



**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 Ucraina**

**Hà Nội, 2024**

## MỤC LỤC

<b>LỜI NÓI ĐẦU .....</b>	<b>4</b>
<b>TÓM TẮT .....</b>	<b>6</b>
<b>NỘI DUNG.....</b>	<b>8</b>
<b>I. Đặc điểm thị trường.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Dung lượng thị trường.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Nhu cầu tiêu dùng .....</b>	<b>15</b>
<b>3. Thị hiếu tiêu dùng .....</b>	<b>29</b>
<b>4. Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa</b>	<b>31</b>
<b>II. Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường.....</b>	<b>42</b>
<b>1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường</b>	<b>42</b>
<b>2. Các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Ucraina .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1. Hệ thống bán lẻ .....</b>	<b>43</b>
<b>2.2. Logistic .....</b>	<b>44</b>
<b>2.3. Thương mại điện tử .....</b>	<b>45</b>
<b>3. Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây.....</b>	<b>45</b>
<b>4. Đánh giá mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1. Ưu điểm .....</b>	<b>47</b>

4.2. <i>Nhược điểm</i> .....	48
<b>III. 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</b> .....	<b>49</b>
<b>1. Thực trạng tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Ucraina</b> .....	<b>49</b>
<b>2. Đề xuất giải pháp</b> .....	<b>50</b>
2.1. <i>Đối với các cơ quan quản lý</i> .....	50
2.2. <i>Đối với các doanh nghiệp</i> .....	50
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>52</b>

## DANH MỤC BIỂU ĐỒ

<b>Biểu đồ 1: Lạm phát tại Ucraina từ T10/2023 đến T9/2024.....</b>	<b>9</b>
<b>Biểu đồ 2: Tăng trưởng GDP của Ucraina giai đoạn Q3/2021 – Q2/2024 .....</b>	<b>11</b>
<b>Biểu đồ 3: Chi tiêu tiêu dùng ở Ucraina giai đoạn 2004 –2023 .....</b>	<b>16</b>
<b>Biểu đồ 4: Doanh số bán lẻ ở Ucraina giai đoạn T7/2023 – T6/2024 .....</b>	<b>16</b>

## DANH MỤC BẢNG

<b>Bảng 1: Các chỉ số kinh tế chính của Ucraina trong giai đoạn 1992–2023 .....</b>	<b>13</b>
<b>Bảng 2: Một số mặt hàng có trị giá nhập khẩu cao của Ucraina.....</b>	<b>17</b>
<b>Bảng 3: Một số nguồn cung ứng lớn có trị giá xuất khẩu trên 10 triệu USD sang Ucraina (giai đoạn 2019-2023).....</b>	<b>26</b>

## LỜI NÓI ĐẦU

Ucraina là quốc gia nằm ở Đông Âu, nơi giao nhau của các tuyến đường giao thông giữa Châu Âu và Châu Á, giữa các nước Scandinavia với khu vực Địa Trung Hải. Nền kinh tế Ucraina có ưu thế đặc biệt với vị trí địa lý thuận lợi, đất đen phì nhiêu, nhiều tài nguyên thiên nhiên và người lao động có trình độ khoa học kỹ thuật cao. Hơn 2/3 diện tích là vùng đất đen màu mỡ chứa 6% đất mùn trên bề mặt, chiếm 1/4 trữ lượng đất đen thế giới. Ucraina đứng thứ nhất thế giới về tài nguyên khoáng sản (45% sản lượng tài nguyên thế giới). Ucraina đứng thứ 6 thế giới về sản lượng sắt thép và công nghiệp mỏ, khai khoáng. Khoảng 40% sản lượng quặng mangan của thế giới nằm ở Ucraina. Một nửa lãnh thổ Ucraina là đất nông nghiệp và 1/3 đất đen của thế giới nằm ở Ucraina. Đó là điều kiện quan trọng làm cho nền kinh tế Ucraina phát triển ở mức cao hơn so với những nước Cộng hòa khác thuộc Liên bang Xô viết cũ.

Cuộc xung đột giữa Ucraina và Nga đã làm đảo lộn sâu sắc bối cảnh kinh tế - chính trị hiện tại ở cả hai quốc gia. Sau khi suy giảm gần 30% vào năm 2022, nền kinh tế Ucraina bắt đầu phục hồi chậm từ năm 2023 với mức tăng trưởng 2% (theo IMF). Sự phục hồi này có thể là nhờ sự hỗ trợ liên tục của các nhà tài trợ, nguồn cung cấp điện ổn định hơn, chi tiêu của chính phủ tăng cao, năng suất nông nghiệp được cải thiện và chuyển hướng một số mặt hàng xuất khẩu qua biên giới phía tây của Ucraina.

Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế của Ucraina là 3,2% vào năm 2024 và 6,5% mạnh mẽ vào năm 2025 với tiêu dùng tư nhân và đầu tư công là động lực chính. Tuy nhiên, GDP vẫn sẽ thấp hơn 20% so với mức trước chiến tranh và triển vọng kinh tế chung vẫn phụ thuộc vào các yếu tố như tiến trình của cuộc chiến đang diễn ra, dòng vốn nước ngoài đổ vào và sự phát triển của các mô hình xuất khẩu.

Thương mại nước ngoài hầu như không bị ảnh hưởng bởi cuộc xung đột với Nga, quốc gia theo truyền thống là nhà cung cấp dầu khí chính, chiếm gần một phần tư tổng lượng nhập khẩu của đất nước. Ucraina đang tìm cách phát triển quan hệ thương mại với các quốc gia thành viên của Liên minh châu Âu, với mục đích giải phóng khỏi Nga. EU và Ucraina đã áp dụng tạm thời Hiệp định thương mại tự do toàn diện và sâu rộng (CCFTA) kể từ tháng 1/2016. Hơn nữa, trước chiến tranh, vận tải biển đóng vai trò là tuyến xuất khẩu chính cho hàng hóa của Ucraina, cả về giá trị và khối lượng. Tuy nhiên, khi chiến tranh nổ ra, đã có sự thay đổi, vận tải đường bộ và đường sắt trở nên quan trọng hơn, do đó, các cửa khẩu biên giới đất liền của Ucraina với các nước EU, chủ yếu là Ba Lan, đã nổi lên như những tuyến đường chính cho hàng xuất khẩu của Ucraina. Năm 2023, Trung Quốc chiếm 15,7% lượng hàng nhập khẩu của Ucraina, tiếp theo là Ba Lan (9,9%), Đức (8,3%), Thổ Nhĩ Kỳ (6,1%) và Hoa Kỳ (3,9%).

Để hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại, xây dựng chiến lược kinh doanh và khai thác có hiệu quả thị trường Ucraina, việc nghiên cứu mạng lưới phân phối để nắm bắt nhu cầu, thị hiếu thị trường, từ đó đề xuất các giải pháp tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm phù hợp tại các thị trường này là rất cần thiết. Vì vậy, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại đã thực hiện chuyên đề “Phân tích và cung cấp thông tin về mạng lưới phân phối tại thị trường Ucraina” thuộc Đề án “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” theo chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2023 – 2025.

## TÓM TẮT

Mặc dù cuộc xung đột toàn diện với Nga đặt ra những thách thức rõ ràng nhưng không thể phủ nhận rằng Ucraina là một thị trường tiêu dùng lớn. Động lực ngày càng tăng của Ucraina hướng tới hội nhập với EU mang đến những cơ hội tiềm năng cho các nhà đầu tư, kinh doanh. Ngoài ra, quá trình tái thiết của Ucraina dự kiến sẽ thu hút hàng trăm tỷ USD đầu tư từ các chính phủ, các tổ chức tài chính quốc tế (IFI) và khu vực tư nhân, điều này sẽ tạo ra những cơ hội đáng kể cho các nhà kinh doanh.

Những nhóm hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam sang Ucraina sau xung đột, chắc chắn vẫn là những mặt hàng thiết yếu mà các doanh nghiệp và nhà nước ưu tiên nhập khẩu để tái thiết đất nước, như: Máy phát điện, thiết bị điện, tivi...; giày dép; dệt may; chè và cà phê; thủy sản; sắt thép, tấm và pin năng lượng mặt trời.

Nhằm cung cấp thông tin về các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường tiềm năng như Ucraina, hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt Nam, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại đã thực hiện chuyên đề “Phân tích và cung cấp thông tin về mạng lưới phân phối tại thị trường Ucraina” 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 2024.

Nội dung chuyên đề gồm:

- Đặc điểm thị trường Ucraina, bao gồm:
- + Dung lượng thị trường
- + Nhu cầu tiêu dùng

- + Thị hiếu tiêu dùng
- + Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa tại Ucraina.
  - Thực trạng mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Ucraina.
  - + Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường
  - + Các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường
  - + Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây
  - + Đánh giá mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường
  - Đề xuất giải pháp tiếp cận, khai thác và quảng bá sản phẩm đối với hàng hóa Việt Nam tại thị trường Ucraina nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu.
  - + Thực trạng tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường
  - + Đề xuất giải pháp.



## NỘI DUNG

### I. Đặc điểm thị trường

#### 1. Dung lượng thị trường

Ucraina được chia thành chín vùng kinh tế: Carpathian, Tây Bắc, Podillia, Thủ đô, Trung-Ucraina, Đông Bắc, Biển Đen-Bờ biển, Trans-Dnipro và Donetsk. Nền kinh tế của Ucraina là một nền kinh tế hỗn hợp đang phát triển, thu nhập trung bình khá.

- **Lạm phát:** Ở Ucraina, tỷ lệ lạm phát đo lường mức tăng hoặc giảm chung về giá cả mà người tiêu dùng phải trả cho một giỏ hàng hóa tiêu chuẩn.

Theo dữ liệu do Cục Thống kê Nhà nước Ucraina công bố, giá cả tại quốc gia này tăng 1,5% trong tháng 9/2024, lạm phát tiêu dùng tăng 8,6% so với cùng kỳ năm trước. Tỷ lệ tăng giá thực tế cao hơn dự báo chủ yếu là do lạm phát thực phẩm tăng tốc nhanh hơn bởi nguồn cung hạn chế của một số sản phẩm thực phẩm.

Lạm phát cơ bản cũng tăng mạnh hơn dự kiến. Cụ thể, lạm phát cơ bản tăng lên 7,3% vào tháng 9/2024 từ mức 6,5% trong tháng 8/2024. Những diễn biến này được thúc đẩy bởi sự gia tăng giá thực phẩm chế biến do chi phí đầu vào thực phẩm thô cao hơn và chi phí sản xuất tiếp tục tăng, bao gồm cả chi phí năng lượng và lao động. Áp lực giá cũng được hỗ trợ bởi các hiệu ứng truyền dẫn từ việc tỷ giá hối đoái hryvnia mất giá trong những tháng trước.

Giai đoạn đầu tiên của việc tăng thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nhiên liệu, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 9, chủ yếu được phản ánh vào giá LPG, trong khi giá dầu thấp và lượng tồn kho lớn đã kìm hãm tốc độ tăng giá xăng và dầu diesel.

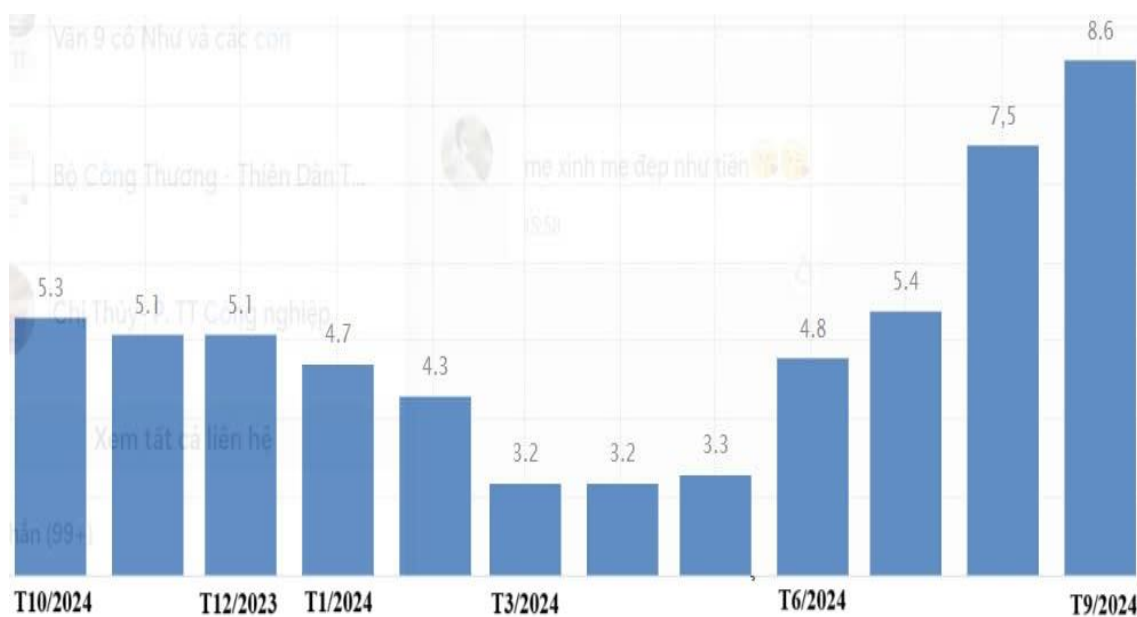
Giá thực phẩm chế biến tăng tốc mạnh, lên 8,9% so với cùng kỳ năm trước. Tốc độ tăng trưởng giá bánh mì và một số sản phẩm bột mì và bánh kẹo tăng đáng kể do chi phí sản xuất cao hơn. Giá của hầu hết các sản phẩm sữa lên men, pho mát và bơ tiếp tục tăng, phản ánh nguồn cung nguyên liệu thô từ sữa hạn chế, giá mua tăng và xuất khẩu hàng hóa tăng. Giá của một số mặt hàng nhập khẩu như cà phê, trà, sô cô la và dầu ô liu cũng tăng nhanh hơn.

