khu vực tư nhân đóng góp khoảng 40% GDP. Có 5,5 triệu công nhân nước ngoài làm việc tại Ả Rập Xê Út; lực lượng này đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế của đất nước. Chính phủ đang khuyến khích phát triển khu vực kinh tế tư nhân để giảm bớt sự phụ thuộc vào dầu lửa và tăng cơ hội việc làm cho dân số đang tăng. Chính phủ đã bắt đầu cho phép khu vực kinh tế tư nhân và đầu tư nước ngoài tham gia vào ngành điện lực và viễn thông.Quốc gia này sở hữu khoảng 16% trữ lượng xăng dầu trên thế giới, được xếp

hạng là nhà xuất khẩu xăng dầu lớn nhất và đóng vai trò hàng đầu trong OPEC. Ngành dầu khí tại Ả Rập Xê-Út chiếm khoảng 87% thu ngân sách, 42% GDP và 90% thu nhập xuất khẩu. Ả Rập Xê-Út là quốc gia lớn nhất trong khu vực Vùng Vịnh với dân số 32 triệu người và là nền kinh tế lớn nhất trong Thế giới Ả Rập với GDP là 683,7 tỷ USD. Đây là quốc gia thành viên G-20 duy nhất trong khu vực. Ả Rập Xê-Út khuyến khích phát triển kinh tế trong khu vực tư nhân để đa dạng hóa nền kinh tế và sử dụng nhiều công dân Xê-Út hơn. Khoảng 6 triệu lao động nước ngoài đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế Ả Rập, đặc biệt là trong lĩnh vực dầu mỏ và dịch vụ.

Trong lịch sử, Ả Rập Xê-Út đã tập trung nỗ lực đa dạng hóa vào các lĩnh vực sản xuất điện, viễn thông, thăm dò khí đốt tự nhiên và hóa dầu. Gần đây, chính phủ đã tiếp cận các nhà đầu tư về việc mở rộng vai trò của khu vực tư nhân trong ngành chăm sóc sức khỏe, giáo dục và du lịch. Trong khi Ả Rập Xê-Út đã nhấn mạnh mục tiêu đa dạng hóa của họ trong một thời gian, giá dầu thấp hiện tại có thể buộc chính phủ phải thực hiện những thay đổi mạnh mẽ hơn trước thời hạn dài hạn của họ.

Các hiệp định thương mại tự do:

Ả Rập Xê-Út là thành viên của Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC) bao gồm Kuwait, Qatar, Bahrain, UAE, Oman và Ả Rập Xê-Út. GCC đã thực hiện một liên minh hải quan từ năm 2003, quy định việc di chuyển tự do hàng hóa địa phương giữa các quốc gia thành viên. Các quốc gia thành viên cũng đồng ý rằng họ sẽ chuyển sang một loại tiền tệ muộn nhất là vào ngày 1 tháng 1 năm 2010, nhưng chưa được hiện thực hóa và đề xuất thị trường chung vẫn đang được thực hiện. Ả Rập Xê-Út cũng là một thành viên của Liên minh các quốc gia Ả Rập. Liên đoàn đã đồng ý đàm phán khu vực thương mại tự do Ả Rập.

Tiềm năng kinh tế:

Ả rập Xê-Út là nước có nền kinh tế lớn nhất trong khu vực vùng Vịnh và là một trong những nước sản xuất, xuất khẩu dầu khí lớn nhất thế giới. Tài nguyên chính của Ả-rập Xê-Út là dầu lửa, với trữ lượng lên đến 265 tỷ thùng, chiếm hơn 16% và đứng thứ thứ hai trên thế giới.

Trong năm 2022, Ả-rập Xê-Út là nước sản xuất dầu thô lớn thứ 2 thế giới (đứng sau Nga), với sản lượng đạt 4 tỷ thùng/năm. Sản lượng khai thác dầu thô đạt khoảng 12 triệu thùng/ngày, chiếm 17% sản lượng thế giới và 35% sản lượng của OPEC.

Ngoài ra, Ả-rập Xê-Út còn có hơi đốt, đồng, vàng, bô xít. Nhu cầu nhập khẩu của Ả-rập Xê-Út tương đối lớn so với các nước trong khu vực GCC do dân số đông.

Trong 10 năm trở lại đây, tốc độ tăng trưởng bình quân của nhập khẩu là 13,5%. Tăng trưởng nhập khẩu chủ yếu là do sự mở rộng nền kinh tế sang lĩnh vực phi dầu khí dựa trên sự phát triển trong lĩnh vực xây dựng và cơ sở hạ tầng. Hơn nữa phải kể đến nhu cầu sản xuất liên quan đến dầu khí và nhu cầu tiêu dùng hàng hóa ngày một tăng.

Tuy nhiên, cán cân thương mại thặng dư do doanh thu xuất khẩu dầu tăng bù lại những thâm hụt về chuyển giao dịch vụ. Nhờ có trữ lượng dầu khí và tận dụng yếu tố này để phát triển ngành công nghiệp dầu khí, trong khi địa hình chủ yếu là sa mạc không thuận lợi cho việc phát triển ngành nông nghiệp vì thế nền kinh tế Ả Rập Xê-Út phụ thuộc chủ yếu vào việc xuất khẩu các sản phẩm dầu khí và chiết xuất từ dầu khí.

Ả rập Xê-Út nhập khẩu hầu hết các loại hàng hóa như: thiết bị máy móc và giao thông (42,4%), hóa chất và các sản phẩm cơ khí cơ bản (21,9%), lương thực thực phẩm (15,2%), các mặt hàng khác (20,5%). Với cơ cấu hàng hóa nhập khẩu

như trên, Việt Nam có thể tranh thủ đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có thế mạnh như: dệt may, giày dép, nông sản các loại (hạt tiêu, chè, gạo, hạt điều, cà phê), đồ thủ công mỹ nghệ, máy tính và linh kiện điện tử và phụ tùng...

Bên cạnh đó, trong kế hoạch phát triển kinh tế giai đoạn 2020-2025, nhiều dự án xây dựng đang được triển khai mạnh mẽ tại Ả-rập Xê-Út, các doanh nghiệp Việt Nam cũng có cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng như nguyên vật liệu xây dựng (gạch ốp lát, sứ vệ sinh, ...). Đây là những mặt hàng Ả rập Xê-Út thường xuyên nhập khẩu với giá trị lớn trong những năm qua.

Các ngành kinh tế trọng điểm của Ả rập Xê-Út

Đất nước này vẫn là nhà sản xuất dầu và khí tự nhiên hàng đầu và nắm giữ khoảng 16% trữ lượng dầu đã được chứng minh của thế giới kể từ năm 2015. Chính phủ tiếp tục theo đuổi cải cách kinh tế và đa dạng hóa đặc biệt kể từ khi Ả Rập Xê-Út gia nhập WTO vào năm 2005 và thúc đẩy nước ngoài đầu tư. Trong giai đoạn 2016, Chính phủ Ả Rập Xê út đã công bố một loạt các cải cách kinh tế xã hội với tầm nhìn 2030. Giá dầu toàn cầu thấp trong giai đoạn 2015-2020 đã làm giảm đáng kể doanh thu của chính phủ Ả Rập Xê-Út. Đáp lại, chính phủ đã cắt giảm trợ cấp cho nước, điện và xăng dầu, giảm các gói bồi thường nhân viên chính phủ và công bố hạn chế thuế đất mới. Phối hợp với OPEC và một số quốc gia ngoài OPEC quan trọng, Ả Rập Xê-Út đã đồng ý cắt giảm sản lượng dầu vào đầu năm 2017 để điều tiết nguồn cung và giúp nâng giá toàn cầu. Nhờ vậy, giá dầu toàn cầu đã hồi phục từ năm 2021-2022, hỗ trợ đáng kể cho tăng trưởng kinh tế nước này.

Nông nghiệp: Sản phẩm nông nghiệp gồm: Lúa mỳ, lúa mạch, cà chua, khoai tây, dưa hấu, chà là, các loại quả thuộc họ cam quýt, thịt cừu, gà, trứng, sữa.

Công nghiệp: Sản xuất dầu thô, lọc dầu, hóa dầu cơ bản, amoniac, khí công

nghiệp, hydroxit natri (caustic soda), xi măng, phân bón, nhựa, kim loại, sửa chữa tàu thương mại,sửa chữa máy bay thương mại, xây dựng

**** Tốc độ tăng trưởng GDP***

Nền kinh tế Ả Rập Xê Út gặp khó khăn khi đại dịch COVID-19 bùng nổ vào năm 2020, nhưng kể từ đó đã có bước tăng trưởng vượt bậc. Theo dữ liệu của Ngân hàng Thế giới, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Ả Rập Xê Út lần đầu tiên vượt 1 nghìn tỷ USD vào năm 2022, tăng tới 8,7% so với năm 2021, trong khi GDP bình quân đầu người ở mức 30.436 USD, tăng gần 50% chỉ sau hai năm. Giai đoạn tăng trưởng này giúp Ả Rập Xê Út đảm bảo vị trí là nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất trong nhóm G20 vào năm 2022, được thúc đẩy bởi mức tăng trưởng GDP phi dầu mỏ 4,8% do giá năng lượng toàn cầu cao cũng như sự bùng nổ trong các lĩnh vực như xây dựng và vận tải.

Tuy nhiên, trong quý III/2023, số liệu của Tổng cục Thống kê Ả Rập Xê-út cho thấy, hoạt động khai thác dầu thấp hơn đã kéo nền kinh tế rơi vào quý suy giảm đầu tiên kể từ năm 2021.

Nền kinh tế Ả-rập xê-út đã suy giảm 4,4% so với cùng kỳ trong quý 3 năm 2023, thấp hơn một chút so với mức giảm 4,5% ước tính trước đó và đảo ngược mức tăng trưởng 1,2% trong giai đoạn trước. Điều này đánh dấu sự sụt giảm đầu tiên kể từ quý đầu tiên năm 2021, do sản lượng dầu giảm (-17% so với -3,8% trong quý 2). Ngoài ra, các hoạt động phi dầu mỏ giảm bớt rõ rệt (3,5% so với 5,3%), phản ánh sự điều tiết trong sản lượng vận tải, lưu trữ và truyền thông (5,1% so với 9,9%), thương mại bán buôn & bán lẻ, nhà hàng và khách sạn (5,4% so với 7,4%).), dịch vụ cộng đồng, xã hội và cá nhân (11,8% so với 13,5%) và điện, khí đốt và nước (1,6% so với 2,7%), cũng như sự sụt giảm mạnh trong khai thác và khai thác đá (-18% so với -3,9%) và sản xuất (-3,1% so với 2,4%). Mặt khác, các hoạt động của chính phủ tăng 1,9%, sau mức tăng 0,3% trong quý trước. Trên cơ sở hàng quý

được điều chỉnh theo mùa, GDP giảm 3,2%, sau khi giảm 0,5% trong Quý 2/2023.

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng GDP của Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2013-2022 (%)



Nguồn: ITC

Từ tháng 10/2023, Ả Rập Xê-út cho biết sẽ tiếp tục cắt giảm 1 triệu thùng/ngày sản lượng dầu thô của mình trong tháng 11 và tháng 12. Việc cắt giảm dự kiến sẽ gây thiệt hại cho nền kinh tế Ả Rập Xê-út trong năm nay.

Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), bất chấp việc gia hạn cắt giảm sản lượng dầu, Ả Rập Xê-út vẫn duy trì đà tăng trưởng trong lĩnh vực phi dầu mỏ, chiếm khoảng 60% GDP.

Trong khi xuất khẩu dầu từ quốc gia xuất khẩu dầu thô hàng đầu thế giới đang giảm, nền kinh tế phi dầu mỏ ở Vương quốc này đang phát triển tốt và sẽ tiếp tục duy trì điều này trong thời gian tới.

