



BỘ CÔNG THƯƠNG

TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

NHIỆM VỤ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

“XÂY DỰNG TÀI LIỆU 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 2024

CHUYÊN ĐỀ

Phân tích và cung cấp thông tin về mạng lưới phân phối tại thị trường Séc

Hà Nội, 2024

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
DANH MỤC HÌNH, BẢNG, BIỂU ĐỒ	5
1. Đặc điểm thị trường Cộng hòa Séc.....	7
1.1. Dung lượng thị trường	7
1.2. Nhu cầu tiêu dùng	13
1.3. Thị hiếu tiêu dùng.....	24
1.4. Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa	25
2. Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường	28
2.1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường	28
2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường	32
2.3. Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây	33
2.4. Đánh giá mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường.....	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:	37
3.1. Thực trạng tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Cộng hòa Séc	37
3.2. Đề xuất giải pháp	48
KẾT LUẬN	56
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	57

LỜI NÓI ĐẦU

Việt Nam và Cộng hòa Séc đã thiết lập quan hệ ngoại giao được 74 năm (1950 – 2024). Hai nước luôn coi trọng và mong muốn làm sâu sắc hơn nữa quan hệ hữu nghị truyền thống và hợp tác nhiều mặt. Về phía Cộng hòa Séc, quốc gia châu Âu luôn xem Việt Nam là đối tác quan trọng trong tổng thể chính sách đối ngoại của Cộng hòa Séc đối với khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương và Đông Nam Á; đề cao vai trò, vị trí và tiềm năng của Việt Nam tại các diễn đàn quốc tế. Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng luôn xem trọng và đánh giá cao vị trí địa lý chiến lược, tiềm năng và những cơ hội hợp tác trên nhiều lĩnh vực với quốc gia này.

Trong những năm qua, kim ngạch thương mại song phương giữa hai nước có nhiều tiến triển tích cực; hợp tác hai chiều về thương mại – đầu tư ghi nhận những dấu ấn nổi trội cho thấy dư địa hợp tác giữa hai quốc gia còn rất lớn. Việc nắm bắt được thông tin về thị hiếu tiêu dùng, mạng lưới phân phối tại thị trường Cộng hòa Séc sẽ hỗ trợ rất nhiều cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam xây dựng và 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.

Nội dung của chuyên đề **“PHÂN TÍCH VÀ CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ MẠNG LƯỚI PHÂN PHỐI TẠI THỊ TRƯỜNG CỘNG HÒA SÉC”** tập trung vào ba phần như sau:

Phần 1: Tổng quan về đặc điểm của thị trường Cộng hòa Séc (làm rõ dung lượng thị trường, nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng, quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa)

Phần 2: Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Cộng hòa Séc (trong đó trình bày tổng quan về mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường

Séc hiện nay, các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới, những thay đổi của mạng lưới trong thời gian gần đây và đánh giá chung về mạng lưới).

Phần 3: Trình bày thực trạng về tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Cộng hòa Séc, từ đó đề xuất các giải pháp (từ cả phía Chính phủ và phía Doanh nghiệp) tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường Séc nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu.

DANH MỤC HÌNH, BẢNG, BIỂU ĐỒ

Hình:

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP hằng năm của Cộng hòa Séc.....	10
Hình 2: Dân số theo nhóm tuổi.....	12
Hình 3: Dự báo dân số Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2020 – 2050.....	13
Hình 4: Số liệu dân cư Cộng hòa Séc trong 6 tháng đầu năm 2023.....	13
Hình 5: Doanh thu thị trường thời trang thương mại điện tử theo phân khúc tại Cộng hòa Séc (giai đoạn 2018 – 2025).....	17
Hình 6: Một số Hiệp định đã ký kết giữa Việt Nam và Cộng hòa Séc.....	38

Bảng:

Bảng 1: Kim ngạch nhập khẩu từ một số thị trường lớn của Cộng hòa Séc trong năm 2023.....	19
Bảng 2: Danh sách các nhà phân phối lớn nhất tại Cộng hòa Séc hiện nay.....	31
Bảng 3: Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Cộng hòa Séc trong năm 2023.....	42
Bảng 4: Các mặt hàng cấm nhập khẩu và hạn chế nhập khẩu vào thị trường Cộng hòa Séc.....	45
Bảng 5: Một số đối thủ cạnh tranh của Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang Cộng hòa Séc.....	47

Biểu đồ:

Biểu đồ 1: Chi tiêu tiêu dùng của người dân Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2021 - 2023 (ĐVT: Tỷ CZK).....	15
---	----

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng doanh số bán lẻ của Cộng hòa Séc qua các tháng trong năm 2022 - 2023 (%).....	16
Biểu đồ 3: Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2015 – 2023.....	19
Biểu đồ 4: Tỷ trọng một số mặt hàng nhập khẩu của Cộng hòa Séc trong tháng 01/2024.....	23
Biểu đồ 5: Tỷ trọng các kênh bán lẻ, xét theo giá trị bán hàng	30
Biểu đồ 6: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2018 - 2023	40
Biểu đồ 7: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất sang thị trường Cộng hòa Séc	41

1. Đặc điểm thị trường Cộng hòa Séc

1.1. Dung lượng thị trường

a. Đặc điểm chung

Xét về mặt địa lý, Cộng hòa Séc nằm ở khu vực Trung Âu; theo phân loại của Liên Hợp quốc (UN), Cộng hòa Séc là quốc gia thuộc khu vực Đông Âu; thủ đô là Praha với hơn 1,3 triệu dân, đây cũng là thành phố lớn nhất của nước này. Phía đông Cộng hòa Séc giáp Cộng hòa Slovakia, phía nam giáp Áo, phía bắc giáp Ba Lan và phía tây bắc giáp Cộng hòa Liên bang Đức. Vị trí địa lý thuận lợi nằm ở trung tâm khu vực châu Âu đã tạo điều kiện cho Cộng hòa Séc trở thành quốc gia có mạng lưới phân phối hàng hóa thuận tiện đến nhiều nước khác trong khu vực.

Về chính trị, Cộng hòa Séc là quốc gia đa đảng theo chế độ dân chủ nghị viện, với 73 huyện và 4 thành phố trực thuộc bao gồm Praha, Brno, Ostrava và Plzen; đứng đầu nhà nước là Tổng thống và đứng đầu Chính phủ là Thủ tướng, hiến pháp được thông qua vào ngày 16/12/1992. Ba trụ cột chính trị của Cộng hòa Séc là cơ quan hành pháp, lập pháp và tư pháp. Cộng hòa Séc gia nhập tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO) vào năm 1999 và chính thức trở thành một thành viên của Liên minh châu Âu (EU) từ năm 2004. Xét về cơ cấu hành chính, Cộng hòa Séc có 13 khu vực và một thành phố là thủ đô.

Về điều kiện tự nhiên, Cộng hòa Séc có khí hậu ôn đới, mùa hè mát mẻ, mùa đông lạnh và ẩm ướt, đây cũng là quốc gia không giáp biển. Vì vậy, hệ thống đường bộ và đường sắt tại Cộng hòa Séc rất phát triển, giữ vị trí quan trọng trong mạng lưới phân phối hàng hóa quốc gia.

Về kinh tế, Cộng hòa Séc là quốc gia có nền công nghiệp phát triển từ rất lâu đời, ngày nay nền công nghiệp Séc chủ yếu tập trung vào ứng dụng khoa học – công nghệ cao vào sản xuất. Nhờ ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất kinh doanh mà hệ thống tiêu thụ hàng hóa của quốc gia này cũng ngày càng phát triển, đáp ứng

nhu cầu tiêu thụ lớn của người dân trong nước. Về nông nghiệp, nền nông nghiệp của Cộng hòa Séc không có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển, chỉ tập trung vào một số cây trồng chủ yếu như ngũ cốc, khoai tây, cây hublong ... Tuy nhiên, ngành nông nghiệp của Séc lại có tính độc đáo và sở hữu nhiều khía cạnh khá thú vị¹. Trong lĩnh vực sản xuất cây trồng, Séc hoàn toàn tự chủ hầu hết các mặt hàng, nông sản phổ biến nhất là ngũ cốc, cải dầu, khoai tây và củ cải đường; riêng ngành trồng hoa bia và nho chiếm vị thế vô cùng quan trọng và cũng là ngành sản xuất truyền thống của Cộng hòa Séc.

Hoa của cây hublong là nguyên liệu để làm nên loại bia với lịch sử lâu đời hàng trăm năm của quốc gia Đông Âu này, loại bia nổi tiếng nhất phải kể đến là bia Plzeň. Séc là nhà trồng hoa bia lớn thứ ba đồng thời là nhà trồng giống hoa bia thơm, ngon, hảo hạng lớn nhất trên thế giới. Nổi tiếng về bia nên Cộng hòa Séc cũng có một hệ thống phân phối bia chuyên nghiệp trên toàn quốc, hai kênh phân phối bia chính tại quốc gia này là tại chỗ và thông qua bên thứ ba. Kênh phân phối tại chỗ chiếm tỷ trọng giá trị cao nhất vào năm 2022, phân khúc này bao gồm lượng bia bán ra được “tiêu thụ ngay” tại địa điểm mua như nhà hàng ăn uống, khách sạn, nơi lưu trú ...

Ngoài ra, Cộng hòa Séc cũng nổi tiếng về mạch nha, các sản phẩm từ sữa và bánh mì. Ngành sản xuất sữa của Cộng hòa Séc đạt chất lượng hàng đầu thế giới và lớn thứ ba ở EU, quốc gia này từ lâu đã có truyền thống chăn nuôi bò sữa, áp dụng những quy trình sản xuất hiện đại ở khâu chế biến sữa ban đầu và sử dụng công nghệ hiện đại, tự động hóa trong quá trình sản xuất ra thành phẩm².

Về văn hóa - xã hội, theo số liệu từ Quỹ Dân số Liên Hợp quốc, tính đến cuối năm 2023, Cộng hòa Séc có dân số đạt khoảng 10,5 triệu người, trong đó có đến 81% là người Séc, còn lại là các dân tộc thiểu số như Mo-ravi, Xlo-vác, Digan

¹ <https://vneconomy.vn/viet-nam-va-cong-hoa-sec-con-nhieu-tiem-nang-hop-tac-trong-linh-vuc-nong-nghiep.htm>

² <https://itpc.hochiminhcity.gov.vn/-/viet-nam-va-cong-hoa-sec-con-nhieu-tiem-nang-hop-tac-trong-linh-vuc-nong-nghiep>

.... Cộng hòa Séc là nơi có nhiều lễ hội lớn, như lễ hội Âm nhạc Quốc tế Praha hay Liên hoan phim Quốc tế và các lễ hội bia. Năm 2007, Cộng hòa Séc đã chính thức thông qua Hiệp ước Schengen, đây là một Hiệp ước về tự do đi lại được hầu hết các nước châu Âu ký kết, với mục đích tạo thuận lợi cho người dân trong việc đi lại và du lịch, nhờ đó việc phân phối và giao dịch hàng hóa giữa người dân Cộng hòa Séc với các nước khác trong khu vực EU cũng dễ dàng và nhanh chóng hơn.

b. Quy mô thị trường

- GDP Cộng hòa Séc

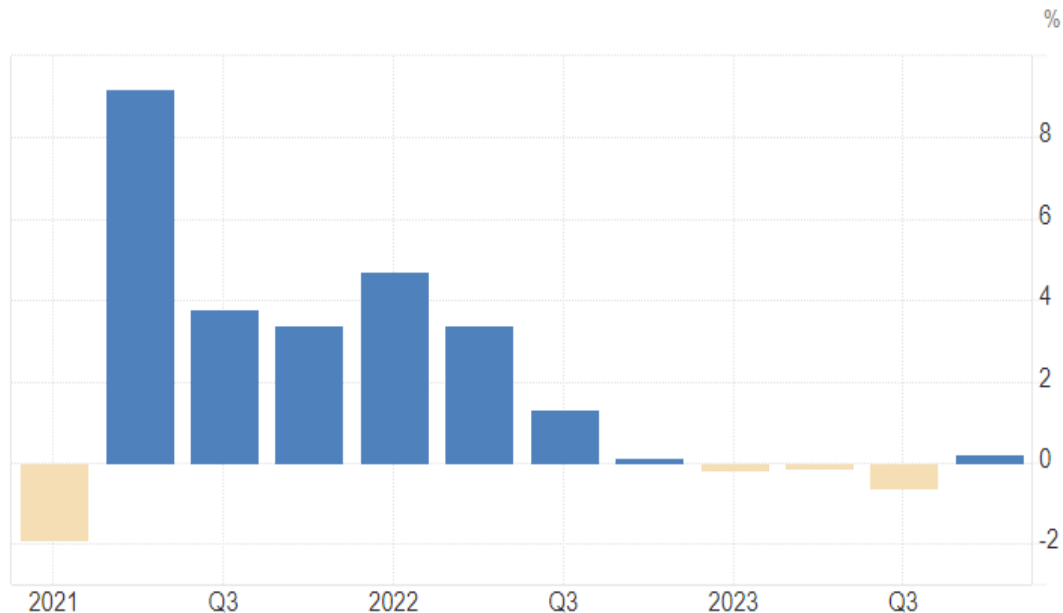
Tương tự như hầu hết các quốc gia khác, Cộng hòa Séc đã trải qua sự gián đoạn chuỗi cung ứng và sản lượng hàng hóa sụt giảm kỷ lục vào năm 2020 kể từ sau sự bùng phát của đại dịch COVID-19. Tỷ lệ thất nghiệp của Cộng hòa Séc thấp nhất trong khu vực EU và nước này phải đối mặt với tình trạng thiếu lao động trong một số lĩnh vực, chủ yếu là công nghệ và chăm sóc sức khỏe. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến hệ thống phân phối hàng hóa trong nước của Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2021 – 2023 khi vấn đề thiếu hụt nhân lực tại các doanh nghiệp và cước phí vận chuyển tăng cao đã trở thành gánh nặng cho nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ; dẫn đến tình trạng hàng hóa nhiều nơi bị tồn đọng, một số doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc vận chuyển hàng hóa đến khách hàng.

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Cộng hòa Séc tăng 0,2% trong quý IV/2023, giảm 0,2% so với ước tính của thị trường và kết thúc giai đoạn suy thoái trong suốt ba quý đầu năm 2023.

Tỷ lệ lạm phát hàng năm ở Cộng hòa Séc giảm xuống 2% trong tháng 02/2024, từ mức 2,3% của tháng liền trước, thấp hơn một chút so với kỳ vọng của thị trường là 2,2%; đánh dấu mức giảm thấp nhất kể từ tháng 12/2018, chủ yếu là do giá thực phẩm và đồ uống không còn tiếp tục giảm (ở mức -4,8% so với -3,9% trong tháng 1/2024), đây là mức giảm mạnh nhất kể từ tháng 11/2009. Nhìn chung,

trong năm 2023, nền kinh tế Cộng hòa Séc phải đối mặt với rất nhiều khó khăn và rơi vào giai đoạn suy thoái nghiêm trọng.