Mức lạm phát mục tiêu của Ngân hàng quốc gia Ucraina (NBU) là 5%, nhưng áp lực lạm phát sẽ tiếp tục trong những tháng tới do chi tiêu ngân sách tăng, sự không cân xứng của thị trường lao động trầm trọng hơn và dự kiến tình trạng thiếu điện sẽ gia tăng trong mùa đông.

Chính phủ Ucraina buộc phải tăng giá điện trong khi tìm kiếm nguồn tiền để sửa chữa hệ thống năng lượng bị ảnh hưởng nghiêm trọng do các cuộc ném bom của Nga. Kể từ tháng 3/2024, Nga đã tăng cường các cuộc tấn công bằng tên lửa và máy bay không người lái vào cơ sở hạ tầng điện của Ucraina, phá hủy phần lớn công suất phát điện nhiệt và thủy điện. Khi các doanh nghiệp ngày càng sử dụng máy phát điện để sản xuất điện, giá nhiên liệu cũng tăng theo.

### **Biểu đồ 1: Lạm phát tại Ucraina từ T10/2023 đến T9/2024**

*Đơn vị tính: %*



Nguồn: Tradingeconomics

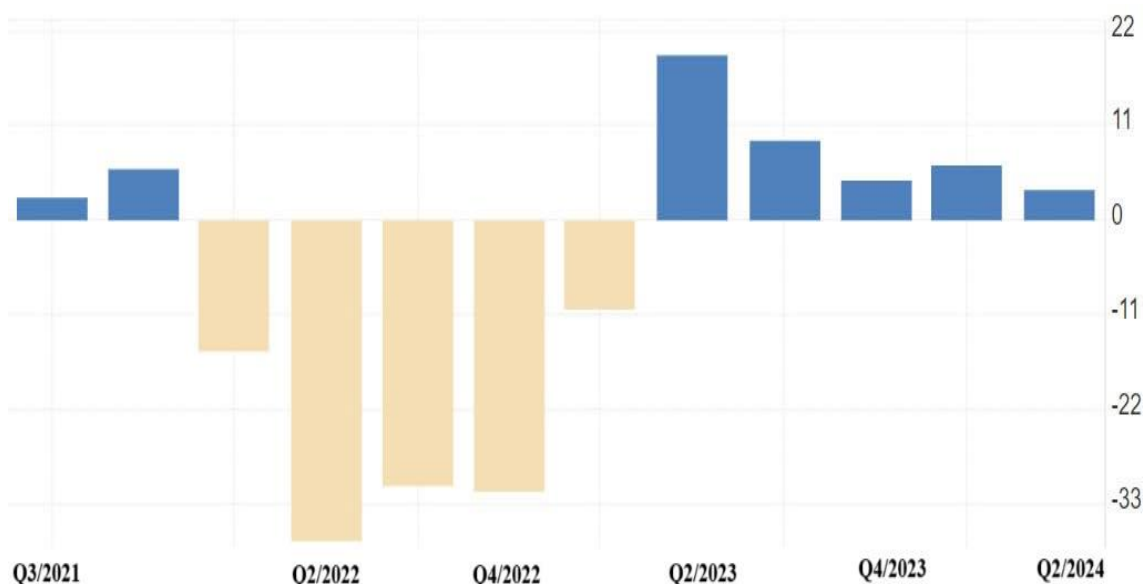
- **GDP:** Theo số liệu từ Tradingeconomics, tổng sản phẩm quốc nội hàng năm của Ucraina tăng 3,7% trong quý 2/2024, giảm so với mức tăng 6,4% trong giai đoạn trước đó nhưng vẫn đánh dấu quý tăng trưởng thứ năm liên tiếp. Điều này kéo dài sự phục hồi của nền kinh tế Ucraina sau khi cuộc tấn công của Nga khiến tổng sản phẩm quốc nội của Ucraina suy thoái sâu trong năm quý liên tiếp.

Theo Ngân hàng Tái thiết và Phát triển Châu Âu (EBRD), việc phá hủy năng lực sản xuất và truyền tải điện đang tác động đến nền kinh tế Ucraina nên EBRD đã điều chỉnh giảm dự báo tăng trưởng GDP của nước này vào năm 2025 xuống còn 4,7%. Mặc dù triển vọng xuất khẩu của Ucraina đã được cải thiện, được thúc đẩy bởi hành lang xuất khẩu Biển Đen dọc theo bờ biển đã mở cửa vào năm ngoái, làm giảm bớt một số bất ổn thời chiến về sự an toàn khi sử dụng Biển Đen để xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp và hàng hóa số lượng lớn khác của Ucraina như kim loại và quặng. Tuy nhiên, sự cải thiện này có thể bị ảnh hưởng bởi tình trạng thiếu điện. Hơn nữa, tình trạng thiếu hụt lao động vẫn còn nghiêm trọng và nguy cơ phá hủy thêm cơ sở hạ tầng và năng lực sản xuất vẫn còn.

EBRD ước tính tốc độ tăng trưởng năm 2024 của Ucraina là 2,8%, giảm 0,2% so với dự báo hồi tháng 5/2024.

**Biểu đồ 2: Tăng trưởng GDP của Ucraina giai đoạn Q3/2021 – Q2/2024**

Đơn vị tính: %



Nguồn: Tradingeconomics

- **Tỷ lệ thất nghiệp:** Thị trường lao động của Ucraina đang trải qua mọi thách thức của một cuộc chiến tranh toàn diện. Cú sốc kinh tế khi cuộc tấn công của Nga bắt đầu đã dẫn đến sự sụt giảm cả về cầu và cung lao động, với các doanh nghiệp không tuyển dụng và mọi người không nộp đơn xin việc. Sau đó, nhu cầu lao động bắt đầu phục hồi, nhưng chậm; đồng thời, số lượng người tìm kiếm việc làm mới tăng vọt vào mùa hè năm 2022. Tuy nhiên, xu hướng đã phân kỳ từ đó: nhu cầu lao động liên tục phục hồi cùng với sự phục hồi kinh tế, trong khi hoạt động của những người tìm kiếm việc làm liên tục suy giảm, một phần không nhỏ là do người Ucraina di cư ra nước ngoài và huy động vào Lực lượng Phòng vệ.

Cục Thống kê Nhà nước Ucraina đã không công bố dữ liệu thất nghiệp nhưng Cơ quan nghiên cứu Info Sapiens đưa ra ước tính tỷ lệ thất nghiệp ở Ucraina trong tháng 9/2024 là 15,4%.

- **Dân số:** Theo Reuters, dân số Ucraina đã giảm 10 triệu người, tương đương khoảng một phần tư, kể từ khi xung đột với Nga từ tháng 02/2022 do người tị nạn rời đi (phần lớn sự suy giảm dân số của Ucraina ở 6,7 triệu người tị nạn hiện đang sống ở nước ngoài, chủ yếu là ở châu Âu), tỷ lệ sinh giảm mạnh và một phần tử vong do chiến tranh.

Theo số liệu của Liên hợp quốc, tính đến tháng 01/2024, dân số Ucraina là 37,441 triệu người.

- **Nông nghiệp:** Ngành nông nghiệp đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Ucraina. Năm 2022, ngành này đóng góp 8,2% GDP và tạo việc làm cho 15% dân số lao động (Ngân hàng Thế giới). Quốc gia này là nhà sản xuất và xuất khẩu nông nghiệp hàng đầu thế giới, giữ vị trí quan trọng trong việc cung cấp hạt có dầu và ngũ cốc cho thị trường quốc tế. Với hơn 55% diện tích đất được chỉ định là đất canh tác, Ucraina chủ yếu dựa vào các sản phẩm nông nghiệp làm mặt hàng xuất khẩu chính. Các loại cây trồng chính là ngũ cốc, đường, thịt và sữa. Ucraina là nước xuất khẩu ngũ cốc lớn thứ năm thế giới. Hơn nữa, quốc gia này giàu tài nguyên khoáng sản, chủ yếu là sắt và magiê, cũng như tài nguyên năng lượng (than và khí đốt). Tuy nhiên, ngành nông nghiệp ở Ucraina đã chịu thiệt hại đáng kể do cuộc xâm lược của Nga, dẫn đến việc giảm năng lực xuất khẩu, phá hủy cơ sở hạ tầng và đất nông nghiệp, đồng thời tăng chi phí nhiên liệu và đầu vào.

- **Các ngành công nghiệp chính:** Ucraina có khoảng 20 ngành công nghiệp chính, cụ thể là sản xuất điện, nhiên liệu, luyện kim đen và không đen, hóa chất và hóa dầu và khí đốt, chế tạo máy và gia công kim loại, lâm nghiệp, chế biến gỗ và bột giấy và giấy, vật liệu xây dựng, ánh sáng, thực phẩm và các ngành khác.

Khu vực thứ cấp tạo việc làm cho gần một phần tư dân số đang hoạt động và chiếm 19,2% GDP (Ngân hàng Thế giới). Ngành sản xuất của Ucraina bị chi phối bởi các ngành công nghiệp nặng như sắt (Ucraina là nước sản xuất sắt lớn thứ bảy thế giới) và thép. Chỉ riêng hai ngành này đã

chiếm khoảng 30% sản lượng công nghiệp; tuy nhiên, sản lượng thép lại thấp hơn mức trước năm 2008. Khai thác than, hóa chất, sản phẩm cơ khí (máy bay, tua bin, đầu máy xe lửa và máy kéo) và đóng tàu cũng là những ngành quan trọng. Sản lượng công nghiệp tại Ucraina trong tháng 1-6 năm 2023 đã giảm 2,9% so với cùng kỳ năm 2022 (khi đó giảm 31,9% sau cuộc xâm lược của Nga). Ngành sắt thép đã trải qua một trong những mức giảm sản lượng mạnh nhất, với sản lượng thép giảm 31,4% trong nửa đầu năm.

Ngành dịch vụ sử dụng 61% lực lượng lao động và đóng góp 60,8% GDP (Ngân hàng Thế giới). Ucraina là một quốc gia trung chuyển năng lượng, trong lịch sử vận chuyển dầu khí của Nga và Caspi đến Tây Âu và Balkans qua lãnh thổ của mình. Tuy nhiên, trong bối cảnh căng thẳng với Nga, vai trò của Ucraina như một hành lang trung chuyển chính đã giảm đi, với việc Nga tìm kiếm các tuyến đường thay thế.

Sau khi chịu tác động của đại dịch COVID-19, các ngành kinh tế của Ucraina tiếp tục bị ảnh hưởng bởi hậu quả của cuộc xung đột với Nga. Việc phá hủy cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất hàng loạt, cũng như việc huy động, đã làm gián đoạn hoạt động.

**Bảng 1: Các chỉ số kinh tế chính của Ucraina trong giai đoạn 1992–2023**

Năm	GDP (PPP, tỷ USD)	GDP bình quân đầu người (theo PPP, ĐVT: USD)	GDP (tỷ USD danh nghĩa)	GDP bình quân đầu người (theo giá trị danh nghĩa USD)	Tăng trưởng GDP (thực tế)	Tỷ lệ lạm phát (%)	Thất nghiệp (%)	Nợ chính phủ (theo % GDP)
1992	331,1	6.382,7	22,2	427,9				
1993	▼ 290,8	▼ 5.623,0	▲ 35,0	▲ 677,3	▼ - 14,2%	▲ 4734,9%		
1994	▼ 229,0	▼ 4.463,7	▲ 38,0	▲ 741,0	▼ - 22,9%	▲ 891,2%		
1995	▼ 205,3	▼ 4.034,9	▲ 38,3	▲ 752,3	▼ - 12,2%	▲ 376,7%	▼ 14,8%	
1996	▼ 188,1	▼ 3.732,6	▲ 46,1	▲ 914,3	▼ - 10,0%	▲ 80,2%	▼ 10,0%	