Theo đánh giá của IMF, nền kinh tế của Ả Rập Xê-út sẽ chậm lại rõ rệt trong năm 2023 so với mức tăng trưởng 8,7% của năm ngoái do việc cắt giảm sản lượng dầu mà nhà xuất khẩu dầu thô hàng đầu thế giới đang thực hiện nhằm ổn định thị trường.

Bán sỉ, thương mại bán lẻ, xây dựng và vận tải là động lực chính cho tăng trưởng phi dầu mỏ. Đầu ra khoảng cách được ước tính đã thu hẹp trong năm 2022, với đà tăng trưởng phi dầu mỏ tiếp tục trong 2023.

Tỷ lệ thất nghiệp:

Tỷ lệ thất nghiệp ở Ả-rập xê-út đang ở mức thấp lịch sử. Trong bối cảnh lực lượng lao động ngày càng tăng tham gia, tổng tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống 4,8% vào cuối năm 2022—từ mức 9% trong thời kỳ Covid—phản ánh cả sự gia tăng lao động Ả-rập Xê-út trong khu vực tư nhân và người nước ngoài lao động (chủ yếu trong lĩnh vực xây dựng và nông nghiệp) tăng trở lại mức trước Covid cấp độ.

Tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên đã giảm một nửa xuống còn 16,8% vào năm 2022 trong hai năm qua trong khi tỷ lệ phụ nữ tham gia lực lượng lao động đạt 36% vào năm 2022, vượt mức 30% mục tiêu đặt ra trong chương trình cải cách Tầm nhìn 2030 của chính quyền.

Lạm phát

Mặc dù hoạt động kinh tế đang bùng nổ nhưng lạm phát vẫn ở mức thấp và dường như đang giảm bớt. Trung bình CPI tăng 2,5% so với cùng kỳ năm 2022, một phần nhờ trợ cấp trong nước/giới hạn giá và đồng đô la Mỹ mạnh. Mặc dù có sự gia tăng vào đầu năm 2023 lên 3,4% so với cùng kỳ năm trước, lạm phát chung vẫn trở lại mức 2,8% so với cùng kỳ vào tháng 5 năm 2023 do đóng góp từ vận tải và thực phẩm ngày càng giảm giá bù đắp cho sự gia tăng đáng kể của tiền thuê.

Hệ thống ngân hàng vẫn có nền tảng vững chắc. Tỷ lệ an toàn vốn tổng hợp là mạnh mẽ, có lợi nhuận—được thúc đẩy bởi tỷ suất lợi nhuận ròng—cao và cao hơn mức trước đại dịch, tỷ lệ nợ xấu ở mức thấp và ngày càng giảm. Trong khi mức tăng trưởng về thế chấp gần đây đã chững lại, nhu cầu vay tiêu dùng và liên quan đến dự án vẫn còn mạnh, giúp bù đắp tác động lên lợi nhuận từ việc tăng chi phí tài

trợ liên quan đến lãi suất cao hơn và phần thời gian lớn hơn và tiền gửi tiết kiệm trong nợ phải trả của ngân hàng.

III. Quy mô tiêu dùng của thị trường Ả-rập xê-út

1. Đánh giá chung

Ả Rập Xê-Út là thị trường bán lẻ lớn nhất ở Vịnh Ả Rập với thị trường nội địa khổng lồ và lĩnh vực nhượng quyền sẽ tiếp tục thu hút nhiều công ty quốc tế.

Theo nghiên cứu của BMI, tổng chi tiêu hộ gia đình trong lĩnh vực bán lẻ của quốc gia này đến năm 2022 đạt mức gần 315 tỷ USD, tăng 4 tỷ USD so với năm 2021, tăng 11 tỷ USD so với năm 2019 và tăng 29 tỷ USD so với năm 2018. Sự gia tăng dân số và tăng chi tiêu sẽ tác động tích cực đến ngành bán lẻ của Ả rập Xê-Út, dự kiến sẽ tăng lên 330 tỷ USD vào năm 2025.

Nhóm thực phẩm được ước tính sẽ tiếp tục đứng đầu danh sách chi tiêu chiếm hơn 15% trong năm 2022, vào khoảng gần 50 tỷ USD, trong khi chi tiêu cho quần áo và giày dép đạt 16 tỷ USD trong cùng năm.

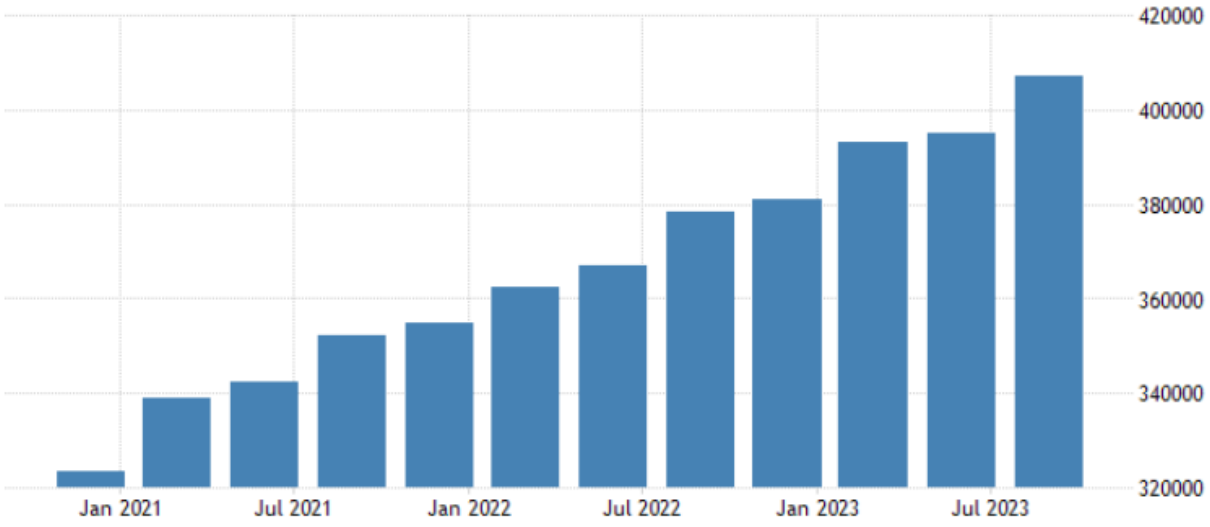
Mua sắm đứng đầu danh sách các trò tiêu khiển ở Ả Rập Xê-Út. Người tiêu dùng ở đây thường sẽ ghé thăm một trung tâm mua sắm ít nhất một lần một tuần và sự tăng trưởng trong việc xây dựng các trung tâm mua sắm đang thúc đẩy lĩnh vực nhượng quyền thương mại. Người tiêu dùng Ả rập Xê-Út đi du lịch nước ngoài và trãi nghiệm với thương hiệu mới. Ả Rập Xê-Út đang gia tăng cơ cấu dân số, với gần 38% trong số đó là những người từ 20-39 tuổi, tạo cơ sở vững chắc cho sự phát triển liên tục trong lĩnh vực này. Sự đổ bộ của hơn 17 triệu khách du lịch tôn giáo hàng năm và sự thâm nhập internet cũng đã hỗ trợ sự tăng trưởng liên tục trong lĩnh vực bán lẻ. Đồng thời sự ra đời của đặt hàng trực tuyến và giao hàng tận nhà cho cả thực phẩm và phi thực phẩm đã tạo ra một kênh để các công ty địa phương quảng bá dịch vụ của họ qua Internet.

- Doanh số bán lẻ hàng hóa qua các năm

Chi tiêu của người tiêu dùng ở Ả Rập Xê Út đã tăng lên 407120 Triệu SAR trong quý 3 năm 2023 từ 394.892 Triệu SAR trong quý 2 năm 2023. Chi tiêu của người tiêu dùng ở Ả Rập Xê Út đạt trung bình 254162,14 Triệu SAR từ năm 2008 đến năm 2023, đạt mức cao nhất mọi thời đại là 407120,00 Triệu SAR vào quý 3 năm 2023 và mức thấp kỷ lục 129890,00 triệu SAR trong quý 4 năm 2008.

Biểu đồ 3: Doanh số bán lẻ của Ả-rập xê-út qua các tháng trong năm 2021-2023 (%)

(ĐVT: Triệu SAR)



Nguồn: tradingeconomics

2. Nhu cầu tiêu dùng đối với sản phẩm nhập khẩu

Nhu cầu nhập khẩu của Ả-rập Xê-út tương đối lớn so với các nước trong khu vực GCC do dân số đông. Trong 10 năm trở lại đây, tốc độ tăng trưởng bình quân của nhập khẩu là 13,5%. Tăng trưởng nhập khẩu chủ yếu là do sự mở rộng nền kinh tế sang lĩnh vực phi dầu khí dựa trên sự phát triển trong lĩnh vực xây dựng và cơ sở hạ tầng. Hơn nữa, phải kể đến nhu cầu sản xuất liên quan đến dầu khí và nhu

cầu tiêu dùng hàng hóa ngày một tăng. Tuy nhiên, cán cân thương mại thặng dư do doanh thu xuất khẩu dầu tăng bù lại những thâm hụt về chuyển giao dịch vụ.

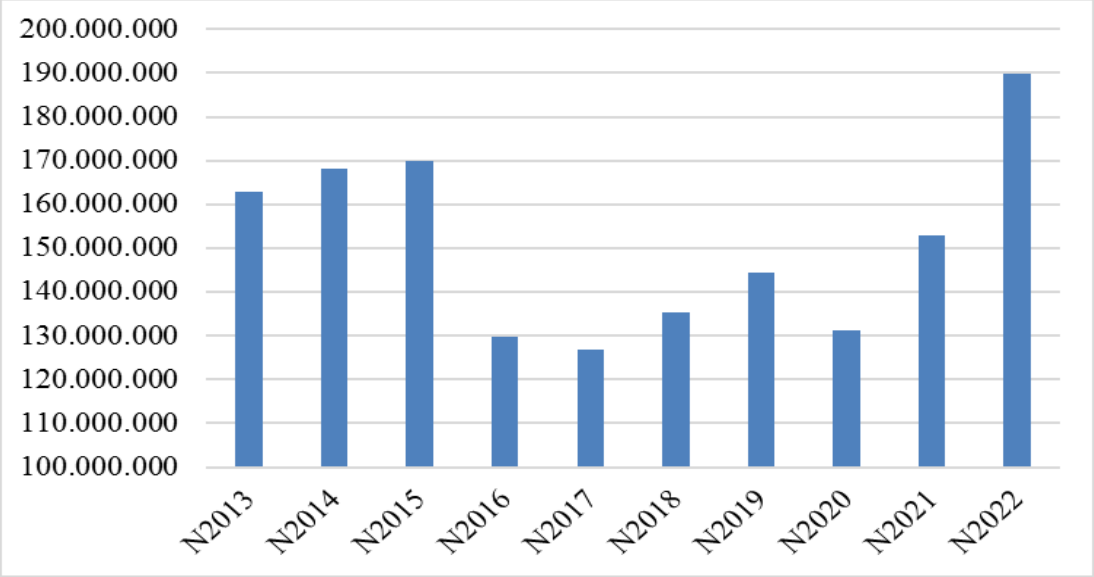
Trong giai đoạn 2016-2020, kinh tế Ả-rập Xê-út gặp nhiều khó khăn trong bối cảnh giá dầu thế giới liên tục giảm mạnh, dẫn tới hoạt động sản xuất và nhu cầu tiêu dùng trong nước suy yếu. Trong giai đoạn này, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập Xê-út liên tục sụt giảm, trong đó 2017 là năm kim ngạch giảm xuống mức thấp nhất trong 20 năm qua với gần 127 tỷ USD. Trong giai đoạn 2021-2022, cùng với sự hồi phục của nền kinh tế và giá dầu thế giới, nhập khẩu của Ả-rập Xê-út giai đoạn này đã hồi phục trở lại. Nếu như trong năm 2018, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc mới chỉ đạt 135,2 tỷ USD thì năm 2021 đã tăng lên 152,8 tỷ USD và tiếp tục tăng 24,2% trong năm 2022, đạt mức cao kỷ lục 189,9 tỷ USD. Tính chung trong cả giai đoạn 2018-2022, kim ngạch nhập khẩu của Ả-rập Xê-út đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 9,6%.