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP hằng năm của Cộng hòa Séc



Nguồn: Trading Economics

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), sự phục hồi kinh tế của Cộng hòa Séc sẽ diễn ra vào năm 2024 với GDP tăng 2,4% và lạm phát giảm xuống 4,2%. OECD cũng khuyến nghị Séc nên duy trì chính sách tiền tệ nghiêm ngặt cho đến khi lạm phát rõ ràng hướng tới mục tiêu 2%, đồng thời Chính phủ Séc cũng cần duy trì và thực hiện các biện pháp hỗ trợ rõ ràng, cụ thể, không dàn trải, tránh gây ảnh hưởng đến việc kiểm soát tình hình lạm phát trong nước.

- Dân số

Theo số liệu từ Liên Hợp quốc³, dân số Cộng hòa Séc chiếm 0,13% dân số toàn thế giới, xếp ở vị trí thứ 86 trong bảng xếp hạng dân số các quốc gia và vùng lãnh thổ, độ tuổi dân trung bình là 43,4 tuổi.

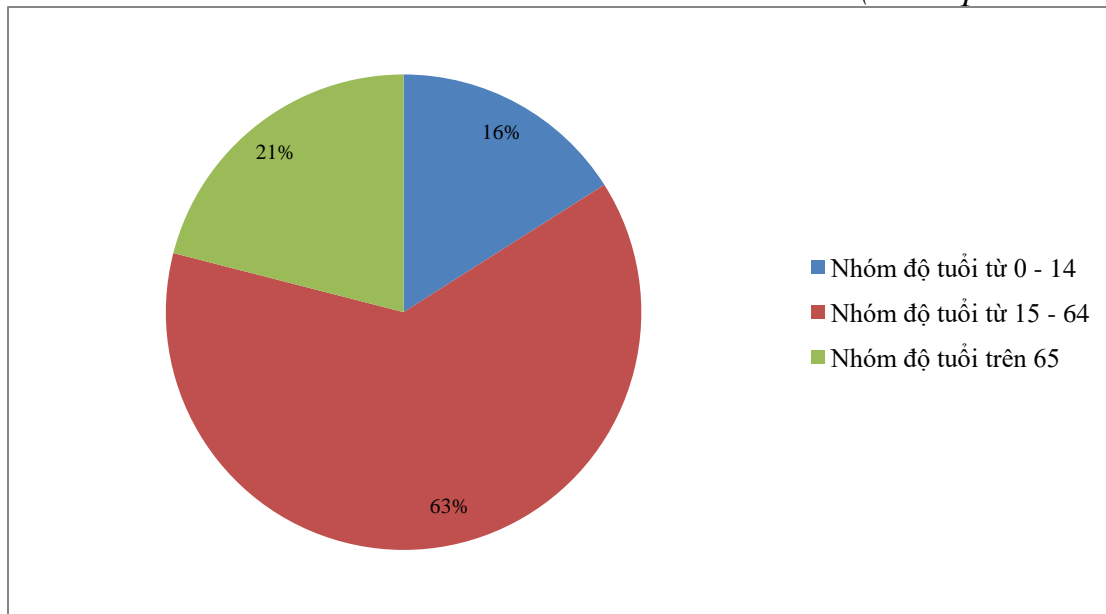
³ <https://www.unfpa.org/data/world-population/CZ>

Trong tổng số 10,5 triệu dân của Cộng hòa Séc tính đến cuối năm 2023, nhóm dân số độ tuổi từ 15 đến 64 chiếm tỷ trọng lớn nhất, với 63%; nhóm dân số độ tuổi từ 0 đến 14 tuổi chiếm tỷ trọng nhỏ nhất, với 16%; còn lại là nhóm dân số độ tuổi trên 65, chiếm 21%. Dân số trong năm 2023 tăng khoảng 0,1% so với cùng kỳ năm 2022.

Tổng diện tích cả nước đạt hơn 78 nghìn km², xếp thứ 115 trên bảng xếp hạng toàn cầu, trong đó 75% dân số sống ở khu vực thành thị. Mật độ dân số của Cộng hòa Séc là 136 người/km².

Hình 2: Dân số theo nhóm tuổi

(ĐVT: phần trăm)



Nguồn: United Nations Population Fund

Tỷ lệ dân số phụ thuộc theo độ tuổi của Cộng hòa Séc⁴:

Tỷ lệ dân số phụ thuộc là tỷ lệ của những người không có khả năng lao động trên lực lượng lao động của một quốc gia. Trong năm 2022, tỷ lệ dân số phụ thuộc của Cộng hòa Séc là 57%.

⁴ <https://danso.org/cong-hoa-sec/>

Tỷ lệ trẻ em phụ thuộc là tỷ lệ người dưới độ tuổi lao động (dưới 15 tuổi) so với lực lượng lao động của một nước. Tỷ lệ trẻ em phụ thuộc tại Cộng hòa Séc là 24,3%.

Theo số liệu từ Cơ quan Thống kê Cộng hòa Séc (Czech Statistical Office)⁵, trong năm 2023, tỷ lệ sinh, tử vong, kết hôn và ly hôn của Cộng hòa Séc đều thấp hơn so với cùng kỳ năm 2022.

Hình 3: Dự báo dân số Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2020 – 2050
(ĐVT: triệu người/phần trăm)

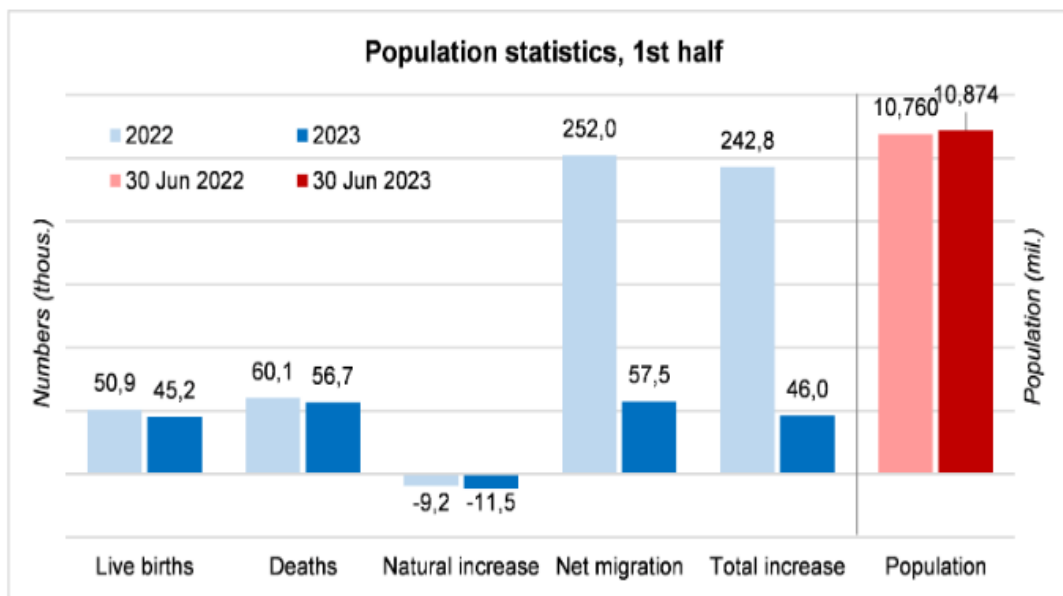
Năm	Dân số	% thay đổi	Thay đổi	Di cư	Tuổi trung bình	Tỷ lệ sinh	Mật độ	% dân thành thị	Dân thành thị	% thế giới	Thế giới	Hạng
2020	10.708.981	0,20	21.517	22.011	43,20	1,64	139	73,50	7.875.268	0,14	7.794.798.739	86
2025	10.756.696	0,09	9.543	22.011	45,10	1,64	139	73,90	7.952.770	0,13	8.184.437.460	86
2030	10.744.834	-0,02	-2.372	22.011	46,30	1,64	139	74,50	8.009.087	0,13	8.548.487.400	88
2035	10.688.923	-0,10	-11.182	22.011	47,30	1,64	138	75,30	8.051.501	0,12	8.887.524.213	94
2040	10.625.536	-0,12	-12.677	22.011	47,90	1,64	138	76,30	8.109.076	0,12	9.198.847.240	96
2045	10.579.387	-0,09	-9.230	22.011	47,70	1,64	137	77,40	8.188.419	0,11	9.481.803.274	94
2050	10.545.581	-0,06	-6.761		46,90	1,64	137	78,30	8.262.436	0,11	9.735.033.990	94

Nguồn: DanSo.org – Dữ liệu được hiệu chỉnh theo phép sinh trung bình, Phòng Kinh tế và Xã hội Liên Hợp quốc

Từ tháng 1 đến tháng 6/2023, có tổng cộng 79,8 nghìn người nhập cư từ nước ngoài vào Cộng hòa Séc, đồng thời có 22,3 nghìn người di cư từ quốc gia này đến các nơi khác.

⁵ <https://www.czso.cz/csu/czso/ari/population-change-1st-half-of-2023#:~:text=According%20to%20the%20population%20balance,with%20the%20war%20in%20Ukraine.>

Hình 4: Số liệu dân cư Cộng hòa Séc trong 6 tháng đầu năm 2023



Nguồn: Cơ quan Thống kê Cộng hòa Séc

1.2. Nhu cầu tiêu dùng

1.2.1. Đánh giá chung

Năm 2023 được nhận định là một năm khó khăn với nền kinh tế Cộng hòa Séc khi quốc gia này chính thức rơi vào thời kỳ suy thoái sau hai quý GDP liên tiếp suy giảm (quý III và IV/2022).

Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái kinh tế tại quốc gia châu Âu này là chi tiêu của các hộ gia đình Cộng hòa Séc đã giảm sút 5,4% trong cả năm. Lạm phát tăng cao đi cùng với giá cả hàng hóa tăng nhanh đã khiến sức mua của người tiêu dùng giảm rất mạnh trong năm.

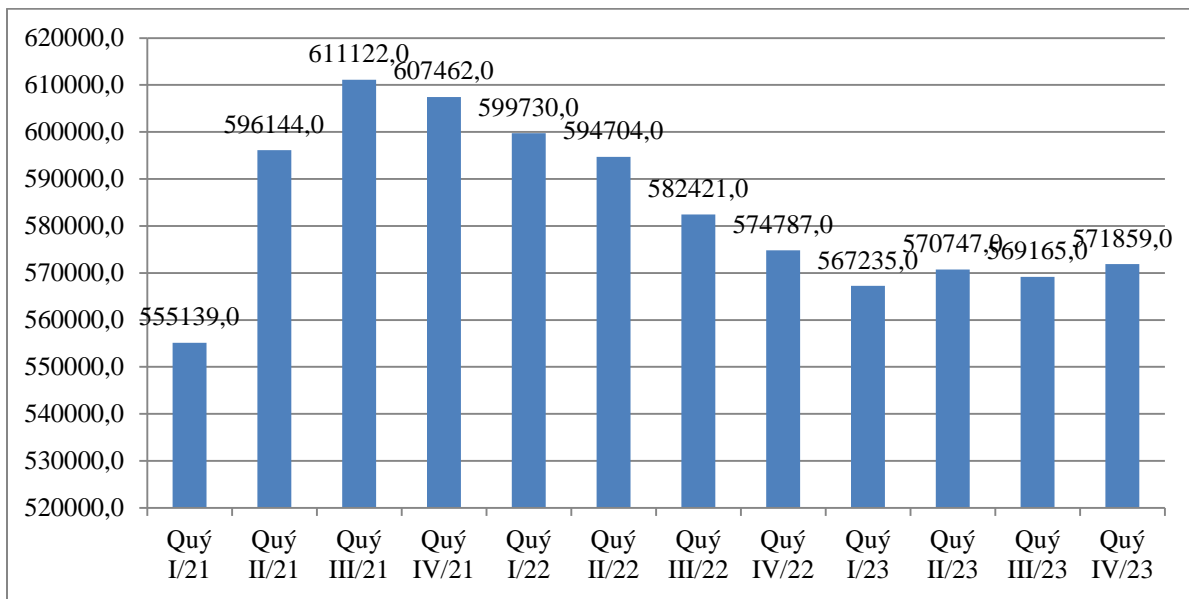
Mặc dù là một thành viên của Liên minh EU nhưng Cộng hòa Séc không sử dụng đồng tiền chung Euro mà vẫn dùng đồng tiền riêng Koruna. Chính sách tiền tệ của quốc gia này cũng do Ngân hàng Trung ương điều hành, vì vậy mục tiêu của Ngân hàng Trung ương Cộng hòa Séc trong năm 2023 là tìm cách đưa lạm phát về mức 2%.

- **Doanh số bán lẻ hàng hóa qua các năm**

Lạm phát tăng cao trong năm 2023 đã ảnh hưởng tiêu cực đến sức mua của người dân Cộng hòa Séc, khi giá cả hàng hóa đắt đỏ khiến chi tiêu của người dân giảm rõ rệt. Về cuối năm 2023, chi tiêu tiêu dùng ở Cộng hòa Séc có dấu hiệu khởi sắc, tăng nhẹ lên mức 571,86 tỷ CZK trong quý IV/2023, từ mức 569,17 tỷ CZK trong quý III/2023.

Trung bình chi tiêu tiêu dùng ở Cộng hòa Séc trong giai đoạn 1996 – 2023 đạt 489,31 tỷ CZK, mức cao nhất mọi thời đại là 623,44 tỷ CZK vào quý IV/2019 và mức thấp kỷ lục là 348,53 tỷ CZK vào quý I/1996.

Biểu đồ 1: Chi tiêu tiêu dùng của người dân Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2021 - 2023 (ĐVT: Tỷ CZK)



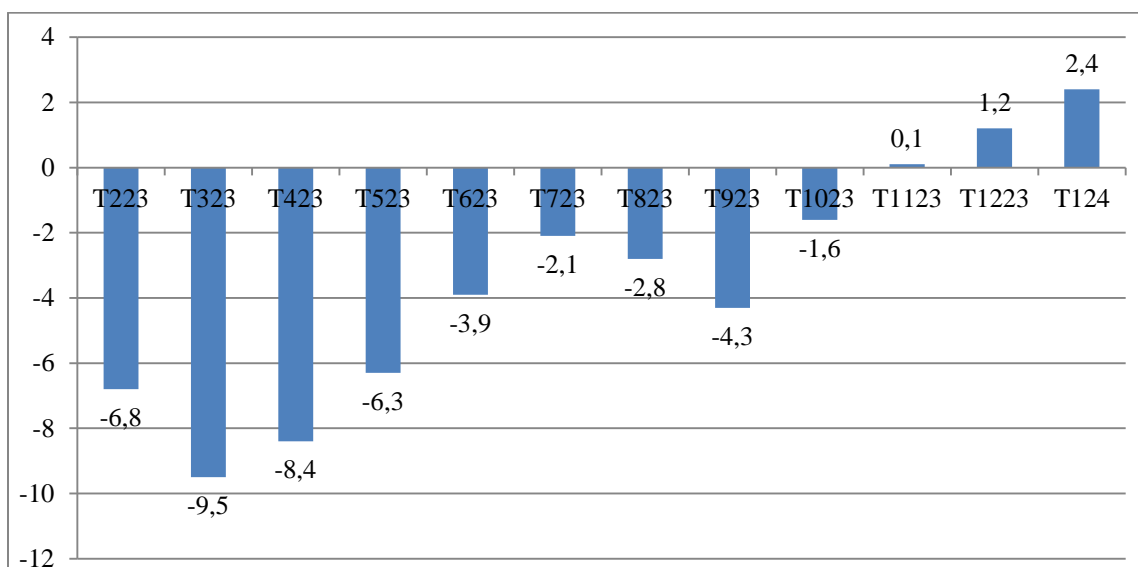
Nguồn: Trading Economics

Từ tháng 02 đến tháng 10/2023, doanh số bán lẻ ở Cộng hòa Séc cho thấy mức suy giảm mạnh liên tiếp trong nhiều tháng, đến tháng 11/2023, doanh số bán lẻ bật tăng nhẹ so với tháng trước đó.

