



BỘ CÔNG THƯƠNG

TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

NHIỆM VỤ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

“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”

CHUYÊN ĐỀ

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

Hà Nội, 2024

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	4
NỘI DUNG.....	6
I. Đặc điểm thị trường.....	8
1. Dung lượng thị trường.....	14
2. Nhu cầu tiêu dùng	20
3. Thị hiếu tiêu dùng	29
4. Quy định của thị trường ảnh hưởng đến hệ thống phân phối hàng hóa.....	30
4.1. Các qui định đối với hàng hoá xuất nhập khẩu	30
+ Thuế quan và thủ tục hải quan	30
+ Thuế giá trị gia tăng.....	32
+ Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp	33
+ Quy định về bao gói, nhãn mác	33
+ Quy định về kiểm dịch động thực vật	35
+ Quyền sở hữu trí tuệ	36
4.2. Các quy định đối với các doanh nghiệp trong nước.....	37
+ Quy định về đối với hàng hoá và dịch vụ	37
+ Thành lập Công ty hoặc văn phòng đại diện	38
+ Nhượng quyền thương mại	39
+ Văn hoá kinh doanh.....	40
1. Tổng quan mạng lưới các kênh phân phối hàng hóa tại thị trường.	41
1.1. Các hình thức phân phối đối với hàng hóa sản xuất trong nước.	41
1.2. Các hình thức phân phối đối với hàng hóa nhập khẩu.....	44
2. Các yếu tố ảnh hưởng đến mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường.....	48
3. Những thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường trong thời gian gần đây.....	52
3.1. Chuyển đổi số trong hệ thống phân phối;.....	53
3.2. Sự chuyển dịch đến phân phối đa kênh.....	55
3.3. Đổi mới trong hậu cần và vận tải	56

3.4. Thay đổi trong hành vi tiêu dùng;.....	57
4. Đánh giá mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Venezuela:	59
4.1. Ưu điểm	59
4.2. Nhược điểm	61
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. ...	62
1. Đề xuất giải pháp.....	63
1.1. Đối với các cơ quan quản lý	63
1.2. Đối với các doanh nghiệp	65
KẾT LUẬN	66

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: GDP của Venezuela giai đoạn 2000 - 2023	15
Biểu đồ 2: Tỷ lệ lạm phát của Venezuela năm 2022 – 2023	17
Biểu đồ 3: Tỷ lệ thất nghiệp của Venezuela giai đoạn 2014 - 2023	18
Biểu đồ 4: Thu nhập bình quân đầu người giai đoạn 2012 - 2022	19
Biểu đồ 5: Chi tiêu của người dùng tại Venezuela năm 2016 - 2023	21
Biểu đồ 6: Doanh số bán lẻ tại Venezuela năm 2019 - 2023	22

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Nhóm hàng nhập khẩu chủ yếu của Venezuela năm 2023	26
--	----

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Mạng lưới phân phối hàng hoá trong nước của Venezuela	43
Hình 2: Mạng lưới phân phối hàng hoá nhập khẩu của Venezuela	44

LỜI NÓI ĐẦU

Hệ thống phân phối hàng hoá là mắt xích quan trọng trong nền kinh tế quốc dân của từng quốc gia và đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự lưu thông hàng hóa từ vận chuyển hàng hóa từ kho nhà sản xuất tới khách hàng nhằm đáp ứng các nhu cầu của người tiêu dùng.

Tại thị trường Venezuela, với nền kinh tế có trữ lượng dầu lớn nhất thế giới và năng động tại khu vực Mỹ la tinh đang từng bước phát triển và hội nhập sâu rộng trong khu vực cũng như trên thế giới vì vậy hệ thống phân phối hàng hoá của Venezuela càng được chú trọng đến hệ thống phân phối giúp doanh nghiệp tiếp cận hiệu quả hơn và đưa sản phẩm mới đến tay khách hàng.

Hệ thống phân phối thị trường tại Venezuela phần lớn vẫn có nhiều đặc điểm chi phối bởi Chính phủ được tổ chức theo những cách thức nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng và kinh doanh trong nước. Việc phân phối hàng hóa tại thị trường Venezuela chịu ảnh hưởng bởi nhiều loại hình địa lý khác nhau, tạo nên một hệ thống phân phối đa dạng và phức tạp.

Thị trường Venezuela, với dân số khoảng 28.8 triệu người vì vậy nhu cầu thiết yếu của người dân Venezuela là hết sức cần thiết, đòi hỏi hệ thống phân phối hàng hoá chỉ đối mặt với cơ hội mà còn phải vượt qua nhiều thách thức về hạ tầng phân phối cũng như các cửa hàng bán lẻ và quản lý chuỗi cung ứng và sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp quốc tế.

Hệ thống phân phối hàng hóa tại Venezuela bao gồm nhiều kênh khác nhau như bán buôn, bán lẻ, và thương mại điện tử. Mỗi kênh đều có những đặc điểm riêng, yêu cầu sự chuyên nghiệp và hiệu quả trong quản lý và vận hành. Bên cạnh đó, việc ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý bán hàng, kho hàng, vận chuyển và theo dõi đơn hàng đã trở thành yếu tố then chốt giúp các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh.

Bên cạnh đó hạ tầng giao thông ở Venezuela trong nước phụ thuộc phần lớn vào đường bộ, trong khi vận tải hàng hóa và hàng rời chủ yếu được phục vụ

bởi các tuyến vận chuyển ven biển, đường thủy nội. Dịch vụ hàng không cung cấp khả năng tiếp cận các khu vực không có phương tiện giao thông khác.

- Đường sắt: Hệ thống đường sắt ở Venezuela cũng đang trải qua quá trình cải thiện, chủ yếu vận chuyển hành khách và hàng hóa. Một tuyến đường sắt công cộng chạy về phía đông bắc từ Barquisimeto đến Puerto Cabello trên bờ biển và đến Caracas. Đường sắt tư nhân phục vụ ngành công nghiệp sắt và thép, kết nối các mỏ trong Vùng Cao nguyên Guiana tới Ciudad Guayana.

Mặc dù đã có sự phát triển, hệ thống giao thông của Venezuela vẫn còn một số thách thức, bao gồm cải thiện hạ tầng để giảm ùn tắc giao thông và nâng cao năng lực vận tải cũng như đối với ngành logistics, để đáp ứng nhu cầu vận tải nhằm đáp ứng nhu cầu vận tải nói chung và trong hệ thống phân phối nói riêng.

NỘI DUNG

Venezuela Nằm ở phía bắc lục địa Nam Mỹ, Venezuela có diện tích khoảng 916 nghìn km², khiến Venezuela trở thành quốc gia lớn thứ 33 trên thế giới và có dân số khoảng 33 triệu người. Về địa hình vùng núi Andes và vùng đất thấp Maracaibo ở phía Tây Bắc; đồng bằng ở vùng trung tâm; vùng núi cao ở phía Đông Nam, Venezuela giáp với Brazil, Colombia, Guyana và giáp biển Ca-ri-bê. Có các tuyến đường biển dài hơn 2800 km và đường hàng không chính nối Bắc Mỹ và Nam Mỹ đi qua, vì vậy Venezuela nằm ở trung tâm châu Mỹ cũng là điểm giao cắt Bắc Mỹ và Nam Mỹ. Điều này làm cho Venezuela trở thành một điểm nổi quan trọng trên các tuyến đường thương mại và giao thông trong châu lục.

Nền kinh tế của Venezuela chủ yếu dựa vào dầu mỏ, vì quốc gia này nắm giữ nguồn cung cấp dầu thô lớn nhất thế giới. Venezuela trong lịch sử là một trong những nền kinh tế giàu có nhất ở Nam Mỹ, đặc biệt là từ những năm 1950 đến những năm 1980. Trong thế kỷ 21, dưới sự lãnh đạo của nhà dân túy xã hội chủ nghĩa Hugo Chávez và người kế nhiệm Nicolás Maduro, nền kinh tế Venezuela đã sụp đổ, khiến hàng triệu công dân phải chạy trốn khỏi Venezuela. GDP đã giảm 80 phần trăm trong vòng chưa đầy một thập kỷ, tình trạng thiếu hụt hàng hoá, thất nghiệp, quản lý yếu kém của ngành dầu mỏ và từ năm 2014 là siêu lạm phát.

Là nước sản xuất dầu lớn thứ 25 trên thế giới và là thành viên lớn thứ 8 của OPEC. Venezuela cũng sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp nặng như thép, nhôm và xi măng. Các sản phẩm sản xuất đáng chú ý khác bao gồm đồ điện tử và ô tô cũng như đồ uống và thực phẩm. Nông nghiệp ở Venezuela chiếm khoảng 4,7% GDP, 7,3% lực lượng lao động và ít nhất một phần tư diện tích đất của Venezuela. Venezuela xuất khẩu gạo, ngô, cá, trái cây nhiệt đới, cà phê, thịt lợn và thịt bò. Venezuela ước tính có giá trị tài nguyên

thiên nhiên lên đến 14,3 nghìn tỷ đô la Mỹ và không tự cung tự cấp ở hầu hết các lĩnh vực nông nghiệp. Xuất khẩu các sản phẩm dầu mỏ chiếm khoảng 80% kim ngạch xuất khẩu của Venezuela, thậm chí đạt tới con số khổng lồ 96% vào năm 2013.

Venezuela có một nền kinh tế chủ yếu do nhà nước quản lý, với một khu vực tư nhân cùng một số doanh nghiệp chiến lược thuộc sở hữu nhà nước. Trong phân loại quốc gia theo mức thu nhập của Ngân hàng Thế giới (WB) năm 2022, Venezuela được xếp loại là quốc gia có thu nhập trung bình khá. Venezuela đã có tăng trưởng kinh tế nhanh trong những năm gần đây.

Từng là một trong những quốc gia thịnh vượng nhất ở Mỹ Latinh, Venezuela cũng giống như nhiều quốc gia trong khu vực Mỹ Latinh và Caribe, Venezuela phải đối mặt nhiều khó khăn và thách thức do dịch bệnh, khủng hoảng lương thực hay vấn đề kinh tế, trong thập kỷ qua. Đất nước này phải đối mặt với những thách thức đáng kể do bất ổn chính trị, suy thoái kinh tế và tình trạng thiếu hụt nghiêm trọng các nguồn tài nguyên thiết yếu như thực phẩm, thuốc men và điện.

Nhằm giải quyết tình trạng kinh tế khó khăn của đất nước, Chính phủ Venezuela tiếp tục triển khai các chương trình xã hội như: Giáo dục, chăm sóc sức khỏe miễn phí và trợ cấp lương thực tại hàng nghìn cộng đồng dân cư, thực hiện chương trình chống đói nghèo. Để bù đắp khoảng thâm hụt thu ngân sách từ dầu lửa, Venezuela sẽ tìm kiếm các khoản vay mới từ các nước đồng minh như Nga và Trung Quốc thay vì IMF. Ngoài ra, Venezuela đã đưa một gói các chính sách kinh tế mới liên quan tới hoạt động sản xuất lương thực, thực phẩm, tiền tệ, du lịch và đầu tư, trong nỗ lực đối phó với cuộc khủng hoảng kinh tế.

Để khắc phục sự phụ thuộc vào xuất khẩu dầu mỏ, năm 2016, Venezuela đã kêu gọi thay đổi hoàn toàn mô hình kinh tế, từ nền kinh tế phụ thuộc chủ yếu vào dầu mỏ sang mô hình sản xuất đa dạng và hội nhập, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Theo đó, Chính phủ sẽ xem xét những lĩnh vực sản

xuất cần ưu tiên phát triển và lên kế hoạch để sản xuất lương thực nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước. Đây được coi là bước đi đột phá nhằm khắc phục khó khăn, khôi phục nền kinh tế của Venezuela sau quãng thời gian khủng hoảng kéo dài do giá dầu lao dốc.

I. Đặc điểm thị trường

Trong những năm gần đây, các lĩnh vực thương mại và dịch vụ của Venezuela cũng đã có nhiều dự định để phát triển hơn sau khi Chính phủ quyết định nới lỏng các biện pháp kiểm soát kinh tế vào năm 2019 và cho phép các công ty tư nhân tham gia vào chuỗi cung ứng hàng hoá cũng như cho phép sử dụng ngoại tệ nhiều hơn để nhập khẩu hàng hoá thiết yếu phục vụ nhu cầu trong nước.

Từ khi Venezuela cải cách kinh tế vào năm 2016, Venezuela sẽ chỉ áp dụng 2 tỷ giá hối đoái chính thức: Một tỷ giá do Nhà nước quản lý sẽ có mức 10 bolivar/1 USD nhằm phục vụ nhập khẩu những nhu yếu phẩm ưu tiên trong nền kinh tế quốc gia và một tỷ giá hối đoái thả nổi mang tên Simandi.

Bên cạnh đó, Venezuela cũng tuyên bố một gói các chính sách kinh tế mới liên quan tới hoạt động sản xuất lương thực, thực phẩm, tiền tệ, du lịch và đầu tư, trong nỗ lực đối phó với cuộc khủng hoảng kinh tế hiện nay tại nước này. An ninh lương thực là ưu tiên hàng đầu của Chính phủ, do đó sẽ có sự thay đổi trong cơ cấu hoạt động của các tập đoàn sản xuất lương thực, thực phẩm cũng như hệ thống phân phối nhằm đảm bảo sản xuất và quản lý hiệu quả hơn.

Ngoài ra, Venezuela cũng kêu gọi đầu tư vào lĩnh vực du lịch nhằm giảm bớt phụ thuộc vào nguồn thu từ dầu khí, chiếm tới 96% tổng kim ngạch xuất khẩu và thực tế đã bị ảnh hưởng nặng nề do giá dầu thế giới lao dốc.

Nhằm giải quyết tình trạng kinh tế khó khăn của đất nước, Venezuela tiếp tục triển khai các chương trình xã hội như: Giáo dục, chăm sóc sức khỏe miễn phí và trợ cấp lương thực tại hàng nghìn cộng đồng dân cư, thực hiện chương trình chống đói nghèo.

Để khắc phục sự phụ thuộc vào xuất khẩu dầu mỏ, ngay từ đầu năm 2016, Venezuela đã kêu gọi thay đổi hoàn toàn mô hình kinh tế, từ nền kinh tế phụ thuộc chủ yếu vào dầu mỏ sang mô hình sản xuất đa dạng và hội nhập, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Theo đó, Chính phủ sẽ xem xét những lĩnh vực sản xuất cần ưu tiên phát triển và lên kế hoạch để sản xuất lương thực nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước. Đây được coi là bước đi đột phá nhằm khắc phục khó khăn, khôi phục nền kinh tế của Venezuela sau quãng thời gian khủng hoảng kéo dài do giá dầu lao dốc.

Dưới đây là một số điểm chính về tình hình kinh tế của Venezuela kể từ năm 2016:

- Tăng trưởng kinh tế: Trong những năm đầu sau khi cải cách kinh tế theo hướng giảm phụ thuộc vào dầu mỏ, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) tại Venezuela đã ghi nhận từ mức âm (-) -13,4% vào năm 2016 và mức tăng trưởng ấn tượng tăng 8% vào năm 2023, với sự gia tăng này và được hỗ trợ bởi việc tiếp cận vốn cũng như thị trường mới và nguồn vốn đầu tư từ các quốc gia.

- Đầu tư nước ngoài: Với sự tích cực triển khai thực hiện các cơ chế, chính sách thu hút đầu tư cũng như chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng, Venezuela đã ghi nhận dòng vốn FDI trị giá 941 triệu đô la Mỹ vào năm 2022, so với dòng vốn âm 996 triệu đô la Mỹ một năm trước đó, tổng lượng FDI ước tính là 21,94 tỷ đô la Mỹ, chiếm khoảng 23,6% GDP,

Bên cạnh đó Luật Đầu tư nước ngoài có hiệu lực từ năm 2017, nhằm mục đích điều chỉnh các lĩnh vực liên quan đến đầu tư nước ngoài đã thúc đẩy sự đóng góp đa dạng và hiệu quả của nguồn đầu tư nước ngoài vào việc phát triển tiềm năng sản xuất hiện có trong nước, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp, công nghệ, cũng như công nghệ thông tin, du lịch, nông nghiệp và chế biến thực phẩm.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Venezuela

Đầu tư trực tiếp nước ngoài	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Dòng vốn FDI chảy vào (triệu USD)	-456	-996	941	690
Số lượng đầu tư mới*	2	1	1	2
Giá trị đầu tư mới (triệu USD)	45	5	57	33

- Thách thức kinh tế: Nền kinh tế Venezuela đã phải chịu đựng nhiều thập kỷ chính sách kinh tế cứng như lạm phát trong nhiều năm qua và gần đây hơn là các lệnh trừng phạt kinh tế. Tác động của các lệnh trừng phạt, sản lượng dầu của Venezuela - vốn đã giảm 50% sau nhiều năm đầu tư không đủ - lại tiếp tục giảm mạnh. Tuy nhiên Venezuela cũng phải đối mặt với một số thách thức kinh tế sau khi mở cửa, cũng như các vấn đề như thất nghiệp, thâm hụt ngân sách và sự chậm trễ trong việc thực hiện các biện pháp cải cách kinh tế đã ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

- Phát triển khu vực nông thôn: Venezuela có một phần lớn dân số sống ở các khu vực nông thôn, vì vậy Chính phủ cũng đã từng bước phát triển khu vực này thông qua các chính sách như hỗ trợ tài chính, khoa học công nghệ, chuyển dần từ nông nghiệp tự cung tự cấp sang nông nghiệp thương mại hóa, Chính phủ Venezuela cũng hướng đến một nền nông nghiệp bền vững, thân thiện môi trường và có giá trị gia tăng cao, có thể tạo ra nhiều giá trị kinh tế hơn với chi phí môi trường và con người thấp hơn theo hướng bền vững.