Riêng trong 9 tháng đầu năm 2023, trong bối cảnh kinh tế toàn cầu suy yếu cộng với lạm phát ở mức cao, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập Xê-út chỉ đạt 135,3 tỷ USD, giảm 5,2% so với cùng kỳ năm trước.

Nhờ có trữ lượng dầu khí và tận dụng yếu tố này để phát triển ngành công nghiệp dầu khí, trong khi địa hình chủ yếu là sa mạc không thuận lợi cho việc phát triển ngành nông nghiệp và sản xuất, nền kinh tế Ả-rập Xê-út phụ thuộc chủ yếu vào việc xuất khẩu các sản phẩm dầu khí và chiết xuất từ dầu khí. Ả-rập Xê-út nhập khẩu hầu hết các loại hàng hóa như: thiết bị máy móc và giao thông (42,4%), hóa chất và các sản phẩm cơ khí cơ bản (21,9%), lương thực thực phẩm (15,2%), các mặt hàng khác (20,5%). Với cơ cấu hàng hóa nhập khẩu như trên, Việt Nam có thể tranh thủ đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có thế mạnh như: dệt may, giày dép, nông sản các loại (hạt tiêu, chè, gạo, hạt điều, cà phê), đồ thủ công mỹ nghệ, máy tính và linh kiện điện tử và phụ tùng... Bên cạnh đó, trong kế hoạch phát triển

kinh tế giai đoạn 2010-2014, nhiều dự án xây dựng đang được triển khai mạnh mẽ tại Ả-rập Xê-út, các doanh nghiệp Việt Nam cũng có cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng như nguyên vật liệu xây dựng (gạch ốp lát, sứ vệ sinh,.). Đây là những mặt hàng Ả-rập Xê-út thường xuyên nhập khẩu với giá trị lớn trong những năm qua.

Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2015-2022



Nguồn: ITC

Trong những năm gần đây, Ả-rập Xê-út nhập khẩu nhiều nhất các loại máy móc sản xuất, lò phản ứng hạt nhân, phương tiện phụ tùng hay nhiên liệu khoáng sản, đá quý, ngọc trai... Trong giai đoạn 2018-2022, nhóm mặt hàng đạt kim ngạch nhập khẩu lớn nhất của Ả-rập Xê-út là mã HS 84 (Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy móc và thiết bị cơ khí) với tốc độ tăng trưởng bình quân là 9%/năm. Riêng trong năm 2022, kim ngạch nhập khẩu nhóm mặt hàng này đạt 21,25 tỷ USD, tăng 27,6% so với năm trước và chiếm 11,2% tỷ trọng trên tổng nhập khẩu của Ả-rập Xê-út.

Ngoài ra, nhập khẩu các mặt hàng mã HS 87, 85, 27, 71 cũng đạt tốc độ tăng trưởng cao 2 con số. Tính riêng 5 mã hàng này đã chiếm tới 41% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập Xê-út trong năm 2022.

Biểu đồ 5: Các mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất vào Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2022

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
	Tổng KNNK	189.877.037	24,2	16,4	-9,0	6,7	9,6
'84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy móc và thiết bị cơ khí	21.254.410	27,6	7,9	-8,4	8,9	9,0
'87	Các phương tiện không phải đầu máy xe lửa hoặc xe điện	19.192.536	25,8	8,3	-5,9	26,1	13,6
'85	Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh	15.616.335	12,5	9,2	-11,5	5,0	3,8
'27	Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng, khoáng sản	14.271.514	93,1	69,6	12,0	-2,1	43,1
'71	Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, đá quý hoặc đá bán quý, kim loại quý	7.455.194	36,8	186,9	-46,6	-12,4	41,2

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
'30	Dược phẩm	7.319.703	5,6	23,4	5,8	-4,1	7,7
'72	Sắt và thép	6.924.033	26,7	21,8	7,7	32,1	22,1
'10	Ngũ cốc	6.163.299	47,6	44,6	2,7	-12,7	20,6
'39	Nhựa và các sản phẩm nhựa	4.767.016	23,8	17,3	-0,8	7,1	11,9
'89	Tàu, thuyền và các công trình nổi	4.671.793	129,5	-8,6	-59,4	26,6	22,0
'90	Quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác	4.336.906	18,1	-1,9	-0,6	5,6	5,3
'73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	4.108.773	22,0	-0,3	-11,0	-3,8	1,7
'29	Hóa chất hữu cơ	2.993.610	28,1	31,4	-9,8	-6,5	10,8
'74	Đồng và các sản phẩm bằng đồng	2.782.292	17,3	34,4	-4,5	0,5	11,9
'94	Nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm	2.698.887	1,8	13,5	-0,7	10,9	6,4
'02	Thịt và sản phẩm từ thịt	2.683.571	34,2	11,0	-7,1	5,2	10,8
'38	Các sản phẩm hóa chất khác	2.596.464	17,2	10,9	-2,8	10,5	9,0

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
'04	Sản phẩm từ sữa; trứng chim; mật ong tự nhiên	2.512.834	21,5	-7,1	15,8	2,1	8,1
'62	Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc	2.351.297	13,5	31,8	-29,2	27,2	10,8
'40	Cao su và các sản phẩm bằng cao su	2.349.771	19,6	10,6	-13,8	33,7	12,5
'33	Tinh dầu và chất nhựa; nước hoa, mỹ phẩm hoặc chế phẩm vệ sinh	2.312.641	20,9	1,7	-11,9	16,9	6,9
'48	Giấy và bìa; các sản phẩm bằng bột giấy, giấy hoặc bìa	2.229.699	38,7	8,6	-9,1	-1,6	9,1
'88	Máy bay, tàu vũ trụ và các bộ phận của chúng	2.178.307	-32,5	43,6	-19,6	10,0	0,4
'61	Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, dệt kim hoặc móc	1.988.635	6,3	29,3	-11,8	14,8	9,6
'08	Trái cây và các loại hạt ăn được; vỏ trái cây họ cam quýt hoặc dưa	1.918.028	7,9	1,3	8,1	2,9	5,1

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
'15	Mỡ và dầu động vật, thực vật hoặc vi sinh vật và các sản phẩm tách từ chúng;	1.852.817	48,8	76,3	-12,2	-9,6	25,8
'76	Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm	1.845.420	19,8	-7,0	20,5	3,4	9,2
'44	Gỗ và các sản phẩm bằng gỗ; than gỗ	1.834.668	28,6	17,1	4,6	8,0	14,6
'19	Các chế phẩm từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa; sản phẩm bánh ngọt	1.776.193	11,5	1,7	2,3	8,7	6,0
'21	Các chế phẩm ăn được khác	1.738.454	13,6	10,9	2,0	1,8	7,1
'28	Hóa chất vô cơ; các hợp chất hữu cơ hoặc vô cơ của kim loại quý	1.570.276	57,9	19,5	-8,2	5,1	18,6
'12	Hạt dầu và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt, quả	1.563.475	45,0	15,4	2,5	14,2	19,3
'20	Các chế phẩm từ rau, quả, quả hạch hoặc các bộ phận khác của cây	1.308.688	31,1	1,4	4,0	7,7	11,1
'23	Phế liệu và chất thải từ ngành công nghiệp thực	1.274.238	56,9	13,4	3,1	-6,9	16,7

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
	phẩm; thức ăn gia súc chế biến sẵn						
'17	Đường và bánh kẹo đường	1.265.698	30,4	21,6	6,4	-5,4	13,2
'09	Caà phê và Trà	1.216.564	12,6	-6,4	23,2	9,3	9,7
'64	Giày dép, ghệt và các loại tương tự	1.007.821	14,3	40,7	-31,6	22,5	11,5
'69	Sản phẩm gốm sứ	968.566	3,3	-13,1	16,6	5,4	3,0
'95	Đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện của chúng	923.199	27,1	23,9	-11,6	7,7	11,8
'32	Chất chiết xuất thuộc da hoặc nhuộm; tannin và các dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, bột màu và các chất tạo màu khác.	872.837	25,8	5,4	22,7	11,8	16,4
'83	Các sản phẩm khác bằng kim loại cơ bản	872.258	27,7	30,0	-7,4	4,6	13,7
'01	Động vật sống	858.817	35,6	7,4	-19,4	10,7	8,6
'07	Rau ăn được và một số loại rễ, củ	847.655	12,6	5,0	17,9	-0,6	8,7

Mã HS	Mô tả	Năm 2022 (Nghìn USD)	N2022 so N2021	N2021 so N2020	N2020 so N2019	N2019 so N2018	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
'82	Dụng cụ, đồ nghề, dao kéo, thìa và nĩa bằng kim loại cơ bản; các bộ phận của chúng bằng kim loại cơ bản	838.087	47,4	5,5	3,7	10,5	16,8
'34	Xà phòng, chất hữu cơ hoạt động bề mặt, chất tẩy rửa, chất bôi trơn, chất nhân tạo...	794.414	8,2	-5,8	2,9	13,8	4,8
'70	Thủy tinh và đồ thủy tinh	660.575	21,5	29,5	-23,6	26,0	13,4

Nguồn: ITC

Hiện Trung Quốc, Mỹ, UAE và Ấn Độ là nhóm 4 thị trường cung cấp hàng hóa lớn nhất của Ả-rập Xê-út. Riêng trong năm 2022, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ 4 thị trường này đã chiếm 42,1% tỷ trọng trên tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập Xê-út.

Trong khi đó, Việt Nam là nguồn cung hàng hóa lớn thứ 22 của Ả-rập Xê-út trên thế giới và lớn thứ 4 trong khối thị trường ASEAN (sau Indonesia, Singapore và Thái Lan). Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Ả-rập Xê-út từ Việt Nam trong giai đoạn 2018-2022 đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 10,1%. Tuy nhiên, nhìn chung khá quy mô hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Ả-rập Xê-út vẫn chiếm thị phần khá hạn chế. Riêng trong năm 2022, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam chỉ chiếm 1,1% tỷ trọng trên tổng nhập khẩu của Ả-rập Xê-út.