Trong tháng 01/2024, doanh số bán lẻ ở Cộng hòa Séc ghi nhận đà tăng 2,4% so với cùng kỳ năm 2023, cao hơn so với dự báo của thị trường và mức tăng chính thức 1,2% trong tháng 12/2023.

Doanh số bán hàng tăng đối với nhóm phi thực phẩm (4% so với 2,4% vào tháng 12/2023), dẫn đầu là các sản phẩm đặt hàng trực tuyến (13,2% so với 7,1%). Ngoài ra, doanh số bán thực phẩm, đồ uống và thuốc lá cũng đã phục hồi so với trước đó (0,4% so với -0,9%) sau một thời gian dài giảm mạnh, trong khi đó doanh số của nhóm nhiên liệu ô tô vẫn giữ ở mức ổn định (ở mức 2,3%).

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng doanh số bán lẻ của Cộng hòa Séc qua các tháng trong năm 2023 - 2024 (%)



Nguồn: Trading Economic

1.2.2. Nhu cầu tiêu dùng đối với sản phẩm sản xuất trong nước

Sự bùng phát của đại dịch COVID-19 và lệnh phong tỏa trên toàn quốc đã ảnh hưởng lớn đến việc kinh doanh của các doanh nghiệp bán lẻ trên toàn thế giới, trong đó có cả Cộng hòa Séc. Tuy nhiên, trong bối cảnh đại dịch bùng phát, thương mại điện tử lại nổi lên như một trong số ít lĩnh vực mà sự quan tâm của người tiêu dùng ngày càng tăng ở nhiều phân khúc.

Với việc tạm dừng kinh doanh một số cửa hàng không thiết yếu và ban hành lệnh đóng cửa trên toàn quốc, nhiều công ty đã buộc phải nhanh chóng thích nghi và ứng phó với những ưu tiên đang thay đổi của người tiêu dùng. Hệ quả, một số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử của Cộng hòa Séc đã có sự tăng trưởng đáng kể.

Nhìn chung, người dân Cộng hòa Séc tương đối ưa chuộng việc mua sắm trực tuyến. Khi dịch bệnh bùng phát, cùng với đó là sự bùng nổ của khoa học – công nghệ, các doanh nghiệp đã tìm hướng đi mới và thích nghi với tình hình bằng việc đẩy mạnh ứng dụng kỹ thuật cao vào hoạt động sản xuất kinh doanh, nhờ đó việc phân phối hàng hóa trong nước cũng trở nên thuận tiện và dễ dàng hơn thông qua các sàn thương mại điện tử.

Năm 2020, 54% người dân sử dụng Internet; đến năm 2025, dự đoán con số này sẽ đạt 65%. Lĩnh vực đòi hỏi khắt khe nhất trong thương mại điện tử của Cộng hòa Séc là kinh doanh thời trang, một lĩnh vực tạo ra hơn 29% tổng thu nhập của cả nước; lĩnh vực điện tử và truyền thông đứng thứ hai với 28%. Praha đã trở thành một phần quan trọng của thời trang thế giới, nơi tập trung nhiều thương hiệu lớn hàng đầu như Bohème, Tatiana, Timour et Group ...

Người Séc ưa chuộng sử dụng tiền mặt để thanh toán khi giao nhận hàng, hiện thanh toán bằng tiền mặt đang chiếm 36% tổng số thanh toán thương mại điện tử của Cộng hòa Séc.

Tại Cộng hòa Séc, các mặt hàng giàu dinh dưỡng và chất đạm như các loại thịt (thịt bò, thịt gà, thịt ngỗng, thịt vịt ...), nội tạng như gan, thận, khoai tây, tinh bột, bơ và kem rất được ưa chuộng. Ngoài ra, người Séc cũng rất yêu thích đồ ngọt, đó là lý do vì sao nền ẩm thực nước này xuất hiện nhiều loại bánh ngọt phổ biến. Thời gian gần đây, người Séc có sự thay đổi trong chế độ ăn uống khi sử dụng nhiều rau tươi hơn, đồng thời chất béo thực vật, dầu và bơ đang có xu hướng

thay thế dần cho mỡ động vật. Đây là cơ hội tốt để các doanh nghiệp xuất khẩu rau củ quả của Việt Nam đẩy mạnh khai thác thêm từ thị trường này, bởi rau củ quả là một trong những mặt hàng thế mạnh của Việt Nam, nổi tiếng bởi sự đa dạng và tươi ngon.

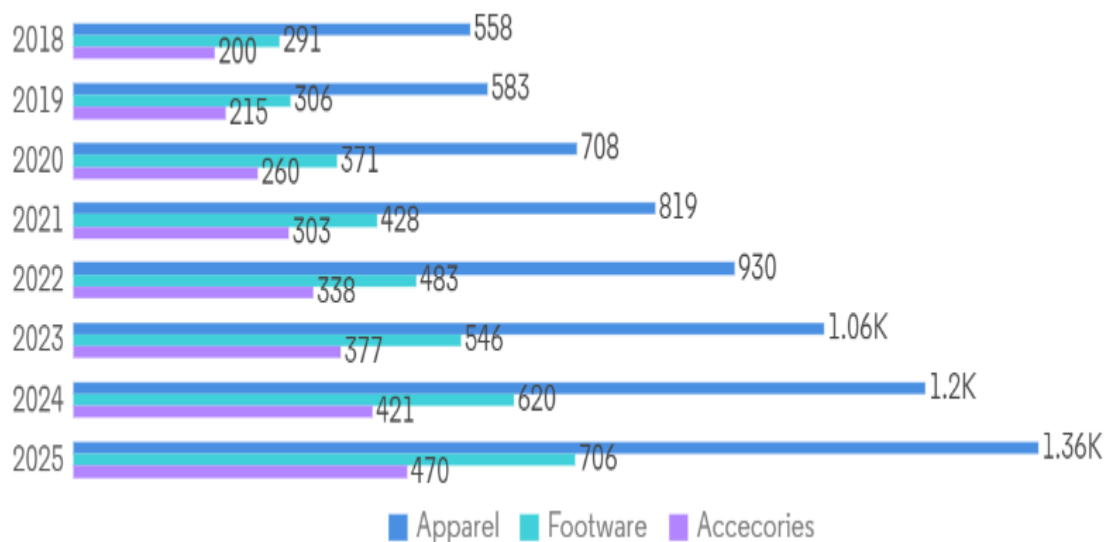
Nhìn chung, sau đại dịch COVID-19, nhận thức về sức khỏe và dinh dưỡng của người dân Séc có sự thay đổi rõ nét, phong cách tiêu dùng đang dần chuyển sang các sản phẩm có chứa thành phần hữu cơ và tự nhiên, tốt cho sức khỏe con người, được cung ứng bởi các thương hiệu uy tín và chất lượng từ cả trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, tần suất mua hàng trực tuyến của người dân cũng ngày càng tăng khi họ có thu nhập cao hơn.

Trong những năm gần đây, nhiều người dân đang chuyển dần sang mua sắm trực tuyến do việc sử dụng rộng rãi điện thoại thông minh trong nước. Theo một nghiên cứu được thực hiện tại Cộng hòa Séc, giới trẻ chủ yếu sử dụng điện thoại thông minh để mua hàng trực tuyến, trong khi người trung niên (từ 25 đến 45 tuổi) sử dụng cả điện thoại thông minh và máy tính bảng.

Bên cạnh đó, thương mại điện tử xuyên biên giới cũng ngày càng trở nên phổ biến hơn ở Cộng hòa Séc. Một số mặt hàng mà người tiêu dùng Séc mua qua sàn thương mại điện tử quốc tế có thể kể đến như các thiết bị điện tử và kỹ thuật số, quần áo, trang sức, đồng hồ và mỹ phẩm.

Hình 5: Doanh thu thị trường thời trang thương mại điện tử theo phân khúc tại Cộng hòa Séc (từ năm 2018 và dự báo đến năm 2025)

DVT: Koruna Séc



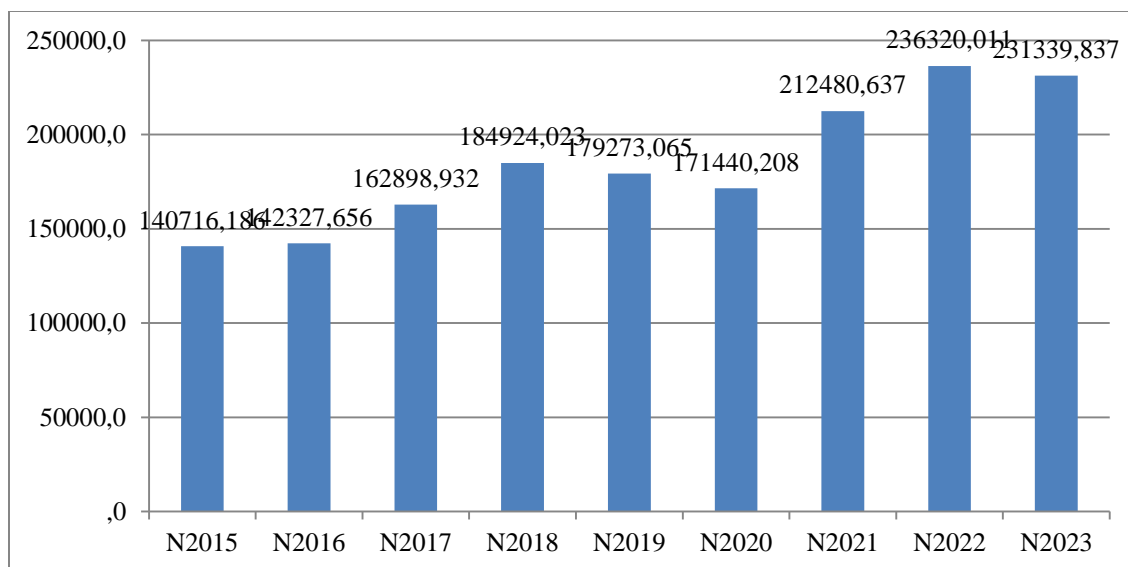
Nguồn: Mordor Intelligent

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

Cộng hòa Séc là một nền kinh tế có quy mô trung bình, mở cửa và định hướng xuất khẩu. Quốc gia này phụ thuộc nhiều vào việc nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài, đặc biệt là khu vực EU.

Biểu đồ 3: Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2015 – 2023

DVT: Triệu USD



Nguồn: ITC

Trong những năm gần đây, hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Cộng hòa Séc nhìn chung không có nhiều biến động, kim ngạch nhập khẩu chủ yếu theo xu hướng tăng dần.

Trong giai đoạn 2015-2023, kim ngạch nhập khẩu trung bình của Cộng hòa Séc đạt 184,635 triệu USD. Đáng chú ý, năm 2022 là năm kim ngạch nhập khẩu của Cộng hòa Séc đạt mức cao kỷ lục trong cả giai đoạn với 236,320 triệu USD, trong khi đó năm 2015 là năm có kim ngạch nhập khẩu thấp nhất với 140,716 triệu USD.

Bảng 1: Kim ngạch nhập khẩu hàng hoá từ một số thị trường lớn của Cộng hòa Séc trong năm 2023

Nguồn cung	Trị giá năm 2022 (USD)	Trị giá năm 2023 (USD)	So với năm 2022 (%)	Tỷ trọng năm 2023 (%)
<i>Thế giới</i>	<i>236.320.011</i>	<i>231.339.837</i>	<i>-2,11</i>	<i>100,00</i>

Đức	46.824.989	60.808.185	29,86	26,29
Trung Quốc	44.356.730	27.468.989	-38,07	11,87
Ba Lan	18.932.677	21.596.461	14,07	9,34
Slovakia	9.830.162	13.668.007	39,04	5,91
Hà Lan	6.512.973	13.483.481	107,02	5,83
Italy	9.091.962	9.115.423	0,26	3,94
Áo	6.312.154	8.488.607	34,48	3,67
Hungary	5.393.194	6.896.781	27,88	2,98
Pháp	6.494.496	6.768.205	4,21	2,93
Bỉ	3.728.057	5.250.027	40,82	2,27
Tây Ban Nha	3.820.515	3.966.441	3,82	1,71
Hoa Kỳ	6.141.898	3.957.168	-35,57	1,71
Hàn Quốc	4.511.008	3.590.786	-20,40	1,55
Liên bang Nga	11.374.950	2.972.771	-73,87	1,29
Romania	2.803.799	2.963.562	5,70	1,28
Vương quốc Anh	3.652.615	2.836.730	-22,34	1,23
Nhật Bản	3.976.041	2.518.566	-36,66	1,09
Ireland	969.972	2.052.188	111,57	0,89
Thổ Nhĩ Kỳ	2.738.689	2.029.493	-25,90	0,88
Thụy Điển	1.799.497	2.004.241	11,38	0,87
Ấn Độ	2.091.576	1.873.334	-10,43	0,81
Đan Mạch	1.439.603	1.762.486	22,43	0,76

Slovenia	985.122	1.726.640	75,27	0,75
Việt Nam	2.272.001	1.633.338	-28,11	0,71
Thụy Sĩ	2.144.314	1.470.950	-31,40	0,64
Azerbaijan	1.417.412	1.333.392	-5,93	0,58
Malaysia	2.044.347	1.306.916	-36,07	0,56
Ukraine	1.595.116	1.230.688	-22,85	0,53
Thái Lan	1.688.009	998.204	-40,87	0,43
Đài Loan (Trung Quốc)	1.628.894	997.178	-38,78	0,43
Serbia	945.027	958.782	1,46	0,41
Bulgaria	1.060.374	947.478	-10,65	0,41
Mexico	1.083.262	770.390	-28,88	0,33
Kazakhstan	638.026	669.859	4,99	0,29
Bồ Đào Nha	686.872	617.736	-10,07	0,27
Phần Lan	711.872	617.132	-13,31	0,27
Litva	494.584	560.507	13,33	0,24
Luxembourg	239.540	381.780	59,38	0,17
Croatia	262.041	373.369	42,48	0,16
Hy Lạp	441.106	350.044	-20,64	0,15
Canada	433.198	294.767	-31,96	0,13
Morocco	401.818	274.878	-31,59	0,12
Nam Phi	934.697	266.093	-71,53	0,12
Israel	351.597	247.788	-29,52	0,11