- Chính sách kinh tế và cải cách: Venezuela đã tiến hành các biện pháp cải cách kinh tế như áp dụng 2 tỷ giá hối đoái chính thức: Một tỷ giá do Nhà nước quản lý nhằm phục vụ cho việc nhập khẩu các nhu yếu phẩm của doanh nghiệp nhập khẩu những nhu yếu phẩm ưu tiên trong nền kinh tế quốc gia và một tỷ giá hối đoái thả nổi, cũng như các chính sách kinh tế mới liên quan tới hoạt động

sản xuất lương thực, thực phẩm. Venezuela cũng kêu gọi các nhà đầu tư đầu tư vào lĩnh vực du lịch nhằm giảm bớt phụ thuộc vào nguồn thu từ dầu khí. Nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và thu hút đầu tư, bao gồm việc giảm giảm quy định, tăng cường giám sát và tăng cường quản lý tài chính công.

Tổng thể, tình hình kinh tế của Venezuela kể từ khi Chính phủ có những biện pháp cải cách, điều chỉnh nền kinh tế đã có sự phát triển nhất định, các lĩnh vực thương mại và dịch vụ của Venezuela cũng đã có nhiều dự địa để phát triển hơn sau khi Chính phủ quyết định nới lỏng các biện pháp kiểm soát kinh tế vào năm 2019 và cho phép sử dụng ngoại tệ nhiều hơn. Tuy nhiên các biện pháp trên không đảm bảo đã phục hồi trên diện rộng của tất cả các lĩnh vực cũng như vẫn còn những thách thức cần được giải quyết để đảm bảo sự bền vững và phát triển của nền kinh tế trong tương lai.

Với vị trí nằm ở cực bắc của Nam Mỹ. Venezuela đã đi một chặng đường dài trong quá trình chuyển đổi về kinh tế - xã hội vô cùng bất ổn từ những năm về chính trị cũng như kinh tế Venezuela tiếp tục vật lộn với khó khăn kinh tế và chính trị Venezuela đã phải chịu sự sụp đổ kinh tế, với sản lượng giảm đáng kể và siêu lạm phát tràn lan góp phần gây ra tình trạng khan hiếm hàng hóa cơ bản, chẳng hạn như thực phẩm và thuốc men. Trong khi đó, sự quản lý yếu kém của chính phủ và các lệnh trừng phạt của Hoa Kỳ đã dẫn đến sự sụt giảm mạnh mẽ trong sản lượng dầu và tình trạng thiếu đầu tư nghiêm trọng vào các lĩnh vực.

Hiện nay, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Venezuela đạt hơn 114,19 tỷ USD và có mức thu nhập bình quân đầu người ở mức 3.256 USD (vào năm 2023) Venezuela là một trong những quốc gia có tốc độ đô thị hóa cao nhất Mỹ Latinh. Đa phần dân cư Venezuela tập trung sinh sống tại những thành phố lớn phía bắc. Caracas là thủ đô và đồng thời cũng là thành phố lớn nhất Venezuela. Venezuela đã từng nổi tiếng khắp thế giới với cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp, nguồn tài nguyên dầu mỏ khổng lồ. Tuy nhiên đến những năm của thập kỷ trước, sự bất ổn của giá dầu mỏ cùng những chính sách điều hành kinh tế là nguyên

nhân dẫn đến cuộc khủng hoảng nghiêm trọng về mọi mặt đối với Venezuela, gây ra khủng hoảng chính trị, sự lạm phát, suy thoái kinh tế, thiếu hụt các mặt hàng cơ bản cho người dân và một sự tăng mạnh của tỷ lệ thất nghiệp, tại quốc gia này.

+ *Các ngành kinh tế trọng điểm của Venezuela;*

- Ngành Công nghiệp dầu mỏ; Kinh tế Venezuela dựa vào dầu mỏ Venezuela là thành viên lớn thứ năm của OPEC tính về sản lượng dầu hỏa. Doanh thu từ xuất khẩu dầu mỏ chiếm hơn 50% GDP của cả nước và chiếm 96% tổng kim ngạch xuất khẩu, và cũng là ngành sử dụng nhiều lao động nhất của đất nước này. Từ những năm 1950 đến đầu những năm 1980 kinh tế Venezuela là một trong những nền kinh tế mạnh nhất ở Nam Mỹ. Việc tăng trưởng liên tục trong thời kỳ này đã thu hút nhiều người nhập cư, lúc đó nước này có tiêu chuẩn sống cao nhất ở châu Mỹ Latinh.

- Ngành công nghiệp; Ngành công nghiệp này chiếm khoảng 15% GDP của đất nước. Hàng hóa sản xuất nằm trong số những mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của đất nước. Một số mặt hàng sản xuất được xuất khẩu từ đất nước này bao gồm nhôm, thép, hàng dệt may, đồ uống, xi măng, phân bón và lốp xe, thiết bị điện tử và ô tô, cũng như đồ uống và thực phẩm. v.v. Ngành công nghiệp này được neo giữ bởi sự giàu có của đất nước về nguyên liệu thô cần thiết trong ngành công nghiệp với nhiều hàng hóa sản xuất có tất cả các nguyên liệu thô có nguồn gốc tại địa phương.

- Ngành nông nghiệp và thực phẩm; Nông nghiệp ở Venezuela chiếm khoảng 3% GDP, 10% lực lượng lao động, và ít nhất một phần tư diện tích đất của Venezuela. Venezuela xuất khẩu gạo, ngô, cá, trái cây nhiệt đới, cà phê, thịt lợn và thịt bò, tuy nhiên không phải tự cung tự cấp trong hầu hết các lĩnh vực nông nghiệp.

Trong những năm gần đây sau cải cách kinh tế Chính phủ Venezuela cũng đã và đang xây dựng một chuỗi cung ứng hoàn thiện từ khâu sản xuất đến thành

phẩm nhằm phát triển ngành nông nghiệp và thực phẩm tại nước này, và cũng đã chú trọng tới việc phát triển các sản phẩm hữu cơ chất lượng cao (trong đó các sản phẩm không được dùng tới công nghệ biến đổi gen). Ngành sản xuất trong nước cũng được chính phủ Venezuela xây dựng một hệ thống phát triển liên hoàn thông qua sự kết hợp của các công ty trong chuỗi cung ứng là chế biến, kinh doanh và phân phối.

Ngoài ra các sản phẩm nông nghiệp cũng được chú trọng như các quy định về thực phẩm và nông nghiệp cũng được đưa vào các văn bản pháp luật để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng về chất lượng cũng như về sức khỏe người tiêu dùng, đồng thời đảm bảo các quy định về bảo vệ môi trường và hội nhập.

+ Thương mại, dịch vụ; Những năm gần đây sau cuộc khủng hoảng kinh tế chủ yếu dựa vào dầu mỏ Chính phủ Venezuela xác định thương mại dịch vụ là lĩnh vực đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội, từng bước xây dựng và phát triển theo hướng hiện đại. Nhờ đó, hoạt động thương mại dịch vụ của Venezuela từng bước phát triển ổn định, cung cấp lượng lớn sản phẩm hàng hóa, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân, nâng cao chất lượng cuộc sống.

Trong lịch sử, các ngành công nghiệp chính của Venezuela là dầu mỏ, nhôm, thép, hàng dệt may, đồ uống, xi măng, phân bón và lốp xe, thiết bị điện tử và ô tô. Tuy nhiên trong thời gian gần đây, các ngành công nghiệp được ưu tiên tại Venezuela như, du lịch, giao thông, công nghệ thông tin và viễn thông, thực phẩm và đồ uống, dược phẩm, dệt may và quần áo. Trong những năm qua, chính phủ Venezuela đã thực hiện nhiều biện pháp nhằm tái cơ cấu ngành các ngành công nghiệp trong đó có việc tự do hóa, từ đó tạo môi trường cạnh tranh và cung cấp cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn cũng như giảm phụ thuộc hàng hoá từ bên ngoài.

+ Ngành Du lịch: với lợi thế 2.800 km tiếp giáp với biển Caribbean ngành du lịch là một phần quan trọng của nền kinh tế Venezuela, mục tiêu phát triển

ngành du lịch vẫn là một trong những mục tiêu quan trọng nhất của Venezuela, Chính phủ đã đưa ra nhiều mục tiêu chính sách quan trọng nhằm đến phát triển ngành du lịch, nâng cấp các khách sạn nhà nước và thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành du lịch. Chính phủ Venezuela với tham vọng như vậy chính phủ từng bước cải thiện tình hình chính trị và an ninh nói chung, để đưa ngành du lịch phát triển bền vững.

+ Dịch vụ tài chính, ngân hàng: Ngành dịch vụ tài chính, bao gồm ngân hàng, bảo hiểm và các dịch vụ tài chính khác, cũng đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Sau khi thực hiện quốc hữu hóa một số ngành quan trọng như: điện, xi măng, thép, dịch vụ dầu mỏ, trong những năm qua chính phủ Venezuela đang tiến hành cuộc “cách mạng” trong ngành tài chính với việc 8 ngân hàng bị đóng cửa cũng như tái cơ cấu các ngân hàng yếu kém bên cạnh đó chính phủ Venezuela cũng đã kiểm soát chính sách tiền tệ, lãi suất, tỷ giá để đảm bảo kinh tế vĩ mô phát triển kinh tế.

1. Dung lượng thị trường

Venezuela là thành viên WTO kể từ ngày 1 tháng 1 năm 1995 và là thành viên của GATT kể từ ngày 31 tháng 8 năm 1990, có nền kinh tế tự chủ mà lịch sử đã chứng minh sự tăng trưởng mạnh mẽ của Venezuela, vào những thập niên 80-90 thu nhập bình quân đầu người ở mức trung bình cao, nhưng chủ yếu hàng hoá tiêu dùng trong nước vẫn phụ thuộc vào nhập khẩu từ thị trường bên ngoài.

Chính phủ đã tiến hành cải cách kinh tế cơ cấu đáng kể từ năm 2008 để di chuyển nền kinh tế từ một nền kinh tế tập trung bằng cách quốc hữu hoá một số công ty dầu mỏ tư nhân và có vốn đầu tư nước ngoài và một số ngành công nghiệp chủ chốt của nền kinh tế,

Kế hoạch chuyển sang một nền kinh tế tự chủ do nhà nước quản lý, Những cải cách này bao gồm nhà nước bảo trợ các doanh nghiệp, hàng hóa thương mại và tăng cường hệ thống thuế - những thay đổi ban đầu gây ra một số

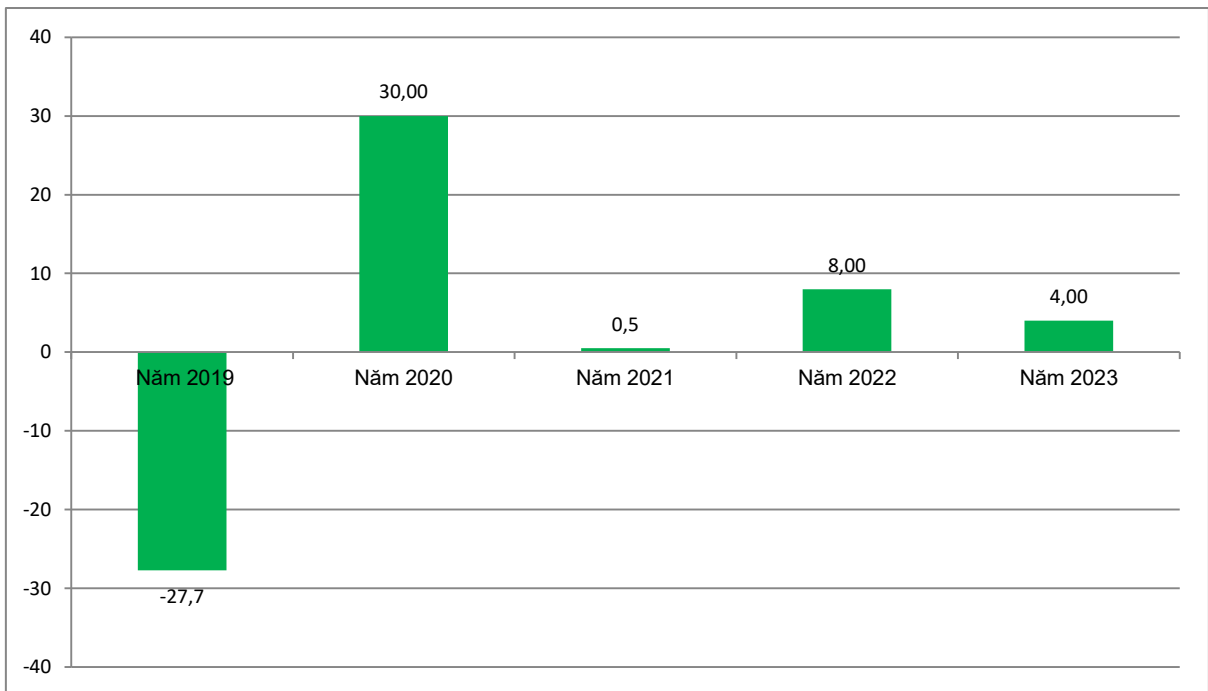
khó khăn về kinh tế nhưng sau đó cũng đã giúp thu hút đầu tư nhất là lĩnh vực dầu khí, thúc đẩy tăng trưởng và cải thiện dần các điều kiện sống.

Nền kinh tế Quốc gia Nam Mỹ này đã suy giảm 80% kể từ năm 2013, do giá dầu lao dốc, sản lượng giảm sau nhiều thập kỷ thiếu đầu tư, cùng với Đồng bolivar đã mất ba số 0 vào năm 2008 và loại bỏ thêm năm số 0 nữa vào năm 2018, Đồng bolivar đã mất gần như tất cả giá trị của nó chỉ trong hơn một thập kỷ - giảm gần 73% chỉ riêng trong năm 2021. Đầy lạm phát của Venezuela tăng cao nhất vào năm 2018 là 33.151% trong lịch sử 23 năm của IMF

Tăng trưởng GDP thực tế của Venezuela trong thời gian khủng hoảng kinh tế năm 2008 đến năm 2013 vẫn tăng trưởng ở mức 2.6% năm Sau cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008, khi đại dịch Covid19 cùng với đà suy giảm kinh tế cùng với lạm phát tăng cao GDP của Venezuela tụt giảm mạnh xuống 30,0% vào năm 2020.

Biểu đồ 1: GDP của Venezuela giai đoạn 2019 - 2023

Đơn vị tính: (%)



Nguồn: tradingeconomics

Nhờ có chính sách cải cách kinh tế mạnh mẽ của Chính phủ. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) tại Venezuela tăng 4 phần trăm trong quý IV năm 2023 so với cùng kỳ năm trước. Tỷ lệ tăng trưởng GDP hàng năm tại Venezuela trung bình là -1,26 phần trăm từ năm 1998 đến năm 2023, đạt mức cao nhất là 36,1% vào năm 2004 và mức thấp kỷ lục là -30,0% vào năm 2020.

Bên cạnh đó sự điều hành quyết liệt của chính phủ. Trong giai đoạn từ 2020 đến 2023, chính phủ Venezuela đã thực hiện một số biện pháp quyết liệt nhằm cải thiện tình hình kinh tế, xã hội và chính trị của đất nước như;

Cải cách kinh tế: Chính phủ Venezuela đã thúc đẩy các biện pháp cải cách kinh tế nhằm tăng cường hiệu quả và tính cạnh tranh của nền kinh tế. Điều này có thể bao gồm việc giảm quy định, thu hút đầu tư nước ngoài, và thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp chủ chốt giảm phụ thuộc vào hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài.

Phát triển kỹ thuật số: Chính phủ có thể đã đầu tư vào việc phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số nhằm nâng cao hiệu quả của các dịch vụ công và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành công nghiệp công nghệ thông tin và truyền thông. Góp phần nâng cao đời sống thu nhập của người dân

Cũng trong giai đoạn này đời sống thu nhập của người dân Venezuela, cũng trải qua đã trải qua một số biến động và ảnh hưởng từ nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm tình hình chính trị, kinh tế tổng thể của đất nước, chính sách xã hội và lao động, cũng như các yếu tố khác;

Tăng trưởng kinh tế: Nếu kinh tế Venezuela sau thời gian sụt giảm và đã có sự tăng trưởng kể từ năm 2021, người dân có thể đã nhận thấy một cải thiện đáng kể trong thu nhập và chất lượng cuộc sống của họ. Tăng trưởng kinh tế thường đi kèm với tăng cường trong việc tạo ra việc làm và cơ hội kinh doanh, làm cho thu nhập của người dân tăng lên.