Bảng 1: Thị trường cung cấp hàng hóa vào thị trường Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2023

Thị trường	Năm 2022 (Triệu USD)	N2022 so N2021 (%)	N2021 so N2020 (%)	N2020 so N2019 (%)	N2019 so N2018 (%)	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
Tổng KNNK	189.877.037	24,22	16,39	-9,01	6,75	9,59
Trung Quốc	39.800.511	31,64	14,05	-2,06	21,68	16,33
Mỹ	17.401.432	7,31	14,98	-17,51	-5,23	-0,11
Các TVQ Arập Thống nhất	12.027.614	-3,56	38,88	-13,35	-14,20	1,94
ấn Độ	10.535.867	30,49	26,81	-1,88	14,14	17,39
Đức	8.000.118	6,79	10,02	-2,78	-3,95	2,52
Nhật Bản	6.718.740	10,83	7,07	-13,51	19,58	5,99
Ai Cập	6.620.511	57,32	60,14	9,66	60,39	46,88
Hàn Quốc	5.271.298	53,25	-9,98	-5,12	-6,35	7,95
Italia	5.187.883	12,67	12,87	-5,35	1,74	5,48
Thụy Sỹ	4.729.864	114,70	48,45	-12,84	-11,60	34,68
Pháp	4.457.559	4,53	4,98	-19,22	9,60	-0,03
Oman	4.221.718	135,99	8,31	-12,33	5,87	34,46

Thị trường	Năm 2022 (Triệu USD)	N2022 so N2021 (%)	N2021 so N2020 (%)	N2020 so N2019 (%)	N2019 so N2018 (%)	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
Anh	4.152.188	13,12	22,08	-2,53	-1,25	7,85
Braxin	3.626.193	47,42	14,11	-3,74	-3,06	13,68
Baren	3.237.502	24,56	44,07	5,40	10,05	21,02
Inđônêsia	2.952.736	52,63	10,43	-19,01	37,10	20,29
Thái Lan	2.895.456	24,00	5,35	-8,36	21,34	10,58
Tây Ban Nha	2.785.761	17,64	11,47	3,11	-16,33	3,97
Hà Lan	2.290.436	9,07	23,04	-20,78	15,41	6,69
Nga	2.170.895	51,02	107,20	-51,93	18,24	31,13
Singapore	2.099.021	121,25	-28,98	-15,37	22,37	24,82
Việt Nam	**2.081.462**	**45,10**	**19,34**	**-24,33**	**0,24**	**10,09**
Ôxtrâylia	1.920.742	21,63	147,31	-11,46	11,14	42,16
Gioocdani	1.836.311	37,44	20,19	19,52	15,64	23,20
Malaysia	1.819.797	25,52	24,41	13,05	-11,67	12,83
Bỉ	1.753.420	-9,12	48,88	-13,74	9,11	8,78
Achentina	1.585.350	54,66	11,69	-21,57	33,09	19,47
Thụy Điển	1.511.673	4,51	22,57	12,91	-2,62	9,34
Đài Loan	1.469.438	20,66	12,96	-3,12	8,10	9,65

Thị trường	Năm 2022 (Triệu USD)	N2022 so N2021 (%)	N2021 so N2020 (%)	N2020 so N2019 (%)	N2019 so N2018 (%)	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
Hy Lạp	1.464.268	151,92	49,40	-52,83	6,02	38,63
Ba Lan	1.423.856	0,41	28,68	9,95	-22,99	4,01
Ai Len	1.391.127	14,82	17,08	-7,89	10,29	8,58
Canađa	1.295.168	-36,43	11,20	-17,79	30,03	-3,25
Nam Phi	1.205.651	43,68	4,54	0,30	22,43	17,74
Mêhicô	1.033.647	17,03	7,49	-12,67	26,28	9,53
Hồng Công	986.620	-26,18	82,79	-6,13	565,50	153,99
Đan Mạch	980.631	31,86	-4,87	0,26	-6,15	5,28
Kô-eot	910.998	60,80	36,65	-20,07	24,25	25,41
Công Gô	812.475	37,08	4,37	7,98	0,15	12,40
áo	796.778	28,11	-14,89	-13,99	38,47	9,42
Thổ Nhĩ Kỳ	788.282	507,80	-93,49	-33,19	12,19	98,33
CH Séc	715.199	48,29	-13,96	-14,72	-1,05	4,64
Niu Zi Lân	703.714	58,18	-25,26	24,04	0,91	14,47
Ukraina	597.452	-29,76	34,18	-1,85	5,54	2,03
Pakixtan	569.680	3,25	4,70	5,63	22,38	8,99
Băngladet	542.856	10,05	45,08	-11,55	6,36	12,49

Thị trường	Năm 2022 (Triệu USD)	N2022 so N2021 (%)	N2021 so N2020 (%)	N2020 so N2019 (%)	N2019 so N2018 (%)	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
Phần Lan	469.656	-9,23	0,51	30,44	14,79	9,13
Marôc	460.493	153,46	14,65	0,42	-20,92	36,90
Xu Đăng	446.252	30,82	41,28	-56,98	-0,87	3,56
Rumani	430.806	-15,25	22,75	-5,18	21,24	5,89
Estonia	362.707	296,02	233,86	-82,46	55,01	125,61
Na Uy	359.792	54,60	36,95	-14,39	2,52	19,92
Hunggary	339.723	4,11	-1,91	0,65	7,41	2,56
Slovakia	338.724	56,05	3,44	-4,70	21,20	19,00
Qata	323.239	214,86		-100,00	166,67	
Syria	307.741	-5,32	61,62	34,08	41,25	32,91
Bungari	302.757	12,37	162,68	-41,80	17,83	37,77
Etiôpia	287.381	25,16	16,17	-1,39	7,01	11,74
Bồ Đào Nha	262.414	39,14	-7,73	-4,41	2,36	7,34
Êcuado	225.074	66,09	-5,97	7,54	5,20	18,21
Lithuania	224.682	132,01	-42,55	31,73	11,46	33,16
Yêmen	182.295	-19,45	26,86	17,66	-0,08	6,25
Philippines	179.548	-5,68	-3,60	-30,56	10,68	-7,29

Thị trường	Năm 2022 (Triệu USD)	N2022 so N2021 (%)	N2021 so N2020 (%)	N2020 so N2019 (%)	N2019 so N2018 (%)	Tăng trưởng BQ giai đoạn 2018-2022 (%)
Látvia	179.513	237,56	-35,62	350,88	-64,39	122,11
Chilê	163.463	13,82	-8,86	2,42	3,92	2,82
Dambia	156.235	591,73	-53,40	15,37	-31,24	130,61
Goatêmala	137.729	-27,00	-36,68	59,79	54,71	12,70
Xri Lanca	135.727	19,68	10,80	-12,84	-5,83	2,95
Kenya	134.956	53,08	-11,21	3,80	9,51	13,80

Nguồn: ITC

3. Thị hiếu tiêu dùng

Ả Rập Xê-út là một quốc gia giàu truyền thống – đồng thời đất nước này cũng đang trải qua những chuyển đổi về kinh tế và xã hội đang tạo ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp F&B trong nước và quốc tế.

Một trong những biến đổi đó là sở thích của người tiêu dùng. Thay vì ổn định, nhu cầu địa phương đang thay đổi.

Một số thay đổi đang diễn ra trong lĩnh vực F&B từ góc độ người tiêu dùng.

- Nhu cầu về các sản phẩm thực phẩm tốt cho sức khỏe ngày càng tăng

- Người tiêu dùng địa phương ngày càng có ý thức về sức khỏe – và vì vậy họ quan tâm đến các lựa chọn thực phẩm và đồ uống tốt hơn cho họ.

- Một nghiên cứu năm 2022 của chính quyền Ả rập Xê út cho thấy, 34,7% người tham gia thích thực phẩm lành mạnh; 18,8% cho biết họ sẽ chọn thực phẩm không tốt cho sức khỏe thay vì thực phẩm tốt cho sức khỏe; và 46,5% cho biết sở thích như nhau đối với thực phẩm lành mạnh và không lành mạnh.

Xu hướng lựa chọn thực phẩm lành mạnh hơn có liên quan đến chính sách của chính phủ. Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Ả Rập Xê Út (SFDA), phối hợp với các cơ quan chính phủ khác, đã phát triển chiến lược thực phẩm lành mạnh (HFS) với mục đích cải thiện lối sống lành mạnh và giảm lượng đường, muối, axit béo bão hòa và axit béo chuyển hóa.

Những ảnh hưởng toàn cầu đang làm thay đổi thực phẩm ở Ả Rập Xê-út

Khi Ả Rập Xê-út ngày càng hợp tác với các doanh nghiệp quốc tế trong nhiều ngành công nghiệp và thu hút lượng khách du lịch ngày càng tăng (với mục tiêu đón 100 triệu du khách mỗi năm vào năm 2030), những ảnh hưởng toàn cầu đang tìm đường đến thị hiếu tiêu dùng của địa phương.

Điều này bao gồm các hương vị, nguyên liệu và cách nấu ăn mới mà trước đây không có ở đây. Khi người dân Ả Rập Xê Út tận hưởng bảng màu thực phẩm đa dạng hơn, sẽ có cơ hội cho các thương hiệu F&B quốc tế hoặc sáng tạo có được sức hút trên thị trường. Trong đồ uống, có nhu cầu về nước giải khát có hương vị trái cây

Ngành công nghiệp đồ uống Ả rập đang chứng kiến sự gia tăng sở thích của người tiêu dùng đối với nước ngọt có hương vị trái cây với hương vị cam quýt, nhiệt đới và quả mọng được ưa chuộng nhất. Điều này cho thấy rằng khi nhu cầu về các lựa chọn thực phẩm khác nhau tăng lên thì nhu cầu về nhiều loại đồ uống hơn cũng tăng theo. Khi ngành công nghiệp thực phẩm địa phương thích ứng với những thay đổi của thị trường, điều quan trọng là các doanh nghiệp đồ uống cũng

phải tận dụng cơ hội ở đây – cung cấp cho người tiêu dùng những sản phẩm họ muốn.

Mô hình tiêu thụ thực phẩm đang thay đổi trên toàn thị trường

Sự phát triển của lĩnh vực F&B ở Ả Rập Xê-út đang được thúc đẩy bởi nhiều yếu tố như sau:

+ Thay đổi lực lượng lao động. Năm 2021, tỷ lệ phụ nữ tham gia lực lượng lao động là 35,6% - đã vượt mục tiêu 30% của Tầm nhìn 2030. Tỷ lệ thất nghiệp của phụ nữ cũng đã giảm; nên số lượng phụ nữ có sức mua trên thị trường ngày càng tăng.

+ Đô thị hóa và tăng trưởng thu nhập khả dụng. Nhiều người có nhiều tiền hơn để chi tiêu và đang sống ở những khu vực mà họ có thể tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ F&B mới.

+ Sự xuất hiện của dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến và thương mại điện tử. Người tiêu dùng địa phương đang tận hưởng sự tiện lợi hơn và có thể so sánh giá cả cũng như sản phẩm trên nền tảng kỹ thuật số, vì vậy họ có thể chọn các sản phẩm có giá trị tốt và/hoặc chất lượng cao.

Ả Rập Xê-út là một quốc gia đang trải qua quá trình chuyển đổi kinh tế và xã hội có chủ ý và rộng rãi. Và chắc chắn điều đó đang thay đổi những gì mọi người muốn sử dụng.

Trong quá trình này, những người mua sắm tinh tế yêu cầu chất lượng dịch vụ và giá trị đồng tiền, đồng thời cẩn thận tìm kiếm các dòng sản phẩm mới từ các thương hiệu ưa thích của họ.

Thị hiếu trong lĩnh vực may mặc

Theo một nghiên cứu, thị phần quần áo hàng hiệu đã chứng kiến sự gia tăng ổn định trong thập kỷ qua nhờ những thay đổi trong thị hiếu người tiêu dùng và xu hướng thời trang toàn cầu hội tụ tại Ả rập Xê út.

Ngành bán lẻ quần áo là một trong những phân khúc bán lẻ cạnh tranh và phát triển nhất ở Ả Rập Xê-út. Quần áo nữ là phân khúc quần áo bán lẻ lớn nhất tại thị trường Ả Rập Xê Út, chiếm 54% tổng doanh số bán lẻ có thương hiệu, trong khi Riyadh vẫn là thị trường lớn nhất cho quần áo nữ.

Giày dép là lĩnh vực lớn thứ hai, chiếm gần 20% doanh số bán hàng may mặc, trong khi Alhokair có vị trí thống trị trong lĩnh vực giày dép, sở hữu các thương hiệu lớn nhất, bao gồm Aldo, Nine West và Nike.

Doanh số bán quần áo trẻ em cao ở Ả Rập Xê-út do dân số trẻ và tỷ lệ sinh cao, chiếm 15% tổng doanh số bán hàng.

Quần áo nam là một phân khúc mới nổi trong thị trường bán lẻ thời trang Ả Rập Xê Út chiếm khoảng 6% tổng doanh số bán hàng may mặc. Các thương hiệu quần áo cao cấp có mặt tại các trung tâm thương mại và được chứng minh là bán hàng thành công, trong khi thị trường tầm trung vẫn tiếp tục có nhu cầu rất lớn về thời trang hàng hiệu.