Năm	GDP (PPP, tỷ USD)	GDP bình quân đầu người (theo PPP, ĐVT: USD)	GDP (tỷ USD danh nghĩa)	GDP bình quân đầu người (theo giá trị danh nghĩa USD)	Tăng trưởng GDP (thực tế)	Tỷ lệ lạm phát (%)	Thất nghiệp (%)	Nợ chính phủ (theo % GDP)
1997	▼ 185,6	▼ 3.714,5	▲ 51,9	▲ 1.037,9	▼ -3,0%	▲ 15,9%	▼ 9,8%	▼ 28,9%
1998	▼ 184,2	▲ 3.716,9	▼ 43,3	▼ 874,3	▼ -1,9%	▲ 10,6%	▲ 11,3%	▲ 46,5%
1999	▲ 186,4	▲ 3.794,6	▼ 32,7	▼ 665,0	▼ -0,2%	▲ 22,7%	▲ 11,9%	▲ 59,0%
2000	▲ 201,8	▲ 4.147,7	▼ 32,3	▼ 664,4	▲ 5,9%	▲ 28,2%	▼ 11,5%	▼ 43,8%
2001	▲ 224,5	▲ 4.654,7	▲ 37,9	▲ 784,9	▲ 8,8%	▲ 12,0%	▼ 10,8%	▼ 36,7%
2002	▲ 240,1	▲ 5.021,3	▲ 42,3	▲ 885,3	▲ 5,3%	▲ 0,8%	▼ 9,6%	▼ 33,6%
2003	▲ 268,1	▲ 5.651,9	▲ 50,1	▲ 1.055,9	▲ 9,5%	▲ 5,2%	▼ 9,1%	▼ 29,4%
2004	▲ 307,8	▲ 6.535,5	▲ 64,8	▲ 1.374,8	▲ 11,8%	▲ 9,0%	▼ 8,6%	▼ 24,8%
2005	▲ 327,3	▲ 7.001,6	▲ 86,0	▲ 1.839,5	▲ 3,1%	▲ 13,5%	▼ 7,2%	▼ 17,7%
2006	▲ 363,1	▲ 7.813,6	▲ 107,8	▲ 2.319,3	▲ 7,6%	▲ 9,1%	▼ 6,8%	▼ 14,8%
2007	▲ 403,5	▲ 8.734,2	▲ 143,3	▲ 3.101,4	▲ 8,2%	▲ 12,8%	▼ 6,4%	▼ 12,3%
2008	▲ 420,2	▲ 9.142,8	▲ 181,3	▲ 3.944,7	▲ 2,2%	▲ 25,2%	▲ 6,4%	▲ 20,4%
2009	▼ 359,1	▼ 7.842,9	▼ 117,1	▼ 2.557,3	▼ -15,1%	▲ 15,9%	▲ 8,8%	▲ 35,4%
2010	▲ 378,3	▲ 8.296,0	▲ 136,0	▲ 2.982,8	▲ 4,1%	▲ 9,4%	▼ 8,1%	▲ 40,6%
2011	▲ 407,2	▲ 8.959,2	▲ 163,2	▲ 3.589,6	▲ 5,5%	▲ 8,0%	▼ 7,9%	▼ 36,9%
2012	▲ 426,0	▲ 9.388,8	▲ 175,7	▲ 3.872,5	▲ 0,2%	▲ 0,6%	▼ 7,5%	▲ 37,5%
2013	▲ 486,4	▲ 10.749,4	▲ 179,6	▲ 3.968,9	▲ 0%	▼ -0,3%	▼ 7,2%	▲ 40,5%
2014	▼ 462,0	▲ 10.804,3	▼ 130,6	▼ 3.053,6	▼ -6,6%	▲ 12,1%	▲ 9,3%	▲ 70,3%
2015	▼ 435,5	▼ 10.224,9	▼ 90,5	▼ 2.124,3	▼ -9,8%	▲ 48,7%	▼ 9,1%	▲ 79,5%
2016	▲ 475,7	▲ 11.215,9	▲ 93,3	▲ 2.200,0	▲ 2,4%	▲ 13,9%	▲ 9,5%	▲ 79,5%
2017	▲	▲ 11.942,8	▲	▲ 2.655,7	▲ 2,4%	▲ 14,4%	▲ 9,7%	▼

Năm	GDP (PPP, tỷ USD)	GDP bình quân đầu người (theo PPP, ĐVT: USD)	GDP (tỷ USD danh nghĩa)	GDP bình quân đầu người (theo giá trị danh nghĩa USD)	Tăng trưởng GDP (thực tế)	Tỷ lệ lạm phát (%)	Thất nghiệp (%)	Nợ chính phủ (theo % GDP)
	504,2		112,1					71,6%
2018	▲534,2	▲12.725,0	▲130,9	▲3.118,3	▲3,5%	▲10,9%	▼9,0%	▼60,4%
2019	▲561,2	▲13.447,4	▲154,0	▲3.690,1	▲3,2%	▲7,9%	▼8,5%	▼50,5%
2020	▼547,3	▼13.213,6	▲156,6	▲3.780,1	▼-3,7%	▲2,7%	▲9,2%	▲60,5%
2021	▲591,5	▲14.427,9	▲199,8	▲4.874,3	▲3,4%	▲9,4%	▲9,8%	▼48,9%
2022	▼449,0	▼12.886,2	▼160,5	▼4.606,8	▼-29,1%	▲20,2%	▲24,5%	▲78,5%
2023	▲474,8	▲14.304,9	▲173,4	▲5.224,6	▲2,0%	▲17,7%	▼19,4%	▲88,2%

Nguồn: [wikipedia.org/wiki/Economy\\_of\\_Ukraine](https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Ukraine)

Tỷ trọng thương mại nước ngoài trong GDP của Ucraina là 88% vào năm 2023 (theo Ngân hàng Thế giới - WB).

## 2. Nhu cầu tiêu dùng

Theo Macrotrends.net, tiêu dùng cá nhân Ucraina là giá trị thị trường của tất cả hàng hóa và dịch vụ, bao gồm các sản phẩm bền (như ô tô, máy giặt và máy tính gia đình), được hộ gia đình mua. Chi tiêu này không bao gồm việc mua nhà ở nhưng bao gồm tiền thuê nhà do chủ sở hữu thuê. Chi tiêu này cũng bao gồm các khoản thanh toán và phí cho chính phủ để xin giấy phép và giấy chứng nhận.

Chi tiêu của người tiêu dùng Ucraina năm 2020 là 114,78 tỷ USD, tăng 0,28% so với năm 2019.

Chi tiêu của người tiêu dùng Ucraina năm 2021 là 138,06 tỷ USD, tăng 20,29% so với năm 2020.

Chi tiêu của người tiêu dùng Ucraina năm 2022 là 104,57 tỷ USD, giảm 24,25% so với năm 2021.

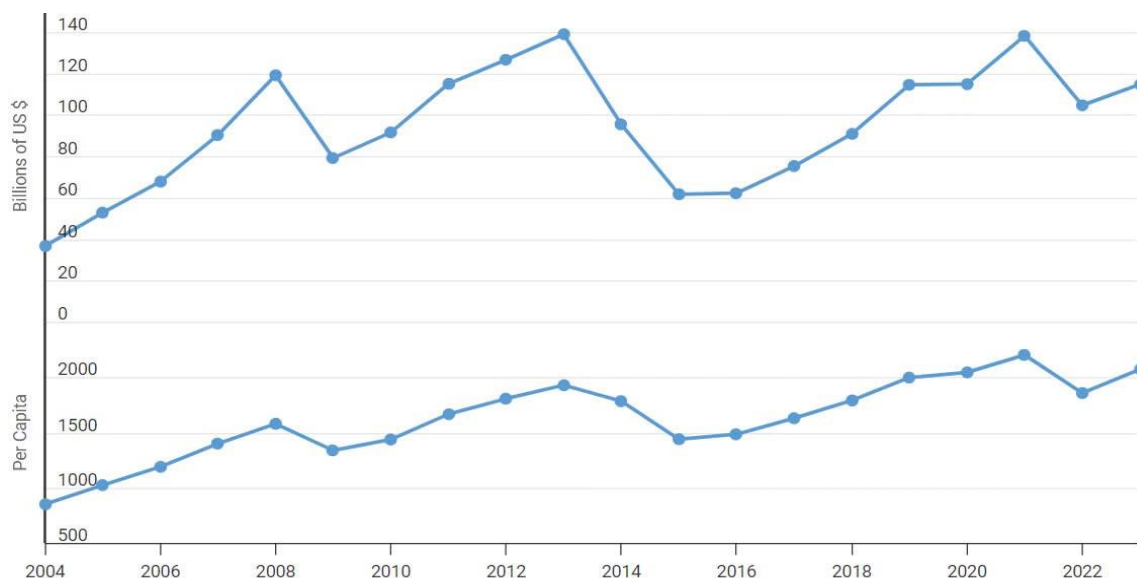


Chi tiêu của người tiêu dùng Ucraina năm 2023 là 114,60 tỷ USD, tăng 9,59% so với năm 2022.

Tăng trưởng tiêu dùng của Ucraina là 18,66% trong quý 4/2023, giảm so với mức 24,56% của quý 3/2023.

**Biểu đồ 3: Chi tiêu tiêu dùng ở Ucraina giai đoạn 2004 –2023**

*Đơn vị tính: tỷ USD*



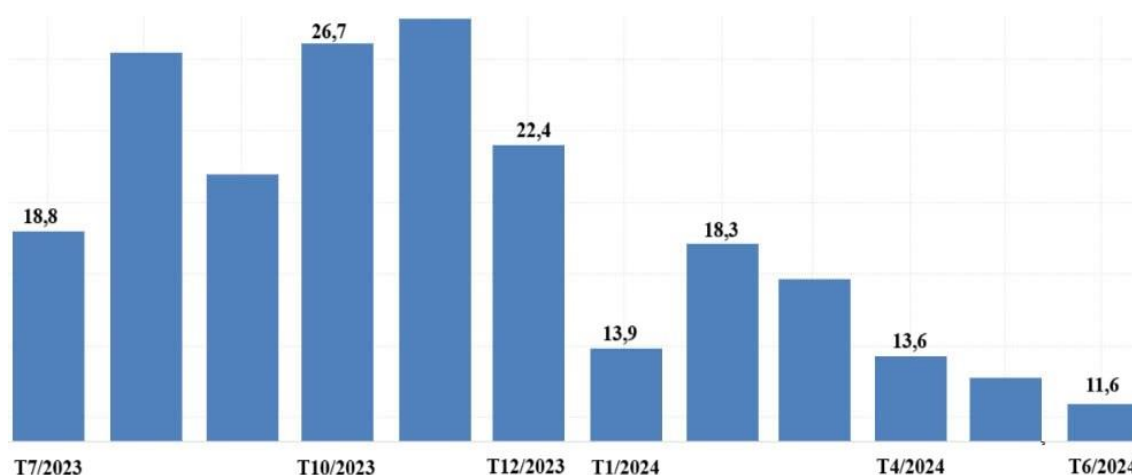
*Nguồn: Macrotrends.net*

**- Lĩnh vực bán lẻ:** Ở Ucraina, sự thay đổi theo năm trong doanh số bán lẻ so sánh tổng doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trong một tháng nhất định với cùng tháng năm trước.

Theo dữ liệu từ Cơ quan Thống kê Nhà nước Ucraina, doanh số bán lẻ tại Ucraina tăng 11,60% vào tháng 6/2024 so với tháng 6/2023. Doanh số bán lẻ theo năm tại Ucraina trung bình đạt 5,06% từ năm 2007 đến năm 2024, đạt mức cao nhất là 41,30% vào tháng 3/2023 và mức thấp kỷ lục là -36,50% vào tháng 3/2022.

**Biểu đồ 4: Doanh số bán lẻ ở Ucraina giai đoạn T7/2023 – T6/2024**

*Đơn vị tính: %*



Nguồn: Tradingeconomics

**- Nhu cầu tiêu dùng đối với sản phẩm nhập khẩu:**

Sau đại dịch Covid-19, nhập khẩu hàng hóa của Ucraina tăng khá. Theo số liệu của ITC, kim ngạch nhập khẩu tổng các mặt hàng của Ucraina năm 2021 tăng 34,06% so với năm 2020. Tuy nhiên, chiến sự giữa Nga và Ucraina nổ ra từ tháng 02/2022 khiến hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Ucraina giảm mạnh, kim ngạch nhập khẩu năm 2022 giảm 24,19% so với năm 2021, bắt đầu có dấu hiệu tăng trở lại khi nhập khẩu năm 2023 tăng 15,1% so với năm 2022.

Hàng hóa Ucraina nhập khẩu nhiều nhất là nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất của chúng; chất bitum; khoáng chất .... nhưng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Ucraina giảm liên tục kể từ khi xung đột với Nga. Thay vào đó, nhập khẩu nhóm hàng xe cộ và các bộ phận và phụ kiện của chúng (trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện) tăng khá với kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng năm 2023 tăng 33,4% so với năm 2022, là nhóm hàng có trị giá nhập khẩu cao thứ hai của Ucraina.

**Bảng 2: Một số mặt hàng có trị giá nhập khẩu cao của Ucraina giai đoạn 2019 -2023**

Đơn vị tính: nghìn USD

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
	<b>Tổng nhập khẩu</b>	<b>60.799.722</b>	<b>54.335.684</b>	<b>72.842.535</b>	<b>55.224.068</b>	<b>63.561.928</b>

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'27	Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất của chúng; chất bitum; khoáng chất ...	12.172.489	7.982.420	14.330.297	12.797.593	10.363.341
'87	Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	5.796.662	5.506.684	7.069.576	5.224.198	6.969.266
'85	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.	6.654.729	5.476.229	6.205.955	4.976.740	5.957.108
'84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng.	6.658.107	6.076.518	8.000.037	4.196.543	5.300.023
'99	Hàng hóa không được chỉ định ở nơi khác	496.477	212.675	291.030	2.372.796	4.917.079
'39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic.	2.638.845	2.475.828	3.596.215	2.467.691	2.798.188
'30	Dược phẩm	2.143.147	2.523.224	3.056.616	1.900.210	2.141.886
'90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	1.053.758	1.248.001	1.484.124	1.151.525	1.434.407
'72	Sắt và thép	1.252.556	1.039.699	1.550.028	952.496	1.307.241
'31	Phân bón	1.197.689	841.615	1.664.149	797.023	1.231.189
'38	Các sản phẩm hóa chất khác	1.329.905	1.335.086	1.732.206	1.309.647	1.218.016
'40	Cao su và các sản phẩm bằng cao su.	925.755	928.014	1.220.524	777.185	934.011
'73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	1.099.506	820.128	1.126.214	658.105	904.761
'08	Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa.	673.160	795.558	835.703	662.407	811.908

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'33	Tinh dầu và nhựa; chế phẩm nước hoa, mỹ phẩm hoặc vệ sinh	781.304	722.547	863.162	519.529	805.286
'03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác.	644.618	680.552	875.120	626.936	803.594
'88	Máy bay, tàu vũ trụ và các bộ phận của chúng	154.558	113.765	355.139	335.623	776.288
'22	Đồ uống, rượu mạnh và giấm	532.736	587.241	719.043	489.430	718.625
'48	Bột giấy từ gỗ hoặc từ nguyên liệu xơ xenlulo khác; giấy loại hoặc bì loại thu hồi (phế liệu và vụn thừa)	867.518	809.253	929.402	639.958	713.309
'29	Hóa chất hữu cơ	708.270	613.616	801.104	617.097	616.005
'24	Thuốc lá và các sản phẩm thay thế thuốc lá chế biến; các sản phẩm có chứa nicotine hay không, ...	496.603	558.820	602.488	367.296	493.852
'21	Các chế phẩm ăn được khác nhau	439.702	485.103	561.262	414.769	473.499
'34	Xà phòng, chất hoạt động bề mặt hữu cơ, chế phẩm giặt, chế phẩm bôi trơn, chất nhân tạo ...	370.630	434.808	509.060	402.442	463.377