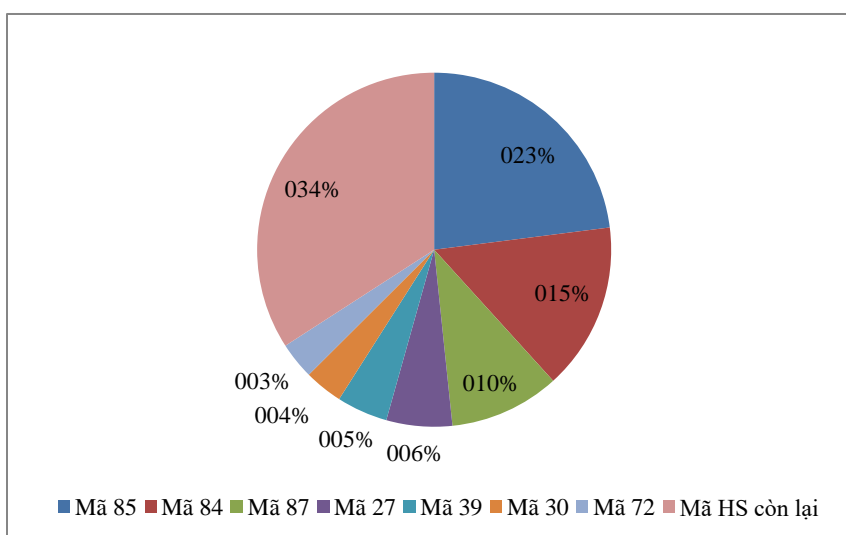
Bắc Macedonia	311.139	217.768	-30,01	0,09
Latvia	148.129	210.907	42,38	0,09
Philippines	591.978	210.300	-64,48	0,09
Bangladesh	1.053.838	202.426	-80,79	0,09
Costa Rica	85.354	199.010	133,16	0,09
Estonia	189.669	197.638	4,20	0,09
Các tiểu Vương quốc Ả rập Thống nhất	156.040	165.759	6,23	0,07
Cộng hòa Moldova	146.870	164.812	12,22	0,07
Singapore	341.136	158.974	-53,40	0,07
Brazil	278.505	158.807	-42,98	0,07
Indonesia	638.881	155.506	-75,66	0,07
Ai Cập	187.331	128.141	-31,60	0,06
Pakistan	300.973	125.097	-58,44	0,05
Campuchia	305.170	121.345	-60,24	0,05
Đảo Síp	43.151	102.416	137,34	0,04
Malta	56.544	101.868	80,16	0,04
Australia	282.623	97.621	-65,46	0,04
Belarus	132.648	91.041	-31,37	0,04
Guyana	1.151	89.646	7688,53	0,04
Tunisia	309.992	76.222	-75,41	0,03
Bosnia và Herzegovina	114.960	76.041	-33,85	0,03

Na Uy	2.073.792	71.173	-96,57	0,03
Albania	78.842	65.861	-16,46	0,03
Hồng Kong (Trung Quốc)	113.810	62.016	-45,51	0,03

Nguồn: ITC

Theo số liệu của ITC, năm 2023, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Cộng hòa Séc giảm nhẹ 2,11% so với năm 2022, đạt 231,339 triệu USD, trong đó Đức là nguồn cung hàng hóa lớn nhất của Séc, với 60,808 triệu USD, chiếm tỷ trọng 26,29% trong tổng các nguồn cung. Tháng 01/2024, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Séc đạt 18,821 triệu USD, giảm 2,81% so với tháng 01/2023 nhưng tăng 9,63% so với tháng trước đó. Trong số các mặt hàng nhập khẩu của Cộng hòa Séc, máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên (mã HS 85) là mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu cao nhất, chiếm tỷ trọng 22,99% trong tổng các mặt hàng nhập khẩu.

Biểu đồ 4: Tỷ trọng một số mặt hàng nhập khẩu của Séc trong tháng 01/2024



Nguồn: ITC

1.3. Thị hiếu tiêu dùng

Truyền thống mua hàng của người dân Cộng hòa Séc là tương đối nhạy cảm về giá cả, tuy nhiên trong những năm gần đây, người dân đang quan tâm nhiều hơn đến chất lượng của sản phẩm. Đáng chú ý, những sản phẩm hữu cơ và tốt cho sức khỏe đều được người tiêu dùng ưa chuộng với sức mua ngày càng tăng mạnh. Nhiều người đang chuyển dần việc mua hàng từ các thương hiệu giá rẻ và ít nổi tiếng sang những thương hiệu uy tín và có tên tuổi hơn.

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang bùng nổ tại mỗi quốc gia, tỷ lệ sử dụng internet của người dân Cộng hòa Séc trong năm 2022 cũng tăng lên đến 90%. Hiện nay, tại Cộng hòa Séc có ba xu hướng mua hàng khá phổ biến đó là:

Thứ nhất: Người tiêu dùng của nước này thường xuyên sử dụng điện thoại thông minh để mua hàng trực tuyến, trong đó có 60% người dùng là giới trẻ, độ tuổi từ 16 đến 26 tuổi, lực lượng người tiêu dùng này chiếm đến 45% dân số cả nước. Phần lớn người dân sử dụng thiết bị di động để mua sắm trực tuyến, nhờ đó số lượng nhà bán lẻ trên internet đã tăng mạnh trong những năm qua. Nhiều nền tảng mua sắm trực tuyến cũng được người dân lựa chọn và tin tưởng hơn so với trước đây. Đó là lý do vì sao thương mại điện tử trong nước của Cộng hòa Séc phát triển khá mạnh trong thời gian gần đây, các doanh nghiệp đã tận dụng sự bùng nổ của khoa học công nghệ để thích nghi với bối cảnh mới nhiều biến động. Tuy nhiên, có một nghịch lý tồn tại đó là nhiều nền tảng hợp tác như Uber hay Blablacar lại không được sử dụng rộng rãi tại quốc gia này. Tại các thành phố lớn như Praha, chính phủ đã nhiều lần đưa ra mức phạt đối với các công ty như Uber.

Thứ hai: thương mại điện tử xuyên biên giới cũng ngày càng phổ biến hơn tại quốc gia EU này. Để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ hàng hóa đa dạng, người tiêu

dùng có xu hướng tìm kiếm những sản phẩm có mức giá thấp hơn tại các quốc gia khác hay đặt mua những sản phẩm không có sẵn ở nước họ. Điều này cho thấy, người dân Cộng hòa Séc đang ngày càng đa dạng hóa các hình thức mua hàng trực tuyến thông qua việc đẩy mạnh sử dụng thiết bị điện tử và ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động mua bán, đòi hỏi các doanh nghiệp phải thích nghi và có kế hoạch thay đổi việc phân phối hàng hóa sao cho phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện tại.

Thứ ba: đặc trưng trong ẩm thực ảnh hưởng đến việc phân phối hàng hóa, phần lớn các mặt hàng được cung ứng nhiều đến các hộ gia đình, trường học, bệnh viện ... tại Cộng hòa Séc đều là các loại thịt và sữa, giàu protein và chất dinh dưỡng. Nền ẩm thực của Cộng hòa Séc chịu nhiều ảnh hưởng từ các quốc gia khác trên thế giới, đồng thời cũng có những ảnh hưởng nhất định đến nền ẩm thực của một số nước tại khu vực Trung Âu; các món ăn chính trong thực đơn của người dân Séc chủ yếu là thịt, như thịt gà và thịt bò. Cộng hòa Séc cũng là một thị trường có công nghệ sản xuất, chế biến thịt và sữa hiện đại, chất lượng cao. Tuy nhiên, là một quốc gia không giáp biển nên thủy hải sản không phải là một món ăn phổ biến của nước này. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (MARD), hiện nay Cộng hòa Séc đang phải nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam qua nước thứ ba, vì vậy nước này mong muốn có thể ký kết nhập khẩu trực tiếp từ Việt Nam nhằm giảm chi phí và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho trao đổi thương mại giữa hai quốc gia. Ủy ban Nông nghiệp Cộng hòa Séc cam kết sẽ hỗ trợ và tạo cơ hội cho nền nông nghiệp hai quốc gia được hợp tác mạnh mẽ và có hiệu quả hơn nữa trong thời gian tới.

1.4. Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa

Cộng hòa Séc là một quốc gia duy trì nền kinh tế mở, cam kết một thị trường hoạt động tự do và giảm thiểu tối đa các rào cản đối với thương mại và đầu tư. Tuy

nhiên, là một nước thuộc Liên minh EU nên hệ thống phân phối hàng hóa của nước này cũng bị ảnh hưởng từ các quy định của EU⁶.

Với tư cách là một thành viên của EU, các quy định về thuế quan, tiêu chuẩn cũng như phần lớn các thủ tục của quốc gia này sẽ tuân theo quy định chung của EU. Sau khi gia nhập EU, các biện pháp kiểm soát hải quan tại biên giới đất liền của Cộng hòa Séc đã bị bãi bỏ; các sân bay quốc tế, trong đó sân bay Prague Ruzyně là lớn nhất, có biên giới bên ngoài duy nhất được kiểm soát bởi cơ quan hải quan Séc.

Một số quy định thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa của Cộng hòa Séc bao gồm⁷:

Một là: Các điều luật về việc áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật của EU đối với một số mặt hàng nông sản và thực phẩm nhập khẩu, khi xuất khẩu sang Cộng hòa Séc nhà nhập khẩu sẽ phải giải quyết các thủ tục hải quan khi xuất khẩu hàng hóa sang nước này.

Hàng hóa xuất khẩu sang Cộng hòa Séc theo cơ chế quá cảnh chung phải được khai báo tại cơ quan hải quan, với một số sản phẩm cần có giấy phép nhập khẩu. Sau khi thực hiện CAP (Chính sách nông nghiệp chung), việc áp dụng các khoản bồi thường khi xuất nhập khẩu nông sản quy định một số hệ thống kiểm soát và quản lý nhất định đối với hàng hóa vào lãnh thổ EU. Khi được đưa vào thị trường Séc, một số sản phẩm phải được đánh dấu 'CE' theo Chỉ thị của Châu Âu được áp dụng trên cơ sở Phương pháp tiếp cận mới và Phương pháp tiếp cận toàn cầu.

⁶<http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/documents/20182/193259/Th%E1%BB%8B+tr%C6%B0%E1%BB%9Dng+C%E1%BB%99ng+h%C3%B2+S%C3%A9c+2020/5b02d818-2016-46fd-a804-fe8110cda2da>

⁷<http://thuvien.hlu.edu.vn/KIPOSDATA0/KIPOSSysWebFiles/files/SanPham/TaiLieuDuAnMuTrap/BaoCaoNghienCuu/Bao%20cao%20ho%20so%20thi%20trung%20Sec.pdf>

- *Lưu ý*, khung pháp lý mới của EU bao gồm ba quy định quan trọng mà các nhà xuất khẩu cần nắm rõ, đó là: Quy định (EC) 765/2008 đặt ra các yêu cầu về công nhận và giám sát thị trường sản phẩm; Quyết định 768/2008 về một khuôn khổ chung cho việc tiếp thị sản phẩm, bao gồm các điều khoản tham chiếu để đưa vào các sửa đổi luật sản phẩm. Trên thực tế, đây là khuôn mẫu cho luật hài hòa hóa sản phẩm trong tương lai và Quy định (EU) 2019/1020 về giám sát thị trường và tuân thủ sản phẩm.

Hai là, đối với chứng từ và quy định nhập khẩu: Sau khi gia nhập EU, Cộng hòa Séc đã thông qua Biểu thuế đối ngoại chung của EU. Vì vậy, nếu nước xuất xứ hàng hóa là một thành viên khác của EU thì thương mại với Cộng hòa Séc hoàn toàn không phải chịu thuế hải quan, tuy nhiên nhà xuất khẩu cần phải hoàn thành tờ khai Intrastat khi đưa hàng hóa vào Cộng hòa Séc. Trong trường hợp nước xuất khẩu không phải là thành viên của EU, cần chuẩn bị đầy đủ các chứng từ bao gồm:

- Hóa đơn thương mại;
- Vận đơn;
- Tuyên bố về sự phù hợp (do nhà nhập khẩu ban hành);
- Tờ khai xuất khẩu của người gửi hàng (SED) cho các mặt hàng yêu cầu giấy phép xuất khẩu hoặc có giá trị trên 2.500 USD.

Ba là, yêu cầu về ghi nhãn sản phẩm: Các yêu cầu ghi nhãn của Séc được hài hòa với các tiêu chuẩn của EU. Đối với các sản phẩm được bán tại thị trường Cộng hòa Séc, các nhà nhập khẩu và phân phối của Séc sẽ chịu trách nhiệm ghi nhãn thích hợp cho sản phẩm (tùy thuộc vào loại sản phẩm và mục đích sử dụng), đồng thời có quyền được tư vấn cho các nhà xuất khẩu những yêu cầu cụ thể.

Khi đó, nhãn sản phẩm phải được ghi bằng tiếng Séc và có thể được dán vào sản phẩm hoặc trên tờ rơi đính kèm sản phẩm, thông tin ghi nhãn bao gồm tên của sản phẩm, tên của nhà sản xuất, nước xuất xứ và trong một số trường hợp phải có

hướng dẫn sử dụng. Với các sản phẩm có nội dung về công nghệ sinh học, cần tuân theo quy tắc đặc biệt. Ngoài ra, với nhãn cảnh báo cần áp dụng theo tiêu chuẩn quốc tế.

2. Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường

2.1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường

Hệ thống phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc phát triển theo phong cách phương Tây. Là một thành viên của EU nên các kênh phân phối ở Cộng hòa Séc cũng tương tự như các kênh phân phối trong hệ thống EU. Hiện nay, hệ thống đại lý và nhà phân phối hàng hóa chuyên nghiệp của Cộng hòa Séc đang phát triển mạnh mẽ ở hầu hết các phân khúc thị trường. Cách tốt nhất để thâm nhập thị trường Séc là có được sự hỗ trợ từ các đối tác, đại lý, nhà phân phối uy tín tại quốc gia này.

Prague là thủ đô của Cộng hòa Séc, nơi tập trung các nhà lãnh đạo và doanh nhân nổi tiếng, có quyền lực ra quyết định với các chính sách và chiến lược kinh doanh. Do đó, một đại lý hoặc nhà phân phối có trụ sở tại Prague có thể có phạm vi hoạt động trên khắp cả nước, mặc dù các công ty nằm ngoài thủ đô không được chú ý đến quá nhiều do vị trí địa lý không thuận lợi.