IV. Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Ả-rập xê-út

1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường Ả-rập xê-út

Ả-rập xê-út là thị trường tiêu dùng lớn nhất ở các nước GGC. Bất chấp giá dầu giảm trong suốt giai đoạn 2016-2020, thị trường Ả-rập xê-út vẫn tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ nhờ có lượng người tiêu dùng nội địa vững chắc và dân số trẻ ngày càng tăng với thu nhập khả dụng cao, mức thu nhập khả dụng ngày càng tăng (cao hơn mức trung bình toàn cầu) và chỉ số niềm tin người tiêu dùng cao. Năm

2020, tổng doanh số bán lẻ ước tính khoảng 37 tỷ USD (USDA). Thị trường bán lẻ của Ả-rập xê-út tiếp tục tăng lên 20% vào năm 2022 (Retail Gazette).

Chi tiêu của người tiêu dùng tăng 10% trong năm 2022, người tiêu dùng Xê-út chi tiêu khoảng 88,5 tỷ SR (SAMA). Fitch Solutions dự báo chi tiêu thực tế của hộ gia đình sẽ đạt mức tăng trưởng 3,5% vào năm 2023.

Chính phủ đã chuyển sang hướng không chỉ dựa vào nguồn thu từ nhiên liệu khi động lực của thị trường năng lượng toàn cầu đang thay đổi và nhân khẩu học của đất nước dự kiến sẽ bước vào giai đoạn chuyển tiếp với số lượng người Ả-rập xê-út trong độ tuổi lao động ngày càng tăng vào năm 2030. Đặc điểm chính của thị trường bán lẻ là nhu cầu cao đối với các sản phẩm cao cấp.

Công dân Ả-rập xê-út chiếm 48,4% lực lượng lao động bán lẻ, với chỉ dưới một nửa số nhân viên này, khoảng 125.000 người, là phụ nữ. Sự đại diện mạnh mẽ này trong lực lượng lao động bán lẻ đã giúp nâng tỷ lệ tham gia kinh tế chung của phụ nữ Ả Rập Xê Út lên 19,7% tính đến cuối tháng 9 năm 2019 (SAMA).

Có ba khu vực hoạt động thương mại chính ở Ả rập xê út gồm:

+ Khu vực phía Tây, với thành phố Jeddah là trung tâm thương mại chính;

+ Khu vực miền Trung, bao gồm thủ đô Riyadh;

+ Khu vực tỉnh Miền Đông, nơi tập trung ngành dầu khí.

Xét về danh mục sản phẩm, thực phẩm & đồ uống chiếm gần 1/3 thị trường và phân khúc này được dự đoán sẽ duy trì vị thế thống trị thị trường trong ngắn hạn.

Một số công ty lớn hoạt động tại thị trường bán lẻ Ả-rập xê-út là:

+ Panda Retail Co (Tập đoàn Savola),

+ Abdullah Al Othaim Markets,

+ BinDaWood Holding,

+ Farm Superstores,

+ Siêu thị Al Raya,

+ Siêu thị Tamimi,

+ Lulu Group International (EMKE Group),

+ Carrefour Ả-rập xê-út (USDA).

Thị phần:

Lĩnh vực bán lẻ thực phẩm của Ả-rập Xê-út ngày càng cạnh tranh, được đánh dấu bằng sự hiện diện của các cửa hàng trong nước, khu vực và quốc tế. Cơ cấu bán lẻ được đặc trưng bởi sự hiện diện của các siêu thị, đại siêu thị và các kênh bán hàng hướng đến sự tiện lợi khác. Số lượng siêu thị và đại siêu thị ở Ả Rập Xê Út đã tăng hơn gấp đôi từ năm 2011 đến năm 2016 và tiếp tục tăng thêm 45% trong giai đoạn 2016-2022. Thị trường bán lẻ nội địa đang bị phân mảnh, áp lực phải đổi mới rất lớn. Do quyết định gần đây của chính phủ nhằm giảm tỷ trọng lực lượng lao động của Ả rập Xê-út bao gồm các công nhân nước ngoài có tay nghề thấp, tỷ suất lợi nhuận tương đối đã giảm, do đó đẩy chi phí tiền lương lên cao. Điều này đã ảnh hưởng không tương xứng đến các nhà bán lẻ độc lập và tiện lợi (bakalas) và tạo ra áp lực mạnh mẽ để tiết kiệm chi phí trong các lĩnh vực hoạt động khác mà không ảnh hưởng đến trải nghiệm của người tiêu dùng.

Theo USDA, tổng số siêu thị và đại siêu thị ở Ả-rập xê-út là 1.600 cửa hàng vào năm 2022. Đây là con số tương đối nhỏ và chỉ chiếm 2,9% số điểm bán lẻ. Tuy nhiên, 2,9% cửa hàng này chiếm khoảng 37% tổng doanh số bán hàng tạp hóa ở Ả-

rập xê-út. Chúng hầu hết nằm ở ba thành phố lớn của Vương quốc (Riyadh, Jeddah và Dammam).

Một số công ty lớn hoạt động tại thị trường bán lẻ Ả-rập xê-út là:

+ Panda Retail Co (Tập đoàn Savola),

+ Abdullah Al Othaim Markets, BinDaWood Holding,

+ Farm Superstores,

+ Siêu thị Al Raya,

+ Siêu thị Tamimi,

+ Lulu Group International (EMKE Group),

+ Carrefour Ả-rập xê-út (USDA).

Các nhà bán lẻ truyền thống và các cửa hàng tạp hóa độc lập (Bakalas) chiếm phần lớn doanh số bán hàng ở Ả-rập xê-út. Bakalas rất phù hợp để phục vụ nhu cầu tiêu dùng hàng ngày, đặc biệt khi mua số lượng nhỏ. Giá ở bakalas có xu hướng cao, nhưng họ vẫn duy trì lợi thế so với các siêu thị bằng cách cung cấp các dịch vụ khác nhau cho những người mua hàng muốn mua nhanh một số mặt hàng.

2. Quy trình thực hiện hoạt động phân phối của các doanh nghiệp nước ngoài tại thị trường Ả rập xê út

Trong giai đoạn trước năm 2016, theo luật của Ả-rập xê-út, chỉ các công dân và doanh nghiệp của Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC - gồm sáu quốc gia vùng Vịnh là Ả-rập xê-út, Các Tiểu vương quốc Arab thống nhất (UAE), Qatar, Kuwait, Bahrain và Oman) mới được phép tham gia vào các hoạt động thương mại phân phối và bán lẻ hàng hóa tại Ả-rập xê-út. Tuy nhiên, kể từ tháng 6/2016, Hội đồng Bộ trưởng Chính phủ Ả-rập xê-út đã chính thức phê chuẩn quyền sở hữu toàn bộ của nước ngoài đối với các doanh nghiệp bán buôn và bán lẻ, loại bỏ yêu cầu bắt

buộc phải có sự sở hữu 25% của GCC như trước. Như vậy, các doanh nghiệp nước ngoài muốn phân phối hàng hóa tại Ả-rập xê-út không bắt buộc phải chỉ định một đại lý hoặc nhà phân phối địa phương của Ả-rập xê-út để bán cho các công ty Ả-rập xê-út.

Quan hệ đại lý/nhà phân phối của Ả-rập xê-út được điều chỉnh bởi Quy định về đại lý thương mại của Bộ Thương mại (https://mc.gov.sa/en). Mặc dù điều này không còn bắt buộc về mặt pháp lý nhưng các doanh nghiệp nước ngoài muốn hợp tác kinh doanh với các cơ quan chính phủ Ả Rập Xê Út nên chỉ định một đại lý dịch vụ của Ả Rập Xê Út. Hoa hồng bán hàng trả cho đại lý dịch vụ của Ả Rập Xê Út có thể thương lượng với đại lý hoặc nhà phân phối của Ả Rập Xê Út, nhưng thông thường, mức hoa hồng này dao động từ 3-10%, tùy thuộc vào sản phẩm hoặc dịch vụ và nhiệm vụ yêu cầu của đại lý dịch vụ. Các doanh nghiệp nước ngoài cần đảm bảo các điều khoản về hoa hồng bán hàng được xác định rõ ràng trong hợp đồng đại lý hoặc phân phối.

Việc chấm dứt thỏa thuận đại lý/nhà phân phối có thể khó khăn mặc dù chính sách của Ả-rập xê-út đã thay đổi để cho phép đăng ký thỏa thuận mới trước sự phản đối của nhà phân phối hiện tại. Mặc dù hầu hết các đại lý và/hoặc nhà phân phối tiềm năng của Ả-rập Xê-út thường thích các hợp đồng đại lý độc quyền nhưng chúng không bắt buộc. Một doanh nghiệp nước ngoài nên tránh bị coi là thiếu cam kết đầy đủ đối với các mối quan hệ kinh doanh ở Ả-rập xê-út. Các đại lý của Ả-rập xê-út có thể yêu cầu "bồi thường khi chia tay" trong trường hợp nhà xuất khẩu nước ngoài quyết định chấm dứt mối quan hệ kinh doanh. Vì đây là thông lệ ở thị trường này nên các doanh nghiệp nên giải quyết vấn đề này trước khi thực hiện bất kỳ hợp đồng nào.

Các doanh nghiệp quan tâm đến thị trường Ả-rập xê-út được cảnh báo không nên cố gắng sử dụng danh sách các nhà nhập khẩu để "gọi điện chào hàng" cho các

đại lý tiềm năng. Người Ả Rập Xê Út chỉ thích tiến hành kinh doanh với ai đó sau khi họ đã được giới thiệu phù hợp và gặp mặt trực tiếp và lời giới thiệu của một người liên lạc sẽ dùng để chứng minh độ tin cậy của cả hai bên.

Hệ thống pháp luật của Ả-rập xê-út, được gọi là sharia, dựa trên Kinh Qur'an và Hadith (những câu nói của Nhà tiên tri) và khác biệt đáng kể với hệ thống tư pháp các quốc gia khác. Các doanh nghiệp nước ngoài dự định ký hợp đồng đại lý hoặc phân phối với một thực thể Ả Rập Xê Út được khuyến khích tham khảo ý kiến của luật sư địa phương và có hợp đồng chi tiết, ràng buộc về mặt pháp lý nêu rõ các quyền và nghĩa vụ của tất cả các bên, cách thức và thời điểm thanh toán hoa hồng bán hàng, và mọi tranh chấp sẽ được giải quyết như thế nào và ở địa điểm nào. Danh sách các công ty luật Ả-rập xê-út có thể truy cập tại: https://sa.usembassy.gov/us-citizen-services/legal-assistance/.

Thành lập văn phòng địa phương

Thủ tục thành lập văn phòng tại Ả-rập xê-út khác nhau tùy theo loại hình kinh doanh được thực hiện. Để có hướng dẫn chính thức, các công ty nên truy cập trang web của Bộ Đầu tư nước này. Để mở văn phòng tại Ả-rập xê-út, công ty nước ngoài phải chuẩn bị nộp bản sao điều lệ công ty được thành lập tại quốc gia xuất xứ; bản sao đăng ký thương mại; văn bản chấp thuận của hội đồng quản trị công ty, giám đốc điều hành/chủ tịch hoặc cơ quan tương tự liên quan đến quyết định mở văn phòng công ty con; tên thành phố nơi đặt văn phòng; và tên người quản lý công ty con gửi Bộ Thương mại. Các tài liệu nói trên phải được chứng thực bởi Đại sứ quán Ả-rập xê-út tại các nước. Phương pháp phổ biến và trực tiếp nhất chỉ đơn giản là chỉ định một đại lý/nhà phân phối có thể thành lập văn phòng theo cơ quan đăng ký thương mại của riêng mình. Thỏa thuận đại lý/nhà phân phối phải được đăng ký với Bộ Thương mại. Các quy định của Cơ quan Thương mại chi phối hành vi của đại lý/nhà phân phối.