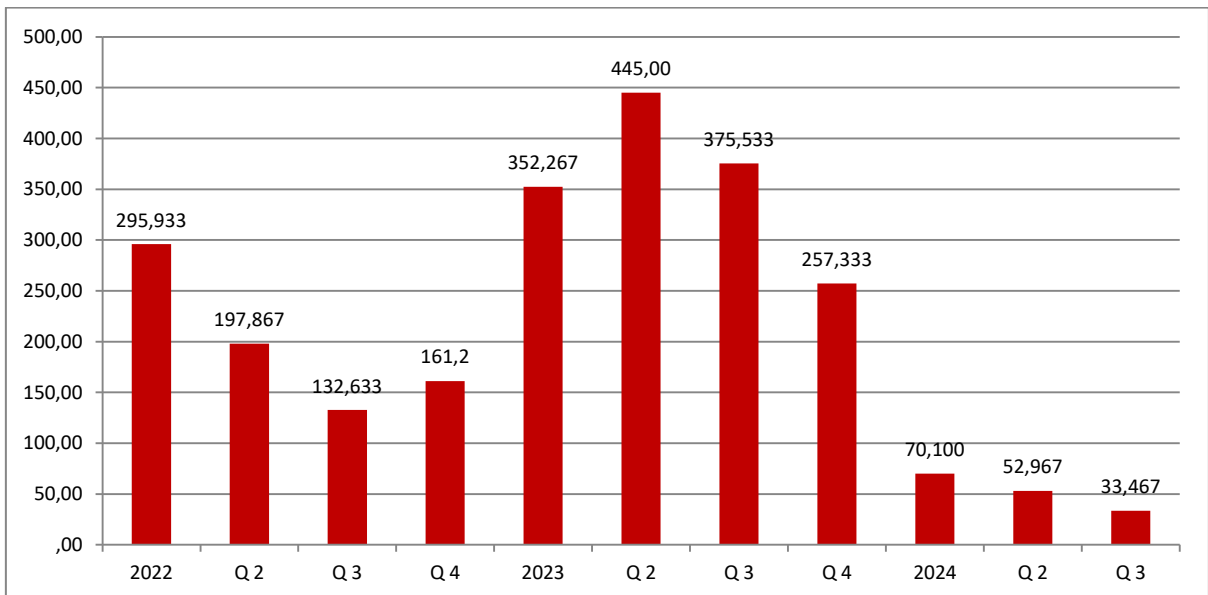
Lạm phát của Venezuela đã liên tục tăng ít nhất là từ những năm 1980, theo dữ liệu của IMF, và đã đạt ngưỡng chưa từng có tiền lệ trong những năm

gần đây. Quốc gia Mỹ Latin này chứng kiến siêu lạm phát hơn 130.000% trong năm 2018, khi chính phủ phải phát hành một đồng tiền mới có tên Bolivar Soberano, trị giá bằng 100.000 Bolivar cũ, để đơn giản hóa các giao dịch. Giá một lon Coca-Cola có giá chuyển từ từ 2.800.000 Bolivar “cũ” thành 28 Bolivar “mới”. Năm 2022, lạm phát của Venezuela vẫn là 310%, cao nhất thế giới trong năm đó.

Mức chi phí thực phẩm tại Venezuela tăng 24,90% vào tháng 9 năm 2024 so với cùng kỳ năm trước. Lạm phát thực phẩm tại Venezuela trung bình là 11.944,85% từ năm 2009 đến năm 2024, đạt mức cao nhất là 37.1545,60% vào tháng 2 năm 2019 và mức thấp nhất là 17,89% vào tháng 8 năm 2012, và kỳ vọng, Lạm phát thực phẩm của Venezuela dự kiến sẽ có xu hướng quanh mức 23,00% vào năm 2025 và 30,00% vào năm 2026

Biểu đồ 2: Tỷ lệ lạm phát của Venezuela năm 2022 – 2023

(Đơn vị tính: %)



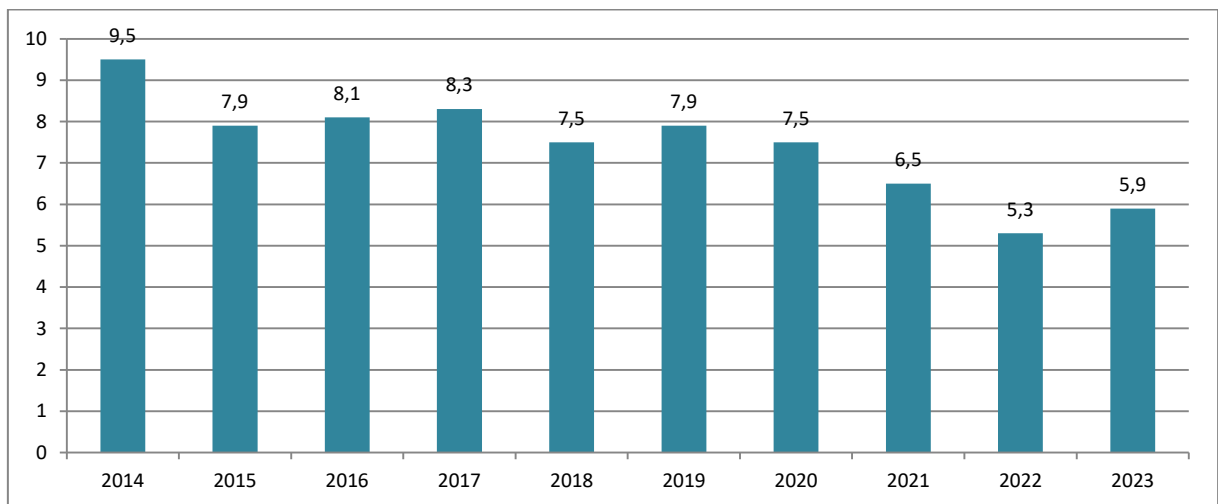
Chính sách xã hội và lao động: Các biện pháp như tăng lương tối thiểu, cải thiện điều kiện làm việc, và mở rộng các chương trình trợ cấp xã hội có thể đã có ảnh hưởng tích cực đến thu nhập của người dân Bulgaria trong giai đoạn này.

Thị trường lao động: Tình hình thị trường lao động cũng có thể ảnh hưởng đến thu nhập của người dân. Nếu có sự tăng trưởng trong các ngành công nghiệp chủ chốt và tăng cường cơ hội việc làm, người lao động có thể tận hưởng thu nhập tốt hơn.

Tỷ lệ thất nghiệp ở Venezuela tăng lên 5,9% vào năm 2023 từ 5,3% và giảm 3.6% so với năm 2014. Tỷ lệ thất nghiệp ở Venezuela trung bình là 10,08 phần trăm từ năm 1999 đến năm 2023.

Biểu đồ 3: Tỷ lệ thất nghiệp của Venezuela giai đoạn 2014 - 2023

Tỷ lệ (%)



Nguồn: tradingeconomics

Sau cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu năm 2008 cùng với bất ổn chính trị đã có một tác động lớn đối với nền kinh tế của Venezuela, và thu nhập bình quân đầu người của quốc gia này cũng không ngoại lệ, đã gây ra những tác động lớn đối với Venezuela, bao gồm cả việc giảm thu nhập bình quân đầu người và tăng mức độ thất nghiệp, dẫn đến một giai đoạn khó khăn cho người dân và nền kinh tế quốc gia. từ mức thu nhập bình quân đầu người của Venezuela năm 2012 là 12.900 USD và giảm xuống mức 4.800 USD vào năm 2023.

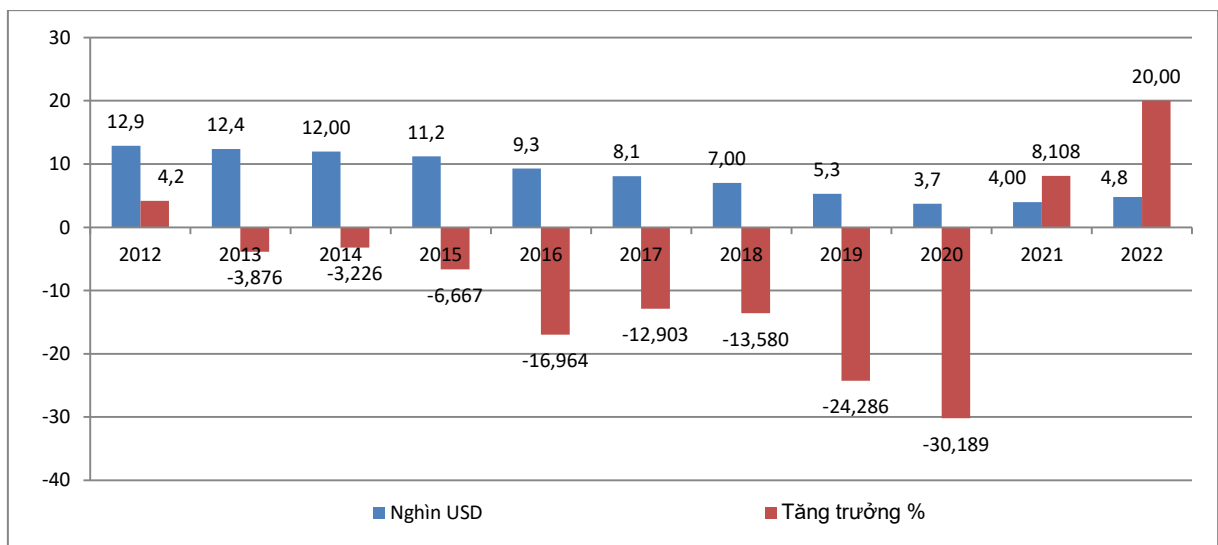
Năm 2021, nhờ sự vào cuộc quyết liệt về cải cách kinh tế Venezuela bắt đầu phục hồi kinh tế và ghi nhận một số dấu hiệu khả quan, bao gồm mức tăng

trường GDP bình quân đầu người từ Tuy nhiên, để chính xác hơn, cần lưu ý rằng Venezuela vẫn phải đối mặt với những thách thức kinh tế và xã hội lớn sau khủng hoảng kinh tế và suy thoái nghiêm trọng.

Vào năm 2021, một số yếu tố có thể đã giúp Venezuela vượt qua khủng hoảng và đạt được mức tăng trưởng GDP bình quân đầu người bao gồm:

Hồi phục chung của nền kinh tế thế giới sau đại dịch Covid-19, các nền kinh tế trong khu vực đã bắt đầu phục hồi ổn định cùng với ổn định chính trị trong nước cùng như từng bước giảm phụ thuộc vào nhập khẩu hàng hoá từ bên ngoài, điều này có thể thấy nền kinh tế của quốc gia Nam Mỹ đã từng bước đi vào ổn định.

Biểu đồ 4: Thu nhập bình quân đầu người giai đoạn 2012 - 2022



Nguồn: *worldbank.org*

Chính sách kinh tế và cải cách: Chính phủ có thể đã áp dụng các biện pháp kích thích kinh tế hoặc cải cách chính sách nhằm khôi phục sự ổn định và khuyến khích đầu tư.

Cải thiện trong một số lĩnh vực kinh tế: Các ngành công nghiệp chính như du lịch, nông nghiệp, và dịch vụ có thể đã đóng góp vào sự tăng trưởng GDP của Venezuela vào thời điểm này.

Tuy nhiên, mặc dù có dấu hiệu cải thiện, Venezuela vẫn đối mặt với các thách thức kinh tế dài hạn như thất nghiệp cao, hạ tầng kém, và sự phụ thuộc vào nguồn lực ngoài. Việc đánh giá và theo dõi sự phục hồi kinh tế của Venezuela cần phải cân nhắc nhiều yếu tố.

Ảnh hưởng của đại dịch và tình hình kinh tế, bất ổn chính trị diễn ra trên nhiều khu vực: Venezuela cũng không nằm ngoài sự bất ổn và cũng sẽ chịu ảnh hưởng tiêu cực từ các biến động kinh tế toàn cầu khác, thu nhập của người dân cũng đã bị ảnh hưởng tiêu cực do mất việc làm, giảm giá trị tiền lương và các khó khăn khác.

2. Nhu cầu tiêu dùng

- Doanh số bán lẻ hàng hóa

Khi chất lượng cuộc sống ngày càng được cải thiện kéo theo nhu cầu sử dụng hàng hóa của người dân Venezuela ngày càng tăng cao. họ đã và đang rất ưa chuộng các sản phẩm của có chất lượng tốt và an toàn.

Doanh số bán lẻ ở Venezuela được phản ánh rõ nét của nền kinh tế quốc gia này, qua doanh số bán lẻ, có thể hình dung về việc thu hẹp hay mở rộng của nền kinh tế. Được coi là chỉ số kinh tế vĩ mô của nền kinh tế, doanh số bán lẻ đóng một vai trò quan trọng và được các nhà kinh tế ưu tiên và quyết định đầu tư.

Là một chỉ số quan trọng để đánh giá “sức khỏe” của kinh tế và mức độ tiêu dùng của người dân. Doanh số bán lẻ tại Venezuela cho thấy những xu hướng tiêu dùng đặc trưng và sự biến động theo thời gian và bối cảnh kinh tế và ảnh hưởng bởi các yếu tố kinh tế, xã hội và văn hóa tại quốc gia này.

Do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế cùng với sự mất giá của đồng Bolivar (VEF). Doanh số bán lẻ tại Venezuela đã giảm sâu là 53,50% vào năm 2019. Doanh số bán lẻ theo năm tại Venezuela trung bình đạt 5,74% từ năm 2008 đến

năm 2019, đạt mức cao nhất là 60,30% vào năm 2016 và mức thấp nhất là âm (-) -56,20% vào năm 2018.

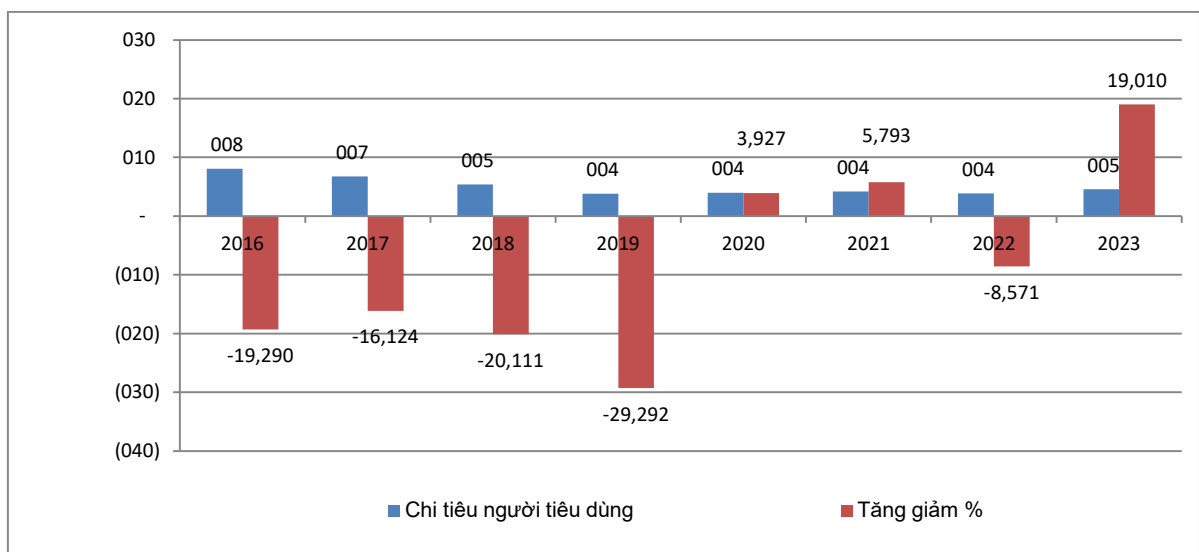
Tại Venezuela, doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trong những năm qua do ảnh hưởng của biến động chính trị cũng như suy thoái kinh tế. Doanh số bán lẻ có một sức ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế. Doanh số bán lẻ thể hiện ở chi tiêu bình quân của người dùng tại Venezuela. Năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ đạt 6,23 nghìn tỷ Bolivar (VEF), tăng 9,6% so với năm 2022.

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2023 ước đạt 565,8 nghìn tỷ (VEF), tăng 2,6% so với năm trước.

Chi tiêu của người tiêu dùng tại Venezuela giảm xuống còn 3.819 triệu VEF vào năm 2019 từ mức 5.057 triệu VEF trong năm 2018. Chi tiêu của người tiêu dùng tại Venezuela trung bình đạt 7.953,87 triệu VEF từ năm 1998 đến năm 2019, và đạt cao nhất là 12.336,00 triệu VEF trong năm 2013 và thấp nhất là 3.819,00 triệu VEF trong năm 2019.