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'64	Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic. Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc. Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt. Giày, dép khác.	438.508	403.501	534.900	358.699	443.411
'61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc.	398.653	358.557	461.946	401.634	423.886
'12	Hạt có dầu và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác nhau; công nghiệp hoặc y học ...	400.840	388.154	449.314	358.874	411.070
'23	Chất thải và chất thải từ ngành công nghiệp thực phẩm; thức ăn chăn nuôi chế biến sẵn	231.525	278.055	346.716	362.022	410.868
'62	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai, trừ các loại thuộc nhóm 62.03.	370.320	349.154	401.463	698.457	391.825
'32	Chiết xuất thuộc da hoặc nhuộm; tanin và các dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, sắc tố và các chất tạo màu khác ...	377.277	401.835	494.373	283.071	374.024
'07	Rau và một số loại củ, thân củ và rễ ăn được.	212.384	262.577	250.448	351.937	373.450

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'76	Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm	401.865	376.396	511.245	339.755	367.050
'94	Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép.	372.929	428.968	583.177	315.471	355.477
'28	Hoá chất vô cơ; các hợp chất vô cơ hay hữu cơ của kim loại quý, kim loại đất hiếm, các nguyên tố phóng xạ hoặc các chất đồng vị	412.783	297.223	425.584	323.373	354.113
'18	Ca cao và các chế phẩm từ ca cao	327.137	375.925	441.980	246.393	343.760
'63	Các mặt hàng dệt đã hoàn thiện khác; bộ vải; quần áo dệt và các loại hàng dệt đã qua sử dụng khác; vải vụn.	354.968	367.241	356.301	290.037	337.675
'70	Thủy tinh và sp thủy tinh	320.387	307.558	426.372	262.890	313.139
'96	Các mặt hàng sản xuất khác nhau	302.824	502.528	356.876	240.186	307.690
'09	Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị	222.434	251.295	266.675	274.929	294.026
'04	Sản phẩm từ sữa; trứng chim; mật ong tự nhiên; sản phẩm ăn được có nguồn gốc động vật, không có ở nơi khác ...	169.398	308.207	384.333	248.056	290.126
'83	Hàng tạp hoá làm từ kim loại cơ bản.	279.260	317.287	398.740	231.341	290.086
'20	Các chế phẩm từ rau, quả, quả hạch hoặc các sản phẩm khác của cây.	189.945	209.000	261.788	214.773	278.550

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'95	Các máy và bộ điều khiển trò chơi video, dụng cụ dùng cho giải trí, cho các trò chơi trên bàn hoặc trong phòng khách, kể cả bàn sử dụng trong trò chơi bắn bi (pintable), bia, bàn chuyên dụng dùng cho trò chơi ở sòng bạc và các thiết bị dùng cho đường chạy bowling tự động.	328.204	332.137	403.266	157.732	274.724
'60	Vải đan hoặc móc	198.640	223.482	296.224	247.089	270.580
'19	Chế phẩm từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa; các loại bánh.	200.743	241.462	291.033	246.091	260.437
'82	Dụng cụ, đồ dùng, dao kéo, thìa và nĩa, bằng kim loại cơ bản; các bộ phận của chúng bằng kim loại cơ bản	256.713	252.781	294.563	198.194	258.618
'25	Muối; lưu huỳnh; đất và đá; vật liệu trát, vôi và xi măng	284.294	255.645	269.175	223.830	254.710
'15	Mỡ và dầu động vật hoặc thực vật và các sản phẩm tách từ chúng; mỡ ăn được đã chế biến; các loại sáp động vật hoặc thực vật.	253.298	280.378	444.038	293.840	247.214
'69	Sản phẩm gốm sứ	238.846	220.149	257.183	254.620	225.954
'44	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ;	297.816	304.795	430.698	190.662	196.069
'54	Sợi filament nhân tạo; sợi dạng dải và các dạng tương tự từ nguyên liệu dệt nhân tạo.	234.498	175.216	237.267	163.500	188.219
'55	Xơ sợi staple nhân tạo.	208.690	200.365	202.939	161.226	186.025
'59	Các loại vải dệt đã được ngâm tẩm, tráng, phủ hoặc ép lớp;	155.316	159.629	193.623	157.087	175.063

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'16	Các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giáp xác, động vật thân mềm hoặc động vật thủy sinh không xương sống khác.	127.409	160.701	182.252	142.383	172.008
'68	Sản phẩm làm bằng đá, thạch cao, xi măng, amiăng, mica hoặc các vật liệu tương tự	226.853	213.799	260.758	124.484	153.121
'56	Bông, ni và vải không dệt; sợi đặc biệt; dây thừng, dây thừng, dây thừng và cáp và các sản phẩm của chúng	141.404	180.553	186.842	117.548	150.667
'02	Thịt và nội tạng ăn được	158.604	165.031	214.508	209.677	141.140
'74	Đồng và các sản phẩm bằng đồng.	124.482	115.096	183.162	65.096	140.793
'42	Các sản phẩm bằng da thuộc; yên cương và bộ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm)	121.429	97.273	146.313	136.144	140.665
'35	Chất albuminoid; tinh bột biến tính; keo; enzym	112.612	122.205	140.102	102.064	136.154
'10	Ngũ cốc	180.817	178.914	165.991	152.978	119.375
'52	Bông	145.158	132.281	147.948	122.503	117.496
'71	Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, đá quý hoặc bán quý, kim loại quý, kim loại mạ ...	94.362	162.585	219.183	70.182	116.306
'41	Da sống và da thuộc (trừ da lông thú)	153.157	141.867	150.360	102.308	113.272
'17	Đường và bánh kẹo đường	70.485	74.106	171.561	70.167	100.368
'86	Đầu máy xe lửa hoặc xe điện, toa xe và các bộ phận của chúng; đồ đặc cố định trên đường ray xe lửa hoặc xe điện ...	201.637	101.297	122.481	55.738	83.680
'01	Động vật sống	76.640	80.912	91.337	62.586	80.555



Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'58	Vải dệt đặc biệt; vải dệt chân; ren; thảm trang trí; đồ thêu	63.272	59.801	78.591	64.513	75.496
'36	Chất nổ; sản phẩm pháo hoa; diêm; hợp kim dễ cháy; một số chế phẩm dễ cháy	18.425	11.154	22.832	25.689	73.015
'47	Bột giấy từ gỗ hoặc từ các vật liệu xenluloza xơ khác; giấy hoặc ... thu hồi (phế liệu và phế thải)	100.058	96.482	145.315	79.269	69.936
'93	Vũ khí và đạn dược; các bộ phận và phụ kiện của chúng	0	0	0	0	55.000
'79	Kẽm và các sản phẩm từ kẽm	75.630	57.465	93.641	38.646	45.968
'06	Cây sống và các loại thực vật khác; củ, rễ và các loại tương tự; hoa cắt cành và lá trang trí	40.906	48.843	73.760	48.481	43.750
'65	Mũ và các vật đội đầu khác và các bộ phận của chúng.	15.553	16.837	23.300	199.586	38.099
'51	Len, lông động vật mịn hoặc thô; sợi lông ngựa và vải dệt	46.766	33.504	30.991	30.063	32.120
'13	Nhựa cánh kiến đỏ; gôm, nhựa cây, các chất nhựa và các chất chiết xuất từ thực vật khác	28.304	28.036	27.870	30.064	31.755
'57	Thảm và các loại vải trải sàn khác	44.907	39.082	48.877	20.010	30.526
'81	Kim loại cơ bản khác; gôm kim loại; các sản phẩm từ gôm kim loại	58.034	56.667	82.293	55.252	27.589
'05	Sản phẩm có nguồn gốc động vật, không được chỉ định hoặc bao gồm ở nơi khác	22.119	23.177	28.506	26.879	26.250
'11	Sản phẩm của ngành xay xát; mạch nha; tinh bột; inulin; gluten lúa mì	35.083	35.169	59.130	43.206	25.935
'37	Hàng hóa nhiếp ảnh hoặc điện ảnh	31.332	30.360	33.761	18.006	24.339

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'49	Sách in, báo, tranh ảnh và các sản phẩm khác của ngành in ấn; bản thảo, ...	35.462	193.318	37.684	40.154	24.106
'91	Đồng hồ và đồng hồ đeo tay và các bộ phận của chúng	14.340	12.661	19.404	10.996	19.169
'75	Niken và các sản phẩm của niken	83.268	81.735	119.154	59.712	15.392
'26	Quặng, xỉ và tro	527.783	395.199	369.300	87.167	14.985
'53	Các loại sợi dệt thực vật khác; sợi giấy và vải dệt từ sợi giấy	12.664	11.421	17.638	9.789	14.529
'89	Tàu, thuyền và các cấu trúc nổi	9.912	21.374	25.188	14.201	13.158
'92	Nhạc cụ; các bộ phận và phụ kiện của các mặt hàng đó	11.425	12.048	16.255	8.095	9.948
'45	Nút bần và các sản phẩm làm từ nút bần	7.186	8.228	8.792	5.341	8.728
'67	Lông vũ và lông tơ đã chế biến và các sản phẩm làm từ lông vũ hoặc lông tơ; hoa nhân tạo; các sản phẩm ...	11.623	8.749	9.002	5.509	7.394
'66	Ô, dù che nắng, gậy đi bộ, gậy chống, roi, roi điều khiển ngựa và các bộ phận của chúng	7.772	6.882	9.143	4.414	6.104
'43	Da lông thú và lông nhân tạo; sản phẩm của chúng	8.442	3.836	3.568	1.965	4.302
'80	Thiếc và các sản phẩm từ thiếc	3.929	2.841	4.977	3.311	2.728
'46	Sản phẩm làm từ rơm, cỏ esparto hoặc các vật liệu tết bện khác; đồ đan lát và mây tre đan	2.392	2.550	2.581	1.413	2.466
'14	Vật liệu tết thực vật; sản phẩm thực vật không được chỉ định hoặc bao gồm ở nơi khác	708	705	1.534	1.908	1.247
'78	Chì và các sản phẩm từ chì	15.482	9.223	8.513	2.836	989
'97	Tác phẩm nghệ thuật, đồ sưu tầm và đồ cổ	1.954	3.998	6.587	478	771

Mã HS	Mô tả	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
'50	Lựa	723	835	856	251	439

Nguồn: Trademap (ITC)

Hiện, Ucraina nhập khẩu hàng hóa chủ yếu từ Trung Quốc, Ba Lan, Đức và Thổ Nhĩ Kỳ. Trị giá nhập khẩu hàng hóa từ 4 quốc gia này chiếm 42,17% tỷ trọng trong tổng trị giá nhập khẩu từ tất cả các nguồn cung của Ucraina. Nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam năm 2023 chỉ chiếm 0,82% tổng trị giá nhập khẩu từ tất cả các nguồn cung của Ucraina.

**Bảng 3: Một số nguồn cung ứng lớn có trị giá xuất khẩu trên 10 triệu USD sang Ucraina (giai đoạn 2019-2023)**

Đơn vị tính: nghìn USD

Nguồn cung	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
<b>Tổng NK</b>	<b>60.799.722</b>	<b>54.335.684</b>	<b>72.842.535</b>	<b>55.224.068</b>	<b>63.561.928</b>
Trung Quốc	9.204.796	8.318.425	10.981.713	8.658.732	10.441.799
Ba Lan	4.109.065	4.140.884	4.962.489	5.486.777	6.577.267
Đức	5.986.809	5.339.587	6.284.269	4.561.237	5.061.599
Thổ Nhĩ Kỳ	2.355.447	2.418.810	3.260.264	3.359.738	4.722.998
Mỹ	3.288.939	3.073.001	3.337.880	2.175.601	2.866.873
Italia	2.075.837	2.130.259	2.678.034	1.800.619	2.280.269
Bungari	459.339	289.909	542.296	2.054.220	2.221.271
Ấn Độ	741.400	721.868	961.273	1.681.987	1.882.475
CH Séc	1.165.527	961.721	1.480.803	1.538.378	1.789.389
Pháp	1.652.959	1.468.042	1.765.532	1.232.001	1.759.941
Slovakia	651.802	1.143.402	923.214	987.217	1.676.836
Rumani	645.529	682.435	796.434	1.503.336	1.566.531

<b>Nguồn cung</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
Hungary	1.251.100	1.399.536	1.571.020	1.021.095	1.387.572
Hy Lạp	311.624	317.001	495.615	755.943	1.374.108
Lithuania	1.144.499	813.406	1.290.895	1.321.269	1.300.020
Anh	770.007	734.256	1.115.214	762.558	1.090.988
Hà Lan	765.075	750.840	1.012.586	1.090.413	1.035.059
Thụy Sĩ	1.592.730	876.462	2.497.995	1.011.639	915.648
Nhật Bản	962.896	1.076.489	1.227.310	644.340	908.259
Tây Ban Nha	844.165	735.129	975.870	700.553	888.023
Thụy Điển	489.042	428.097	724.638	514.615	756.693
Bi	549.455	526.390	752.306	539.243	663.114
Hàn Quốc	455.935	497.457	694.539	523.433	660.481
Pakistan	77.703	81.277	92.843	63.809	554.593
Áo	657.000	559.737	860.059	514.192	537.100
Việt Nam	430.486	460.464	574.466	313.208	524.125
Na Uy	265.193	288.614	387.861	281.277	348.162
Ả Rập Xê út	174.913	101.910	188.517	308.482	338.056
Canada	194.734	201.359	260.561	166.470	326.090
Đài Loan	248.838	234.824	293.100	281.536	296.768
Ixraen	206.739	171.033	225.085	297.420	293.843
Látvia	166.467	158.955	210.303	236.311	291.249
Malaysia	230.331	234.992	272.586	224.351	288.003