Các loại văn phòng:

+ Văn phòng dịch vụ khoa học và kỹ thuật: Loại văn phòng này phải có giấy phép của Bộ Thương mại. Cách tiếp cận này bảo vệ tính độc lập và bản sắc của công ty nước ngoài và mang lại nhiều thời gian hơn trong việc quản lý và tiếp thị các sản phẩm và/hoặc dịch vụ của công ty. Các văn phòng dịch vụ khoa học và kỹ thuật không được phép tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào các hoạt động thương mại, nhưng họ có thể cung cấp hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn cho các nhà phân phối Ả-rập xê-út, cũng như tiến hành khảo sát thị trường và nghiên cứu sản phẩm.

+ Văn phòng chi nhánh: Luật Đầu tư nước ngoài của Ả-rập xê-út cho phép các công ty quốc tế sở hữu 100% dự án và tài sản cần thiết cho chính dự án đó, đồng thời cho phép họ duy trì các ưu đãi tương tự như các công ty trong nước. Văn phòng chi nhánh liên quan đến sự hiện diện trực tiếp hơn so với đại lý thương mại. Các văn phòng chi nhánh phần lớn bị hạn chế ở vai trò hành chính và không được tham gia vào các hoạt động thương mại. Tuy nhiên, văn phòng chi nhánh có thể rất hữu ích như một sự hiện diện liên lạc cho một doanh nghiệp nước ngoài. Văn phòng chi nhánh mang lại những lợi ích về sự hiện diện thực tế mà không cần đến các yêu cầu chính thức của một công ty liên doanh. Một công ty có thể mở văn phòng chi nhánh độc lập mà không cần đối tác Ả Rập Xê Út. Công ty mẹ phải chịu hoàn toàn trách nhiệm về mọi công việc do văn phòng chi nhánh đó đảm nhận.

+ Văn phòng liên lạc: Việc thành lập văn phòng liên lạc thường được cấp cho các công ty có nhiều hợp đồng với chính phủ và yêu cầu một văn phòng địa phương giám sát việc thực hiện hợp đồng. Văn phòng đại diện không được phép tham gia vào các hoạt động thương mại trực tiếp hoặc gián tiếp tại Ả-rập xê-út.

+ Liên doanh: Một công ty có thể thành lập liên doanh với một công ty Ả-rập Xê-út đã đăng ký hợp pháp. Thông thường, cộng đồng doanh nghiệp Ả-rập Xê-út gọi quan hệ đối tác trách nhiệm hữu hạn là liên doanh. Các quan hệ đối tác này

cũng phải được đăng ký với Bộ Thương mại và trách nhiệm pháp lý của các đối tác được giới hạn trong phạm vi đầu tư của họ vào quan hệ đối tác.

Các công ty nước ngoài cũng có thể xin giấy phép từ Bộ Đầu tư Ả-rập Xê-út để thành lập một dự án công nghiệp hoặc phi công nghiệp. Bộ sẽ cấp phép cho các dự án theo Đạo luật Đầu tư Nước ngoài mới, cho phép 100% sở hữu nước ngoài. Ngoài ra, nhà đầu tư nước ngoài có thể mở văn phòng bán hàng/hành chính/tiếp thị để bổ sung cho dự án công nghiệp hoặc phi công nghiệp của mình. Bộ có thẩm quyền rộng rãi về tất cả các vấn đề liên quan đến đầu tư nước ngoài vào công nghiệp, dịch vụ, nông nghiệp và hợp đồng.

Luật Công ty Ả Rập Xê Út, có hiệu lực vào năm 2016, là cơ quan pháp lý chính điều chỉnh hoạt động của các công ty ở Ả Rập Xê Út. Luật công nhận tám loại hình công ty. Các hình thức phổ biến nhất là công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC), công ty cổ phần, công ty hợp danh chung và công ty hợp danh hữu hạn. Các hình thức công ty ít phổ biến hơn là quan hệ đối tác được giới hạn bởi cổ phần và liên doanh. Ngoài những điều trên, sharia còn chỉ định một số loại công ty khác, nhưng các nhà đầu tư nước ngoài không thể sử dụng những loại này. Các công ty nước ngoài thường thành lập LLC, một phương tiện phổ biến của công ty vì chúng dễ thành lập và quản lý và trách nhiệm cá nhân của mỗi đối tác được giới hạn ở phần đóng góp của cá nhân vào vốn cổ phần của công ty.

Từ tháng 4/2022, Bộ Đầu tư Ả Rập Xê Út đã công bố dự thảo Luật Đầu tư mới nhằm đảm bảo sự đối xử bình đẳng giữa các nhà đầu tư trong và ngoài nước đối với các khoản đầu tư trực tiếp vào Ả Rập Xê Út. Luật này nhằm mục đích hỗ trợ nguyên tắc cạnh tranh trung lập và công bằng, đồng thời đảm bảo cơ hội bình đẳng trong việc xử lý các khoản đầu tư trực tiếp của nhà đầu tư công và tư nhân. Theo dự thảo luật, nhà đầu tư nước ngoài sẽ được hưởng đối xử trung lập, không có bất kỳ sự phân biệt đối xử nào; có quyền tự do quản lý, bán, định đoạt các dự án

kinh tế của mình; và sở hữu những tài sản cần thiết để đảm bảo dự án kinh tế vận hành suôn sẻ. Các nhà đầu tư nước ngoài sẽ tiếp tục được phép ký kết hợp đồng thương mại và mua lại, thanh lý hoặc bán bất kỳ công ty nào. Luật có quy định về chuyển tiền từ trong và ngoài Ả-rập xê-út, bao gồm cả việc chuyển tiền thu được và lợi nhuận từ một dự án kinh tế. Các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài sẽ phải tuân theo các yêu cầu phê duyệt theo ngành giống nhau đối với giấy phép và đăng ký, cũng như phê duyệt hoặc giấy phép đối với một số hoạt động kinh tế hoặc đặc khu kinh tế.

Cửa hàng nhượng quyền

Ngày 8/10/2019, Hội đồng Bộ trưởng Ả-rập Xê-út đã thông qua luật nhượng quyền thương mại có hiệu lực từ ngày 12/5/2020. Luật này được bổ sung bằng cách thực hiện các quy định đặt ra các nghĩa vụ và yêu cầu cụ thể áp dụng cho bên nhượng quyền và bên nhận quyền cũng như điều chỉnh các khía cạnh khác của nhượng quyền thương mại. sắp xếp. Luật mới đặc biệt cho phép áp dụng các phương pháp giải quyết tranh chấp thay thế, chẳng hạn như trọng tài, hòa giải và hòa giải, đồng thời các bên có thể lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp của mình. Hiện tại, Hội đồng Khiếu nại ở Ả-rập xê-út có thẩm quyền giải quyết các tranh chấp về nhượng quyền thương mại đối với những tranh chấp không được đưa ra trọng tài quốc tế hoặc địa phương.

Nhượng quyền là một cách tiếp cận phổ biến và thành công để thành lập các doanh nghiệp định hướng người tiêu dùng ở Ả Rập Xê-Út. Cơ hội nhượng quyền tồn tại trong nhiều danh mục kinh doanh, bao gồm dịch vụ may mặc, giặt ủi và giặt khô, phụ tùng ô tô và dịch vụ, nhà hàng, dịch vụ thư tín và trọn gói, in ấn và cửa hàng tiện lợi. Không có số liệu chính xác cho số lượng các cửa hàng nhượng quyền và thương hiệu ở Ả Rập Xê-Út, tuy nhiên theo các nguồn tin trong ngành cho thấy có hơn 300 công ty nước ngoài có nhượng quyền ở Ả Rập Xê-Út.

Chính phủ Ả-rập xê-út đã tự do hóa các lĩnh vực bán buôn, bán lẻ và nhượng quyền thương mại vào năm 2016, cho phép người nước ngoài sở hữu toàn bộ các doanh nghiệp bán buôn và bán lẻ bằng cách loại bỏ yêu cầu sở hữu địa phương 25% trước đây. Tất cả các doanh nghiệp công nghiệp đều mở cửa cho những người không phải là người Ả Rập Xê Út và các nhà đầu tư cũng có thể kinh doanh các sản phẩm mà họ sản xuất.

Luật Nhượng quyền thương mại yêu cầu bên nhượng quyền cung cấp cho bên nhận quyền tài liệu tiết lộ ít nhất 14 ngày trước khi thực hiện thỏa thuận nhượng quyền hoặc trước khi bên nhận quyền thanh toán bất kỳ khoản tiền nào liên quan đến nhượng quyền thương mại (tức là tiền đặt cọc). Văn bản công bố phải bao gồm các nội dung quy định tại các quy định thi hành Luật, bao quát rộng rãi các quyền, nghĩa vụ chính và rủi ro vật chất liên quan đến việc nhượng quyền dự kiến. Tài liệu tiết lộ và thỏa thuận nhượng quyền phải được dịch sang tiếng Ả Rập.

Ngoài các điều khoản quan trọng thường được đưa vào các thỏa thuận nhượng quyền thương mại, các công ty nên đặc biệt chú ý đến luật ăn kiêng của người Hồi giáo (thịt/sản phẩm mỹ phẩm halal, cấm thịt lợn và rượu, v.v.) cũng như trang phục và phong tục địa phương.

Marketing trực tiếp

Tiếp thị trực tiếp không được thực hiện rộng rãi ở Ả-rập xê-út vì mối quan hệ cá nhân giữa nhà cung cấp và khách hàng đóng một vai trò quan trọng. Hơn nữa, nhiều hình thức tiếp thị trực tiếp được thực hiện ở các quốc gia phương Tây là không thể chấp nhận được do các giới luật và truyền thống Hồi giáo như quyền riêng tư ở nhà. Tuy nhiên, xu hướng tiếp thị ở Ả-rập xê-út đang phát triển do lực lượng lao động trong nước ngày càng tăng, làn sóng chiến lược tiếp thị kỹ thuật số và việc thực hiện thuế giá trị gia tăng (VAT). Hơn nữa, Ả-rập xê-út là một quốc gia có người tiêu dùng tương đối trẻ và am hiểu công nghệ. Các công ty, đặc biệt là

những công ty trong lĩnh vực khách sạn và hàng tiêu dùng, đang tiếp thị sản phẩm của họ trực tuyến bằng cách đặt quảng cáo trên các nền tảng truyền thông xã hội như Snapchat, Instagram, Twitter và YouTube. Các cửa hàng bán lẻ lớn đã bắt đầu sử dụng tiếp thị trực tiếp để tăng cường kết nối với người tiêu dùng bằng tin nhắn di động, email quảng cáo, trang web tương tác và quảng cáo trực tuyến để nâng cao nhận thức và giữ chân người tiêu dùng.

Những hạn chế của hệ thống bưu chính Ả-rập Xê-út là hạn chế đối với việc thực hiện đơn hàng trực tuyến; tuy nhiên, điều này cũng đang thay đổi. Hiện tại, có một hệ thống chuyển phát tên là Wasel chuyên chuyển thư và bưu kiện đến các khu dân cư. Ngoài ra, dịch vụ giao hàng bùng nổ trong bối cảnh lệnh phong tỏa do đại dịch COVID-19 năm 2020 và một số ứng dụng giao hàng đã được phát triển.