Biểu đồ 5: Chi tiêu của người dùng tại Venezuela năm 2016 - 2023

Đơn vị tính (Triệu (VEF))

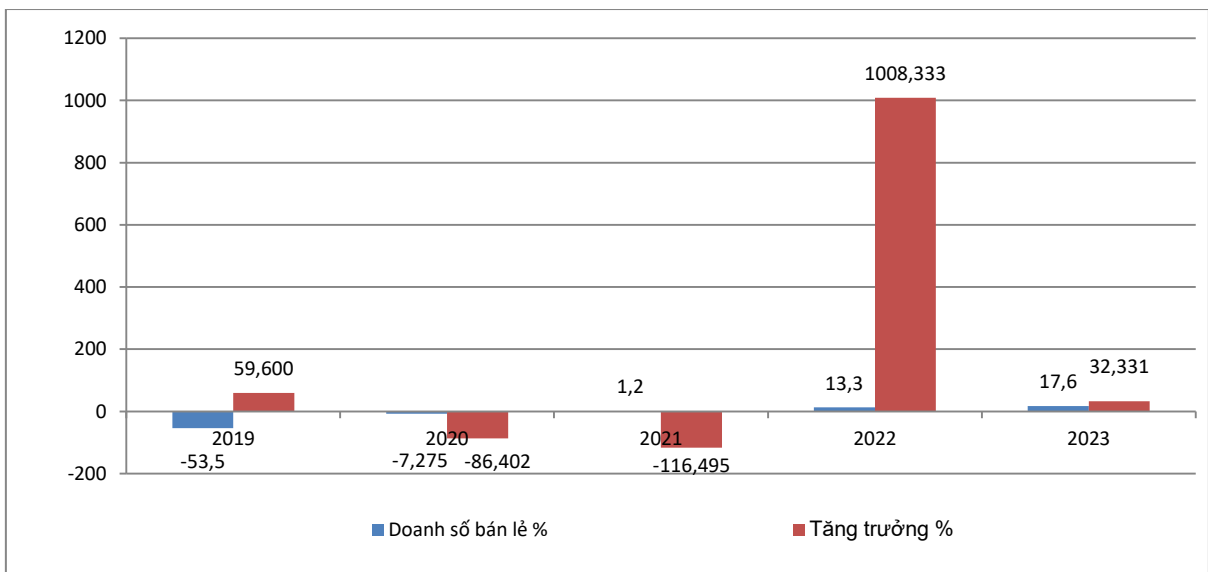


Nguồn: tradingeconomics

Doanh số bán lẻ của Venezuela vào năm 2016 là 2.740,27 (VEF) theo số liệu từ Ngân hàng thế giới. Theo đó Doanh số bán lẻ Venezuela tăng 1.968,25 trong năm 2023. Ước tính Doanh số bán lẻ Venezuela năm 2024 là 9.726,54 nếu vẫn giữ nguyên tốc độ tăng trưởng như năm vừa rồi. Với giả định tình hình kinh tế Venezuela và kinh tế thế giới không có nhiều biến động.

Doanh số bán lẻ tại Venezuela tăng 3,2% so với cùng kỳ năm trước vào tháng 6 năm 2024, tăng tốc từ mức tăng 1,1% của tháng trước. Đây là mức tăng trưởng mạnh nhất trong giai đoạn 2020 - 2023, được thúc đẩy bởi mức tăng nhanh hơn về doanh số bán hàng tại các cửa hàng bán lẻ tổng hợp (4,7% so với 4,2% vào tháng 6) và thiết bị CNTT và đồ gia dụng điện (3,8% so với 2,8%). Ngoài ra, thương mại phục hồi đối với ô tô, xe máy và các bộ phận liên quan (10,9% so với -5%) và thương mại không tại cửa hàng hoặc quầy hàng (0,2% so với -1,6%). Trong khi đó, doanh số bán hàng chủ yếu giảm đối với thực phẩm, đồ uống và thuốc lá (-4,3% so với 0,7%), nhiên liệu và các sản phẩm liên quan đến nhiên liệu (-7,6% so với -5,1%) và hàng hóa văn hóa và giải trí (-1,3% so với 0,9%). Trên cơ sở hàng tháng, thương mại bán lẻ tăng 3%, sau khi giảm 3,2% vào tháng 5

Biểu đồ 6: Doanh số bán lẻ tại Venezuela năm 2019 - 2023



Nguồn: Tổng hợp

Bên cạnh đó niềm tin của người tiêu dùng tại Venezuela giảm xuống còn 66 điểm trong quý 2 năm 2020 từ mức 74 điểm trong quý 1 năm 2020. Niềm tin của người tiêu dùng tại Venezuela đạt trung bình 70,40 điểm từ năm 2011 đến năm 2020, đạt mức cao nhất mọi thời đại là 89,00 điểm trong quý 1 năm 2012 và mức thấp kỷ lục là 57,00 điểm trong quý 3 năm 2016.

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

Nhu cầu tiêu dùng đối với hàng hóa nội địa của người dân Venezuela có yếu tố văn hóa xã hội có tác động lớn đến xu hướng tiêu dùng, bởi vì chúng định hình cách mọi người nhìn nhận, giá trị, và lựa chọn trong cuộc sống hàng ngày.

Giá trị và quan điểm xã hội đối với vấn đề như gia đình, và môi trường ảnh hưởng đến quyết định mua sắm. Người tiêu dùng thường chọn lựa các sản phẩm và dịch vụ phản ánh giá trị của xã hội mà người dân Venezuela theo đuổi.

Venezuela có nền văn hóa giàu bản sắc của Nam Mỹ ngày nay bắt nguồn từ một tập hợp truyền thống văn hóa đa dạng, từ những nền văn minh tiền Columbus và các bộ lạc bản địa, đã hòa trộn với những người di cư Châu Phi cũng như người nhập cư châu Á và châu Âu. Sự pha trộn văn hóa sôi động và độc đáo này không chỉ được phản ánh trong văn hóa đại chúng, mà cả ẩm thực, kiến trúc, tôn giáo và âm nhạc trên khắp lục địa,

Ngày nay Venezuela vẫn còn là một nơi khá bí ẩn khi hậu duệ của những nền văn minh cổ đại và dân tộc bản địa này duy trì mối quan hệ chặt chẽ với lối sống và tín ngưỡng truyền thống của tổ tiên họ; cho dù thông qua nó thông qua thực hành tôn giáo, văn hóa dân gian hay kết nối với thiên nhiên.

Vì vậy nhu cầu tiêu dùng đối với hàng hoá sản xuất trong nước đối với Venezuela là rất cao họ chủ yếu dành cho những đồ thực phẩm của địa phương và những bộ trang phục sặc sỡ sắc màu trong các dịp lễ hội

Ngoài ra, văn hóa và thị hiếu tiêu dùng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc định hình nhu cầu tiêu dùng của người dân Venezuela. Với một lịch sử văn

hóa đã có nầu đời, người dân Venezuela thường có xu hướng ưa chuộng các sản phẩm mang tính địa phương và truyền thống.

Thực phẩm truyền thống của Venezuela có nguồn gốc từ thời xa xưa. Các sản phẩm truyền thống đại diện cho một yếu tố quan trọng của văn hóa, bản sắc và di sản. Yếu tố cá nhân cũng có ảnh hưởng lớn đến quyết định khi người dân rút túi tiền mua sắm. Các yếu tố này bao gồm sở thích, lối sống, cá tính, tuổi tác, nghề nghiệp, hoàn cảnh kinh tế... của người dân. Nhu cầu tiêu dùng cũng phải nói đến tuổi tác, nhu cầu hưởng thụ, thu nhập, tâm lý người tiêu dùng, ảnh hưởng đến cách thức mua sắm. Cá tính riêng và khả năng tài chính bản thân tác động đến quyết định trong hành vi mua sắm.

Tiêu dùng đối với hàng hoá sản xuất trong nước đóng vai trò quan trọng trong việc định hình nền kinh tế xã hội của Quốc gia này. Venezuela là đất nước có nền văn hóa lâu đời và phong phú đa dạng và giàu bản sắc có lịch sử nầu đời tại khu vực Nam Mỹ. Một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng là mức độ phát triển kinh tế của quốc gia này. Nền kinh tế của Venezuela hoạt động theo nguyên tắc Chính phủ bảo trợ, trong đó các doanh nghiệp nhà nước đóng vai trò chủ đạo và khu vực doanh nghiệp tư nhân nhỏ hơn. Venezuela là một quốc gia mạnh về công nghiệp dầu mỏ có thu nhập cao và là thành viên của Tổ chức các nước xuất khẩu dầu lửa (OPEC).

Một yếu tố khác là sự phát triển của thị trường tiêu dùng trong nước. Venezuela có các hệ thống bán lẻ, bao gồm các siêu thị, cửa hàng và trung tâm mua sắm, cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho người tiêu dùng. Sự đa dạng và sự tiện ích của các cửa hàng này thường làm tăng sự tiêu thụ hàng hóa nội địa. Sự phát triển của các xu hướng tiêu dùng hiện đại như tiêu dùng bền vững cũng đang là một yếu tố quan trọng trong việc định hình nhu cầu tiêu dùng ở Venezuela. Các chính sách của Chính phủ cũng góp phần đẩy mạnh tiêu thị hàng hoá cũng như tác động đến nhu cầu tiêu dùng trong nước.

- Nhu cầu tiêu dùng đối với sản phẩm nhập khẩu

Venezuela là quốc gia giàu tài nguyên dầu mỏ nên kinh tế chủ yếu dựa vào hàng hoá nhập khẩu và có nền kinh tế nhà nước nắm chủ đạo chủ yếu các ngành kinh tế cũng như các ngành sản xuất trọng yếu của đất nước và là quốc gia có thu nhập cao trong những năm qua, người dân được cải thiện đáng kể về thu nhập và chất lượng cuộc sống của họ vì vậy nhu cầu tiêu dùng hàng hoá đối với hàng hoá nhập khẩu cũng tăng lên đáng kể.

Trong bối cảnh thương mại quốc tế, Venezuela cũng là thành viên của tổ chức thương mại thế giới (WTO), về mối quan hệ thương mại EU-Venezuela dựa trên các quy tắc và thuế quan của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). và tham gia các hiệp định như nhóm G3 Colombia, Mexico và Venezuela và Hiệp định GSTP và gần đây Venezuela thúc đẩy quan hệ đối tác chặt chẽ và hiệu quả hơn với ASEAN. Vì vậy Venezuela cũng là nước nhập khẩu nhiều loại hàng hóa từ khắp nơi trên thế giới.

Năm 2023 Venezuela nhập khẩu chính các mặt hàng bao gồm; (Máy móc và thiết bị điện; máy ghi âm và phát lại âm thanh, truyền hình ...) đạt 1,26 tỷ USD, chiếm tới 11,17% tổng giá trị nhập khẩu; Nhóm (Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy móc và thiết bị cơ khí...) đạt 1,11 tỷ USD, chiếm 9,9% giá trị nhập khẩu; Tiếp đến là nhóm (Các loại xe khác ngoài toa xe lửa hoặc xe điện...) đạt 845,2 triệu USD, chiếm 7,48% giá trị; nhóm (Ngũ cốc) đạt 755,9 triệu USD chiếm 6,69% giá trị nhập khẩu, và nhóm (Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm...) chiếm 665,3 triệu USD, chiếm 5,89% giá trị nhập khẩu, các nhóm hàng này chủ yếu để phục vụ sản xuất trong nước và để đảm bảo lương thực của quốc gia này.

Ngành công nghiệp Venezuela sản xuất và xuất khẩu sản phẩm công nghiệp nặng như thép, nhôm và xi măng, với sản xuất tập trung xung quanh Ciudad Guayana, gần Đập Guri, một trong những đập lớn nhất trên thế giới cung cấp khoảng ba phần tư điện tiêu dùng của Venezuela. Các ngành sản xuất khác

bao gồm thiết bị điện tử và ô tô, cũng như đồ uống và thực phẩm. Chiếm (12%), khu vực nông nghiệp ở Venezuela chiếm khoảng 3% GDP,

Bảng 1: Nhóm hàng nhập khẩu chủ yếu của Venezuela năm 2023

Đơn vị tính (Nghìn USD)

Mặt hàng	Năm 2023	So năm 2022 %	Tỷ trọng %
Tổng:	11.299.128	0,86	100
Máy móc và thiết bị điện cùng các bộ phận của chúng; máy ghi âm và phát lại âm thanh, truyền hình ...	1.261.873	7,34	11,17
Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy móc và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof	1.119.054	22,05	9,90
Các loại xe khác ngoài toa xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng	845.298	30,67	7,48
Ngũ cốc	755.928	-5,13	6,69
Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất của chúng; chất bitum; khoáng ...	665.304	178,47	5,89
Nhựa và các sản phẩm từ nhựa	513.763	-21,36	4,55

Chất thải và chất thải từ ngành công nghiệp thực phẩm; thức ăn chăn nuôi đã chế biến	388.770	13,01	3,44
Các chế phẩm từ ngũ cốc, bột mì, tinh bột hoặc sữa; các sản phẩm làm bánh ngọt	350.035	-8,45	3,10
Mỡ và dầu động vật, thực vật hoặc vi khuẩn và các sản phẩm phân tách của chúng; mỡ ăn được đã chế biến; ...	292.580	-38,18	2,59
Sản phẩm dược phẩm	266.494	-26,54	2,36
Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không đan hoặc móc	264.020	-1,61	2,34
Giày dép, xà cạp và các loại tương tự; các bộ phận của các mặt hàng như vậy	242.162	1,27	2,14
Đường và bánh kẹo đường	240.300	-23,20	2,13
Cao su và các sản phẩm từ cao su	237.448	-14,52	2,10
Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, đan hoặc móc	211.639	16,45	1,87
Các mặt hàng bằng sắt hoặc thép	190.953	42,86	1,69
Đồ nội thất; đồ trải giường, nệm, giá đỡ nệm, đệm và các đồ nội thất nhồi bông tương tự; ...	188.862	6,44	1,67
Tinh dầu và nhựa; chế phẩm nước hoa, mỹ	170.679	6,42	1,51

phẩm hoặc vệ sinh			
Xà phòng, chất hoạt động bề mặt hữu cơ, chế phẩm giặt, chế phẩm bôi trơn, chất nhân tạo ...	162.205	8,76	1,44
Đồ chơi, trò chơi và đồ dùng thể thao; các bộ phận và phụ kiện của chúng	152.341	0,95	1,35
Quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật .	151.418	20,23	1,34
Các chế phẩm ăn được khác nhau	138.979	-7,60	1,23
Các mặt hàng sản xuất khác nhau	134.116	-8,18	1,19
Giấy và bìa cứng; các mặt hàng làm từ bột giấy, giấy hoặc bìa cứng	130.620	5,61	1,16
Sản phẩm của ngành xay xát; mạch nha; tinh bột; inulin; gluten lúa mì	130.565	-15,90	1,16
Hóa chất hữu cơ	116.489	-27,38	1,03
Các sản phẩm hóa chất khác	112.995	-31,14	1,00
Sắt và thép	99.778	-20,57	0,88
Đồ uống, rượu mạnh và giấm	96.723	-15,66	0,86
Hạt có dầu và quả có dầu; ngũ cốc, hạt và quả hỗn hợp; công nghiệp hoặc thuốcl ...	80.037	43,91	0,71

Nguồn: <https://www.trademap.org>

3. Thị hiếu tiêu dùng

Hiện nay, xu hướng tiêu dùng tại Venezuela nói riêng và khu vực Nam Mỹ nói chung đã có những thay đổi lớn sau đại dịch Covid-19 cũng như bối cảnh kinh tế khó khăn, tác động trực tiếp tới tiêu dùng cá nhân.

Trên thực tế, trong bối cảnh kinh tế khó khăn, người tiêu dùng Venezuela có những điều chỉnh đáng kể trong tiêu dùng, từ cắt giảm mức chi tiêu không cần thiết, hạn chế mua hàng hoá thay đổi phương thức và lựa chọn xoay sở với ngân sách thu hẹp hơn so với trước đây.

Hiện nay người dân Venezuela mua hàng ngày càng quan tâm đến sự bền vững, bao gồm truy xuất nguồn gốc và trách nhiệm xã hội, yếu tố bảo vệ môi trường. Khách hàng sẽ ưu tiên lựa chọn các sản phẩm được sản xuất thân thiện với môi trường, sử dụng năng lượng xanh và đảm bảo lợi ích cho người lao động.