<b>Nguồn cung</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
Phần Lan	275.265	249.228	306.068	239.110	283.861
Azerbaijan	379.222	318.511	687.354	483.345	275.129
Kazakhstan	450.390	424.414	846.598	509.696	265.691
Đan Mạch	274.179	220.862	305.182	239.673	250.707
Slovenia	245.039	253.442	287.794	247.097	241.964
Turkmenistan	82.965	29.512	92.265	190.921	227.353
Thái Lan	217.892	194.084	252.506	162.673	207.040
Braxin	218.259	266.805	384.492	230.733	205.401
Ai Cập	113.150	80.913	149.116	171.428	201.293
Indônêsiã	295.817	278.037	431.889	221.584	197.441
Ai Len	169.565	209.305	231.456	147.165	195.968
Uzbekistan	112.741	136.961	273.421	159.568	191.518
Serbia	173.709	165.239	195.113	166.981	184.071
Mêhicô	179.676	221.812	302.747	152.798	179.402
Các TVQ Arập Thống nhất	80.545	60.983	85.490	87.961	163.695
Moldova	91.251	74.089	112.451	150.583	161.909
Êcuado	86.527	120.497	156.606	108.329	142.571
Georgia	182.036	135.410	204.922	103.894	138.440
Bănglãđet	96.371	97.659	124.110	81.702	136.075
Estonia	144.384	177.545	169.797	95.574	128.070
Băng Đảo	94.540	90.552	128.419	78.343	117.348

Nguồn cung	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Marôc	100.550	91.940	124.519	51.788	101.787

Nguồn: Trademap (ITC)

### 3. Thị hiếu tiêu dùng

Nhìn chung, người Ucraina là những người mua sắm tiết kiệm, họ cân nhắc nhiều thương hiệu khác nhau khi bắt đầu hành trình mua sắm. Điều này tạo nên thách thức cho các thương hiệu trong nỗ lực chiếm lĩnh thị phần. Các hành vi và đặc điểm cụ thể khác nhau tùy thuộc vào loại sản phẩm hoặc dịch vụ mà người tiêu dùng Ucraina nghiên cứu và mua sắm.

Điện thoại di động ngày càng trở thành động lực thúc đẩy mua sắm ngoại tuyến. Người dân Ucraina sử dụng điện thoại thông minh của họ để nghiên cứu và tìm thông tin về sản phẩm.

Theo kết quả khảo sát Google CEE và IPSOS, đối với quần áo và giày dép, 59% người mua quần áo và giày dép không cân nhắc đến bất kỳ một thương hiệu nào khi bắt đầu hành trình mua hàng. Một nửa trong số đó hoàn tất quy trình mua hàng chỉ trong vòng một ngày với hình thức mua sắm trực tiếp tại các cửa hàng, trung tâm thương mại, chợ truyền thống. Với hình thức mua sắm trực tuyến, nhiều người mua sắm sử dụng máy tính để bàn hơn là thiết bị di động khi truy cập các trang web so sánh giá và cửa hàng.

Cuộc xung đột vũ trang với Nga đã tác động đáng kể đến mọi mặt của cuộc sống của người dân Ucraina. Lạm phát, giá cả tăng cao, chuỗi cung ứng bị gián đoạn và tình trạng thất nghiệp gia tăng cũng ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng của người dân Ucraina.

Theo khảo sát của Deloitte, với sự bùng nổ của một cuộc chiến tranh toàn diện, người dân Ucraina bắt đầu cắt giảm chi tiêu và mua ít hơn. Tùy thuộc vào danh mục sản phẩm, từ 47% đến 86% số người được hỏi cho biết họ chi tiêu ít hơn để tiết kiệm tiền. Đồng thời, người dân Ucraina tiết kiệm ít

nhất cho thuốc men, với một phần ba số người được hỏi cho biết chi tiêu cho danh mục sản phẩm này tăng lên.

Kể từ khi cuộc xâm lược toàn diện bắt đầu, người dân Ucraina đã bắt đầu chi tiêu ít hơn và mua ít thường xuyên hơn hầu hết mọi loại sản phẩm. Mặc dù số liệu thống kê chính thức cho thấy giá cả tăng hơn 25% vào năm 2022, hóa đơn mua sắm trung bình của người dân Ucraina đã giảm: đối với thực phẩm là 8%, đối với đồ điện tử là 11% và đối với sản phẩm dành cho trẻ em là 1/3. Cuộc chiến toàn diện cũng đã ảnh hưởng đến thái độ của người tiêu dùng đối với các thương hiệu. Ví dụ, phần lớn người được hỏi từ chối mua hàng hóa liên quan đến Liên bang Nga và hơn một phần ba số người được hỏi sẵn sàng mua các sản phẩm đắt tiền hơn từ các doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội hỗ trợ Lực lượng vũ trang Ucraina và những người bị ảnh hưởng bởi chiến tranh.

33% người Ucraina bắt đầu chi tiêu ít hơn cho việc mua sắm thực phẩm, trong khi hơn một nửa số người được hỏi cho biết họ đã sẵn sàng cắt giảm việc mua thực phẩm. Điều này phổ biến nhất ở cư dân các vùng phía bắc (80%) và ít phổ biến nhất ở các vùng phía tây (65%). Đồng thời, 58% người Ucraina mua thực phẩm như một khoản dự trữ chiến lược.

Cuộc xâm lược toàn diện đã khiến việc tận hưởng thời gian giải trí năng động trở nên gần như không thể, đặc biệt là ảnh hưởng đến việc đi xem phim, hòa nhạc, nhà hàng, câu lạc bộ thể thao, v.v. Hơn một nửa người Ucraina bắt đầu nấu ăn ở nhà thường xuyên hơn và sử dụng dịch vụ taxi ít thường xuyên hơn (lần lượt là 55% và 66% số người được hỏi).

Tỷ lệ người tiêu dùng qua thương mại điện tử tăng do họ không cảm thấy an toàn khi ở các cửa hàng truyền thống trong bối cảnh cuộc chiến vẫn còn tiếp diễn. Mua sắm trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến để mua hàng. Một trong những lợi thế chính của mua sắm trực tuyến là tiết kiệm thời gian và giá cả phải chăng.

71% người Ucraina được khảo sát từ chối mua hàng hóa từ các nhà sản xuất hoặc người bán chưa rời khỏi thị trường Liên bang Nga. Đồng thời, cứ năm người trả lời thì có một người giữ lập trường trung lập về vấn đề này.

Hơn một phần ba số người được hỏi sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho hàng hóa từ các nhà sản xuất hoặc doanh nghiệp hỗ trợ Lực lượng vũ trang Ucraina và/hoặc những người phải chịu đựng chiến tranh. Lòng trung thành cao nhất được thể hiện bởi những người Ucraina có tình trạng IDP (người di dời trong nước), nam giới, cư dân các vùng phía tây, những người được hỏi trong độ tuổi từ 28-57 và người Ucraina có việc làm.

#### **4. Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa**

Để ứng phó với cuộc xung đột với Nga, Tổng thống Ucraina - Volodymyr Zelenskyy - đã ban bố thiết quân luật vào tháng 02/2022. Các chuẩn mực pháp lý mới về tiền tệ, thuế và quy định hải quan đã được đưa ra và các thay đổi tiếp theo đối với các quy định vẫn đang được thực hiện. Những thay đổi này có thể tác động cụ thể đến việc thông quan hàng hóa và công việc của cơ quan hải quan.

Bất chấp sự gián đoạn đáng kể đối với hoạt động hậu cần thương mại, cơ quan lập pháp đã hành động nhanh chóng và thực hiện những thay đổi đối với Bộ luật Hải quan Ucraina cùng với các đạo luật quản lý khác. Những thay đổi quan trọng bao gồm: miễn thuế nhập khẩu và thuế VAT đối với một số hàng hóa nhất định, đơn giản hóa thủ tục khai báo hàng hóa. Lưu ý rằng việc nói lỏng nhập khẩu không áp dụng cho hàng hóa có nguồn gốc từ hoặc xuất khẩu từ Nga/các "quốc gia xâm lược" khác.

##### - Quy định thương mại, tiêu chuẩn:

Mặc dù Ucraina đã xóa danh sách chứng nhận bắt buộc, hệ thống chứng nhận của nước này vẫn được duy trì. Hệ thống chứng nhận dựa trên Luật Tiêu chuẩn, Yêu cầu kỹ thuật và Quy trình đánh giá tuân thủ, Luật Tiêu



chuẩn hóa, Luật Chứng nhận sự phù hợp và Sắc lệnh của Tổng thống “Quy định về Thanh tra Nhà nước về Bảo vệ Quyền của Người tiêu dùng”. Các quy định này bao gồm các tài liệu tuân thủ sau:

- Quy định kỹ thuật là các hành vi công khai hợp pháp thiết lập các yêu cầu bắt buộc đối với sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình sản xuất để loại bỏ các mối đe dọa đối với an ninh quốc gia, bảo vệ tính mạng, sức khỏe và quyền sở hữu của người tiêu dùng, bảo vệ động vật, thực vật và môi trường. Nó cũng có thể bao gồm các yêu cầu về thuật ngữ, nhãn, bao bì, đánh dấu hoặc yêu cầu dán nhãn khi chúng áp dụng cho một sản phẩm, quy trình hoặc phương pháp sản xuất. Trong những năm gần đây, Ucraina đã thông qua hơn 30 Quy định kỹ thuật, hầu hết trong số đó bắt chước các chỉ thị an toàn của EU từng chữ một.

- Tiêu chuẩn quốc gia (tiểu bang) (DSTU) là các tài liệu được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt, cung cấp các hướng dẫn hoặc đặc điểm liên quan đến sản phẩm, quy trình sản xuất hoặc dịch vụ mà việc tuân thủ không bắt buộc. Tiêu chuẩn cũng có thể bao gồm các yêu cầu về thuật ngữ, nhãn, bao bì, đánh dấu hoặc yêu cầu dán nhãn khi áp dụng cho sản phẩm, quy trình hoặc dịch vụ. Theo quan điểm của nhà lập pháp, Tiêu chuẩn là một tài liệu hỗ trợ, nếu tuân thủ, sẽ giúp đạt được các yêu cầu an toàn bắt buộc được liệt kê trong Quy định kỹ thuật. Tuy nhiên, nhà sản xuất được tự do lựa chọn các kỹ thuật sản xuất khác có thể mang lại kết quả an toàn tương tự.

Ngoài ra, tháng 11/2010, Bộ Y tế Ucraina đã ký Sắc lệnh số 971, phê duyệt danh sách các sản phẩm thực phẩm cần giám sát hàm lượng sinh vật biến đổi gen (GMO). Trong số các nhóm sản phẩm được thử nghiệm và giám sát có đậu nành, ngô, cà chua, bí, dưa, đu đủ, rau diếp xoăn, củ cải đường, hạt cải dầu, dầu lanh và dầu bông, lúa mì, gạo, sữa bột trẻ em và các sản phẩm thực phẩm đặc biệt có chứa các loại thực vật nói trên và các sản phẩm chế biến từ chúng, men và men nở, bao gồm các sản phẩm có chứa các thành phần này.

- Thuế hải quan và thuế nhập khẩu:

Theo Điều VII của Luật Ucraina về Hoạt động Kinh tế Đối ngoại, biểu thuế nhập khẩu của Ucraina bao gồm ba mức thuế nhập khẩu:

- Đầy đủ - Thuế suất nhập khẩu đầy đủ có thể cao hơn từ hai đến 10 lần so với thuế suất Tối huệ quốc.

- Quốc gia được hưởng chế độ tối huệ quốc (MFN) - Sau khi trở thành thành viên WTO vào năm 2008, Ucraina đã áp dụng mức thuế MFN mới thấp hơn cho tất cả hàng hóa có xuất xứ từ các thành viên WTO, theo thỏa thuận với Điều I của Hiệp định GATT năm 1994.

- Ưu đãi - Thuế suất ưu đãi (thấp hơn thuế suất MFN) áp dụng cho hàng nhập khẩu từ các quốc gia mà Ucraina có Hiệp định thương mại tự do (FTA) hoặc hiệp định thương mại ưu đãi khác, tức là hàng nhập khẩu chủ yếu từ các nước SNG.

Mặc dù Ucraina có ba mức thuế nhập khẩu được đề cập ở trên, nhưng Ucraina không thiết lập mức thuế suất đầy đủ mặc dù đã cân bằng mức thuế suất ưu đãi và MFN. Do đó, chỉ có một mức thuế nhập khẩu áp dụng cho tất cả các đối tác thương mại.

Hầu hết thuế quan được đánh theo tỷ lệ giá trị hàng hóa và chỉ có 1,5% các mặt hàng thuế quan phải chịu mức thuế cụ thể hoặc kết hợp. Mức thuế quan áp dụng trung bình đã giảm xuống còn 4,95% sau khi gia nhập WTO và tiếp tục giảm xuống còn 4,8% vào năm 2011. Mức thuế hải quan hiện tại được quy định bởi hai Phụ lục của Luật Thuế nhập khẩu hải quan của Ucraina số 584-VII.

Ngoài thuế hải quan, các hàng hóa sau đây cũng phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt theo Điều 215 của Bộ luật Thuế của Ucraina:

- Cồn etylic và các sản phẩm chưng cất khác, đồ uống có cồn, bia
- Sản phẩm thuốc lá, thuốc lá và các sản phẩm thay thế thuốc lá được sản xuất
- Chất lỏng được sử dụng trong thuốc lá điện tử

- Nhiên liệu
- Xe ô tô chở khách, thân xe, rơ moóc, xe máy, xe được thiết kế để chở 10 người trở lên, xe chở hàng

- Điện

Thuế tiêu thụ đặc biệt được đánh giá là một tỷ lệ phần trăm của tổng giá trị hải quan đã khai báo, thuế hải quan và phí đã trả cho sản phẩm nhập khẩu. Mức thuế tiêu thụ đặc biệt được quy định tại Điều 215 của Bộ luật thuế của Ucraina số 2755-VI. Thuế quan và thanh toán thuế tiêu thụ đặc biệt phải được thực hiện bằng tiền tệ Ucraina theo tỷ giá hối đoái của Ngân hàng Quốc gia Ucraina có hiệu lực vào ngày thanh toán.