Một số kênh phân phối chính trên thị trường bán lẻ Cộng hòa Séc là đại siêu thị, siêu thị & cửa hàng giảm giá, cửa hàng trực tuyến, cửa hàng tiện lợi (bao gồm cả cửa hàng độc lập), trạm xăng, cửa hàng thuốc và cửa hàng chăm sóc sức khỏe & sắc đẹp ... Kênh phân phối đại siêu thị, siêu thị & cửa hàng giảm giá rất được người dân Cộng hòa Séc ưa chuộng, đặc biệt là vào năm 2022, khi dịch bệnh bùng phát mạnh.

Hiện nay, các văn phòng đại diện hoặc đại lý bán hàng công nghiệp sẽ xử lý việc giao dịch hàng hóa trong ngành công nghiệp, trong thập kỷ qua hệ thống này

đã được mở rộng ngày càng nhanh chóng. Các công ty nước ngoài luôn có xu hướng tìm kiếm các đại lý trong nước có thể mạnh về mặt kỹ thuật, chiến lược tiếp thị và dịch vụ khách hàng để trao đổi thông tin và hỗ trợ việc xuất khẩu. Bên cạnh đó, việc tận dụng cơ sở và nhân viên của các đối tác tại địa phương sẽ giúp giảm chi phí xuống mức cạnh tranh. Vì vậy, các mối liên hệ được kết nối tại địa phương sẽ góp phần quan trọng trong việc phát triển hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Khi đó, các cuộc thảo luận cùng các nhà phân phối tiềm năng có thể hỗ trợ rất nhiều cho doanh nghiệp xuất khẩu trong việc xác định giá cả, các khó khăn trở ngại và cơ hội thị trường.

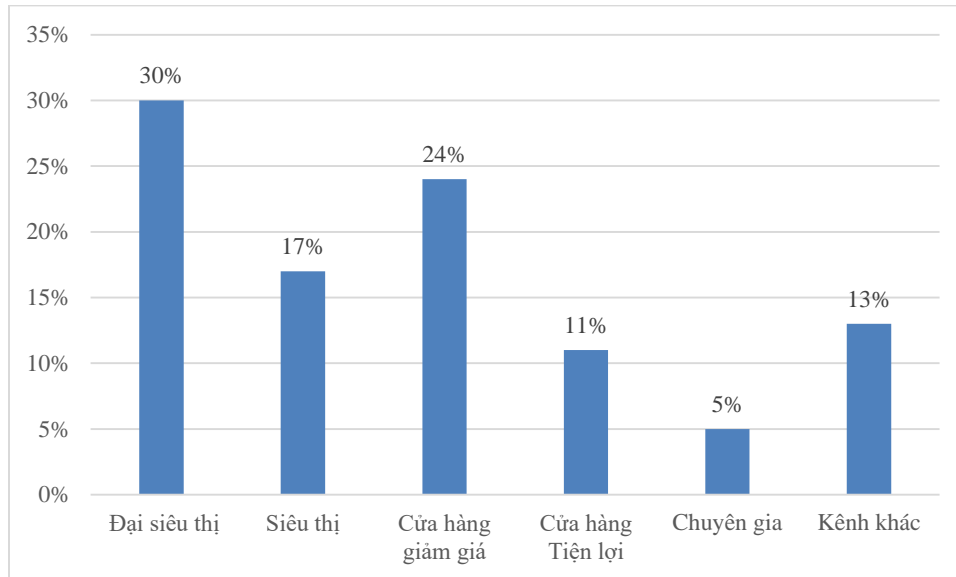
Đáng chú ý, cơ cấu phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc ngày càng giống các chợ truyền thống phương Tây, đó là các nhóm lớn thống trị các thương nhân địa phương nhỏ. Trước đây, việc phân phối hàng hóa nằm dưới sự kiểm soát của Nhà nước, nhưng ngày nay đã hoàn toàn được tư nhân hóa. Nhóm siêu thị/đại siêu thị chiếm tỷ trọng lớn với gần 50% giao dịch bán lẻ, trong khi thị phần của các thương nhân truyền thống đang sụt giảm dần.

- ***Trung tâm phân phối hàng hóa Prague***

- Phương thức vận tải: Hàng hóa của nước ngoài thường được vận chuyển đến cảng lớn của châu Âu (thường là Antwerp), sau đó được vận chuyển đến Prague bằng xe tải hoặc đường sắt. Với các loại hàng hóa nhỏ hơn sẽ được chuyển bằng đường hàng không đến sân bay Prague. Xung quanh thủ đô Prague có nhiều nhà kho và các trung tâm phân phối, bởi vậy Prague được biết đến là trung tâm phân phối lớn nhất cả nước. Thị trường vận tải hàng hóa và hậu cần của Cộng hòa Séc được phân chia theo Chức năng (Vận tải hàng hóa, Giao nhận hàng hóa, Kho bãi, Dịch vụ giá trị gia tăng và các dịch vụ khác) và Người dùng cuối (Sản xuất và Ô tô, Dầu khí, Khai thác mỏ và Khai thác đá, Nông

nghiệp, Đánh cá và Lâm nghiệp, Xây dựng, Thương mại phân phối, Y tế, Dược phẩm và Người dùng cuối khác).

Biểu đồ 5: Tỷ trọng các kênh bán lẻ, xét theo giá trị bán hàng



Nguồn: USDA

- Đại siêu thị/siêu thị: Cộng hòa Séc là quốc gia có tỷ lệ đại siêu thị và siêu thị cao nhất trên toàn khu vực châu Âu. Theo văn phòng thống kê Cộng hòa Séc, các doanh nghiệp bán lẻ của quốc gia này tăng mạnh từ năm 2017 cho thấy Séc là một nền kinh tế rất năng động ở khu vực Đông Âu.
- Nhóm các cửa hàng lớn: Trong thập kỷ qua, các cửa hàng lớn đã trở thành một bộ phận quan trọng đối với hệ thống phân phối hàng hóa của Cộng hòa Séc, thu hút lượng lớn khách hàng đã từng mua hàng thông qua các nhà bán lẻ truyền thống. Một số doanh nghiệp nước ngoài hoạt động ở nhiều địa điểm tại thành phố Prague và đã mở rộng phạm vi trên toàn quốc có thể kể đến như TESCO của Anh, OBI của Đức, Baumax của Áo, IKEA Thụy Điển ...
- Cửa hàng nhỏ/chợ đồ cũ: Trên đường phố Prague cũng có sự hiện diện của nhiều cửa hàng nhỏ - cửa hàng tạp hóa, hiệu thuốc, cửa hàng nhạc, cửa hàng

quần áo và nhà sách. Những cửa hàng nhỏ này thường phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các “đại siêu thị” của châu Âu và trung tâm mua sắm lớn với nhiều lựa chọn hơn, giá cả linh hoạt hơn và thường kéo dài thời gian mở cửa vào cuối tuần và buổi tối. Ngoài ra, các chợ đồ cũ vẫn còn rất phổ biến tại quốc gia này và thu hút nhiều người dân đến mua quần áo, đĩa nhựa, đồ trang sức và túi xách cũ ...

- Chuyển phát nhanh cũng là một hình thức phân phối hàng hóa trong hệ thống của Cộng hòa Séc hiện nay⁸: DHL, FedEx và UPS hoạt động tại Cộng hòa Séc. Cả ba công ty đều là thành viên của Hiệp hội các công ty chuyển phát nhanh Séc.
 - i. DHL đã có mặt tại quốc gia này từ năm 1991 và có mạng lưới lớn nhất. Từ năm 2014, DHL đã vận hành các trung tâm phân phối quốc tế tại Praha và Ostrava (Bắc Moravia);
 - ii. UPS gia nhập thị trường Séc vào năm 1992 thông qua một đối tác địa phương, hoạt động độc lập từ năm 1999 và liên kết với Sân bay Quốc tế Praha. Công ty đã mở một trung tâm phân phối công nghệ cao mới tập trung vào các sản phẩm khoa học vào năm 2022. Văn phòng chính của công ty đặt tại Praha. Công ty khai thác các chuyến bay thẳng mỗi ngày giữa Cộng hòa Séc, Đức và Hungary;
 - iii. FedEx đã có mặt tại thị trường Séc từ năm 1993 và cũng có văn phòng chính tại Praha
 - Tham khảo Danh sách các nhà phân phối lớn nhất tại Cộng hòa Séc hiện nay (số liệu được cập nhật đến năm 2021)

Bảng 2: Danh sách các nhà phân phối lớn nhất tại Cộng hòa Séc hiện nay

⁸ <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/czech-republic-distribution-and-sales-channels>

Tên thương hiệu	Số cửa hàng/siêu thị	Loại hình	Tập đoàn bố mẹ
<u>Billa</u>	238	Siêu thị	<u>REWE Group</u>
<u>Albert</u>	327	Siêu thị và đại siêu thị	<u>Ahold</u>
<u>Tesco</u>	184	Siêu thị và đại siêu thị	<u>Tesco</u>
<u>Kaufland</u>	133	Siêu thị	<u>Schwarz Gruppe</u>
<u>Globus</u>	16	Đại siêu thị	<u>Globus Hypermarket Holding</u>
<u>Lidl</u>	255	Cửa hàng giảm giá	<u>Schwarz Gruppe</u>
<u>Penny Market</u>	389	Cửa hàng giảm giá	<u>REWE Group</u>
<u>Norma</u>	49	Cửa hàng giảm giá	<u>Norma</u>
<u>Makro</u>	13	Cash & carry	<u>Metro AG</u>
<u>Coop TIP, TUTY</u>	420+	Cửa hàng tiện ích	<u>Skupina Coop</u>
<u>Coop Diskont</u>	7	Cửa hàng giảm giá	<u>Skupina Coop</u>
<u>Enapo</u>	338	Cửa hàng tiện ích	Enapo Obchodní
<u>PLUS JIP</u>	140	Cửa hàng tiện ích	PLUS JIP

Nguồn: Vụ Thị trường châu Âu – châu Mỹ, Bộ Công thương

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường

Trong bối cảnh tình hình chính trị - xã hội toàn cầu có nhiều biến động mạnh mẽ trong những năm qua, nền kinh tế của các quốc gia cũng chịu ảnh hưởng về nhiều mặt. Trong đó, có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Cộng hòa Séc, điển hình như:

- Sự quan tâm của người dân đến sức khỏe và các sản phẩm dinh dưỡng ngày càng cao: Trước đây người tiêu dùng tại Séc thường chú trọng vào giá cả thực phẩm nhưng trong những năm gần đây, điều này ngày càng giảm khi người dân đang quan tâm nhiều hơn đến chất lượng sản phẩm và điều này ảnh hưởng rõ nét đến hành vi tiêu dùng của người dân Séc;
- Sự bùng nổ mạnh mẽ của khoa học – công nghệ: đã tác động đến xu hướng kinh doanh và tiêu thụ hàng hóa của khách hàng. Ngày nay, mua sắm ảo đang trở nên ngày càng phổ biến tại Cộng hòa Séc, một số công ty đã thu hút khách hàng bằng cách sử dụng dịch vụ giao hàng tận nhà, cung cấp mọi loại hàng hóa cần thiết từ kính áp tròng đến lốp xe hơi, với mục tiêu mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất. Một số mô hình thương mại điện tử mà ở đó, người mua và người bán kết nối, trao đổi thông qua nền tảng internet đã mang lại những trải nghiệm hấp dẫn cho khách hàng đồng thời gia tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.
- Chiến lược kinh doanh hiện đại: Ngày nay, truyền thông và quảng bá sản phẩm thông qua internet, mạng xã hội đang ngày càng trở nên phổ biến. Các đại siêu thị, siêu thị, sàn thương mại điện tử với nguồn vốn lớn, nhân sự nhiều, kỹ thuật hiện đại đang chiếm ưu thế và trở thành những kênh phân phối hàng hóa chủ lực của Cộng hòa Séc, được người tiêu dùng ưu tiên sử dụng trong bối cảnh hiện nay.

2.3. Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây⁹

Trong khu vực thủ đô Prague, nhiều mô hình nhỏ hơn đang mở rộng như tiệm bánh, cửa hàng rượu, quán cà phê. Cùng với xu hướng quan tâm nhiều hơn đến sức

⁹ <https://goglobal.moit.gov.vn/vi/tim-hieu-cac-kenh-phan-phoi-tai-cong-hoa-sec.html>

khỏe và các sản phẩm dinh dưỡng, nhiều doanh nghiệp tại Cộng hòa Séc đã bắt đầu thay đổi mô hình kinh doanh của mình.

Điều này được thể hiện rõ qua sự chuyển đổi từ các thương hiệu giá rẻ hơn sang các thương hiệu nổi tiếng, từ các kênh phân phối nhỏ lẻ sang các kênh phân phối hiện đại, phù hợp với việc truy xuất nguồn gốc và đảm bảo chất lượng xuyên suốt chuỗi cung ứng hàng hóa. Trong bối cảnh mới, nhiều hàng thực phẩm giảm giá đã bắt đầu tiếp cận xu hướng này và đang đầu tư thay đổi mô hình cửa hàng để hướng đến một hình ảnh hiện đại và chất lượng hơn trong mắt người tiêu dùng.

Hiện nay, thị trường phân phối trong nước bị chi phối đáng kể bởi các nhà bán lẻ Đức, Anh và Hà Lan, điển hình như Tập đoàn REWE với thương hiệu Billa (siêu thị) và Penny Market (giảm giá); Tập đoàn Schwarz với các nhãn hiệu như Lidl (giảm giá) và Kaufland (Hypermarkets); Tập đoàn Tesco với các đại siêu thị và siêu thị ...

Các trung tâm mua sắm với siêu thị và cửa hàng sang trọng đã thành công trong việc tiếp cận khách hàng và được 80% người dân sống ở các thành phố lớn ghé thăm. Bên cạnh đó, với vị trí trung tâm và chiến lược của Cộng hòa Séc, các thị trường nước ngoài cũng được hỗ trợ rất nhiều trong việc phân phối hàng hóa. Cộng hòa Séc sở hữu hệ thống kết nối chuyên bay rất thuận tiện và có sẵn không gian kho bãi cho hàng hóa.

2.4. Đánh giá mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường

2.4.1. Ưu điểm

- Hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng hiện đại: Hiện nay, hệ thống giao thông tại Cộng hòa Séc đang ngày càng thuận tiện và tiên bộ hơn. Chính phủ đã đầu tư vào việc cải thiện và nâng cao chất lượng của cơ sở vật chất hạ tầng trong nước, góp phần phát triển kinh tế bền vững. Cộng hòa Séc có hệ thống đường bộ

và đường sắt phát triển, có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế nước này. Hiện Séc có 5 sân bay quốc tế lớn, phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu.

- Vị trí địa lý thuận tiện: vị trí địa lý mang tính chiến lược của Cộng hòa Séc cũng giúp cho việc giao thương của quốc gia này với các nước khác trong khu vực Châu Âu trở nên dễ dàng hơn. Cộng hòa Séc nằm ở trung tâm châu Âu, nơi hàng hóa đến và đi giữa các nước trong khối rất thường xuyên và đều đặn, do đó vị trí địa lý đã góp phần quan trọng giúp hệ thống phân phối của Séc hoạt động thuận tiện và hiệu quả.