Đáng chú ý, với ngành hàng nông sản, thực phẩm, đồ uống, người tiêu dùng ngày càng quan tâm nhiều hơn tới sức khỏe, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến thực phẩm - đồ uống. Xu hướng ăn sạch (eat clean - lựa chọn các loại thực phẩm sạch, tươi ngon, không chứa chất bảo quản hay phụ gia hóa học, tiêu thụ nhiều thực phẩm nguyên chất hơn là thực phẩm đã được chế biến sẵn) đã trở nên quen thuộc hơn với người tiêu dùng, tiêu dùng sản phẩm “xanh, sạch”, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng và tốt cho sức khỏe sản phẩm “xanh” và “sạch” thân thiện môi trường hoặc đạt các chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng trở thành ưu tiên hàng đầu

Trong đó, người dân Venezuela mua hàng ngày càng quan tâm đến sự bền vững, bao gồm truy xuất nguồn gốc và trách nhiệm xã hội, yếu tố bảo vệ môi trường.

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

Các chính sách về thực phẩm và nông nghiệp do chính phủ Venezuela đưa ra trong ba thập kỷ qua, việc mở rộng kiểm soát giá trong mười lăm năm tiếp theo và các yếu tố bên ngoài

Các chính sách kiểm soát giá được áp dụng nhằm cố định giá cho tất cả các loại thực phẩm chủ yếu và thực sự cấm nhập khẩu đối với các nhà phân phối tư nhân các loại thực phẩm này. Hàng hóa nhập khẩu được bán tại các chợ thực phẩm được nhà nước trợ cấp đã giảm đáng kể việc nhập khẩu.

Chính phủ Venezuela đã mở rộng các biện pháp kiểm soát giá được thực hiện lần đầu tiên vào năm 2003 và thông qua Luật về Chi phí và Giá cả Công bằng, sử dụng sắc lệnh hành pháp, điều chỉnh thêm sản xuất và định giá sản phẩm và trừng phạt khu vực tư nhân bằng các giới hạn lợi nhuận, kiểm toán và hình phạt (OAS, không có ngày)

Bên cạnh đó chính phủ Venezuela đã kiểm soát và quốc hữu hoá một số thị thống siêu thị cũng như hệ thống phân phối thực phẩm. và các sản phẩm tiêu dùng thiết yếu điều này cũng gây ảnh hưởng không nhỏ đến hệ thống phân phối hàng hoá tại Venezuela. Các quy định này không chỉ định hình cấu trúc và hoạt động của hệ thống phân phối mà còn đảm bảo rằng các sản phẩm tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn và môi trường. Dưới đây là một số quy định của thị trường và ảnh hưởng của chúng đến hệ thống phân phối:

4.1. Các qui định đối với hàng hoá xuất nhập khẩu

+ Thuế quan và thủ tục hải quan

Venezuela là một phần của WTO, Ngân hàng Thế giới, CEPALC: Ủy ban Kinh tế cho Châu Mỹ Latinh và Caribe, ALADI: Hiệp hội Hội nhập Châu Mỹ Latinh, MCCA (CACM): Thị trường chung Trung Mỹ. Nước này đã ký Hiệp định Thúc đẩy và Bảo vệ Đầu tư năm 1993 và là đối tác của MERCOSUR.

Nước này đã rút khỏi Cộng đồng Andean, nơi tập hợp một số quốc gia của Nam Mỹ

Một số biện pháp kiểm soát xuất khẩu hiếm khi được sử dụng. Một số tài nguyên khoáng sản có thể được kiểm soát khi xuất khẩu. Việc tái xuất khẩu hàng hóa thiết bị thường không được phép trừ khi việc nhập khẩu là tạm thời.

Giấy phép nhập khẩu hiếm khi bắt buộc, nhưng một số sản phẩm phải tuân theo giấy phép nhập khẩu: vũ khí và chất nổ yêu cầu giấy phép nhập khẩu từ Bộ Nội vụ.

Giấy chứng nhận nhập khẩu là bắt buộc đối với một số sản phẩm phải kiểm soát đặc biệt. Tất cả thực phẩm và hàng nông sản nhập khẩu đều phải xin giấy chứng nhận sức khỏe và kiểm dịch thực vật để được phép xuất khẩu.

Thuốc, sản phẩm thực phẩm và mỹ phẩm cần phải được đăng ký với Bộ Y tế.

Nếu nhập khẩu các sản phẩm rượu, phải dán nhãn xung quanh hệ thống nút chai của chai. Thuốc lá nhập khẩu cũng phải trải qua quy trình này.

Thuế hải quan và thuế nhập khẩu 12%

Thuế nhập khẩu Thuế hải quan nằm trong khoảng từ 5 đến 20% (có một số trường hợp ngoại lệ như xe cá nhân: 35%). Trung bình: 12%. Thuế đối với giao dịch bán buôn là 16,5% (trên giá CIF + thuế nhập khẩu + Phí hải quan). Trong khu thương mại tự do Margarita, thuế này chỉ áp dụng cho dịch vụ. Thuế đối với các sản phẩm xa xỉ dao động từ 10 đến 20%, tùy thuộc vào sản phẩm.

Hải quan Venezuela yêu cầu tất cả các tài liệu phải bằng tiếng Tây Ban Nha. Hóa đơn phải là bản gốc được đánh máy, không phải bản sao. Bản kê khai nhập khẩu và tờ khai giá trị (vận đơn) phải được lập thành bốn bản.

Người xuất khẩu nên báo giá CIF và giá FOB cho Venezuela. Bảo hiểm và cước phí phải được liệt kê riêng trên hóa đơn. Hóa đơn phải được lập thành hai bản và liệt kê cả giá trị cho mỗi đơn vị và tổng giá trị của lô hàng. Mô tả về

hàng hóa phải bao gồm mã số thuế quan phù hợp mà người nhập khẩu có thể cung cấp. Để đơn giản hóa quy trình nhập khẩu đối với một lượng lớn hàng hóa cho một dự án, nên có một tờ khai duy nhất cho tất cả các mặt hàng và sau đó mỗi mặt hàng phải được liệt kê riêng với mã số thuế quan tương ứng.

Các nhà xuất khẩu được khuyến khích làm theo hướng dẫn của nhà nhập khẩu và đối với các sản phẩm cần đăng ký (thực phẩm, dược phẩm, nước hoa), hãy đảm bảo rằng các bước đã được thực hiện trước khi giao hàng. Nhìn chung, các thủ tục khá chậm và nhà nhập khẩu Venezuela phải cung cấp một số tài liệu bằng cách hợp tác với nhà xuất khẩu.

Thuế suất hải quan thường dao động từ 5% đến 35%. Thuế suất thay đổi tùy thuộc vào sản phẩm liên quan. Nhìn chung, thuế nhập khẩu là 5% đối với hàng hóa vốn, 10% đến 15% đối với nguyên liệu thô và hàng hóa trung gian, và 15% đến 35% đối với thành phẩm. Ngoài ra, tất cả hàng nhập khẩu đều phải chịu phí xử lý hải quan, thuế nhập khẩu và VAT.

+ Thuế giá trị gia tăng

Thuế, VAT tại Venezuela phải trả cho tất cả các giao dịch bán, cho thuê và nhập khẩu hàng hóa, và cung cấp dịch vụ được thực hiện hoặc sử dụng trong nước, Tỷ lệ có thể thay đổi hàng năm, trong phạm vi từ 8% đến 16,5%. Tỷ lệ chung hiện tại là 16%.

** Một số mặt hàng bán được miễn thuế bao gồm:*

Một số loại thực phẩm và sản phẩm khác dành cho con người tiêu dùng.

Phân bón cũng như bất kỳ loại khí đốt tự nhiên nào được sử dụng trong quá trình sản xuất phân bón.

Một số sản phẩm dùng cho động vật tiêu thụ.

Thuốc.

Xe lăn.

Sách, tạp chí, báo và giấy được sử dụng để sản xuất các sản phẩm này.

Xe cộ, máy bay và tàu hỏa để vận chuyển hành khách.

Máy móc và thiết bị phục vụ cho nông nghiệp.

Thiết bị khoa học được chính phủ mua.

+ *Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp*

Các công ty cư trú tại Venezuela phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp (CIT) đối với thu nhập từ Venezuela và nguồn nước ngoài của họ, trong khi các công ty cư trú ở nước ngoài có cơ sở thường trú (PE) tại Venezuela chỉ phải chịu thuế CIT đối với thu nhập từ Venezuela và nguồn nước ngoài thuộc về PE đó. Các công ty có thể yêu cầu bất kỳ khoản thuế tương tự nào đã trả ở nước ngoài đối với thu nhập từ nguồn nước ngoài dưới dạng tín dụng thuế. Các công ty không thường trú không có PE chỉ phải chịu thuế CIT đối với thu nhập từ Venezuela.

Mức thu từ 15% đến 34% tùy loại hình doanh nghiệp

+ *Quy định về bao gói, nhãn mác*

Bộ Y tế đã ban hành Nghị quyết số 137 ngày 02 tháng 12 năm 2021 (“Nghị quyết”) 1 quy định hướng dẫn ghi nhãn thực phẩm dùng cho người có chứa đường, chất béo bão hòa và chất béo chuyển hóa (“Chất dinh dưỡng”). Nghị quyết có hiệu lực kể từ ngày 07 tháng 12 năm 2021.

Nghị quyết này điều chỉnh việc dán nhãn thực phẩm thông qua việc sử dụng nhãn mặt trước trên bao bì và áp dụng cho thực phẩm sản xuất hoặc đóng gói được bán trên thị trường trong nước.

Các ngành công nghiệp chịu trách nhiệm sản xuất thực phẩm có Chất dinh dưỡng có 36 tháng kể từ ngày 7 tháng 12 năm 2021 để tuân thủ các quy định. Các ngành công nghiệp sản xuất thực phẩm đóng gói trong các thùng chứa có thể trả lại có thời hạn là năm năm. Thực phẩm có chứa Chất dinh dưỡng đã được sản xuất, phân phối và đưa ra thị trường trước khi ban hành Nghị quyết và trong

36 tháng đầu tiên sau khi công bố có thể được đưa ra thị trường cho đến khi hết hạn, sử dụng nhãn mác mà chúng sở hữu tại thời điểm phân phối và đưa ra thị trường.

Thực phẩm được sản xuất hoặc đóng gói để cung cấp cho người tiêu dùng cuối cùng sử dụng bất kỳ chất dinh dưỡng nào và có thành phần cuối cùng đạt hàm lượng được quy định trong bảng dưới đây phải tuân thủ các quy định của Nghị quyết.

Một số quy định bắt buộc của Bộ y tế Venezuela đối với 1 số sản phẩm thực phẩm.

Chất dinh dưỡng	Nếu 100 g thức ăn rắn chứa	Nếu 100 mL thực phẩm lỏng chứa
Đường bổ sung	Bằng hoặc cao hơn 11 g	Bằng hoặc cao hơn 5,5 g
Chất béo bão hòa	Bằng hoặc cao hơn 5 g	Bằng hoặc cao hơn 3 g
Chất béo chuyển hóa	Cao hơn 0 g	Cao hơn 0 g

Biểu tượng bát giác phải rõ ràng, không phai mờ và dễ đọc trong các trường hợp mua và sử dụng thông thường, và trong mọi trường hợp không được che phủ toàn bộ hoặc một phần; văn bản bên trong biểu tượng bát giác phải được viết bằng kiểu chữ Arial đậm, viết hoa và màu trắng; và (iii) Tất cả các biểu tượng của biểu tượng bát giác phải có màu đen (mã CMYK: C 0%, M 0%, Y 0%, K 100%).



Tất cả các thông tin liên quan đến thực phẩm đều phải chính xác. Chính phủ Venezuela cho phép bao bì và nhãn mác của các thực phẩm được sử dụng đa ngôn ngữ, tuy nhiên một trong đó phải là tiếng Bulgaria.

Nhãn mác với ngành hàng dệt may: Sản phẩm dệt may phải được dán nhãn hoặc đánh dấu khi được đưa vào thị trường Venezuela với mục đích thương mại. Các thông tin trên nhãn mác bao gồm: tên, mô tả và thông tin chi tiết về chất xơ của sản phẩm dệt phải được dán trực tiếp trên sản phẩm bán tới tay người tiêu dùng. Một số thông tin khác liên quan đến nhãn hiệu hoặc các chứng nhận chất lượng có thể được liệt kê riêng.

Nhãn mác với hàng giày dép: các nhãn mác phải truyền đạt thông tin liên quan đến mũ giày, lớp lót và lót đế trong, đế ngoài. Các thông tin phải được chuyển tải bằng chữ và các hình tượng, hoặc thông tin dạng văn bản đã được phê duyệt theo quy định của chi thị.

+ *Quy định về kiểm dịch động thực vật*

Điều kiện bắt buộc đối với động vật và sản phẩm có nguồn gốc động vật được nhập vào Venezuela phải được Phê duyệt y tế quốc gia, Cơ sở được phê duyệt, Giấy chứng nhận y tế, Kiểm soát y tế, Tài liệu nhập cảnh thú y (CVED)

Kiểm soát sức khỏe sinh vật sống

Chỉ được nhập động vật sống vào Venezuela nếu chúng đến từ một thứ ba quốc gia có tên trong danh sách các quốc gia đủ điều kiện đối với loài động vật có liên quan, có giấy chứng nhận phù hợp và đã vượt qua các biện pháp bảo mật pháp kiểm soát bắt buộc tại trạm kiểm soát biên giới (BIP) của quốc gia này.

Các biện pháp kiểm soát chính thức được thực hiện trước khi đưa ra thị trường hoặc chuyển một số động vật và hàng hóa nhất định theo quan điểm cấp giấy chứng nhận hoặc chứng nhận chính thức (ví dụ đối với sức khỏe thực vật), sẽ được thực thi theo các điều khoản được nêu trong Quy định và các quyền hành vi và thực hiện lệnh cấm thông qua. Quy định của Venezuela 2019/2130

(CELEX 32019R2130) đặt các quy tắc chi tiết liên quan đến việc thực hiện kiểm tra tài liệu, kiểm tra danh tính và kiểm tra thực tế tại các điểm kiểm soát biên giới giới.

+ *Quyền sở hữu trí tuệ*

Kể từ khi Venezuela rút khỏi Cộng đồng Andean vào năm 2006, quyền sở hữu trí tuệ được điều chỉnh bởi Luật Sở hữu Công nghiệp năm 1955 (có hiệu lực vào năm 1956), trong đó bảo vệ nhãn hiệu, bằng sáng chế và tên thương mại và Luật Bản quyền năm 1993, trong đó bao gồm bảo vệ sản phẩm gốc hoặc quyền tác giả. Vào năm 2020, sau mười lăm năm gián đoạn bằng sáng chế, Cơ quan sở hữu trí tuệ Tự chủ Venezuela (SAPI) đã chính thức công nhận và sau đó bắt đầu áp dụng Thỏa thuận về các khía cạnh liên quan đến thương mại trong Quyền Sở hữu Trí tuệ (TRIPS), cùng với Luật Sở hữu Công nghiệp năm 1955. Trong trường hợp có các điều khoản xung đột, điều khoản có lợi nhất cho người đơn xin cấp bằng sáng chế sẽ được ưu tiên.

Nhãn hiệu, bao gồm cả dấu hiệu nhãn công việc, có thời hạn là 15 năm kể từ ngày đăng ký hoặc giới hạn ngày, hợp nhất các trường tùy chọn và có thể được giới hạn vô thời hạn. Yêu cầu về thời hạn có thể được hoàn thành sáu tháng trước khi hết thời hạn nhãn. Trước khi Venezuela rút khỏi Cộng đồng Andean, thời hạn của nhãn hiệu và thời hạn nhãn hiệu là 10 năm.

Theo luật hiện hành của Venezuela, bằng sáng chế phát minh có thời hạn 20 năm, trong khi sáng chế kiểu công nghiệp có thời hạn 10 năm, mỗi bằng sáng chế tính từ ngày cấp đơn. Bằng cách sáng chế được cấp trước ngày 1 tháng 10 năm 2020 có thời hạn ngắn hơn và bao gồm các điều khoản bắt đầu tính từ ngày đơn xin cấp bằng sáng chế. Để duy trì năng lực của bằng sáng chế, tiền hỗ trợ phải được thanh toán trước ngày kỷ niệm ngày cấp đơn. Luật pháp Venezuela không xem xét việc xét xử bằng sáng chế.

4.2. Các quy định đối với các doanh nghiệp trong nước.

+ Quy định về đối với hàng hoá và dịch vụ

Venezuela đưa ra tiêu chuẩn cho hàng hoá thương mại và dịch vụ như;

Hiện tại, Bộ Kinh tế và Tài chính Venezuela là cơ sở quản lý Kiểm soát chất lượng. Bộ thực thi giám sát và kiểm soát các quy tắc của Quận ban Tiêu chuẩn Công nghiệp Venezuela (COVENIN) thông qua SENCAMER. SENCAMER cam kết đảm nhận công nhận, kiểm tra và thử nghiệm các phòng thí nghiệm. SENCAMER cũng là chủ sở hữu và vận hành phòng thí nghiệm đo lường của Venezuela, có nhiệm vụ chứng minh thiết bị và hoạt động được sử dụng để đo khối lượng, khối lượng, kích thước, nhiệt độ, ứng dụng, năng lượng, điện và thiết bị học hóa học. Fondonorma, Bureau Veritas, Cơ quan đăng ký tiêu chuẩn chất lượng Hoa Kỳ và Quỹ an ninh công nghệ tích hợp là các tổ chức được SENCAMER công nhận tại Venezuela để chứng minh sản phẩm và hệ thống chất lượng.