Thuế suất VAT là 20% đối với hầu hết hàng hóa.

Vì việc hoàn thuế VAT từng là vấn đề gây tranh cãi, với nhiều công ty nước ngoài nợ hàng triệu đô la tiền hoàn thuế VAT vào năm 2015 và 2016, Chính phủ Ucraina đã đưa ra những thay đổi đáng kể đối với thủ tục hoàn thuế VAT. Việc hoàn thuế hiện dựa trên Sổ đăng ký yêu cầu hoàn thuế VAT. Ngoài ra, việc hoàn thuế VAT được thanh toán tự động theo thứ tự thời gian khi nhận được đơn xin hoàn thuế VAT. Tuy nhiên, hiện tại có những dấu hiệu cho thấy do xung đột đang diễn ra, các khoản hoàn thuế VAT này lại chậm lại.

Ucraina đã đưa ra một số biện pháp nói lỏng nhập khẩu để đảm bảo hoạt động hiệu quả của thủ tục hải quan trong thời gian thiết quân luật. Những thay đổi chính được thiết lập trong Luật số 2142 – IX. Cụ thể, các biện pháp nói lỏng sau đây được áp dụng:

- Không có thuế nhập khẩu đối với hàng hóa do pháp nhân nhập khẩu để lưu thông tự do (trừ một số mặt hàng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt, ví dụ như rượu etylic và các loại rượu chưng cất khác, đồ uống có cồn, sản phẩm thuốc lá)

- Không có thuế GTGT, thuế nhập khẩu và thuế tiêu thụ đặc biệt đối với ô tô và các loại xe khác do cá nhân nhập khẩu

- Không áp dụng thuế GTGT đối với hàng hóa nhập khẩu của người nộp thuế thuộc nhóm thuế đơn lẻ I đến III, người nộp thuế được kê khai hàng hóa dựa trên tờ khai hải quan sơ bộ và thời gian làm thủ tục hải quan không quá 01 giờ.

Ngoài ra, còn có miễn thuế nhập khẩu và đình chỉ các quy định phi thuế quan đối với các hàng hóa được liệt kê trong thời gian thiết quân luật, chẳng hạn như:

- Thiết bị bảo vệ cá nhân đặc biệt (mũ bảo hiểm, áo chiến thuật, v.v.) được cung cấp cho mục đích của các cơ quan thực thi pháp luật, lực lượng vũ trang và các đội hình quân sự khác, bao gồm các đơn vị phòng thủ lãnh thổ

- Thuốc và thiết bị y tế được liệt kê, bao gồm cả những loại thuốc và thiết bị y tế không được đăng ký tại Ucraina.

- VAT:

Thuế VAT 7% áp dụng cho việc cung cấp dược phẩm và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe; cung cấp một số dịch vụ liên quan đến việc vào cửa các buổi biểu diễn, nhà hát, buổi hòa nhạc, bảo tàng, sở thú, triển lãm và các sự kiện văn hóa tương tự.

Nguồn cung trong nước và nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp được phân loại theo các tiêu đề thuế quan HS 1001, 1003, 1005, 1201, 1205, 1206 chịu mức thuế suất giảm 14%.

Thuế tiêu thụ đặc biệt được đánh vào rượu, đồ uống có cồn, bia, thuốc lá và các sản phẩm thuốc lá, ô tô, thân xe, xe máy, điện, khí hóa lỏng, xăng, nhiên liệu diesel, vật liệu nhiên liệu khác và điện năng.

- Quy định hải quan:

Bộ luật Hải quan Ucraina điều chỉnh hoạt động xuất nhập khẩu. Bộ luật này được thông qua vào tháng 3/2012 và được sửa đổi gần đây nhất vào tháng 8/2022.

Bộ luật Hải quan nêu rõ các thủ tục nhập khẩu, xuất khẩu, tái xuất, tạm nhập cảnh và quá cảnh hàng hóa để thông quan, thanh toán thuế, thuế tiêu thụ đặc biệt và các loại thuế hải quan khác, hoạt động của các công ty môi giới hải quan và kho ngoại quan, v.v. Ngoài Bộ luật Hải quan, luật hiện hành của Ucraina về hải quan bao gồm hai Phụ lục cho Luật - Về Thuế suất Hải quan của Ucraina Số 674-IX, được cập nhật gần đây nhất vào tháng 7/2021, trong đó nêu rõ thuế suất. Luật chính quản lý thuế GTGT xuất nhập khẩu và hoàn thuế GTGT xuất khẩu là Bộ luật Thuế của Ucraina, Mục V.

Theo luật pháp Ucraina, cả cá nhân và pháp nhân đều có thể hoạt động như người nhập khẩu có tên trong hồ sơ liên quan đến thủ tục thông quan hàng hóa nhập khẩu vào Ucraina, mặc dù một pháp nhân kinh doanh phải được cơ quan hải quan địa phương công nhận. Thủ tục và danh sách các tài liệu bắt buộc được nêu trong Thủ tục đăng ký các pháp nhân thực hiện hoạt động liên quan đến hàng hóa.

Thực tiễn kinh doanh hiện tại ở Ucraina là một nhà xuất khẩu hoặc người vận chuyển thường không giao dịch trực tiếp với Hải quan Ucraina trừ khi được đăng ký là một công ty thuộc thẩm quyền của Ucraina. Trong hầu hết các thực tiễn kinh doanh, thủ tục thông quan hàng nhập khẩu được giao cho một đối tác kinh doanh Ucraina đã đăng ký tại địa phương hoặc cho một khách hàng là người dùng cuối của Ucraina.

- Thủ tục nhập khẩu:

Hiện nay có các thủ tục kiểm soát hải quan cụ thể cho mục đích nhập khẩu hàng hóa vào Ucraina trong thời chiến:

- Đối với viện trợ nhân đạo (Nghị quyết CMU số 174 ngày 01/03/2022), việc nhập khẩu hàng hóa được thực hiện theo nguyên tắc khai báo và/hoặc dựa trên việc nộp cho cơ quan hải quan thư bảo lãnh của người dùng cuối cùng đối với hàng hóa theo mẫu đã thiết lập bằng cách sử dụng thủ tục thông quan đơn giản hóa;

- Đối với hàng hóa cụ thể nhập khẩu vào Ucraina trong thời gian thiết quân luật, theo Nghị quyết của CMU số 236 ngày 09/3/2022, trong đó thiết lập khả năng được hoãn nộp thuế hải quan trong thời gian thiết quân luật. Các hàng hóa đó bao gồm thuốc men, sản phẩm y tế và sản phẩm y tế, sản phẩm thực phẩm theo các nhóm hàng hóa đã được thiết lập, hàng hóa quân sự, theo danh mục do Nghị quyết của CMU số 1807 ngày 20/11/2003 xác định, hàng hóa nhập khẩu quan trọng theo danh mục Nghị quyết của CMU số 153 từ ngày 24/02/2022; Các hàng hóa khác phải chịu sự kiểm soát và đăng ký hải quan trong phạm vi do Bộ luật Hải quan Ucraina xác định.

Nghị quyết gần đây nhất của Nội các Bộ trưởng ngày 10/10/2020 đã đưa ra các thủ tục mới để tương tác giữa người khai hải quan và cơ quan hải quan liên quan đến việc di chuyển hàng hóa và phương tiện qua biên giới hải quan của Ucraina bằng cơ chế "một cửa". Theo các thủ tục này, các tương tác giữa người khai hải quan và cơ quan hải quan được ghi lại điện tử trong quá trình kiểm soát chính thức và các biện pháp kiểm soát hải quan sơ bộ. Hồ sơ chứa thông tin từ các công ty, cơ quan quản lý, cơ quan hải quan và hệ thống thông quan tự động. Hồ sơ cũng bao gồm các tài liệu và thông tin được sử dụng cho các biện pháp kiểm soát chính thức và kiểm soát tài liệu sơ bộ, thông tin về các cơ quan quản lý và hải quan đã thực hiện các biện pháp kiểm soát chính thức và kiểm soát tài liệu sơ bộ.

Mặc dù Ucraina đã có một số cải tiến về thủ tục, các công ty xuất khẩu hàng hóa sang Ucraina vẫn phải tiếp tục đối mặt với cách xử lý chậm của các cán bộ hải quan và khối lượng lớn giấy tờ khi làm việc với cơ quan Hải quan nhà nước Ucraina. Vì lý do này, nhiều công ty chọn sử dụng các công ty môi giới hải quan để điều hướng qua các thủ tục thông quan thường xuyên thay đổi và có vẻ không nhất quán.

Các “*Phân loại hàng hóa của Ucraina thuộc hoạt động kinh tế đối ngoại*” được biên soạn trên cơ sở hệ thống hài hòa và Danh mục kết hợp của Liên minh châu Âu và văn bản gốc của nó có giá trị hơn văn bản được dịch

sang tiếng Ukraina. Tùy thuộc vào mã hàng hóa trong Phân loại hàng hóa của Ukraina thuộc Hoạt động kinh tế đối ngoại, một số sản phẩm có thể yêu cầu phê duyệt trước, phải chịu sự kiểm soát vệ sinh và dịch tễ, kiểm soát thú y, kiểm soát kiểm dịch thực vật hoặc kiểm soát môi trường, hoặc thậm chí bị cấm. Danh sách đầy đủ các sản phẩm có hạn chế nhập khẩu tương ứng có sẵn trên trang web của Hải quan Nhà nước. Giấy phép nhập khẩu yêu cầu sự chấp thuận trước từ cơ quan hành chính có liên quan được Bộ Kinh tế cấp theo Nghị quyết của Nội các Bộ trưởng Ukraina.

Hầu hết các giấy phép nhập khẩu được cấp thông qua Bộ Kinh tế, Khu vực và Chính quyền thành phố Kyiv. Các giấy phép nhập khẩu hoặc phê duyệt khác được cấp bởi các cơ quan khác bao gồm:

- Bộ Nội vụ - vũ khí thể thao và đồ dùng tự vệ
- Ủy ban quốc gia về quản lý nhà nước về truyền thông và thông tin hóa (NCSRCI) – thiết bị điện tử vô tuyến và máy phát
- Cơ quan Nhà nước Ukraina về Kiểm soát Thuốc và Dược phẩm – thuốc và dược phẩm
- Bộ Nông nghiệp và Công nghiệp Thực phẩm - hóa chất nông nghiệp, hạt giống, thuốc thú y
- Bộ Y tế - dược phẩm, mỹ phẩm và sản phẩm vệ sinh
- Bộ Sinh thái và Tài nguyên thiên nhiên Ukraina - các chất hóa học làm suy giảm tầng ozon bao gồm chất đẩy, dung môi sơn, bình chữa cháy và bình nạp, bình xịt dầu, máy điều hòa không khí và thiết bị làm lạnh, máy bán hàng tự động lạnh; hóa chất nông nghiệp có trong bình xịt; và các sản phẩm dược phẩm, mỹ phẩm và sản phẩm vệ sinh có trong bình xịt.

Thủ tục hải quan được thực hiện tại các địa điểm thủ tục hải quan được chỉ định. Tài liệu chính cần thiết để thủ tục hải quan là tờ khai hải quan do người nhập khẩu có tên trong hồ sơ (hoặc do một công ty môi giới hải quan thay mặt người nhập khẩu) hoàn thành.

Vào tháng 8/2022, Ucraina đã phê duyệt luật về hải quan “chế độ miễn thị thực” từ EU. Luật này quy định về việc Ucraina gia nhập Công ước về Thủ tục quá cảnh chung và Hệ thống quá cảnh vi tính hóa mới NCTS. Những thay đổi này quy định về việc đưa vào cơ chế xử lý khiếu nại của châu Âu và tiếp tục số hóa hải quan, điều này sẽ đẩy nhanh quá trình thông qua và giảm rủi ro tham nhũng.

Giấy chứng nhận xuất xứ là bắt buộc khi áp dụng mức thuế suất hải quan ưu đãi, khi áp dụng một số hạn chế về số lượng đối với việc di chuyển hàng hóa qua biên giới hải quan của Ucraina và nếu luật pháp Ucraina hoặc các điều ước quốc tế yêu cầu.

Theo Điều 49 của Bộ luật Hải quan, giá trị hải quan của hàng hóa được định nghĩa là chi phí hàng hóa được sử dụng cho mục đích hải quan, dựa trên giá thực tế đã trả hoặc phải trả cho hàng hóa, thường bao gồm chi phí hàng hóa, chi phí bảo hiểm và chi phí vận chuyển. Các chi phí khác trong một số điều kiện nhất định có thể được yêu cầu đưa vào giá trị hải quan của hàng hóa, chẳng hạn như tiền bản quyền hoặc phí cấp phép. Bộ luật Hải quan thiết lập một phương pháp chính và một số phương pháp phụ để xác định giá trị hải quan của hàng hóa nhập khẩu. Phương pháp cơ bản để xác định giá trị hải quan của hàng hóa nhập khẩu vào Ucraina theo Điều 57 là giá hợp đồng (giá giao dịch của hàng hóa nhập khẩu). Bộ luật Hải quan yêu cầu phải nộp một danh sách đầy đủ các tài liệu để xác định giá trị hải quan của hàng hóa.