Chuyển phát nhanh

Federal Express, United Parcel Service (UPS), DHL của Deutsche Post và Aramex đều phục vụ các cộng đồng lớn ở Ả-rập xê-út. Các lô hàng không có tài liệu yêu cầu số ID của người nhận. Thuật ngữ ID sẽ không nhất thiết phải được công nhận Ở Ả-rập xê-út, các thuật ngữ được sử dụng là:

Số hồ sơ thương mại (CR) - (Doanh nghiệp)

Iqama, Số CMND hoặc ID thường trú - (Cá nhân)

Việc không tuân thủ yêu cầu trên có thể dẫn đến việc thông quan và giao hàng bị chậm trễ, Hải quan Ả-rập xê-út tịch thu lô hàng hoặc lô hàng bị trả lại với chi phí do người gửi hàng chịu.

Kể từ tháng 1/2020, theo luật thương mại điện tử của Ả Rập Xê Út, tất cả các chợ trực tuyến và nền tảng thương mại điện tử bán hàng cho khách hàng ở Ả Rập Xê Út đều phải công bố thuế, VAT và các khoản phí đích khác. Bao gồm:

+ Chi phí vận chuyển từ quốc gia xuất xứ theo mức giá đã thỏa thuận giữa nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển (ví dụ Transglobal Express) và nền tảng thương mại điện tử

+ Các lô hàng có giá trị cao phải chịu Thuế Hải quan và VAT của Ả-rập xê-út

+ Các lô hàng có giá trị cao phải chịu Phí hệ thống thông minh của chính phủ Ả Rập Xê Út (FASAH)

+ Tất cả các lô hàng chịu thuế phải chịu phí khai báo của Ả Rập Xê Út

+ Lô hàng giá trị thấp chịu thuế GTGT

+ Tất cả các lô hàng phải chịu phí giải ngân tại điểm đến

+ COD thu giá trị hàng hóa

Liên doanh/Cấp phép

Theo Luật Đầu tư nước ngoài hiện hành, nhà đầu tư nước ngoài có thể thành lập dự án của riêng mình hoặc liên kết với nhà đầu tư trong nước (hiện tại, chỉ có các tổ chức đã đăng ký chứ không phải nhà đầu tư cá nhân mới được chấp thuận). Nếu lựa chọn phương án thực thể đã đăng ký, các nhà đầu tư nước ngoài thường cơ cấu doanh nghiệp của họ dưới dạng công ty trách nhiệm hữu hạn. Vốn tối thiểu của một LLC có sự tham gia của nước ngoài là 100.000 SAR ($26.667) cho hầu hết các dự án, 1.000.000 SAR ($266.667) cho các dự án công nghiệp và 25.000.000 SAR ($6.666.667) cho các dự án nông nghiệp. Bộ Đầu tư có thể yêu cầu mức vốn cao hơn hoặc thấp hơn tùy theo đánh giá yêu cầu của dự án. Luật hiện hành cho phép công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên. Sau khi được cấp giấy phép của Bộ Đầu tư, LLC phải được đăng ký với Cơ quan đăng ký thương mại của Bộ Thương mại.

Công ty TNHH một thành viên có thể trở thành phương tiện đầu tư được lựa chọn trong tương lai do tính đơn giản tương đối và dễ đăng ký cũng như quản trị. LLC có thể được sở hữu 100% bởi các nhà đầu tư nước ngoài hoặc có quyền sở hữu hỗn hợp giữa Xê-út và nước ngoài. Công ty cổ phần phải có sự cho phép của cả Bộ Đầu tư và Bộ Thương mại. Nhìn chung, các quy định áp dụng cho việc quản lý công ty cổ phần chi tiết hơn so với các quy định áp dụng cho công ty trách nhiệm hữu hạn. Luật yêu cầu phải có sự cho phép của Hội đồng Bộ trưởng đối với việc thành lập bất kỳ công ty cổ phần nào để thực hiện các dự án thuộc khu vực công nhận được hỗ trợ từ nhà nước hoặc bao gồm các tổ chức thuộc khu vực công. Các công ty ngân hàng cổ phần cũng cần có sự cho phép của Hội đồng Bộ trưởng.

Trung tâm Dịch vụ Nhà đầu tư (ISC) tại Bộ Đầu tư giám sát tất cả các vấn đề liên quan đến cấp phép và đăng ký nhà đầu tư nước ngoài. ISC được dự định là cơ quan một cửa để hỗ trợ các nhà đầu tư nước ngoài và giảm thiểu các thủ tục kéo dài, mặc dù thành tích của ISC trong việc đạt được mục tiêu này còn chưa rõ ràng. Lợi nhuận của các công ty nước ngoài bị đánh thuế ở mức 20% lợi nhuận và các khoản lỗ thường có thể được chuyển tiếp.

Tổ chức Tiêu chuẩn, Đo lường và Chất lượng của Ả-rập Xê-út (SASO) thiết lập các tiêu chuẩn sản phẩm và yêu cầu về sự phù hợp đối với hầu hết hàng hóa nhập khẩu và sản xuất trong nước. Ủy ban Công nghệ Thông tin và Truyền thông (CITC) có thẩm quyền đối với các sản phẩm và dịch vụ viễn thông và CNTT nhập khẩu và ngày càng đóng vai trò quản lý chủ động. Quỹ Phát triển Công nghiệp Ả-rập Xê-út (SIDF) có thể tham gia cung cấp tài chính lên tới 50% cho các dự án công nghiệp đã được phê duyệt với thời gian hoàn vốn lên tới 15 năm. Thông tin thị trường được cung cấp cho các nhà đầu tư tiềm năng thông qua SIDF.

Các cơ quan khác của Chính phủ Ả-rập xê-út có thể tham gia vào quá trình thành lập hiện diện kinh doanh tại Ả-rập xê-út bao gồm: Bộ Ngoại giao (thị thực);

Bộ Nội vụ (giấy phép cư trú và phê duyệt an toàn, an ninh công nghiệp); Bộ Lao động (quy định lao động và hạn ngạch tuyển dụng của Ả-rập Xê-út); Ủy ban Hoàng gia Jubail và Yanbu (nếu dự án ở các thành phố công nghiệp đó); Tổ chức Bảo hiểm xã hội chung (bảo hiểm xã hội và thanh toán tàn tật cho nhân viên Ả Rập Xê Út); và Tổng công ty Đào tạo Kỹ thuật và Dạy nghề (chương trình đào tạo cho người Xê-út)

Yêu cầu về tỷ lệ nội địa hóa sản phẩm

Các doanh nghiệp do chính phủ kiểm soát tại Ả Rập Xê-Út đang ngày càng đưa ra các yêu cầu nội dung địa phương cho các công ty nước ngoài. Ví dụ, chương trình tổng giá trị gia tăng của Vương quốc Aramco khuyến khích mua hàng hóa và dịch vụ từ cơ sở cung cấp địa phương và nhằm tăng gấp đôi tỷ lệ hàng hóa và dịch vụ liên quan đến năng lượng do Aramco sản xuất lên 70% vào năm 2021. Quân đội Ả Rập đang cải cách các quy trình và chính sách mua sắm của mình để kết hợp việc làm mới của Ả Rập Xê-Út và các mục tiêu sản xuất nội địa hóa.

Thương mại điện tử

Thương mại điện tử được sử dụng rộng rãi, các lĩnh vực chính bán thông qua thương mại điện tử và số lượng sản phẩm hay dịch vụ trong mỗi lĩnh vực được bán thông qua thương mại điện tử tăng so với bán lẻ truyền thống. Khoảng 8 triệu USD mua hàng được thực hiện thông qua các ứng dụng và trang web điện tử trong cùng năm 2022, với gần 70 triệu lượt truy cập trang web mỗi tháng. Tăng trưởng người dùng tiếp tục mở rộng ở mức ước tính 9,3% mỗi năm. Người dùng nữ của thị trường thương mại điện tử cao hơn người dùng nam, với thời trang chiếm phần lớn nhất trong khối lượng thị trường ở mức 1,7 tỷ USD. Đặc biệt, phân khúc may mặc thống trị thị trường thời trang Ả Rập Xê-Út với nhiều thương hiệu quốc tế có mặt trên không gian trực tuyến. Tiếp theo là các sản phẩm chăm sóc cá nhân và hàng xa xỉ với 44% thị phần.

Thương mại điện tử phải đối mặt với một số thách thức đối với tăng trưởng.

Người tiêu dùng Ả Rập Xê-Út ủng hộ thanh toán bằng tiền mặt khi giao hàng hơn là thanh toán bằng thẻ tín dụng tại điểm bán hàng trên Internet. Các trang web từ doanh nghiệp đến người tiêu dùng (B2C) của Ả rập Xê-Út phải vượt qua thách thức này để tăng đáng kể thị phần thương mại điện tử. Cổng thanh toán khuyến khích thanh toán điện tử đang được phát triển để giải quyết vấn đề này. Với Ả Rập Xê-Út là thị trường lớn nhất thứ hai về thư rác, việc bảo mật mạng được cải thiện là cần thiết để thu hút sự tin tưởng của người tiêu dùng lớn hơn trong các giao dịch Thương mại Điện tử.

Gần một nửa số người dùng Internet Xê-Út báo cáo việc mua sản phẩm, dịch vụ trực tuyến và thông qua thiết bị cầm tay di động của họ. SAG đã thông qua một số quy định để kiểm soát và giám sát các giao dịch điện tử và chống tội phạm mạng. Ngoài ra, chính phủ đã phân bổ gần 800 triệu USD để thực hiện sáng kiến Chính phủ điện tử. Để thúc đẩy Sáng kiến Chính phủ điện tử tiến lên, chương trình YESSER (có nghĩa là hướng tới việc tạo điều kiện cho tiếng Anh trong tiếng Ả Rập) đã được chính phủ đưa ra. Sáng kiến này dự kiến sẽ phát triển kế hoạch hành động và chiến lược chính phủ điện tử quốc gia đầu tiên trong vòng năm năm tới. Vai trò của chương trình YESSER là cho phép triển khai các dịch vụ chính phủ điện tử cá nhân của các bộ và các cơ quan chính phủ khác và cung cấp thực tiễn tốt nhất trong việc triển khai các dịch vụ thí điểm.

Thị trường thương mại điện tử đã nhận sự tăng trưởng đáng kể và nhu cầu ngày càng tăng, SAG đã thực hiện một số sáng kiến và chiến lược để tiếp tục phát triển thị trường này. Mục tiêu chính là đa dạng hóa nền kinh tế và thúc đẩy GDP vì những chiến lược này sẽ giúp tạo việc làm, củng cố ngành công nghiệp địa phương, tạo đầu tư và thúc đẩy tinh thần kinh doanh và đổi mới. Để đạt được

những mục tiêu này, SAG trước tiên phải giải quyết những thách thức sau trong hệ sinh thái Thương mại điện tử, thuộc những loại chính:

• Tăng nhu cầu và áp dụng

• Nhận thức và niềm tin của người tiêu dùng

• Kết nối và phủ sóng băng thông rộng

• Thanh toán thẻ cho mua sắm trực tuyến

• Hệ sinh thái hậu cần

• Phát triển hệ sinh thái phía cung

• Chuyển đổi ngành bán lẻ

• Hệ sinh thái thanh toán điện tử

• Khởi nghiệp và tài trợ hệ sinh thái

• Hỗ trợ công nghệ

Dịch vụ bán hàng / Hỗ trợ khách hàng

Ả Rập Xê-Út là một thị trường tương đối cởi mở, cạnh tranh cao. Lòng trung thành thương hiệu và các ưu tiên được thiết lập ít phát triển hơn ở một số quốc gia khác. Do đó, dịch vụ bán hàng và hỗ trợ khách hàng là không thể thiếu để giành và duy trì khách hàng. Chính phủ Ả rập Xê-Út xem sự hiện diện vật lý của công ty nước ngoài tại Vương quốc như một dấu hiệu hữu hình của một cam kết lâu dài. Giao hàng nhanh chóng từ kho có sẵn và sự hiện diện của các kỹ thuật viên hỗ trợ có trình độ đã trở nên quan trọng hơn và chúng ảnh hưởng đến việc kinh doanh lặp lại nhiều hơn mười hoặc thậm chí năm năm trước đây. Các cơ quan chính phủ thường yêu cầu các nhà cung cấp thiết bị cam kết cung cấp bảo trì và phụ tùng thay thế trong trung bình ba năm.