Venezuela kiểm tra Kiểm soát giá hàng hóa và dịch vụ thương mại, hàng hóa tại thị trường Venezuela, bao gồm cả hàng nhập khẩu, do Cơ quan giám sát bảo vệ quyền kinh tế xã hội (SUNDDE, cơ quan này ấn định giá bán cũng như tất cả các thành phần của cấu trúc chi phí. Luật này cũng quy định giới hạn lợi nhuận của nhà sản xuất và nhà nhập khẩu.

Quy định mọi cá nhân hoặc công ty chuyên kinh doanh hàng hóa và dịch vụ phải được đăng ký trong Sổ đăng ký duy nhất về cá nhân và công ty phát triển hoạt động kinh tế và thương mại (RUPDAE) , đây là điều bắt buộc đối với các công ty kinh doanh thương mại quốc tế chuyên nghiệp.

Việc xác minh danh sách giá đã được sự đồng ý của 27 mặt hàng thực phẩm thuộc giỏ hàng cơ bản vẫn tiếp tục ở Venezuela. Tương tự như vậy, các cuộc thanh tra tại cơ sở cung cấp, cửa hàng thịt, hiệu thuốc, trong số các doanh nghiệp khác vẫn tiếp tục, đặc biệt là Giá bán tối đa cho công chúng (PMVP) và việc sử dụng Tỷ giá trúng thưởng chính thức cho người dùng thanh toán bằng

ngoại tệ. Hơn nữa, cuộc thanh tra tại các trường học và phòng bệnh cũng vẫn tiếp tục.

+ *Thành lập Công ty hoặc văn phòng đại diện*

Theo luật thuế của Venezuela, các công ty sau đây được coi là công ty thường trú:

- Công ty đã được thành lập tại Venezuela và đăng ký với Cơ quan đăng ký kinh tế theo luật thương mại.

- Các công ty nước ngoài đã được đăng ký để có trụ sở tại Venezuela dưới dạng chi nhánh đã được đăng ký hợp lệ với cơ sở đăng ký thương mại.

- Các công ty sau đây không phải là công ty thường lệ nhưng phải chịu thuế của Venezuela:

- Các công ty nước ngoài cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, dịch vụ công nghệ, mặt hàng tiền bản quyền và dịch vụ chuyên nghiệp từ nước ngoài.

- Các ngân hàng nước ngoài cấp vốn cho các công ty trong nước.

- Các công ty nước ngoài cho các công ty địa phương thuê hàng hóa.

- Công ty nước ngoài có đầu vào từ các hoạt động kinh tế được thực hiện tại Venezuela hoặc từ tài sản tại Venezuela.

Theo Luật Thuế thu nhập của Venezuela (VITL), bên thực hiện hoạt động tại Venezuela thông qua PE khi:

- Bên hoạt động sở hữu, trực tiếp hoặc thông qua đại lý, nhân viên hoặc đại diện trên lãnh thổ Venezuela,:

- Một văn phòng, cố định doanh nghiệp địa điểm hoặc một trung tâm hoạt động nơi các hoạt động của nó được thực hiện toàn bộ hoặc một phần

- Trụ sở quản lý, chi nhánh, văn phòng, nhà máy, cửa hàng, cơ sở, kho bãi, cửa hàng, công trình xây dựng, lắp đặt hoặc lắp ráp, khi thời hạn vượt quá sáu tháng, hoặc

- Các cơ quan hoặc đại diện được ủy quyền (theo VITL) để ký hợp đồng dưới tên hoặc thay mặt cho bên hoạt động.
- Bên hoạt động thực hiện trực tiếp hoặc thông qua đại lý, nhân viên hoặc đại diện trên lãnh thổ Venezuela các hoạt động chuyên môn, nghệ thuật.
- Bên hoạt động sở hữu, trực tiếp hoặc thông qua đại lý, nhân viên, đại diện hoặc nhân sự hợp hợp đồng khác trên lãnh thổ Venezuela, những nơi làm việc khác nơi các hoạt động được thực hiện toàn bộ hoặc một phần.
- Bất kỳ tác nhân nào hoạt động độc lập sẽ bị loại khỏi định nghĩa này, trừ khi người đại diện đó có thẩm quyền ký kết hợp đồng nhân danh người ủy quyền.

+ *Nhượng quyền thương mại*

Luật này có thể được phân loại thành các quy định về luật cạnh tranh, quy định về thương mại hoặc đầu tư nước ngoài và quy định nhượng quyền thương mại cốt lõi. Các quy định về luật cạnh tranh ngăn chặn hạn chế vi phạm. liên quan đến các vấn đề như xả lực hóa ngoại vi hoặc không liên quan, duy trì giá, độc quyền, vv (dưới hình thức Điều 101 của Hiệp ước về Hoạt động của Liên minh Châu Âu và Miễn trừ Khôi hạn chế chế độ theo chiều dọc), Nhật Bản 2 và Venezuela 3 là những ví dụ về các quốc gia điều chỉnh hoạt động nhượng quyền thương mại theo cách này.

Luật nhượng quyền thương mại của Venezuela hoạt động vào năm 1970. 9 Luật này áp dụng phương pháp tiếp theo hệ thống hoặc kế hoạch tiếp theo được quy định và định nghĩa nhượng quyền thương mại là đồng ý hoặc thỏa thuận, dù rõ ràng hay ngụ ý, dù bằng miệng hay bằng văn bản, giữa hai hoặc nhiều người trong đó:

- Được cấp quyền tham gia vào hoạt động cung cấp dịch vụ kinh doanh, bán hoặc phân phối hàng hóa hoặc dịch vụ theo kế hoạch hoặc hệ thống được cấp quyền quy định phân lớn;

- Việc điều hành doanh nghiệp của nhượng quyền theo kế hoạch hoặc hệ thống như vậy có liên quan đáng kể đến nhãn hiệu, nhãn hiệu dịch vụ, tên thương mại, logo loại, quảng cáo hoặc biểu tượng thương mại khác của nhượng quyền chỉ định bên nhượng quyền hoặc chi nhánh của bên nhượng quyền;

- Nhận quyền phải trả, trực tiếp hoặc gián tiếp, một khoản phí nhượng quyền.

Quy định nhượng quyền thương mại của Venezuela yêu cầu nhượng quyền phải kiểm soát phương thức hoạt động của quyền nhận nhượng quyền hoặc cung cấp hỗ trợ khuyến khích cho phương thức hoạt động của người được nhận nhượng quyền.

+ Văn hoá kinh doanh

Giống như nhiều nền văn hóa La tinh khác, người Venezuela không thích rủi ro, điều này khiến họ cần phải biết và tin tưởng những người mà họ làm ăn giống nhau. Họ rất coi trọng mối quan hệ trong kinh doanh. Cuộc họp có thể bắt đầu bằng cách thảo luận về các mối quan hệ chung để cung cấp mối quan hệ chặt chẽ hơn giữa các đối tác kinh doanh. Việc giao lưu với các doanh nghiệp kinh doanh bên ngoài công việc là điều điều phổ biến và phù hợp, vì tình bạn hoặc mối quan hệ xã hội gần gũi có thể cải thiện chất lượng mối quan hệ kinh doanh.

Nền văn hóa phong phú của Venezuela được phản ánh nhẹ nhàng trong các ngày lễ và nghi lễ. Những sự kiện này có thể tác động đáng kể đến hoạt động kinh doanh, kết hợp bối cảnh pháp lý và văn hóa.

Lễ hội và hệ thống truyền thông: Người Venezuela coi trọng ngày lễ, thường tham gia vào các hệ thống truyền thông hóa và xã hội tụ tập. Điều này có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, đặc biệt là trong Lễ hội Carnival.

Venezuela có xu hướng mở và trung thực trong giao dịch kinh doanh để giảm thiểu khả năng xảy ra những vấn đề bất an.

Mọi người thường thích giao tiếp trực tiếp. Nếu không có tùy chọn này, họ thường có xu hướng thảo luận về các vấn đề qua điện thoại hơn là qua email. Để cân bằng điều này, hãy cố gắng gọi điện thường xuyên nhất có thể trong khi theo dõi các cuộc trò chuyện bằng email tóm tắt các điểm chính.

Người Venezuela rất nhạy cảm với danh tiếng tham lam của họ, và mặc dù điều này xảy ra trong toàn bộ khu vực kinh doanh và công cộng, điều quan trọng là phải bắt đầu bằng cách giả định về tính chính trực khi tiến hành kinh doanh nghiệp với người Venezuela. Tuy nhiên, chủ nghĩa gia đình trị là một phổ biến phổ biến và được chấp nhận, bởi vì người Venezuela thích tiến hành kinh doanh với những người mà họ tin tưởng.

Văn hóa kinh doanh tại Venezuela nhấn mạnh vào mối quan hệ cá nhân. Thể hiện sự tôn trọng đối với cá nhân và vị trí của họ là rất quan trọng. Tránh đối đầu công khai và giữ phần (giữ thể diện) là mối quan tâm đáng kể.

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

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

1.1. Các hình thức phân phối đối với hàng hóa sản xuất trong nước.

Để hàng hóa từ khâu sản xuất đến tay người tiêu dùng phải kể đến vai trò của ngành dịch vụ bán lẻ, phân phối hàng hóa. Đây được coi là vị trí trung gian quan trọng, quyết định đến sự phát triển của cả thị trường hàng hóa. Bởi vậy, Chính phủ Bungari thời gian qua, đã có nhiều nỗ lực trong việc hoàn thiện hạ tầng thương mại, trong đó tích cực thu hút, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, đầu tư phát triển hệ thống phân phối, cung cấp hàng hóa cho người dân. Từ đó đóng góp vào mức tăng trưởng kinh tế cũng như phát triển tiêu dùng và cải thiện đời sống vật chất cho người dân.

Hệ thống phân phối hàng hóa của Venezuela chủ yếu do nhà nước quản lý và sự liên kết chặt chẽ giữa các nhà sản xuất và các nhà phân phối theo vòng khép kín, nhất là những hệ thống cửa hàng chuyên môn hóa chỉ kinh doanh một loại hàng nhất định được nhà nước bảo trợ các mặt hàng thiết yếu như lương thực và các nhu yếu phẩm khác.

Diễn hình như Venezuela thành lập các trung tâm phân phối thuốc chữa bệnh. Năm trung tâm phân phối được phẩm sẽ được đặt tại các bang Lara, Aragua, Miranda, Anzoategui và Barinas, các trung tâm này có thể cung ứng 162 loại thuốc và hơn 200 dược phẩm đặc trị khác.

Chính phủ ước tính chuỗi cung ứng này sẽ làm tăng số lượng thuốc được tiêu thụ lên 52% so. Bên cạnh đó, chính phủ cũng đang phối hợp với 45 hãng dược phẩm tư nhân và sáu hãng dược phẩm quốc doanh nhằm giảm bớt lượng dược phẩm nhập khẩu trong bối cảnh nguồn thu từ việc xuất khẩu dầu mỏ giảm mạnh.

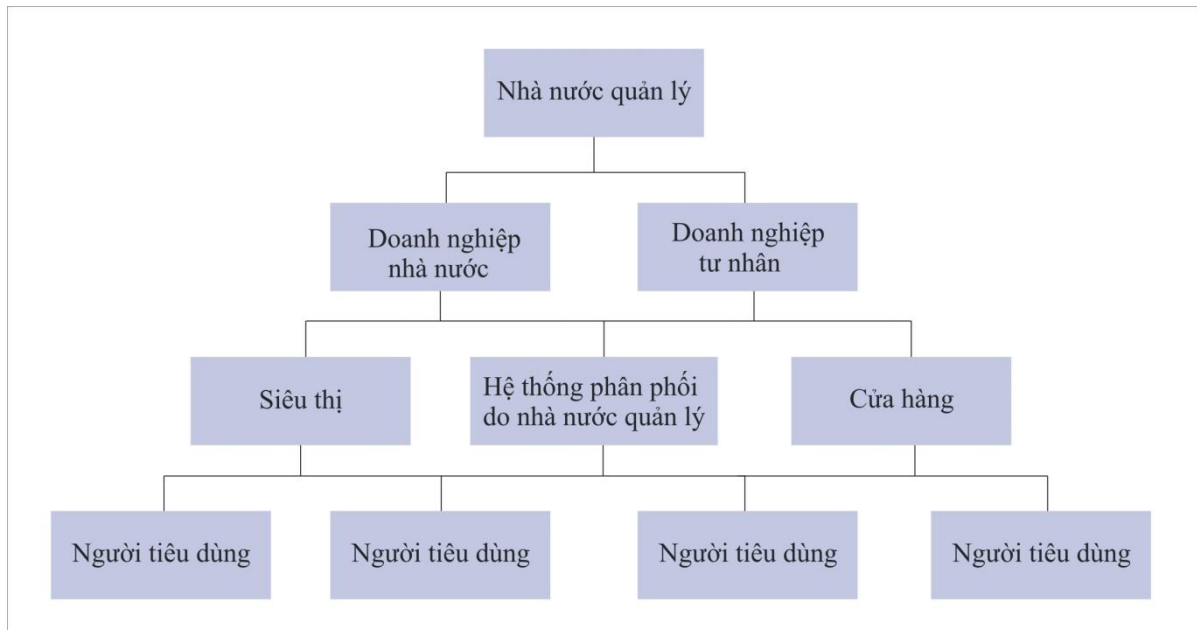
Mạng lưới phân phối hàng hóa ở Venezuela cũng dựa vào các hệ thống giao thông đường bộ và đường sắt. Các con đường và đường cao tốc nối các thành phố lớn và các vùng kinh tế quan trọng, giúp tăng cường việc vận chuyển hàng hóa trong nước và giảm thời gian di chuyển. Hệ thống đường sắt cũng đóng vai trò quan trọng trong việc vận chuyển hàng hóa đến các điểm cuối, đảm bảo rằng hàng hóa được phân phối đến mọi địa bàn của quốc gia.

Ngoài ra, các công ty vận chuyển và nhà phân phối đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối các điểm sản xuất và tiêu thụ. Họ cung cấp các dịch vụ vận chuyển đa dạng, từ vận chuyển hàng hóa bằng đường biển, đường bộ đến hàng không, cũng như các dịch vụ kho bãi và quản lý chuỗi cung ứng. Nhờ vào họ, hàng hóa có thể được chuyển từ các nhà máy sản xuất đến các điểm bán lẻ và người tiêu dùng một cách hiệu quả và an toàn.

Cuối cùng, các điểm bán lẻ và thị trường tiêu dùng là nơi cuối cùng trong mạng lưới phân phối hàng hóa của Venezuela. Tại đây, các sản phẩm được trưng

bày và bán cho người tiêu dùng cuối cùng thông qua các cửa hàng, siêu thị và trung tâm mua sắm. Sự đa dạng của thị trường tiêu dùng ở Venezuela, từ hàng tiêu dùng hàng ngày đến hàng xa xỉ, đặt ra nhu cầu cho một hệ thống phân phối linh hoạt và đáng tin cậy.

Hình 1: Mạng lưới phân phối hàng hoá trong nước của Venezuela



Các kênh phân phối tạo nên dòng chảy sản phẩm từ người sản xuất đến người mua cuối cùng. Tất cả những tổ chức, cá nhân tham gia vào kênh phân phối được gọi là các thành viên của kênh. Những thành viên nằm giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng cuối cùng (nếu có) được gọi là các trung gian phân phối. Có thể có các loại trung gian phân phối sau đây:

- Nhà bán buôn: Là các trung gian phân phối mua sản phẩm của nhà sản xuất và bán cho các trung gian khác hoặc cho các khách hàng công nghiệp.
- Nhà bán lẻ: Là các trung gian phân phối mua sản phẩm từ nhà sản xuất hoặc nhà bán buôn và bán sản phẩm trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng.
- Đại lý và môi giới: Là các trung gian phân phối có quyền thay mặt cho nhà sản xuất để bán sản phẩm. Các đại lý và môi giới không có quyền sở hữu sản phẩm.

- Nhà phân phối: Là các trung gian phân phối trên thị trường công nghiệp, hoặc các nhà bán buôn.