- Yêu cầu về nhãn mác và đánh dấu:

Nhãn trên các mặt hàng phi thực phẩm, theo quy định tại Điều 15 của luật “Về quyền của người tiêu dùng” số 1023-XII, phải có các thông tin sau bằng tiếng Ukraina:

- Tên sản phẩm;
- Các đặc điểm chính như thể tích, trọng lượng, v.v., các quy tắc và điều kiện để sử dụng sản phẩm một cách hiệu quả và an toàn;



- Thông tin về các chất độc hại trong sản phẩm;
- Hàng hóa có chứa Sinh vật biến đổi gen (GMO) và hàng hóa không chứa GMO phải được dán nhãn tương ứng;
- Thông tin về giá cả (biểu giá), các điều khoản và điều kiện mua hàng;
- Ngày sản xuất của sản phẩm;
- Điều kiện bảo quản;
- Cam kết bảo hành của nhà sản xuất;
- Hướng dẫn sử dụng và an toàn;
- Ngày hết hạn, thời hạn sử dụng và hướng dẫn xử lý sau khi hết hạn, cũng như cảnh báo về hậu quả nếu sản phẩm bị xử lý không đúng cách;
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất, nhà nhập khẩu hoặc thương nhân được ủy quyền để giải quyết khiếu nại, yêu cầu bồi thường hoặc dịch vụ sau bán hàng; và

Nhãn trên các mặt hàng thực phẩm theo quy định tại Điều 6 của luật Ucraina “Về thông tin cho người tiêu dùng về thực phẩm” số 2639-VIII được thông qua ngày 06 tháng 12 năm 2018 phải bao gồm:

- Tên sản phẩm;
- Thành phần thực phẩm (tên thành phần cơ bản/phụ gia/chất bảo quản/hương liệu và các chất khác;
- Bất kỳ thành phần nào có khả năng gây dị ứng (theo Phụ lục số 1 của Luật);
- Hàm lượng các thành phần nhất định được quy định tại các điều luật tương ứng;
- Trọng lượng/thể tích của sản phẩm theo đơn vị đo lường xác định;
- Ngày hết hạn (hoặc ngày sản xuất và thời hạn bảo quản);
- Điều kiện bảo quản;
- Các điều khoản và điều kiện sử dụng.
- Tên, địa chỉ và số điện thoại của nhà nhập khẩu chính thức;

- Quốc gia/các quốc gia (hoặc địa điểm) xuất xứ;
- Tên, địa chỉ và số điện thoại của công ty được ủy quyền để giải quyết khiếu nại;
- Hàm lượng cồn thực tế đối với đồ uống có hàm lượng cồn etylic trên 1,2%;
- Thông tin về giá trị dinh dưỡng của sản phẩm thực phẩm;
- Bản tuyên bố về dinh dưỡng (bao gồm giá trị năng lượng, lượng chất béo, chất béo bão hòa, carbohydrate, đường, protein và muối);
- Hàng hóa có chứa Sinh vật biến đổi gen (GMO) và hàng hóa không chứa GMO phải được dán nhãn tương ứng;

Nội các thông qua Nghị quyết số 234 ngày 09.03.2022 đã xác định rằng trong thời gian thiết quân luật, Chính phủ cho phép dán nhãn sản phẩm và thức ăn chăn nuôi không bằng ngôn ngữ chính thức của Nhà nước.

Những người điều hành chợ thực phẩm, do hành động quân sự, không thể đáp ứng các yêu cầu của luật liên quan đến thông tin về các sản phẩm thực phẩm nhập khẩu, có thể bán các sản phẩm thực phẩm trên lãnh thổ Ucraina, cung cấp thông tin bằng ngôn ngữ khác với ngôn ngữ quốc gia. Đồng thời, các lô sản phẩm thực phẩm được chỉ định phải kèm theo thông tin bắt buộc về sản phẩm thực phẩm, được viết bằng tiếng Ucraina.

Ngoài ra, Nghị quyết số 186 của Nội các Bộ trưởng quy định rằng do công thức bị thay đổi đột ngột do thiếu hoặc không đủ nguyên liệu thô tương ứng trong thời gian thiết quân luật, thông tin bắt buộc về sản phẩm thực phẩm ghi trên nhãn có thể khác với giá trị thông số thực tế của sản phẩm này và cũng có thể khác với thành phần thực tế của sản phẩm này.

Đồng thời, người tiêu dùng phải được thông báo bằng mọi cách có thể về sự hiện diện của các chất trong sản phẩm thực phẩm có thể gây ra phản ứng dị ứng hoặc không dung nạp.

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

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

Ucraina là một quốc gia thuộc khu vực Đông Âu. Ucraina giáp với Liên bang Nga về phía đông, giáp với Belarus (Bạch Nga) về phía bắc, giáp với Ba Lan, Slovakia và Hungary về phía tây, giáp với Romania và Moldova về phía tây nam và giáp với Biển Đen và Biển Azov về phía nam.

Ucraina có dân số 44,85 triệu người (số liệu năm 2022, trước cuộc xung đột với Nga). 69,9% dân số sống ở các khu vực thành thị; tỷ lệ đô thị hóa là -0,27% (ước tính đến năm 2025). Các khu định cư đông đúc nhất nằm ở các khu vực phía đông (Donbas) và phía tây; tập trung đáng chú ý ở và xung quanh các khu vực đô thị lớn của Kyiv (3 triệu người), Kharkiv (1,4 triệu người), Odessa (1 triệu người), Dnipropetrovs'k (952.000 người) và Donetsk (893.000 người).

Những người trong độ tuổi từ 0 đến 14 chiếm 16% dân số, những người trong độ tuổi từ 15 đến 64 chiếm 67% và những người từ 65 tuổi trở lên chiếm 17% dân số (theo số liệu của Ngân hàng Thế giới, 2022). Độ tuổi trung bình là 41,8 tuổi. Quy mô hộ gia đình trung bình là 2,58 người, 18,2% hộ gia đình chỉ tính 1 người, 35,4% là 2 người, 26,6% là 3 người và 19,8% là 4 người trở lên (Văn phòng Thống kê, 2022).

Người tiêu dùng trẻ tuổi đang thúc đẩy sự tăng trưởng đáng kể trong bán lẻ trực tuyến và người trẻ tuổi trong mua sắm trực tuyến. Bán lẻ internet di động đã cho thấy mức tăng trưởng hai chữ số trong những năm gần đây, trong khi vẫn tiếp tục xu hướng dài hạn là chuyển sang sử dụng internet "di động trước tiên" trong dân số. Sự phát triển của cơ sở hạ tầng internet di động tại Ucraina, được thúc đẩy bởi sự mở rộng phạm vi phủ sóng mạng 3G/LTE trên toàn quốc, là yếu tố ảnh hưởng chính đến kênh này.

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

### 2.1. Hệ thống bán lẻ

Các chuỗi siêu thị bán lẻ có mặt tại các thành phố chính của Ucraina và chủ yếu chuyên về Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), đồ điện tử tiêu dùng, Tự làm (DIY), phụ tùng và phụ kiện ô tô, mỹ phẩm và đồ vệ sinh cá nhân, dược phẩm và hàng chăm sóc sức khỏe.

Các nhà bán lẻ quốc tế lớn trên thị trường bán lẻ FMCG của Ucraina là Metro Group, Auchan, Rewe Group (Billa) và Spar. Bốn nhà bán lẻ FMCG quốc gia hàng đầu trên thị trường là Fozzy Group, ATB Market, Retail Group và Furshet. Theo khu vực, các nhà bán lẻ hàng đầu bao gồm: Tavria V và Kopeika ở miền nam Ucraina; và Pakko, Barvinok và Kolibris ở miền tây Ucraina. Các định dạng cửa hàng FMCG phổ biến nhất mở tại Ucraina trong những năm gần đây là các cửa hàng giảm giá, cửa hàng góc phố và siêu thị. Nhà bán lẻ trong nước Fozzy tiếp tục mở rộng số lượng cửa hàng bán lẻ tại Ucraina.

Trong danh mục chuỗi cửa hàng điện tử tiêu dùng và đồ gia dụng - hiện tại, các công ty lớn nhất trên thị trường đồ gia dụng và đồ điện tử là Foxtrot, Eldorado và Comfy. Các nhà điều hành chuỗi cửa hàng này bán hầu hết các sản phẩm điện tử tiêu dùng và đồ gia dụng thông qua các cửa hàng bán lẻ của họ trên khắp Ucraina.

Chuỗi cửa hàng "Tự làm" - Chuỗi cửa hàng quốc gia Epicenter vẫn là công ty tự làm hàng đầu, với thị phần khoảng 50%. Công ty nước ngoài duy nhất trên thị trường là Leroy Merlin (thuộc Groupe Adeo), điều hành ba cửa hàng tại Kiev. Quần áo và giày dép hiệu - Nhiều chuỗi cửa hàng thời trang cao cấp quốc gia bán quần áo và giày dép hiệu bao gồm Argo, Top Brand, Helen Marlen Group và Melon Fashion Group, Intertop là chuỗi cửa hàng giày dép hiệu của Ucraina.

Hơn 6.000 doanh nghiệp tham gia bán dược phẩm. Dược phẩm được bán thông qua khoảng 20.000 hiệu thuốc tư nhân và nhà nước cũng như các điểm bán lẻ dược phẩm. Khoảng 20-30 phần trăm hiệu thuốc thuộc sở hữu công. Nhiều khu vực và thành phố đã tìm cách mở rộng hoặc ra mắt cái gọi là 'hiệu thuốc xã hội', nơi dự trữ các loại thuốc thiết yếu và tính ít hoặc không tính thêm phí.

Khi Ucraina tuyên bố độc lập khỏi Nga, ngành bán lẻ đã phát triển, với hàng chục chuỗi trên toàn quốc và một số công ty khu vực mạnh. Một số nhà bán lẻ điều hành nhiều chuỗi cửa hàng khác nhau về quy mô và thương hiệu. Theo Cơ quan Thống kê Ucraina, năm 2022, có:

- 7.730 cửa hàng tạp hóa có diện tích dưới 120m<sup>2</sup>
- 1.859 cửa hàng thực phẩm đặc sản
- 2.676 cửa hàng tiện lợi, từ 120m<sup>2</sup> đến 400m<sup>2</sup>
- 2.016 siêu thị, từ 400m<sup>2</sup> đến 2500m<sup>2</sup>
- 142 đại siêu thị, trên 2500m<sup>2</sup>

## 2.2. Logistic

Ucraina là một quốc gia ở Đông Âu. Đây là quốc gia lớn thứ hai ở châu Âu sau Nga, có biên giới với Nga ở phía đông và đông bắc. Ukraina cũng có biên giới với Belarus ở phía bắc; Ba Lan và Slovakia ở phía tây; Hungary, Romania và Moldova ở phía tây nam; có đường bờ biển dọc theo Biển Đen và Biển Azov ở phía nam và đông nam.

Theo lưu lượng giao thông, đường sắt Ucraina đứng đầu châu Âu và châu Á, với khối lượng công việc của đường sắt Ucraina gấp 3-5 lần so với các nước châu Âu khác.

Các sân bay chính là: Sân bay Kyiv Boryspil, Sân bay Dnipropetrovsk, Sân bay Kharkiv, Sân bay Lviv, Sân bay Donetsk, Sân bay Odessa và Sân bay Simferopol.

Trong số 13 cảng của đất nước, có 5 cảng nước sâu: Cảng Pivdennyi, các cảng ở Chornomorsk, Odesa, Mykolaiv. Khoảng 60% hàng hóa được xử

lý đi qua ba cảng lớn nhất trong số đó, tức là Odesa, Illichivsk và PivdennyiPorts. Tất cả các cảng của Ucraina hiện tại đều là doanh nghiệp nhà nước.

### 2.3. Thương mại điện tử

Toàn bộ ngành viễn thông đã phải chịu thiệt hại do khó khăn kinh tế tại quốc gia này và mối quan hệ bất ổn với Nga. Do đó, một số nền tảng phổ biến của Nga đã bị chặn, bao gồm các mạng xã hội phổ biến như VKontake và Odnoklassniki.

Tuy nhiên, tỷ lệ thâm nhập Internet hiện được ước tính là 52,5% và không ngừng tăng lên ở Ucraina. Việc truy cập internet vẫn nằm trong khả năng chi trả của hầu hết người dân và các nhà cung cấp dịch vụ do nhà nước sở hữu không còn thống trị thị trường nữa.

Các vùng nông thôn vẫn còn kém về khả năng truy cập internet. Trong khi gần 80% người dân sống ở các thành phố được kết nối internet, con số đó giảm xuống còn 51% ở các làng mạc và 60% ở các thị trấn.

Các công cụ tìm kiếm phổ biến nhất tại Ucraina theo thị phần là Google (89,62%), YANDEX RU (7,09%), Bing (1,06%), Mail.ru (0,95%), Yahoo! (0,71%) và DuckDuckGo (0,38%).

Thương mại điện tử đang ngày càng phổ biến ở Ucraina, nhưng nó vẫn chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng doanh số bán lẻ. Phương thức thanh toán được ưa chuộng tại quốc gia này là tiền mặt khi giao hàng. Đối với các phương thức mua hàng trực tuyến, hai phần ba số người truy cập thương mại điện tử sử dụng thiết bị di động để truy cập Internet.

## 3. Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây

Mạng lưới phân phối ở Ucraina đã có sự thay đổi, đặc biệt sau cuộc xung đột với Nga. Các nhà phân phối Ucraina vận chuyển hầu hết các sản phẩm trong nước hoặc nhập khẩu bằng đường sắt hoặc xe tải. Tỷ lệ vận

chuyên hàng không và đường biển giảm đáng kể so với xe tải hoặc đường sắt.

Mạng lưới đường sắt quốc gia Ucraina được quản lý bởi công ty nhà nước – Ukrazaliznytsia. Đây là công ty đường sắt lớn thứ ba tại EU với 21,7 km đường sắt kết nối các nhà phân phối Ucraina với Belarus, Moldova, Hungary, Romania, Ba Lan và Slovakia.