- Ngành logistics phát triển: chi phí lao động thấp và sự phát triển tích cực của thị trường trong những năm qua đã đang mang lại nhiều lợi thế cho các doanh nghiệp nội địa, giúp gia tăng thu hút đầu tư từ nước ngoài. Cộng hòa Séc được đánh giá là quốc gia có lợi thế cạnh tranh về nguồn nhân lực có tay nghề cao trong ngành logistics. Ước khoảng 38% chi phí logistic trong nước đến từ các hoạt động liên quan đến vận chuyển hàng hóa, nhờ đó hệ thống phân phối tại đây cũng có điều kiện phát triển hơn. Mạng lưới vận tải hàng hóa và hậu cần được đầu tư mạnh mẽ đã hỗ trợ rất lớn cho hoạt động phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc phát triển và đạt chất lượng cao hơn nhiều so với trước đây.

- Mô hình phân phối đa dạng: Hiện nay, tại Cộng hòa Séc, các kênh phân phối hàng hóa hoạt động rất sôi nổi, sự kết hợp giữa các kênh truyền thống và hiện đại đã tạo ra một mạng lưới phân phối hàng hóa năng động, phong phú và linh hoạt, hỗ trợ rất nhiều cho nhu cầu khác nhau của người dân.

2.4.2. Nhược điểm

- Cạnh tranh khắc nghiệt: Hiện nay, thị trường vận tải hàng hóa của Cộng hòa Séc rất cạnh tranh và phân mảnh. Nhiều công ty trong nước và quốc tế cùng hiện diện, trong đó các công ty nước ngoài hiện diện tại thị trường nội địa chủ yếu

chịu trách nhiệm cung cấp các dịch vụ hậu cần cao cấp, giá trị gia tăng trong nước, còn các công ty địa phương thường xuyên vận chuyển hàng hóa cho các doanh nghiệp nhỏ hoặc các bên có nhu cầu.

- Sự lệ thuộc vào nước ngoài: Vận tải quốc tế ở Cộng hòa Séc bị các hãng vận tải từ các nước khác thuộc khu vực EU tiếp quản đáng kể, vì vậy các công ty vận tải nội địa thường yếu thế hơn và dễ bị mất đơn hàng. Ước tính khoảng một nửa doanh nghiệp nội địa kinh doanh trong lĩnh vực này đã rời khỏi thị trường do thua lỗ.

- Ô nhiễm môi trường: Đi cùng sự phát triển của hệ thống giao thông tại Séc là mức độ ô nhiễm môi trường nặng nề nhất châu Âu. Khí thải công nghiệp chính là nguyên nhân dẫn đến sự ô nhiễm trầm trọng tại Cộng hòa Séc, bất chấp thực tế là người dân quốc gia này dẫn đầu châu Âu về ý thức phân loại rác thải. **2.4.3. Xu hướng thị trường vận tải hàng hóa và hậu cần tại Cộng hòa Séc trong thời gian tới**

¹⁰.

Sự phát triển của thương mại điện tử đã và đang có những ảnh hưởng nhất định đến hệ thống phân phối hàng hóa của Cộng hòa Séc. Mặc dù giai đoạn 2020 – 2021 khi dịch COVID-19 bùng phát đã khiến các cửa hàng bán lẻ phải đóng cửa nhưng nhiều doanh nghiệp tại Cộng hòa Séc đã đạt được sự tiến bộ vượt bậc trong việc phát triển lĩnh vực thương mại điện tử nhằm thích nghi với bối cảnh mới. EU đã có sự điều chỉnh về quy định xử lý VAT đối với các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này, mục tiêu là giúp cho các giao dịch trực tuyến xuyên biên giới được xử lý dễ dàng hơn.

¹⁰ <https://www.mordorintelligence.com/vi/industry-reports/czech-republic-freight-and-logistics-market>

Việc sử dụng sàn thương mại điện tử trong mua bán không chỉ giúp các doanh nghiệp bắt kịp với xu hướng phát triển mới của thời đại mà còn thực sự mang lại cơ hội tiếp cận hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng. Với một quốc gia có tỷ lệ sử dụng thiết bị thông minh và mạng xã hội cao như Cộng hòa Séc thì việc bùng nổ xu hướng tiêu dùng trên sàn thương mại điện tử là điều chắc chắn sẽ xảy ra trong tương lai gần.

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. Thực trạng tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Cộng hòa Séc

3.1.1. Đánh giá chung

Việt Nam và Cộng hòa Séc đã có quan hệ hữu nghị, hợp tác lâu đời. Năm 1950, hai nước chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao. Trải qua 74 năm, quan hệ giữa hai quốc gia ngày càng phát triển sâu sắc, từng bước xây dựng tình hữu nghị bền chặt, hợp tác toàn diện và chặt chẽ trên nhiều lĩnh vực.

Việt Nam chủ trương đẩy mạnh mối quan hệ với Cộng hòa Séc, xem đây là đối tác ưu tiên trong quá trình hội nhập và phát triển, trong khi đó Cộng hòa Séc luôn coi trọng tình hữu nghị truyền thống hơn 70 năm giữa hai quốc gia, luôn đánh giá cao Việt Nam và xem Việt Nam là đối tác quan trọng hàng đầu tại khu vực Đông Nam Á nói riêng và châu Á nói chung.

Về lĩnh vực thương mại, sau bốn năm thực thi Hiệp định EVFTA, kim ngạch thương mại song phương giữa hai quốc gia tăng trưởng khá nhanh. Hai bên đặt mục tiêu kim ngạch sớm đạt 1 tỷ USD trong vòng 1 – 2 năm tới, theo đó tăng cường việc triển khai đầy đủ, hiệu quả hiệp định EVFTA, đồng thời nâng cao hiệu quả cơ chế Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế nhằm khuyến khích các doanh

ngành Cộng hòa Séc đầu tư nhiều hơn vào Việt Nam với các lĩnh vực có thể mạnh như chuyển đổi số, môi trường, năng lượng, sản xuất ô tô, tạo thuận lợi cho xuất khẩu nông thủy sản của Việt Nam vào thị trường Cộng hòa Séc.

Trong giai đoạn 2018 – 2023, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Cộng hòa Séc không có nhiều biến động lớn, chủ yếu ghi nhận đà tăng trưởng qua các năm.

Đáng chú ý, trong năm 2022, mặc dù chịu nhiều ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch COVID-19 nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Cộng hòa Séc vẫn tăng trưởng mạnh mẽ, đạt 236,320 triệu USD, tăng đáng kể 11,22% so với năm 2021. Với giá trị trao đổi thương mại khả quan, hiện nay, Cộng hòa Séc là một trong những đối tác quan trọng nhất của Việt Nam tại khu vực Trung Âu và Đông Âu.

Hình 6: Một số Hiệp định đã ký kết giữa Việt Nam và Cộng hòa Séc

MỘT SỐ HIỆP ĐỊNH ĐÃ KÝ GIỮA HAI NƯỚC

1994	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định thương mại
1996	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về thanh toán và trả nợ song phương
2004	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về tránh đánh thuế trùng
2005	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về hợp tác kinh tế
2007	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về khuyến khích và bảo hộ đầu tư Hiệp định về nhận trở lại công dân hai nước
2014	<ul style="list-style-type: none"> Nghị định thư hợp tác giữa hai Bộ Ngoại giao
2016	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về hợp tác trong lĩnh vực văn hóa, giáo dục, khoa học, thanh niên và thể thao
2017	<ul style="list-style-type: none"> Hiệp định về chuyển giao người bị kết án phạt tù Hiệp định về hợp tác phòng, chống tội phạm



Nguồn: Thông tấn xã Việt Nam

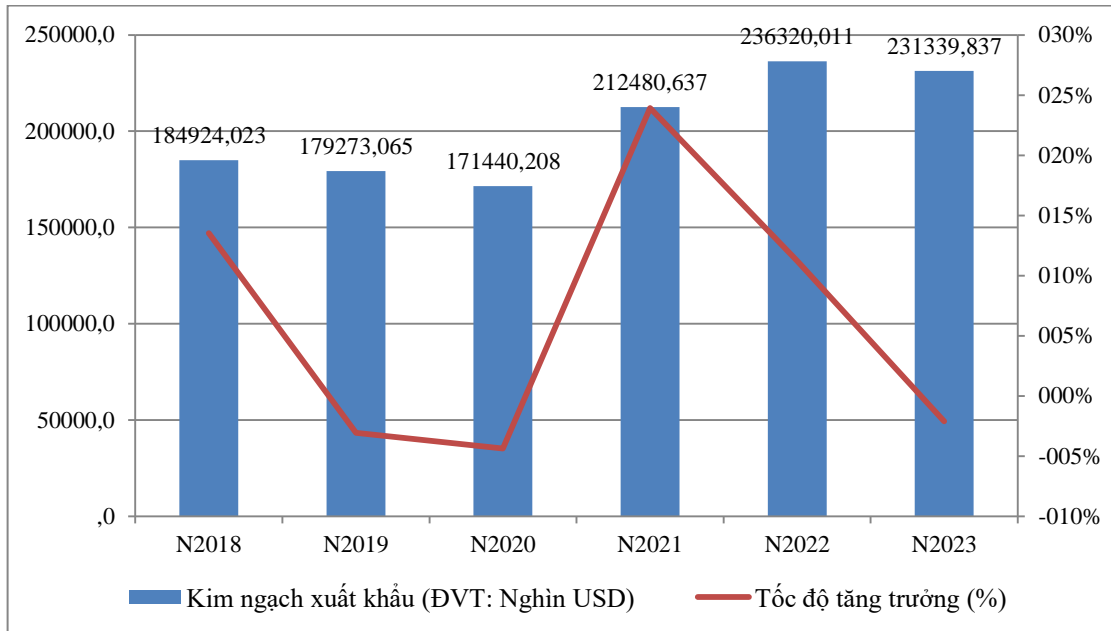
Trong năm 2023, tình hình kinh tế - chính trị toàn cầu có nhiều bất ổn, lạm phát tăng cao ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa giữa hai quốc gia. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Cộng hòa Séc đạt 231,340 triệu USD, giảm nhẹ 2,11% so với năm 2022. Tính riêng tháng 01/2024, kim ngạch xuất khẩu sang Cộng hòa Séc đạt 18,821 triệu USD, tăng 11,72% so với tháng trước đó.

Hai bên nhận thức rõ quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại song phương vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của hai nước, còn nhiều dư địa mà doanh nghiệp hai nước cần đẩy mạnh khai thác hơn nữa trong thời gian tới. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Cộng hòa Séc chủ yếu vẫn là các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như giày dép, thủy hải sản, phụ tùng máy và thiết bị điện, hàng dệt may ...

Ngày 26/7/2023, Chính phủ Séc đã phê duyệt chiến lược xuất khẩu mới cho giai đoạn 2023 - 2033 nhằm củng cố vị thế của các công ty Séc trong chuỗi cung ứng và đa dạng hóa xuất khẩu ra bên ngoài thị trường EU.

Về tổng thể, chiến lược xuất khẩu mới sẽ tạo khuôn khổ để Chính phủ Séc tăng cường và điều chỉnh sự hỗ trợ dành cho các nhà xuất khẩu, qua đó giúp cho nền kinh tế phát triển bền vững và nâng cao mức sống của người dân. Bên cạnh đó, phòng Thương mại Séc cũng đề xuất cần tập trung vào một số thị trường trọng tâm, trong đó có Việt Nam.

Biểu đồ 6: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Cộng hòa Séc trong giai đoạn 2018 - 2023



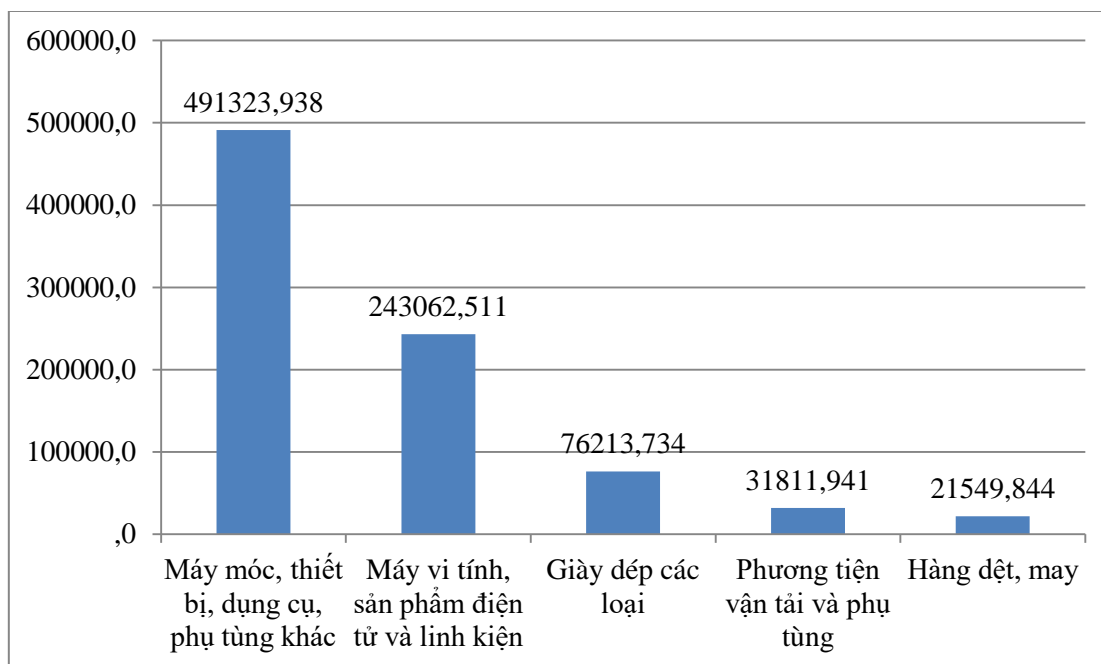
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu sang Cộng hòa Séc trong năm 2023 có sự đóng góp lớn của ba nhóm mặt hàng chính gồm:

- Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác với kim ngạch đạt 491,3 triệu USD, tăng rất mạnh 69,45% so với năm 2022 (chiếm tỷ trọng 51,28% tổng kim ngạch xuất khẩu);
- Mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện xếp ở vị trí thứ hai với kim ngạch đạt 243,06 triệu USD, tăng 49,94% (chiếm tỷ trọng 25,37% tổng kim ngạch xuất khẩu);
- Mặt hàng xếp ở vị trí thứ ba là Giày dép các loại, với kim ngạch đạt 76,21 triệu USD, giảm 17,01% so với năm 2022 (chiếm 7,96%).

Biểu đồ 7: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất sang thị trường Cộng hòa Séc

(ĐVT: Nghìn USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bên cạnh đó, mặt hàng Cao su có mức tăng trưởng xuất khẩu vượt bậc, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này trong năm 2023 đạt 416,2 nghìn USD, tăng rất mạnh 102,29% so với năm 2022.