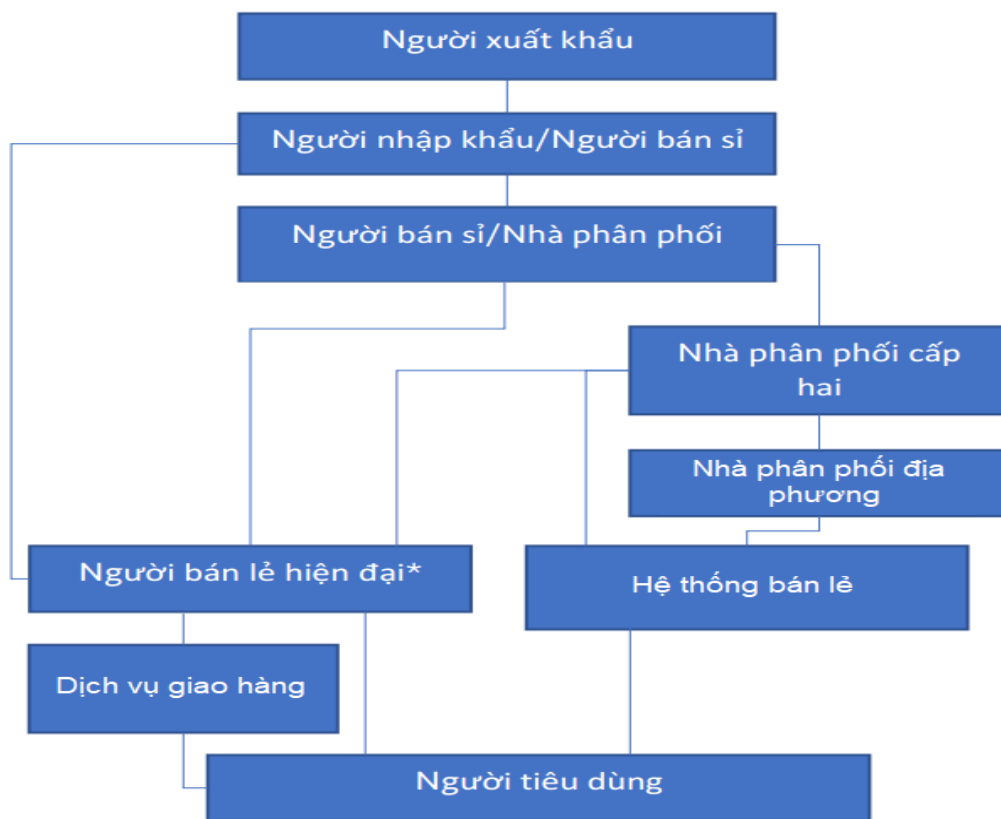
1.2. Các hình thức phân phối đối với hàng hoá nhập khẩu.

Khi nhu cầu ngày càng tăng đối với các loại hàng hoá nhập khẩu chất lượng cao, giá trị cao đã buộc nhiều chuỗi cung ứng được sắp xếp và nâng cấp trong những năm gần đây tại Venezuela để có được lợi thế cạnh tranh trên thị trường và đáp ứng yêu cầu của nhóm khách hàng có thu nhập cao.

Chuỗi cung ứng hiện đại dao động giữa hai thái cực này tùy thuộc vào giá trị sản phẩm, thị trường mục tiêu và quan hệ đối tác với các nhà nhập khẩu, phân phối, bán lẻ và tiếp thị.

Tại Venezuela các nhà xuất khẩu hàng hoá muốn xây dựng thương hiệu ở Venezuela cần phải lựa chọn đối tác địa phương theo từng mắt xích của chuỗi cung ứng để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

Hình 2: Mạng lưới phân phối hàng hoá nhập khẩu của Venezuela



Hệ thống I là hệ thống phân phối trực tiếp. Người sản xuất trực tiếp thực hiện việc bán sản phẩm của mình cho người tiêu dùng cuối cùng thông qua lực lượng bán hàng của doanh nghiệp, hoặc tại các cửa hàng, hoặc đưa hàng đến tận nơi khách hàng yêu cầu.

Các hệ thống II, III, IV là hệ thống phân phối gián tiếp (qua các trung gian). Các chức năng và hoạt động tiêu thụ được phân chia cho các thành viên khác nhau trên cơ sở chức năng và hoạt động hợp với điều kiện người bán lẻ có qui mô lớn, có khả năng mua khối lượng hàng hóa lớn, có khả năng thực hiện tốt chức năng bán hàng của mình.

Hệ thống I là hệ thống phân phối trực tiếp, các thành viên trong hệ thống này là lực lượng bán hàng của doanh nghiệp, họ đảm nhiệm tất cả các chức năng của hoạt động tiêu thụ sản phẩm.

- Kênh phân phối trực tiếp cũng giúp nhà sản xuất nắm bắt những nhu cầu và thị hiếu của khách hàng. Làm việc trực tiếp với khách hàng khi họ có yêu cầu, khiếu nại hoặc mong muốn với sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp đang cung cấp.

- Phân Phối Bán Buôn: Các nhà sản xuất và nhà bán lẻ có thể hợp lý hóa hoạt động kinh doanh của mình nhờ vào phân phối bán buôn. Thay vì phải hợp với vô số nhà phân phối để xử lý tất cả các khâu hậu cần của các đơn hàng lớn, các nhà sản xuất có thể làm việc với các nhà phân phối bán buôn để giảm thiểu sự lộn xộn và phức tạp. Các nhà bán lẻ có thể đơn giản hóa việc đặt hàng và kiểm soát chi phí bằng cách làm việc với các nhà phân phối bán buôn.

+ *Lợi ích của hàng hoá nhập khẩu phân phối bán buôn bao gồm*

Giảm chi phí hoạt động: Đơn giản hóa là mục tiêu chính khi nói đến phân phối bán buôn – và lợi ích về lợi nhuận ròng là một lợi ích bổ sung. Với ít nguồn lực tổ chức hơn cần thiết cho hoạt động, chi phí hoạt động được giảm. Các nhà bán lẻ lưu ý rằng mua từ nhà bán buôn có thêm lợi ích tiết kiệm chi phí: nhà bán buôn thường trả giá thấp hơn so với mua trực tiếp từ nhà sản xuất.

Tăng cường bán hàng và tiếp cận thị trường: Việc mở rộng thị trường cho các nhà sản xuất trở nên dễ dàng hơn với phân phối bán buôn. Vì các nhà bán buôn chịu trách nhiệm mở rộng thị trường và bán hàng, nên các nhà sản xuất có thể đầu tư vào các lĩnh vực khác quan trọng đối với ngành của họ thay vì bán hàng.

Giao hàng nhanh hơn, nhiều địa điểm hơn: Sức chứa kho bãi rộng hơn nhiều đối với các nhà bán buôn, giúp giảm chi phí vận chuyển và cải thiện thời gian giao hàng, đồng thời loại bỏ nhu cầu các nhà bán lẻ và nhà sản xuất phải duy trì số lượng lớn sản phẩm trong kho.

Trong hệ thống phân phối của Venezuela còn tồn tại song song hệ thống nhập khẩu. Theo đó, bất cứ một công ty nào cũng có thể nhập khẩu bất cứ một sản phẩm nào từ nước ngoài song song với các tổng đại lý nhập khẩu. Tuy nhiên, dịch vụ chăm sóc khách hàng, bảo dưỡng, bảo hành của hệ thống nhập khẩu song song không tốt vì các tổng đại lý nhập khẩu từ chối chăm sóc các sản phẩm được nhập khẩu theo hệ thống nhập khẩu song song.

Mặc dù hệ thống phân phối hàng hóa của Venezuela đã góp phần thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa, tạo mối quan hệ kinh doanh lâu dài và ổn định giữa các nhà sản xuất và tiêu thụ nhưng đồng thời cũng bộc lộ một số nhược điểm như: hệ thống phân phối hàng hóa khép kín qua nhiều tầng nấc làm cho giá hàng hóa tăng giá khi tới tay người tiêu dùng. không kích thích các cửa hàng bán lẻ nỗ lực cải tiến nâng cao hiệu quả kinh doanh, hạ giá sản phẩm; duy trì số lượng cửa hàng bán lẻ đông đảo không hiệu quả; không minh bạch về định giá sản phẩm; hạn chế sự thâm nhập thị trường Venezuela của các công ty nước ngoài.

+ *Cạnh tranh và chiến lược thương mại:*

- *Áp lực cạnh tranh của nhà cung cấp đối với các nhà bán lẻ:*

Các nhà cung cấp cho các nhà bán lẻ, bao gồm: các nhà sản xuất, các nhà nhập khẩu hàng tiêu dùng, các nhà cung cấp nguyên vật liệu (bao bì, thiết bị,...), các nhà cung cấp dịch vụ (vận tải, ngân hàng, dịch vụ công...). Cũng như các

ngành khác, nhà cung cấp sẽ gây áp lực nhất định đối với các nhà bán lẻ nếu họ có quy mô, sự tập hợp và việc sở hữu các nguồn hàng khan hiếm. Ngược lại, những nhà cung cấp các hàng hóa tiêu dùng thông thường, qui mô nhỏ (nông dân, thợ thủ công...) sẽ có rất ít quyền lực đàm phán trước các nhà bán lẻ, mặc dù họ có số lượng lớn. Số lượng nhà cung cấp sẽ quyết định đến áp lực cạnh tranh, quyền lực đàm phán của họ. Nếu trên thị trường chỉ có một vài nhà cung cấp có quy mô lớn sẽ tạo áp lực cạnh tranh, ảnh hưởng tới toàn bộ hoạt động của ngành bán lẻ.

- Áp lực cạnh tranh từ khách hàng (người tiêu dùng cuối cùng):

Khách hàng của các nhà bán lẻ là tập hợp người tiêu dùng có sự khác nhau về thu nhập, văn hóa và tập quán mua sắm, tâm lý, sự hiểu biết về hàng hóa,... Thông thường, những khách hàng có thu nhập cao, có kiến thức về hàng hóa... sẽ tạo ra áp lực cạnh tranh lớn hơn đối với các nhà bán lẻ. Có thể nói rằng, về cơ bản, khi mức thu nhập, trình độ hiểu biết của người mua (người tiêu dùng cuối cùng) được cải thiện sẽ tạo ra áp lực cạnh tranh lớn hơn và gây ảnh hưởng trực tiếp tới toàn bộ hoạt động nhà bán lẻ.

- Áp lực cạnh tranh từ các nhà bán lẻ tiềm ẩn:

Đối với ngành bán lẻ, các thủ tiềm ẩn là khá nhiều do các yếu tố sau: sức hấp dẫn của ngành bán lẻ có xu hướng gia tăng cùng với triển vọng tăng trưởng kinh tế, gia tăng dân số,...; những rào cản gia nhập ngành bán lẻ có liên quan đến vấn đề kỹ thuật, vốn, các yếu tố thương mại, các nguồn lực đặc thù (nguyên vật liệu đầu vào, phát minh sáng chế, nguồn nhân lực, sự bảo hộ của chính phủ) không nhiều và không lớn.

- Áp lực cạnh tranh từ sản phẩm thay thế:

Các nhà bán lẻ thực hiện chức năng bán lại hàng hóa và cung cấp dịch vụ kèm theo cho người tiêu dùng. Trong đó, sản phẩm chủ yếu của nhà bán lẻ chính là các dịch vụ được họ cung cấp cho người tiêu dùng. Do đó, áp lực cạnh tranh chủ yếu của sản phẩm thay thế trong ngành bán lẻ chủ yếu là dịch vụ bán hàng

và dịch vụ có liên quan nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng. Ví dụ, dịch vụ bán hàng online, cung cấp thông tin về sản phẩm qua mạng... Các yếu tố khác như sự thay đổi của môi trường văn hóa, chính trị, công nghệ cũng sẽ ảnh hưởng tới áp lực cạnh tranh từ sản phẩm thay thế.

- Áp lực cạnh tranh nội bộ ngành bán lẻ:

Các doanh nghiệp đang kinh doanh bán lẻ sẽ cạnh tranh trực tiếp với nhau tạo nên một, mức độ, cường độ cạnh tranh nhất định trong ngành bán lẻ. Trong ngành bán lẻ, các yếu tố làm gia tăng sức ép cạnh tranh nội bộ ngành bao gồm: Nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng đa dạng; Tốc độ tăng trưởng doanh thu trong ngành bán lẻ luôn ở mức khá cao; Số lượng các doanh nghiệp trong ngày gia tăng do xu hướng mở cửa thị trường và các qui định liên quan đến tiếp cận thị trường bán lẻ; Cấu trúc của ngành thay đổi theo mức độ phát triển của mỗi quốc gia. Tại các nước đang phát triển, cấu trúc của ngành bán lẻ vẫn phổ biến là các loại hình bán lẻ truyền thống, nhưng đang có sự thay thế mạnh mẽ bởi các loại hình bán lẻ hiện đại; Các rào cản rút lui (Exit Barriers) khỏi thị trường của các doanh nghiệp bán lẻ không lớn. Ví dụ, một trong những yếu tố cản trở doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường là vốn đầu tư xây dựng cơ sở bán lẻ, thì hiện nay các doanh nghiệp bán lẻ thường chọn phương thức thuê mặt bằng bán lẻ thay vì đầu tư xây dựng các cơ sở bán lẻ.

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

Mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Venezuela, chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau như bất ổn chính trị, suy thoái kinh tế trong nhiều năm qua cũng như nền kinh tế chủ yếu dựa vào dầu mỏ trong khi đó bất ổn chính trị các khu vực trên thế giới và chịu sự ảnh hưởng của cấm vận cũng tạo lên khững khó khăn trong hệ thống phân phối hàng hoá, có thể kể đến một số yếu tố như:

- Yếu tố luật pháp:

Chính phủ Venezuela sẽ áp dụng một số chính sách kinh tế nhằm mục tiêu đưa nền kinh tế nước này thoát khỏi cuộc khủng hoảng hiện nay, trong đó có việc rà soát lại hệ thống hối đoái, thực hiện kế hoạch đổi tiền và triển khai chương trình củng cố nguồn dự trữ ngoại tệ. Cũng như hàng hoá thiết yếu

Venezuela là một thị trường tương đối bất ổn về chính trị, nhưng một số yêu cầu hành chính và thủ tục nhất định có thể trở thành rào cản thương mại phi thuế quan. Việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ tương đối yếu và nhu cầu về tính minh bạch cũng như khả năng dự đoán trong môi trường pháp lý là những vấn đề tiếp cận thị trường phổ biến đối với các công ty. Do vậy cũng ảnh hưởng lớn đến mức tiêu thụ của hệ thống phân phối hàng hoá.

- Tình hình kinh tế xã hội

Các vấn đề kinh tế nghiêm trọng trong những năm gần đây, bao gồm cuộc khủng hoảng ngân hàng lớn năm 1994, đã dẫn đến mất đà trong chương trình cải cách kinh tế và thương mại của Venezuela bắt đầu vào năm 1989. Về các chính sách và hoạt động thương mại của Venezuela, Venezuela phần lớn đã tránh đảo ngược các cải cách, nhưng các biện pháp kiểm soát ngoại hối, được đưa ra vào năm 1994 để ngăn chặn tình trạng tháo chạy vốn, có thể có tác động đáng kể đến chế độ thương mại của quốc gia này.

Những nỗ lực tự do hóa nền kinh tế của Venezuela được thúc đẩy bởi giá dầu thế giới thấp. Ngành công nghiệp dầu mỏ có vị thế thống lĩnh trong nền kinh tế Venezuela và dầu mỏ, bất chấp tác động đáng kể của hạn ngạch sản xuất do Venezuela duy trì trong khuôn khổ OPEC, chiếm phần lớn kim ngạch xuất khẩu của nước này. Dầu mỏ cũng cung cấp năng lượng giá rẻ cho các ngành công nghiệp trong nước và là nguồn thu lớn của chính phủ, không chỉ được sử dụng để tài trợ cho những tiến bộ lớn trong giáo dục và phúc lợi, mà còn hỗ trợ sự tham gia sâu rộng của nhà nước vào nền kinh tế.

Sự tham gia của nhà nước vào các dịch vụ viễn thông cũng như thương mại hiện nay bị hạn chế. tuy nhiên, cạnh tranh là tự do trong tất cả các dịch vụ không

cơ bản, với các nhà khai thác tư nhân đã mở rộng nhanh chóng kể từ khi mở cửa ngành này vào năm 1991.

Từ cuối những năm 1980, Venezuela đã tham gia vào nhiều thỏa thuận thương mại song phương và khu vực với các nước láng giềng hoặc với các quốc gia khác ở Trung và Nam Mỹ. Venezuela cũng tham gia vào các dự án thương mại khu vực dài hạn hơn như khu vực thương mại tự do cho Châu Mỹ và Hiệp hội hội nhập Mỹ Latinh.

Sự phát triển của tất cả các khía cạnh của chính sách thương mại của Venezuela, bao gồm luật pháp và quy định trong nước, khuôn khổ thể chế, chính sách thương mại theo biện pháp và theo lĩnh vực. Kể từ khi WTO có hiệu lực, "các lĩnh vực mới" của thương mại dịch vụ và các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ cũng được đề cập. Đính kèm là các quan sát tóm tắt từ Ban thư ký và các báo cáo của chính phủ. Các báo cáo đầy đủ sẽ có sẵn cho các nhà báo từ Ban thư ký WTO theo yêu cầu.