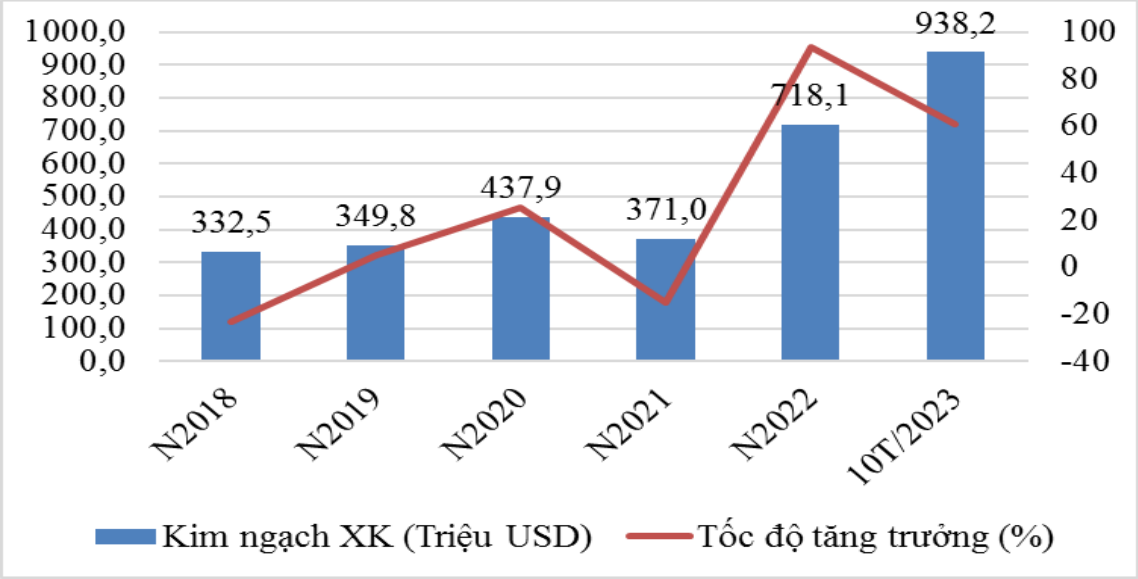
3. Đề xuất giải pháp tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu

3.1. Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Ả-rập xê-út

Ả rập Xê-Út là đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Trong giai đoạn vừa qua, quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và Ả rập Xê-Út đã có những bước phát triển tích cực. Về trao đổi thương mại, Việt Nam chủ yếu nhập siêu từ Ả rập Xê-Út. Nếu như trong năm 2018, kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước mới đạt gần 1,8 tỷ USD (trong đó, Việt Nam xuất khẩu đạt 332,4 triệu USD và nhập khẩu đạt gần 1,5 tỷ USD) thì đến năm 2022, kim ngạch thương mại hai chiều đã tăng lên 2,63 tỷ USD (trong đó xuất khẩu đạt 718 triệu USD và nhập khẩu đạt 1,91 tỷ USD).

Riêng trong lĩnh vực xuất khẩu, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ả rập Xê-Út giai đoạn 2018-2021 nhìn chung ổn định ở mức thấp trong bối cảnh kinh tế nước này suy yếu trước tác động tiêu cực của giá dầu giảm mạnh. Tuy nhiên, xuất khẩu sang Ả rập Xê-Út đã tăng mạnh trong 2 năm 2012-2023. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ả rập Xê-Út trong năm 2022 đạt 718 triệu USD, tăng 93,54% so với năm trước. Riêng trong 10 tháng đầu năm 2023, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này tiếp tục tăng 61% so với cùng kỳ năm trước, lên 938,22 triệu USD. Đây cũng là chỉ số kim ngạch xuất khẩu ấn tượng nhất từ trước đến nay của thị trường Ả-rập Xê-út.

Biểu đồ 6: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ả-rập xê-út trong giai đoạn 2018-2023



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Các doanh nghiệp Ả-rập Xê-ut đẩy mạnh nhập khẩu hàng lương thực thực phẩm, gạch ốp lát, sứ vệ sinh, nông sản, chè, hạt tiêu, thiết bị nội ngoại thất văn phòng và gia dụng, dệt may.... của Việt Nam. Riêng trong 10 tháng năm 2023, xuất khẩu của Việt Nam sang Ả rập xê út gồm nhiều nhóm hàng khác nhau từ hàng điện tử đến dệt may, giày dép hay hàng hóa thuộc lĩnh vực nông nghiệp.

Dẫn đầu về kim ngạch là điện thoại và linh kiện với 410,97 triệu USD, tăng tới 96,01 % so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm 43, 8% kim ngạch xuất khẩu sang Ả-rập Xê-út.

Các nhóm hàng lớn khác với kim ngạch hàng chục triệu USD như: Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng; thủy sản; hạt điều; dệt may; gỗ và sản phẩm gỗ…

Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ả-rập xê-út trong năm 2022-2023

Mặt hàng	10T/2023	So với 10T/2022	N2022	So N2021	Tỷ trọng (%)

	(USD)	(%)	(USD)	(%)	10T2023	N2022
*TỔNG GIÁ TRỊ	938.222.428	60,95	718.086.341	93,54	100,00	100,00
Hàng hóa khác	102.037.451	34,82	97.690.041	26,3	10,88	13,60
Phương tiện vận tải và phụ tùng	7.578.217	244,81	3.036.538	-87,22	0,81	0,42
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	96.581.070	113,89	56.932.732	80,19	10,29	7,93
Điện thoại các loại và linh kiện	410.967.898	96,01	251.831.699	3425,33	43,80	35,07
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	41.485.984	115,39	24.864.533	54,1	4,42	3,46
Sản phẩm từ sắt thép	14.575.632	173,55	7.147.832	131,99	1,55	1,00
Sắt thép các loại	1.645.848	2233,34	230.820	-62,82	0,18	0,03
Hàng dệt, may	48.081.506	52,25	40.564.663	45,95	5,12	5,65
Gỗ và sản phẩm gỗ	22.049.151	-32,45	39.199.470	-2,32	2,35	5,46
Sản phẩm từ cao su	2.052.260	120,18	1.472.826	-4,85	0,22	0,21
Sản phẩm từ chất dẻo	4.491.411	-51,01	9.696.397	52,6	0,48	1,35

Mặt hàng	10T/2023	So với 10T/2022	N2022	So N2021	Tỷ trọng (%)	
	(USD)	(%)	(USD)	(%)	10T2023	N2022
Sản phẩm hóa chất	16.353.669	-1,84	19.988.846	8,47	1,74	2,78
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	6.201.808	14,74	6.271.042	42,46	0,66	0,87
Gạo	16.834.402	-2	20.164.725	5,57	1,79	2,81
Hạt tiêu	10.625.075	41,7	9.462.528	-8,99	1,13	1,32
Chè	3.181.682	-11,88	4.245.445	7,46	0,34	0,59
Hạt điều	60.512.673	36,11	55.036.739	33,72	6,45	7,66
Hàng rau quả	7.743.621	-10,08	11.260.393	23,06	0,83	1,57
Hàng thủy sản	65.223.069	36,4	58.989.073	103,91	6,95	8,21

Nguồn: Tổng cục Hải quan

*** Khó khăn trong việc đưa hàng Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào kênh bán lẻ của thị trường Ả-rập xê-út:**

- Khó khăn chung:

+ Thị trường hai nước xa cách về địa lý và khác biệt về thị hiếu tiêu dùng.

+ Chính sách thương mại và thuế của Ả-rập xê-út khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan (các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật, …) khá chặt chẽ.

+ Cơ cấu hàng XK vẫn nặng về nguyên liệu thô và hàng sơ chế (trên 70% kim ngạch XK). Chất lượng cũng còn nhiều bất cập

+ Hàng nông, thủy sản, thực phẩm chế biến còn chưa đáp ứng được quy định VS ATTP. Hàng công nghiệp chủ yếu là gia công, phụ thuộc vào chất lượng nguyên phụ liệu và mẫu mã sản phẩm

- Khó khăn cụ thể:

+ Hàng NK từ Việt Nam thường được nhập thô, gia công/đóng gói lại và gắn thương hiệu nhà NK.

+ Tiêu chuẩn mua hàng của Ả-rập xê-út khá cao, đơn hàng lại nhỏ

3.2. Đề xuất giải pháp

Các doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định về hàng hóa phân phối tại thị trường Ả rập xê út. Cần phải có một Giấy chứng nhận phù hợp (CoC) cho mỗi chuyến hàng (đối với các sản phẩm đã được quy định) xuất khẩu sang Ả rập Xê-út và chỉ có Cơ quan Đánh giá Tuân thủ được SASO công nhận mới có thẩm quyền cấp chứng chỉ này. Ngoài ra còn có các chứng nhận cần thiết khác đối với một số sản phẩm nhất định, bao gồm: chương trình dán nhãn năng lượng SASO EER (dành cho các sản phẩm máy lạnh, máy cấp đông, máy giặt, máy điều hòa nhiệt độ, các loại bóng đèn và mô-tơ); Chứng nhận của CITC đối với các sản phẩm viễn thông và vô tuyến điện, và Chứng nhận của GSO đối với các sản phẩm vỏ xe, xe cơ giới và đồ chơi trẻ em.

Bên cạnh nghiên cứu kỹ lưỡng nhu cầu của người tiêu dùng, các doanh nghiệp cũng cần quan tâm đến các đối thủ cạnh tranh hiện tại trên thị trường.

Doanh nghiệp cần đầu tư xây dựng hình ảnh, thương hiệu cho sản phẩm của mình. Đây là một khâu quan trọng nhưng dường như vẫn chưa được các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm đầu tư. Hiện tại rất nhiều sản phẩm có chất lượng của

Việt Nam xuất khẩu sang Ả rập xê út nhưng không có thương hiệu riêng của mình mà phải đội lốt những thương hiệu nước ngoài khiến cho giá trị gia tăng không cao và cũng không được người tiêu dùng biết đến. Để xây dựng thương hiệu cho một sản phẩm không chỉ thông qua việc đăng ký nhãn hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm đó mà còn là cả một quá trình để làm sao cho người tiêu dùng biết đến, tin tưởng và yêu thích sản phẩm đó. Việc này ngoài tập trung nâng cao chất lượng mẫu mã sản phẩm, doanh nghiệp cần chuyên nghiệp hóa trong từng khâu bán hàng, chăm sóc sau bán hàng, hậu mãi…

Tất cả các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các sản phẩm thịt và thủy hải sản của Việt Nam, ví dụ như cá, sản phẩm cá, nhuyễn thể, loài giáp xác (tôm, cua) và động vật da gai... cần đăng ký dữ liệu và thông tin về sản phẩm và công ty của mình tại website của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Ả-rập Xê-út. Đây là yêu cầu áp dụng đối với doanh nghiệp thuộc tất cả các nước xuất khẩu các sản phẩm lương thực, thực phẩm và dược phẩm sang Ả-rập Xê-út.

Hiện tại, phía Ả-rập Xê-út đang áp dụng các biện pháp tăng cường kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng sản phẩm thủy hải sản nhập khẩu. Vì vậy, phía Ả-rập Xê-út cho biết việc đăng ký thông tin doanh nghiệp xuất khẩu tại website này là cần thiết nhằm giúp cho việc xuất khẩu thủy hải sản của các doanh nghiệp sang Ả-rập Xê-út được thuận tiện.

Cán bộ theo dõi	**Người thực hiện**
Đặng Thùy Dương	**Nguyễn Quốc Lân**