Ngoài ra, một số mặt hàng có mức tăng trưởng khá tốt như: Hàng dệt, may; Sản phẩm từ chất dẻo; Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù ..., với mức tăng lần lượt là 59,85%; 47,93% và 38,10% so với năm 2022.

Ngược lại, một số mặt hàng ghi nhận mức giảm đáng kể so với năm 2022 là Điện thoại các loại và linh kiện; Sản phẩm từ sắt thép; Giày dép các loại, với mức giảm lần lượt được ghi nhận là 79,36%; 44,39% và -17,01%.

Bảng 3: Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Cộng hòa Séc trong năm 2023

(ĐVT: USD/%)

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 12/2023 (USD)	So với tháng 11/2023	So với tháng 12/2022	Trị giá năm 2023 (USD)	So với năm 2022 (%)	Tỷ trọng (%)
<i>Tổng KNXX</i>	<i>151.195.443</i>	<i>32,45</i>	<i>81,07</i>	<i>958.053.361</i>	<i>43,17</i>	<i>100,00</i>
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	51.887.855	-1,67	102	491.323.938	69,45	51,28
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	78.999.963	102,48	102,5	243.062.511	49,94	25,37
Giày dép các loại	7.203.056	-31,11	6,56	76.213.734	-17,01	7,96
Phương tiện vận tải và phụ tùng	2.694.139	-0,3	50,93	31.811.941	8,86	3,32
Hàng dệt, may	1.543.373	-52,82	53,05	21.549.844	59,85	2,25
Sản phẩm từ chất dẻo	515.723	-31,03	42,34	6.502.425	47,93	0,68
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	275.225	-3,57	15,22	3.216.120	38,1	0,34
Sản phẩm từ sắt thép	232.740	-4,61	-42,55	3.148.310	-44,39	0,33
Hàng thủy sản	175.715	70,11	-3,87	2.325.400	-9,44	0,24
Kim loại thường khác và sản phẩm	445.917	136,2	16,54	1.914.599	-2,2	0,20
Gỗ và sản phẩm gỗ	398.428	151,27	230,03	1.591.655	-9,88	0,17
Điện thoại các loại và linh kiện	87.088		66,68	1.247.514	-79,36	0,13

Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	136.058	260,58		732.633	28,13	0,08
Cao su	63.719		75,4	416.250	102,29	0,04

Nguồn: Tổng cục Hải quan

b. Thuận lợi và khó khăn khi xuất khẩu hàng hóa sang Cộng hòa Séc

- Những thuận lợi khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Cộng hòa Séc

Thứ nhất: Hệ thống giao thông thuận lợi. Hàng hóa Việt Nam khi muốn xuất khẩu trực tiếp sang Cộng hòa Séc thì có thể sử dụng đường hàng không. Hiện Séc đang có 5 sân bay quốc tế lớn hoạt động, nên việc xuất khẩu hàng từ Việt Nam sang cũng không quá khó khăn và phức tạp. Nhờ hệ thống giao thông của Séc trong nhiều năm qua được đầu tư và nâng cấp mà việc xuất khẩu hàng hóa đã dễ dàng hơn rất nhiều so với trước đây.

Hàng hóa thường được vận chuyển đến 4 cảng lớn: Cảng Gdynia (Ba Lan), Cảng Szczecin (Ba Lan), Cảng Gdansk (Ba Lan), Cảng Hamburg (Đức).

- Link website Bộ giao thông vận tải tại Cộng hòa Séc:
 - + Phụ trách đường bộ: <https://www.mdcr.cz/Uzitecne-odkazy/Silnicni-doprava>
 - + Phụ trách đường sắt: <https://www.mdcr.cz/Uzitecne-odkazy/Drazni-doprava>

Thứ hai: Dễ dàng tiếp cận và có nguồn thông tin hữu ích về các kênh phân phối hàng hóa nhờ cộng đồng người Việt đông đảo

Cộng đồng người Việt đông đảo tại quốc gia Trung Âu này là một trong những lợi thế góp phần tăng cường hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và Séc, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Séc. Hiện nay, người Việt sống tại Séc có mật độ dân số đông nhất, phân bố đều trên tất cả các vùng của Séc, từ thành phố đến nông thôn.

Năm 2013, cộng đồng người Việt Nam đã được Chính phủ Séc công nhận là dân tộc thiểu số tại Séc, đây cũng là cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài đầu tiên được Chính phủ sở tại công nhận là dân tộc thiểu số của quốc gia đó. Khi được công nhận là dân tộc thiểu số, người Việt tại Séc đã được hưởng những lợi ích được quy định trong điều luật về các cộng đồng dân tộc thiểu số, như được cử đại diện của mình vào các Hội đồng Dân tộc thiểu số ở cấp địa phương cũng như cấp Trung ương, được tham gia bàn những vấn đề liên quan đến dân tộc thiểu số, bà con được giữ nguyên họ và tên đầy đủ theo tiếng mẹ đẻ khi nhập quốc tịch Séc, và cộng đồng được chính quyền sở tại hỗ trợ cho các hoạt động giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa của dân tộc mình¹¹ ...

Người Việt tại quốc gia này hiện đang kinh doanh trong ngành bán lẻ, nhà hàng, xuất nhập khẩu, phân phối ở các quy mô khác nhau. Vì vậy, khi xuất khẩu hàng hóa sang Séc, doanh nghiệp nội địa có nhiều cơ hội và thuận lợi trong việc tìm kiếm đối tác phù hợp với quy mô và năng lực phát triển.

Thứ ba: Đặc điểm chung về vị trí địa lý nên dễ tiếp cận với các kênh phân phối tại thị trường

Việt Nam và Séc có những đặc điểm chung liên quan đến vị trí địa lý; cả hai quốc gia đều giữ vị trí địa chiến lược trong khu vực của mình. Thông qua Việt Nam, Séc có thể tiếp cận với thị trường ASEAN. Nhờ có Hiệp định EVFTA, tạo ra những ưu đãi về thương mại và đầu tư, nên Việt Nam có nhiều yếu tố thuận lợi hơn so với các nước khác trong khu vực ASEAN. Ngược lại, thông qua Séc, Việt Nam có thể đưa hàng hóa đến các nước thành viên khác của EU dễ dàng hơn, đặc biệt là những quốc gia có đường biên giới chung với Séc như Đức, Ba Lan, Slovakia, Áo ...

¹¹ <https://vov.vn/chinh-tri/nang-tam-quan-he-hop-tac-huu-nghi-truyen-thong-giua-viet-nam-va-cong-hoa-sec-post1068896.vov>

- Bên cạnh những thuận lợi, hàng Việt Nam khi xuất khẩu sang Cộng hòa Séc vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức¹²:

Thứ nhất: Tuân thủ theo quy định của khối EU

Là một thành viên của EU, nên những quy định nhập khẩu hàng hóa của Séc phải tuân thủ theo những quy định mà EU đề ra. Trong đó có rất nhiều yêu cầu nghiêm ngặt liên quan đến tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa, đặc biệt có nhiều loại giấy tờ, thủ tục, chứng nhận về chất lượng, quy tắc xuất xứ hay quy định kiểm dịch động thực vật, quy định phân phối hàng hóa mà doanh nghiệp xuất khẩu phải tuân thủ thì mới giao hàng thành công cho khách.

Dưới đây là danh sách Các mặt hàng cấm nhập khẩu và hạn chế nhập khẩu vào thị trường Cộng hòa Séc:

Bảng 4: Các mặt hàng cấm nhập khẩu và hạn chế nhập khẩu vào thị trường Cộng hòa Séc¹³

Các mặt hàng cấm nhập khẩu	Các mặt hàng hạn chế nhập khẩu
Rượu	Một số nguyên liệu thực vật và thú y
Đồ khiêu dâm	Chất làm lạnh chưa qua đăng ký
Thuốc lá	Dược phẩm
Thực vật (củ, thân cây)	Hóa chất
Hạt giống	Hàng hóa nguy hiểm

¹² <https://tapchicongthuong.vn/tang-cuong-xuat-khau-nong-san-viet-nam-sang-thi-truong-cong-hoa-sec-52095.htm>

¹³ <http://thuvien.hlu.edu.vn/KIPOSDATA0/KIPOSSysWebFiles/files/SanPham/TaiLieuDuAnMuTrap/BaoCaoNghienCuu/Bao%20cao%20ho%20so%20thi%20trung%20Sec.pdf>

Đất trồng	Đá khô
Các hàng mẫu bị cấm trừ khi là danh sách giấy tờ đặc biệt	Chất phóng xạ
	Tài liệu cộng sản
	Sản phẩm sinh vật
	Chất nổ
	Thuốc gây nghiện
	Các chất có tác động tới tâm thần
	Trang sức vàng
	Vũ khí nguyên tử
	Phương tiện gắn máy
	Ô tô không thuộc sở hữu cá nhân

Thứ hai, nhiều đối thủ cạnh tranh lớn: Do Cộng hòa Séc có vị trí địa chiến lược quan trọng tại khu vực EU nên hàng hóa Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường này sẽ phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh lớn, đặc biệt là các quốc gia thành viên của khối EU. Với vị trí đặc địa, việc xuất nhập khẩu của Séc với các nước lân cận là rất thuận lợi, cơ sở hạ tầng đường bộ của Séc kết nối trực tiếp nước này với các nước trong khu vực. Đối với Việt Nam, mặc dù đã có nhiều cơ hội hơn khi hệ thống đường hàng không phát triển giúp hàng hóa Việt Nam xuất khẩu dễ

dàng hơn sang Séc nhưng trên thực tế vẫn gặp nhiều bất lợi hơn so với các nước láng giềng của Séc vì khoảng cách địa lý. Bên cạnh đó, một số mặt hàng thể mạnh của Việt Nam như hàng dệt may, da giày, túi xách ... khi xuất khẩu sang Séc phải cạnh tranh với hàng hóa từ nhiều thị trường có ngành công nghiệp lâu đời như Hàn Quốc hay Trung Quốc.

Tháng 10/2017, Việt Nam bị Ủy ban châu Âu (EC) áp dụng "thẻ vàng" về khai thác bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định (IUU). Việt Nam đã triển khai nhiều biện pháp nhằm khắc phục các tình trạng vi phạm theo các khuyến nghị của EC, Việt Nam cũng mong muốn phía Cộng hòa Séc ghi nhận các nỗ lực của Việt Nam và có tiếng nói ủng hộ để EC sớm gỡ bỏ "thẻ vàng" IUU đối với Việt Nam.

Mặc dù đã có nhiều khởi sắc trong hợp tác nông nghiệp giữa hai quốc gia, tuy nhiên xuất khẩu hàng hóa sang Cộng hòa Séc vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn và trở ngại lớn, đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu phải hết sức thận trọng khi xuất hàng sang thị trường này.

Bảng 5: Một số đối thủ cạnh tranh của Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang Cộng hòa Séc

STT	Thị trường	Ngành hàng cạnh tranh
1	Đức, Ba Lan, Hà Lan, Tây Ban Nha ...	Máy móc, thiết bị, phụ tùng Xe cộ, phương tiện, linh kiện ...
2	Trung Quốc, Hàn Quốc ...	Hàng dệt, may; giày dép, túi xách; Đồ gỗ
3	Hoa Kỳ, Anh ...	Cao su, hóa chất, nhôm, sắt thép

Nguồn: Phân tích theo số liệu từ Trademap

3.2. Đề xuất giải pháp

Ngày nay, nền kinh tế của Việt Nam và Cộng hòa Séc đang ngày càng phát triển mạnh mẽ với tốc độ cao và hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế khu vực cũng như toàn cầu. Điều đó tạo cơ hội thuận lợi cho hai quốc gia tăng cường phát triển hợp tác song phương về kinh tế, thương mại và đầu tư theo hướng bền vững và hiệu quả hơn.

Dưới đây là một số giải pháp đề xuất dành cho cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp trong việc tiếp cận, khai thác mạng lưới phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường này nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu trong thời gian tới:

3.2.1. Đối với cơ quan quản lý

Các cơ quan quản lý nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, triển khai các chương trình, kế hoạch và hỗ trợ doanh nghiệp thực thi có hiệu quả các giải pháp tăng cường xúc tiến thương mại.

Thứ nhất, đầu tư vào hệ thống cơ sở hạ tầng

Mạng lưới phân phối hàng hóa đa dạng của Cộng hòa Séc đã và đang tạo cơ hội cho hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu thuận lợi sang thị trường này. Chính phủ Việt Nam cần đầu tư mạnh hơn vào việc phát triển hệ thống hạ tầng, cơ sở vật chất trong nước, đồng thời phát triển hệ thống đường hàng không để phục vụ cho việc vận chuyển hàng hóa sang Séc. Cộng hòa Séc không tiếp giáp biển và phương tiện giao thông đường sông còn hạn chế nên Việt Nam cần khai thác thế mạnh từ ngành hàng không để duy trì việc xuất khẩu hàng hóa sang Séc, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh so với các thị trường đối thủ trong khu vực EU.

Các cơ quan quản lý nhà nước cũng cần chú trọng vào việc khắc phục những điểm yếu và phát huy điểm mạnh của hệ thống logistics và hậu cần trong nước.

Đây là một lĩnh vực vô cùng quan trọng và cần thiết, sự hỗ trợ của nhà nước trong việc cải thiện và nâng cấp cơ sở hạ tầng logistics như sân bay, cảng biển, container chở hàng ... sẽ tạo thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hóa, đồng thời giúp các doanh nghiệp quan tâm và chú trọng hơn vào thị trường Việt Nam.

Bên cạnh đó, việc nâng cao vai trò, vị trí và trách nhiệm của các cơ chế hợp tác song phương cũng rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay, vừa góp phần duy trì quan hệ hợp tác giữa hai bên vừa đóng góp quan trọng vào việc phát triển hệ thống phân phối hàng hóa của hai nước. Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp khai thác tối đa dư địa, tiềm năng từ thị trường đối tác, các cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường hơn nữa vai trò của hai cơ chế quan trọng trong quan hệ hợp tác song phương đó là Ủy ban liên Chính phủ Việt Nam – Cộng hòa Séc về hợp tác kinh tế và Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), Hiệp định bảo hộ đầu tư Việt Nam - EU (EVIPA). Hiệp định thương mại EVFTA chính thức có hiệu lực đã mang lại nhiều cơ hội hợp tác cho doanh nghiệp hai nước khi được hưởng các ưu đãi về thuế quan khi xuất khẩu hàng hóa.

Do đó, trong thời gian tới, các cán bộ địa phương cần tích cực hơn nữa trong công tác phổ biến, tuyên truyền thông tin về hiệp định EVFTA; nâng cao năng lực hiểu biết của các doanh nghiệp nội địa về ưu đãi từ EVFTA, để doanh nghiệp hiểu sâu và hiểu rõ hơn về nội dung của Hiệp định, từ đó có kế hoạch triển khai tận dụng tối đa những hiệu quả từ EVFTA nói riêng và các hiệp định thương mại khác giữa hai nước.