Hệ thống đường bộ ở Ucraina kết nối với các hành lang xuyên châu Âu bằng các xa lộ:

Brussels-Dresden-Krakow-Kyiv;

Gdansk-Odessa;

Venice-Budapest-Lviv-Kyiv;

Helsinki-Saint-Petersburg-Gomel-Kyiv-Chisinau-Bucharest-Thrace.

Nó bao gồm các tuyến đường ô tô, tiện ích, các công ty và tổ chức tư nhân và công cộng phục vụ chúng. 40% của tất cả các hành lang vận tải quốc tế đi qua Ucraina bao gồm các tuyến đường ô tô hiện có như Kyiv-Odessa và Kyiv-Chop. Mạng lưới đường bộ có chiều dài 170.000 km. Đó là lý do tại sao chất lượng của hệ thống đường bộ có tác động đáng kể đến tất cả các phân phối tại Ucraina.

Ucraina có 13 cảng biển: Berdiansk, Bilhorod-Dnistrovskiy, Chornomorsk, Izmail, Kherson, Mariupol, Mykolaiv, Odesa, Olvia, Reni, Skadovsk, Ust-Dunaisk và Pivdennyi. Ngoài ra còn có 8 cảng sông ở Ucraina có thể xử lý hàng rời và hàng container nhập khẩu.

Do cuộc khủng hoảng ở Ucraina, trong năm nhóm hàng hóa lớn nhất về doanh thu, chỉ có nhập khẩu than cho thấy sự gia tăng nhập khẩu. Điều này là do Ucraina cần bù đắp cho sự thiếu hụt sản lượng than ở các vùng tạm thời bị chiếm đóng của Donbas.

Có hai loại kho hải quan ở Ucraina:

- kho hải quan;
- kho lưu trữ tạm thời.

Các nhà phân phối Ucraina nhập khẩu hàng hóa có thể sử dụng kho tạm thời để lưu trữ tạm thời hàng hóa đang chờ thông quan, giấy phép vệ sinh, môi trường hoặc giấy phép nhập khẩu khác hoặc phải xin chứng nhận.

Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) là chuỗi siêu thị bán lẻ hàng tiêu dùng, đồ điện tử tiêu dùng, đồ tự làm, phụ tùng và phụ kiện ô tô, đồ vệ sinh cá nhân và mỹ phẩm, cũng như dược phẩm. Bán lẻ FMCG có mặt ở tất cả các thành phố lớn của Ucraina.

Các công ty quốc tế lớn nhất trong thị trường bán lẻ FMCG của Ucraina:

- Auchan, Pháp;
- TẬP ĐOÀN METRO, Đức;
- Spa, Hà Lan;
- Văn phòng thương mại lãnh sự UA, Litva.

Trong vài năm qua, các hình thức bán lẻ FMCG sau đây đã phát triển nhanh nhất:

- siêu thị;
- cửa hàng góc phố;
- cửa hàng giảm giá.

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

##### 4.1. Ưu điểm

- **Về tiềm năng:** Vị trí địa lý chiến lược của Ucraina khiến nơi đây trở thành điểm đến lý tưởng cho việc quá cảnh hàng hóa và hành khách giữa Châu Âu, Châu Á và Trung Đông. Trên lãnh thổ Ucraina có một số hành lang vận tải quốc tế, đạt tổng chiều dài hơn 5 nghìn km. Cơ sở hạ tầng giao thông của Ucraina bao gồm 163 nghìn km đường bộ (trong đó 30% được phân loại là đường bộ có tầm quan trọng của nhà nước), 21,7 nghìn km đường sắt, 62 sân bay (bao gồm cả sân bay quốc tế, quân sự, công cộng), 13 cảng biển (không bao gồm Crimea).



Các chuỗi bán lẻ tại Ucraina kiểm soát chưa đến 50% toàn bộ thị trường. Điều này chứng minh tiềm năng to lớn của thị trường và cơ hội cho các nhà phân phối mới tại Ucraina tham gia vào thị trường bán lẻ.

Trong thị trường bán lẻ ở Ucraina, điều đáng chú ý là:

- Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG);
- Đồ gia dụng và đồ điện tử;
- Tự làm (DIY);
- Quần áo và giày dép có thương hiệu;
- Phụ tùng và phụ kiện ô tô;
- Làm đẹp và đồ dùng vệ sinh cá nhân;
- Thuốc (dược phẩm).

- **Về logistic:** Thị trường giao hàng tại Ucraina do các công ty địa phương như Ukrposhta, Nova Poshta, Meest Express chiếm lĩnh.

Hiện, tại Ucraina, có 30 công ty quốc tế cung cấp dịch vụ chuyển phát nhanh tài liệu và hàng hóa, bao gồm: UPS, DHL, TNT Express và FedEx.

DHL cũng đang tham gia thị trường logistics Việt Nam nên sẽ hỗ trợ được tốt hơn việc vận chuyển hàng hóa phân phối trên toàn thị trường Ucraina.

#### 4.2. Nhược điểm

- **Về căng thẳng địa chính trị:** Cuộc chiến toàn diện của Nga vào Ucraina đang diễn ra, do đó có rất nhiều bất ổn và rủi ro trong ngắn hạn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu và đầu tư vào Ucraina.

- **Về logistic:** Theo số liệu từ Bộ Cơ sở hạ tầng, hơn 50% đường bộ ở Ucraina đang trong tình trạng xấu.

Do các chuỗi hậu cần ở Ucraina đang trong tình trạng khó khăn: giá cước vận chuyển quá cao, tắc đường trên đường sắt, ùn tắc tại các trạm kiểm soát ô tô.

Trong vận tải hàng hải, các hãng tàu đều siết chặt các điều khoản thanh toán. Nhiều hãng chuyển sang hình thức trả trước, giá cước đang tăng lên đáng kể.

Cảng biển chính Odessa đã tạm thời được mở cửa, nhưng ưu tiên hàng lương thực. Ucraina đang tạm thời sẽ cập cảng của Rumany và sẽ qua đường bộ tới Ucraina. Việc vận chuyển hàng hoá qua đường sắt hiện nay là phương tiện chính.

- **Về phương thức thanh toán:** việc thanh toán trong giai đoạn này rất khó khăn và thận trọng. Các ngân hàng chỉ cho chuyển một lượng tiền rất nhỏ ngoại tệ ra khỏi ngân hàng do luật xung đột. Đặc biệt với tình trạng hiện nay, khó mua bảo hiểm rủi ro xung đột cho hàng xuất khẩu. Trên thực tế, vào thời điểm này, nhiều chủ tàu, công ty bảo hiểm quốc tế không muốn nhận bảo hiểm những lô hàng vào khu vực chiến sự. Thông thường mức phí bảo hiểm xung đột theo thị trường bảo hiểm London tối thiểu là 0,05% (trên giá trị lô hàng).

### **III. 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**

#### **1. Thực trạng tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Ucraina**

Những nhóm hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam sang Ucraina sau xung đột, chắc chắn vẫn là những mặt hàng thiết yếu mà các doanh nghiệp và nhà nước ưu tiên nhập khẩu để tái thiết đất nước, như: Máy phát điện, thiết bị điện, tivi...; giày dép; dệt may; chè và cà phê; thủy sản; sắt thép, tấm và pin năng lượng mặt trời.

Tín hiệu tích cực là 7 tháng đầu năm 2024, Việt Nam đã xuất sang Ucraina 10.656 tấn gạo với trị giá hơn 6,8 triệu USD, tăng 3.951% về lượng và tăng 3.420% về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái.

Tại các siêu thị Ucraina, mặt hàng thực phẩm khô của Việt Nam như: phở, bún miến, gạo, mỳ tôm... chiếm phần lớn trên các kệ hàng. Đây là lần đầu tiên hàng Việt Nam chiếm đa số so với hàng Thái Lan và các nước khác của Châu Á tại hệ thống phân phối của Ucraina.

## **2. Đề xuất giải pháp**

### *2.1. Đối với các cơ quan quản lý*

Khi xung đột kết thúc, cần nghiên cứu, tổ chức các đoàn công tác sang Ukraina để tìm hiểu cơ hội hợp tác trong các lĩnh vực luyện kim, năng lượng, công nghệ môi trường, nhiệt điện, thủy điện, công nghệ titan, ....

Ngoài ra, cũng cần đẩy mạnh kinh tế đối ngoại bằng các hoạt động thiết thực như Hỗ trợ phòng Công nghiệp - Thương mại Ucraina tổ chức Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Ucraina tại Việt Nam; hỗ trợ các đoàn doanh nghiệp Ucraina tìm đối tác Việt Nam...

Trước mắt, để đảm bảo an toàn trong bối cảnh chiến sự vẫn còn tiếp diễn, có thể tiến hành các hội thảo song phương bằng hình thức online và offline với các doanh nghiệp Ucraina và doanh nghiệp Việt Nam.

### *2.2. Đối với các doanh nghiệp*

Cuộc xung đột giữa Ucraina của Nga đã có tác động to lớn đến bối cảnh kinh tế và tài chính của Ucraina. Việc phá hủy đất nông nghiệp và thiết bị cũng có thể cản trở việc phục hồi các vùng đất nông nghiệp màu mỡ và có năng suất cao theo truyền thống của Ucraina.

Khi chiến tranh kết thúc, Chính phủ Ucraina sẽ tiếp tục thực hiện Chiến lược Thủy lợi và Thoát nước, khuyến khích nông dân đầu tư vào công nghệ thủy lợi và thoát nước. Chiến lược này cũng sẽ tạo ra các cơ hội mua sắm công liên quan đến hệ thống cải tạo đất. Theo đó, máy móc và thiết bị nông nghiệp sẽ là những mặt hàng triển vọng nhu cầu cao tại Ucraina, bao gồm:

- Máy kéo
- Máy gặt
- Thiết bị canh tác
- Thiết bị gieo hạt
- Máy phun thuốc và phân phối phân bón
- Lưu trữ và xử lý ngũ cốc
- Cơ sở hạ tầng thủy lợi
- Hóa chất nông nghiệp, bao gồm chất tăng trưởng và vi chất dinh dưỡng.

Các doanh nghiệp có thể xây dựng kế hoạch xuất khẩu các máy móc, thiết bị trên sang Ucraina trong thời gian tới.

Trong quá trình giao thương đưa hàng hóa vào Ucraina, vì danh sách các tài liệu bắt buộc phải trình lên cơ quan hải quan thay đổi thường xuyên và vì theo Bộ luật Hải quan, nhà nhập khẩu có tên trong hồ sơ có thể được yêu cầu nộp thêm các tài liệu do luật hiện hành quy định, nên các doanh nghiệp xuất khẩu nên giao việc thông quan tại Ucraina cho đối tác thương mại hoặc khách hàng là người dùng cuối của Ucraina như là nghĩa vụ hợp đồng. Danh sách các công ty môi giới hải quan được đăng tải trên tại *Hiệp hội môi giới hải quan Ucraina* và trang web của Cơ quan Thuế Nhà nước.

Một nhà phân phối đáng tin cậy và thành công tại Ucraina có thể đóng vai trò quan trọng trong việc thâm nhập thị trường. Nhà phân phối tại Ucraina có thể giúp doanh nghiệp thu thập thông tin về thị trường Ucraina, đánh giá tiềm năng của thị trường, thiết lập các mối liên hệ và kết nối kinh doanh. Ngoài ra, một nhà phân phối tại Ucraina cũng có thể giúp xây dựng cơ sở khách hàng, quảng bá thương hiệu. Để tìm nhà phân phối tại Ucraina, doanh nghiệp nên đến thăm các triển lãm và hội chợ thương mại địa phương (lưu ý là không phải các văn phòng đại diện của châu Âu hoặc Nga). Người tiêu dùng và các công ty Ucraina thích làm việc với các nhà phân phối của Ucraina. Điều này có thể rất quan trọng đối với sự phát triển thành

công của các dự án tại Ucraina. Do xung đột kéo dài giữa Nga và Ucraina, dân số của quốc gia này phần lớn bị chính trị hóa. Một số công ty quốc tế báo cáo rằng doanh số bán hàng tại Ucraina đã giảm khi sử dụng các đại diện của Nga.

## **KẾT LUẬN**

Hơn hai năm chiến tranh đã thay đổi đáng kể nền kinh tế và tiềm năng kinh tế của Ucraina. Nếu vào năm 2023, nền kinh tế Ucraina hồi phục sau cú sốc ban đầu và tăng tiêu dùng đáng kể nhờ kích thích tài chính mạnh mẽ (thể hiện ở mức thâm hụt ngân sách thực tế hơn 20% GDP trong 2 năm liên tiếp), thì khả năng duy trì như cũ tốc độ phục hồi vào năm 2024 là rất thấp. Tuy nhiên, kinh tế Ucraina vẫn có khả năng tăng trưởng khoảng 4,6% năm 2024 nếu chiến tranh kết thúc vào năm 2024. Trong trường hợp chiến tranh vẫn kéo dài, GDP năm 2025-2027 sẽ chỉ bằng 88% mức năm 2021.

Theo số liệu thống kê hải quan, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang năm 2023 giảm 41,42% so với năm 2022, chỉ đạt 38,46 triệu USD. Bởi vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần phải thực hiện một số biện pháp cụ thể nhằm Ucraina khai thác và tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả thông qua các kênh phân phối, quảng bá sản phẩm phù hợp xu hướng thị hiếu và các quy định tại Ucraina để đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu sang thị trường này.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://bank.gov.ua/en/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-rivnya-inflyatsiyi-u-veresni-2024-roku>
2. <https://www.statista.com/statistics>
3. <https://www.ebrd.com/news/2024/ebd-lowers-Ucraina-2025-growth-forecast-to-47-per-cent.html>
4. <https://tradingeconomics.com>
5. <https://www.globaldata.com>
6. <https://ces.org.ua/en/tracker-economy-during-the-war/>
7. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/UKR/Ucraina/consumer-spending>
8. <https://Ucrainaxports.com/sales-channels-and-distribution-in-Ucraina/>