Thứ hai, tăng cường tiếp cận thông tin về mạng lưới phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc nhờ vào sự hỗ trợ từ cộng đồng người Việt sinh sống tại Séc

Cộng đồng người Việt tại quốc gia này là một bộ phận quan trọng, là cầu nối cho mối quan hệ truyền thống lịch sử hữu nghị, hợp tác lâu đời và toàn diện giữa Việt Nam và Séc. Từ sau khi được công nhận là dân tộc thiểu số, cộng đồng người

Việt tại Séc đã ngày càng hội nhập sâu rộng vào sở tại, đồng thời có nhiều đóng góp tích cực cho xã hội Séc cũng như có nhiều hoạt động ý nghĩa hướng về tổ quốc.

Việc quan tâm nhiều hơn đến cộng đồng người Việt tại Séc sẽ tạo thêm một kênh kết nối hiệu quả đến các doanh nghiệp nội địa, giúp doanh nghiệp có cơ hội tìm hiểu, tiếp cận và nắm bắt cụ thể hơn tình hình kinh doanh, hệ thống phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc, những điểm thay đổi và nổi cộm qua các năm, từ đó có hướng đi phù hợp để tăng cường xuất khẩu, hiểu rõ hơn về thị hiếu tiêu dùng của người dân nước sở tại.

Thứ ba, tăng cường sự hiện diện của hàng hóa Việt Nam trong mạng lưới phân phối nội địa của Cộng hòa Séc thông qua phát triển hợp tác nông nghiệp.

Trong các mặt hàng được phân phối nhiều nhất tại Cộng hòa Séc hiện nay, thịt và các sản phẩm dinh dưỡng chiếm tỷ trọng cao nhất. Trong khi đó, doanh nghiệp Việt Nam lại có thế mạnh về các mặt hàng nông sản, gia súc, gia cầm. Vì vậy, Chính phủ nên đẩy mạnh khai thác tối đa dư địa từ ngành nông nghiệp để các mặt hàng của Việt Nam hiện diện nhiều hơn trong cơ cấu hàng hóa phân phối tại thị trường Cộng hòa Séc. Việc hàng hóa Việt Nam có mặt tại các siêu thị, đại siêu thị, trung tâm mua sắm lớn của Cộng hòa Séc sẽ đóng góp tích cực vào kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này.

Theo Bộ Nông nghiệp Séc, trong những năm qua, trao đổi thương mại, giao thương giữa hai quốc gia trong lĩnh vực nông nghiệp ngày càng phát triển mạnh mẽ trong những năm vừa qua. Hai bên còn rất nhiều tiềm năng để tiếp tục mở rộng, phát triển hợp tác song phương. Đầu năm 2024, nhằm đẩy mạnh hợp tác hơn nữa trong lĩnh vực nông nghiệp, Cộng hòa Séc đã bổ nhiệm ông Luboš Marek làm đại diện Bộ Nông nghiệp Cộng hòa Séc tại TP. Hồ Chí Minh với mục đích hỗ trợ cho

cộng đồng doanh nghiệp Séc – Việt dễ dàng kết nối và hợp tác trong lĩnh vực nông nghiệp và thực phẩm¹⁴.

Nhìn chung, cả Việt Nam và Cộng hòa Séc đều có những thế mạnh riêng nổi bật, trong khi Việt Nam có tiềm năng lớn trong phát triển nền nông nghiệp nhiệt đới, chính sách nhất quán của Việt Nam cùng với hành lang pháp lý thông thoáng luôn tạo điều kiện và môi trường cho các nhà đầu tư của Séc; thì Séc lại là quốc gia sở hữu trình độ khoa học kỹ thuật cao, kinh nghiệm trong sản xuất và chế biến nông sản dồi dào.

Vì vậy, cả hai nước đều có nhiều cơ hội và điều kiện để tăng cường hợp tác trong lĩnh vực nông nghiệp. Việt Nam mong muốn các doanh nghiệp Séc đầu tư, chuyển giao công nghệ trong chế biến, kinh doanh nông lâm thủy sản, các sản phẩm chăn nuôi, thuốc thú y... mà hai bên có nhiều thế mạnh có thể bổ sung, hỗ trợ nhau cùng phát triển.

3.2.2. Đối với doanh nghiệp

Để tăng khả năng tiếp cận, khai thác hệ thống phân phối hàng hóa tại Séc và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường này, các doanh nghiệp xuất khẩu cần chú trọng vào các giải pháp như sau:

Thứ nhất: Tăng cường hợp tác thương mại thông qua các sàn thương mại điện tử.

Cộng hòa Séc là quốc gia có thế mạnh về khoa học – công nghệ hiện đại, thời gian gần đây xu hướng tiêu dùng của người dân Séc là trao đổi hàng hóa, dịch vụ qua các sàn thương mại điện tử. Thương mại điện tử đã và đang dần trở thành một trong những kênh phân phối hàng hóa quan trọng bậc nhất của Cộng hòa Séc trong ba năm trở lại đây. Vì vậy, việc đẩy mạnh hợp tác qua sàn thương mại điện

¹⁴ <https://vneconomy.vn/viet-nam-va-cong-hoa-sec-con-nhieu-tiem-nang-hop-tac-trong-linh-vuc-nong-nghiep.htm>

tử sẽ tạo thêm nhiều cơ hội cho doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam tiếp cận với các đối tượng tiêu dùng khác nhau tại thị trường này.

Những năm qua tại Việt Nam, hoạt động xây dựng và phát triển sàn thương mại điện tử đã trở thành một nhiệm vụ chiến lược của các địa phương trên cả nước; ngày càng nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh, hợp tác xã quan tâm và triển khai tích cực hướng đi này.

Đến nay, hầu hết các tỉnh, thành trên cả nước đều có sàn thương mại điện tử riêng và thu hút được nhiều doanh nghiệp, người dân, HTX trên địa bàn tham gia đăng ký tài khoản bán các đặc sản địa phương, sản phẩm OCOP. Đáng chú ý, các sản phẩm được giới thiệu trên sàn đều là những nông sản, đặc sản của địa phương, sản phẩm đạt chứng nhận OCOP, sản phẩm thế mạnh của vùng miền ... vì vậy chất lượng đều rất tốt và đảm bảo, có thể đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ quốc tế.

- Để khai thác có hiệu quả hướng đi từ sàn thương mại điện tử, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần cải thiện một số điểm như sau:

Một là, trang thương mại điện tử của nhiều địa phương vẫn còn nhỏ lẻ, chưa có phương án phát triển lâu dài, vì vậy lượt truy cập, giao dịch mua bán nhìn chung vẫn hạn chế, doanh thu mang lại chưa được như kỳ vọng. Để khai thác đối tượng người tiêu dùng tại Cộng hòa Séc trên các sàn thương mại điện tử, các tỉnh thành nên xây dựng một phương án riêng tập trung vào việc nghiên cứu thị hiếu, nhu cầu của khách hàng tại thị trường này.

Sau đó, có sự cải tiến nhất định về giao diện, hình ảnh, chất lượng sản phẩm đăng tải trên sàn sao cho phù hợp với sở thích, văn hóa của người tiêu dùng; từ đó thu hút sự quan tâm và tương tác của các đối tượng người mua. Đối với các doanh nghiệp, HTX khi đưa sản phẩm lên sàn cần chú trọng xây dựng một bộ nhận diện thương hiệu riêng cho sản phẩm của mình, đồng thời tạo một môi trường giao

thương, kết nối hàng hóa đa chiều giữa các bên tham gia để mang lại hiệu quả tốt nhất, nếu khách hàng có bất kỳ thắc mắc hay câu hỏi nào cần giải đáp và hỗ trợ kịp thời để đảm bảo tính chuyên nghiệp.

Hai là, để người tiêu dùng biết đến nhiều hơn, các địa phương cần tăng cường hơn nữa công tác truyền thông, quảng bá về sàn thương mại điện tử, nhất là gắn với hoạt động tuyên truyền vận động về các mặt hàng thế mạnh của Việt Nam và đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm OCOP. Ngoài ra, các địa phương cũng có thể tận dụng lợi thế từ cộng đồng người Việt sinh sống tại Cộng hòa Séc, mở rộng thêm mạng lưới kết nối, thúc đẩy truyền thông tin, giúp người tiêu dùng tại Séc biết đến các sàn thương mại và sản phẩm của Việt Nam nhiều hơn.

Thứ hai, tập trung xuất khẩu các mặt hàng dinh dưỡng được người tiêu dùng Séc ưa chuộng

Ngày nay, với nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng với các sản phẩm chất lượng cao, tốt cho sức khỏe, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nên tận dụng cơ hội này để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa là thực phẩm, nông sản, rau củ quả, sản phẩm dinh dưỡng ... đến người tiêu dùng tại thị trường này. Để hàng hóa Việt Nam hiện diện nhiều hơn trên mạng lưới phân phối của Cộng hòa Séc, cách nhanh nhất là tập trung vào nhóm sản phẩm được tiêu thụ nhiều tại quốc gia này, trong đó có nhóm hàng dinh dưỡng.

Như đã đề cập ở phần 1, do điều kiện thổ nhưỡng và địa hình không thuận lợi nên các loại nông sản của Cộng hòa Séc không phong phú như nông sản ở các nước nhiệt đới. Trong khi đó Việt Nam lại là quốc gia có nền nông nghiệp truyền thống, lâu đời, doanh nghiệp Việt muốn xâm nhập và phát triển mặt hàng nông sản chất lượng tại thị trường này cần chú trọng vào những điều kiện chính như sau:

Một là: Cần xây dựng một chiến lược phát triển thị trường phù hợp với đặc thù của thị trường Cộng hòa Séc. Theo đó, các doanh nghiệp cần

- Nghiên cứu cụ thể thị hiếu của người tiêu dùng sở tại để có hướng xuất khẩu hiệu quả;
- Điều quan tâm đầu tiên không phải là lợi nhuận mà là cơ hội đưa hàng hóa hiện diện tại thị trường. Vì vậy, không nên bỏ qua các giao dịch thương vụ nhỏ, điều mà các doanh nghiệp thường không để ý.

Hai là: Có một chính sách xuất khẩu phù hợp nhằm cạnh tranh với các đối thủ lớn như Thái Lan, Campuchia, Thổ Nhĩ Kỳ (hiện đang chiếm thị phần nông sản rất lớn tại thị trường này) với một số biện pháp như sau:

- Tập trung vào phân khúc mặt hàng chất lượng cao mà Việt Nam có lợi thế như gạo đặc sản, thanh long ruột đỏ, ruột vàng, nhãn lồng, vải thiều, xoài, dứa ...
- Có giải pháp phù hợp nhằm hỗ trợ nhà xuất khẩu cạnh tranh về giá mà không vi phạm quy định của WTO (giảm giá phân bón, giảm phí chiếu xạ, giảm cước phí vận tải, thanh toán chậm, lãi suất ưu đãi...);
- Tăng cường hoạt động marketing, quảng bá sản phẩm để từng bước thu hút sự quan tâm và tin tưởng của người tiêu dùng Séc đối với nhà cung cấp Việt Nam.

Ba là: Trong dài hạn, cần có các hoạt động nghiên cứu và tổ chức thực hiện việc xây dựng và vận hành nhà máy xay xát gạo tại Séc, tạo ra những chủ động trong việc bảo quản, chế biến, hạ giá thành... từ đó, gạo Việt Nam sẽ có sức cạnh tranh hơn, mặt hàng gạo và sản phẩm từ gạo (bún, bánh phở...) sẽ đa dạng hơn, nhu cầu tiêu dùng sẽ tăng mạnh hơn so với hiện tại.

Đối các mặt hàng trái cây, hoa quả ... nên tính đến việc lập kho lạnh để bảo quản được lâu mà không làm giảm chất lượng sản phẩm vì việc vận chuyển hàng hóa sang thị trường này thường tốn thời gian hơn so với khu vực châu Á do khoảng cách địa lý xa xôi. Do đó, nên sớm tổ chức các đoàn khảo sát về xuất khẩu nông sản, gạo, hoa quả ... chung cho thị trường Séc, trên cơ sở đó lập dự án đầu tư hoặc liên doanh để xây dựng và vận hành nhà máy xay xát hoặc kho lạnh tại Cộng hòa Séc.

KẾT LUẬN

Trong những năm qua, cùng với sự phát triển và biến đổi không ngừng của thế giới, nền kinh tế Cộng hòa Séc cũng thay đổi từng ngày để phù hợp với bối cảnh tình hình mới và đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Hệ thống phân phối hàng hóa của quốc gia này chịu những ảnh hưởng đáng kể từ cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và xu hướng tiêu dùng thông minh hướng đến chất lượng của người dân.

Cùng với quá trình hội nhập sâu rộng và sự phát triển mạnh mẽ của mỗi quốc gia, mối quan hệ hợp tác về kinh tế giữa hai nước đang ngày càng sâu sắc và hứa hẹn nhiều tiềm năng, cơ hội hợp tác trong những năm tới. Việc hiểu rõ và nắm bắt thông tin về thị hiếu tiêu dùng cũng như hệ thống phân phối hàng hóa tại Cộng hòa Séc sẽ giúp cho doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam tiếp cận thị trường dễ dàng hơn, từ đó tăng kim ngạch xuất khẩu và đóng góp vào tăng trưởng kim ngạch thương mại song phương giữa hai nước.

Để tăng khả năng tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường Cộng hòa Séc, Chính phủ Việt Nam và các doanh nghiệp xuất khẩu cần chú trọng vào nhiều giải pháp cụ thể, trong đó: Chính phủ cần tập trung vào việc đầu tư phát triển ngành logistics, nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh; tăng cường sự hiện diện của hàng hóa Việt Nam trong mạng lưới phân phối nội địa của Cộng hòa Séc thông qua phát triển hợp tác nông nghiệp đồng thời tận dụng sự hỗ trợ của cộng đồng người Việt sinh sống tại Cộng hòa Séc để tìm kiếm thông tin thị trường và mạng lưới phân phối hàng hóa tại Séc. Về phía doanh nghiệp, cần tăng cường xuất khẩu các mặt hàng dinh dưỡng, có lợi cho sức khỏe đến người tiêu dùng Séc; đẩy mạnh hợp tác thương mại thông qua các sàn thương mại điện tử - một xu hướng phát triển nổi bật tại Cộng hòa Séc trong thời gian gần đây.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu Tiếng Anh

1. Czech Statistical Office
2. Trading Economics
3. United Nations Population Fund

Tài liệu Tiếng Việt

1. Báo Điện tử VOV – Đài Tiếng nói Việt Nam
2. Danso.org
3. Cục Xúc tiến thương mại Phòng Nghiên cứu Phát triển thị trường – Bộ Công thương
4. Tạp chí Kinh tế Việt Nam VnEconomy
5. Tạp chí Công thương
6. Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư TP. Hồ Chí Minh
7. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC)
8. Vụ Thị trường châu Âu – châu Mỹ, Bộ Công thương