Nền kinh tế Venezuela có ảnh hưởng không nhỏ đến hệ thống phân phối. Các chỉ tiêu chủ yếu của nền kinh tế như: tốc độ tăng trưởng kinh tế, lãi suất, tỷ giá và tỷ lệ lạm phát, tốc độ tăng trưởng khác nhau của nền kinh tế trong các giai đoạn sẽ ảnh hưởng đến chi tiêu tiêu dùng. Mà chi tiêu tiêu dùng ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả của hệ thống phân phối.

- Vị trí địa lý và hạ tầng giao thông:

Địa hình Venezuela không đồng đều có nhiều đồi núi và độ cao lớn như:

Vùng Tây Bắc: đây là nơi có độ cao lớn nhất của Venezuela. Những dải núi cực đông bắc của dãy Andes lấn vào lãnh thổ Venezuela và mở rộng ra tận đường bờ biển phía bắc của nước này. Đây là nơi tọa lạc của đỉnh núi cao nhất Venezuela, đỉnh Pico Bolívar cao 4979 m.

Vùng Trung tâm: là vùng có những đồng bằng rộng lớn. Các đồng bằng bằng phẳng với đất đai màu mỡ trải dài từ biên giới với Colombia ở phía tây đến tận vùng châu thổ sông Orinoco.

Vùng Nam: phần lớn vùng này là Cao nguyên Guiana với độ cao trung bình.

Tuy nhiên, do sự đan xen phức tạp của các dạng địa hình, Venezuela có thể được chia làm 10 khu vực địa lý khác nhau, tạo điều kiện cho sự phát triển của nhiều hệ sinh thái với các loài động thực vật vô cùng đa dạng, trong đó có nhiều loài động thực vật đặc hữu của riêng đất nước này. Venezuela có nhiều khu bảo tồn thiên nhiên với cảnh quan đa dạng.

Mặc dù hầu như nằm trọn trong khu vực nhiệt đới, khí hậu Venezuela lại thay đổi khác nhau giữa các vùng. Tại những vùng đồng bằng, nhiệt độ và độ ẩm thường cao với nhiệt độ trung bình năm khoảng 28 °C, trong khi ở những vùng đồi núi cao thì nhiệt độ trung bình chỉ ở mức 8 °C. Lượng mưa cũng thay đổi từ mức 430 mm ở vùng bán hoang mạc tây bắc lên đến hơn 1000 mm ở vùng châu thổ Orinoco.

Giao thông ở Venezuela xoay quanh hệ thống đường cao tốc và sân bay. Venezuela kết nối với thế giới chủ yếu qua đường hàng không (các sân bay của Venezuela bao gồm Sân bay quốc tế Simón Bolívar gần Caracas và Sân bay quốc tế La Chinita gần Maracaibo) và đường biển (với các cảng biển lớn tại La Guaira , Maracaibo và Puerto Cabello). Ở phía nam và phía đông, khu vực rừng mưa Amazon có giao thông xuyên biên giới hạn chế; ở phía tây, có một biên giới miền núi dài hơn 1.375 dặm (2.213 km) chung với Colombia . Sông Orinoco có thể đi lại bằng tàu thuyền đi biển lên đến 400 km vào đất liền và kết nối thành phố công nghiệp lớn Ciudad Guayana với Đại Tây Dương.

Venezuela có hệ thống đường sắt quốc gia hạn chế , không có kết nối đường sắt nào đang hoạt động với các quốc gia khác. Một số thành phố lớn có hệ thống tàu điện ngầm; Tàu điện ngầm Caracas đã hoạt động từ năm 1983. Tàu

điện ngầm Maracaibo và Tàu điện ngầm Valencia mới được mở gần đây. Venezuela có mạng lưới đường bộ dài khoảng 100.000 km (xếp thứ 47 trên thế giới); khoảng một phần ba đường được trải nhựa.

- Chính sách thương mại: Bungari là thành viên Các hiệp định trong khu vực quy định, thuế quan và chính sách nhập khẩu/xuất khẩu có thể tác động lớn đến mạng lưới phân phối.

- Dịch vụ logistics: Hiện đóng góp của lĩnh vực vận tải và logistics còn khá thấp, chi phí logistics mà các doanh nghiệp đang phải chịu khá cao. Do vậy, Venezuela muốn gia tăng tốc độ tăng trưởng và đóng góp của hai ngành vận tải và logistics vào GDP, từ đó sẽ giúp giảm chi phí cho doanh nghiệp.

- Môi trường kinh doanh và quản lý; Những thách thức chính có tác động đến hiệu quả kinh tế trung hạn của Venezuela cùng với sự thuận lợi của môi trường kinh doanh, bao gồm các yếu tố như thủ tục hải quan, giấy phép, và quy định pháp lý, ảnh hưởng đến quá trình phân phối.

- Yếu tố môi trường và bền vững;

Chiến lược của Venezuela nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững các ngành công nghiệp cũng như nông nghiệp làm tăng cường khả năng cạnh tranh. Chiến lược này đưa ra nhiều biện pháp can thiệp khác nhau để cải thiện điều kiện sống và làm việc ở các vùng nông thôn và đáp ứng nhu cầu của những người dân từ nông thôn đến thành thị, nhằm giảm rác thải nhà kính nhất là trong lĩnh vực logistics, cũng như giảm phụ thuộc vào hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài.

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

Nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng cao và họ đều mong muốn được tiếp xúc với các kênh bán lẻ hiện đại hơn, cao cấp hơn, đảm bảo chất lượng cho những hàng hóa mà họ lựa chọn. Đứng trước sức ép mãnh liệt đó, hệ thống phân phối cũng theo đà tăng trưởng mạnh mẽ. Công nghệ đang dần thay đổi cách thức

mua sắm của người tiêu dùng và trở thành xu thế tất yếu của các doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay. Những thay đổi này phản ánh sự phát triển của công nghệ, sự biến đổi trong hành vi tiêu dùng và những thách thức kinh tế-xã hội. Một số thay đổi của mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Bulgaria gồm;

3.1. Chuyển đổi số trong hệ thống phân phối;

Trong chuỗi phân phối, sự phức tạp và quy mô lớn đòi hỏi khả năng theo dõi, quản lý và điều phối đồng bộ giữa các bên liên quan. Bằng cách chuyển đổi số, các doanh nghiệp có thể tận dụng dữ liệu thời gian thực, từ đó đưa ra quyết định nhanh chóng và chính xác hơn, giảm thiểu sai sót và tối ưu hóa hiệu suất.

- Hình thức bán lẻ trực tuyến;

Một vài năm gần đây, khi mô hình kinh doanh hiện đại ngày càng được mở rộng, đã có một sự chuyển dịch mạnh mẽ trong ngành bán lẻ hiện đại khi các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi,.. không ngừng xuất hiện. Kênh mua sắm hiện đại không ngừng đạt tốc độ tăng trưởng cao, cùng với làn sóng công nghệ đã góp phần thay đổi phương thức mua sắm và hành vi tiêu dùng. Điều này, đòi hỏi những loại hình kinh doanh mới hoặc các loại hình cửa hàng bán lẻ truyền thống phải chuyển mình thay đổi để hòa nhập với xu hướng chuyển động của thị trường.

- Kênh phân phối trực tiếp

Kênh phân phối trực tiếp là hình thức mà doanh nghiệp sẽ bán sản phẩm trực tiếp đến tay người tiêu dùng mà không thông qua bất kỳ bên thứ ba nào. Với kênh này, doanh nghiệp có thể tự kiểm soát tất cả các khâu trong quy trình bán hàng, tối ưu hóa chi phí và không phải chia sẻ lợi nhuận với các trung gian.

Đứng trước sức ép mãnh liệt của xu hướng chuyển đổi số, hệ thống phân phối của Bulgaria buộc phải tự làm mới mình để tồn tại. Điển hình là sự thay đổi từ phương thức làm việc truyền thống sang xu hướng áp dụng các công nghệ mới.

Hình thức này loại bỏ các khâu trung gian, doanh nghiệp có thể giao hàng trực tiếp đến tay khách hàng một cách nhanh chóng và triển khai các chiến lược xúc tiến hiệu quả. Đặc biệt là với các đơn hàng có nhu cầu gấp, việc đáp ứng kịp thời giúp nâng cao mức độ hài lòng khách hàng và tạo dựng hình ảnh thương hiệu chuyên nghiệp cho doanh nghiệp.

Kênh phân phối trực tiếp cũng mang lại sự linh hoạt trong quản lý sản phẩm, cho phép doanh nghiệp điều chỉnh nhanh chóng khi có sự thay đổi về nhu cầu thị trường hoặc chiến lược kinh doanh, kiểm soát hàng tồn kho và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Ưu điểm này mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, đặc biệt trong môi trường kinh doanh cạnh tranh và biến động không ngừng.

- Phát triển dịch vụ giao hàng nhanh;

Trong thời đại số hóa hiện nay, thương mại điện tử (TMĐT) đã trở thành một phần không thể thiếu của nền kinh tế toàn cầu. TMĐT đang phát triển mạnh mẽ với sự bùng nổ của các nền tảng mua sắm trực tuyến. Một trong những yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của TMĐT chính là các dịch vụ giao hàng nhanh – một trong những mảnh ghép không thể thiếu trong hành trình trải nghiệm khách hàng.

Dịch vụ giao hàng nhanh không chỉ đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng về thời gian giao nhận mà còn góp phần nâng cao tính cạnh tranh cho các doanh nghiệp TMĐT. Trong bối cảnh khách hàng ngày càng mong đợi sự tiện lợi và tốc độ từ các đơn hàng trực tuyến, việc phát triển các dịch vụ giao hàng nhanh đã trở thành chiến lược sống còn đối với các doanh nghiệp.

Song hành cùng sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, các dịch vụ chuyên phát nhanh. Sự cải tiến này không chỉ thể hiện qua tốc độ giao nhận nhanh chóng, mà các dịch vụ còn đảm bảo an toàn hàng hóa với mức chi phí hợp lý cũng như vận chuyển hàng hóa có tốc độ nhanh chóng, khách hàng có thể nhận hàng trong thời gian sớm nhất.

- Logistics thông minh;

Toàn cầu hóa và sự quá trình chuyển đổi số trên các lĩnh vực sản xuất, dịch vụ và đời sống. Vì vậy, logistics thông minh là giải pháp tối ưu để phát triển các ngành dịch vụ như hệ thống phân phối hàng hoá. Các công nghệ như Internet vạn vật (IoT), công nghệ thông tin truyền thông (ICT) và trí tuệ nhân tạo (AI) cho phép các hoạt động logistics được xử lý hiệu quả và tiết kiệm tối đa các nguồn lực. Trong bài viết này, nghiên cứu quản lý hoạt động logistics thông minh chủ yếu đề cập đến việc áp dụng các công nghệ cơ bản, hệ thống quản lý liên quan và các vấn đề tối ưu trong các hệ thống quản lý. Các lý thuyết được nghiên cứu dựa trên một số công trình khoa học đã được công bố và nhu cầu thực tiễn, từ đó đề xuất một số hướng nghiên cứu trong lĩnh vực logistics thông minh trong tương lai. Cũng như sự chú trọng ngày càng tăng vào việc phát triển các giải pháp logistics thân thiện với môi trường.

3.2. Sự chuyển dịch đến phân phối đa kênh

- Mô hình bán lẻ đa kênh;

Sự phát triển của công nghệ số và Internet đã làm thay đổi toàn bộ mọi hoạt động trong lĩnh vực phân phối hàng hoá cũng như các hình thức bán hàng, thế giới thực và ảo đan xen vào nhau, thậm chí bị xóa mờ lẫn ranh bằng các công nghệ tiên tiến và sự đổi mới sáng tạo không ngừng. Những tiến bộ đó đã tác động sâu sắc đến người tiêu dùng hiện đại, khiến hành vi người tiêu dùng ngày càng khó nắm bắt.

Tuy nhiên, trong mô hình bán lẻ đa kênh Multi-Channel giữa các kênh phân phối vẫn chưa có sự kết nối đồng bộ mà vẫn hoạt động như các kênh độc lập. Do vậy hành trình mua hàng của người tiêu dùng đôi khi bị gián đoạn hoặc xung đột ở một số điểm chạm.

Có thể nói trong mô hình bán lẻ đa kênh tích hợp, từ việc đối phó với hành vi “nhảy cóc” của người tiêu dùng, đã trở thành một hình thức bán hàng mang đến cho người tiêu dùng sự trải nghiệm trọn vẹn xuyên suốt hành trình mua sắm cả bên ngoài thế giới thực lẫn bên trong thế giới ảo.

3.3. *Đổi mới trong hậu cần và vận tải*

Khi số hóa ngày càng gia tăng trong mọi ngành nghề cũng như ngành haaij cần vận tải, việc áp dụng công nghệ sẽ càng trở nên cần thiết nếu các công ty muốn duy trì tính cạnh tranh. Mặc dù vậy, yếu tố con người vẫn là một phần không thể thiếu của ngành và việc đầu tư vào đào tạo phát triển nhân viên sẽ rất quan trọng để đảm bảo lực lượng lao động được trang bị các kỹ năng cần thiết sử dụng và quản lý hiệu quả các công nghệ này. Tương lai của hậu cần rất tươi sáng nhưng sẽ đòi hỏi sự phát triển đồng bộ của cả tiến bộ công nghệ và lực lượng lao động có khả năng thích ứng để đưa doanh nghiệp phát triển và cần phải có các giải pháp như;

- Kho thông minh

Sự phát triển của công nghệ nhà kho thông minh sẽ giảm thiểu thời gian và sai sót đối với việc lưu trữ và kho bãi. Để tối ưu hóa kho hàng của họ, các công ty đang bắt đầu sử dụng rô bốt, tự động hóa và AI - tất cả đều góp phần vào sự phát triển của ‘nhà kho thông minh’.

- Triển khai công nghệ theo dõi vị trí; Vận chuyển là một thành phần quan trọng của chuỗi cung ứng. Hoạt động có thể bị ảnh hưởng nếu có sự cố trên đường hoặc vị trí xe tải không chính xác. Công nghệ mới cho phép các công ty theo dõi xe, cung cấp ước tính và mốc thời gian chính xác hơn.

- Cải thiện hậu cần và vận chuyển; Các công ty có thể sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong suốt quá trình hoạt động để cải thiện hậu cần và vận chuyển, bao gồm tối ưu hóa tuyến đường. AI có thể thu thập và phân tích lượng lớn dữ liệu để phát hiện các mô hình giao thông, điều kiện thời tiết và các yếu tố rủi ro khác

- Cài đặt Hệ thống quản lý hàng tồn kho; Công nghệ cho phép các công ty theo dõi và giám sát hàng tồn kho, cải thiện hậu cần và hỗ trợ các hoạt động hiệu quả. Quản lý hàng tồn kho hiệu quả đảm bảo đo lường sản phẩm chính xác và phân phối theo từng giai đoạn.

- Sử dụng dịch vụ vận chuyển hàng hóa LTL; Doanh nghiệp vận chuyển những sản phẩm không đủ lớn để chiếm toàn bộ một xe tải. Để giải quyết vấn đề này, LTL tập hợp các lô hàng của nhiều tổ chức khác nhau, đảm bảo xe tải không lãng phí không gian. Các công ty có thể sử dụng LTL để tối đa hóa hiệu quả vận chuyển hàng hóa và tiết kiệm chi phí.

- Áp dụng công nghệ tự động hóa kho hàng; Các công ty cần tối ưu hóa kho hàng. Trước khi có hệ thống công nghệ cao, công nhân phải tự tay chọn, phân loại và đóng gói hàng hóa, dẫn đến sai sót của con người và kém hiệu quả. Hiện nay, các công ty có thể tự động hóa quy trình, cải thiện hậu cần.

Robot đã biến đổi vận chuyển và sản xuất, làm việc cùng con người để cải thiện quy trình. Robot di động tự động, kết hợp công nghệ AI với máy học. AMR có thể thay thế hoặc làm việc với nhân viên để xử lý các hoạt động kho và đủ phức tạp để điều chỉnh theo cấu hình và nhu cầu. Cũng như chúng giảm lỗi và các yếu tố rủi ro.

- Máy bay không người lái

Hiện nay máy bay không người lái, hoặc các phương tiện bay không người lái, đang thay thế việc vận chuyển hàng hóa truyền thống trong nhà kho và trong quãng đường cuối cùng.

Trong quá trình thực hiện chặng cuối, giao hàng bằng đường hàng không đặc biệt hữu ích trong việc đảm bảo giao hàng cho các điểm đến khó tiếp cận cũng như khắc phục tình trạng tắc nghẽn giao thông.

3.4. Thay đổi trong hành vi tiêu dùng;

Công nghệ số đã tạo điều kiện đặt người tiêu dùng vào vị trí trung tâm. Khả năng truyền thông và chia sẻ, đánh giá với những người khác không chỉ làm thay đổi trải nghiệm mua sắm của khách hàng mà đồng thời cũng tác động lớn đến uy tín của doanh nghiệp. Internet tạo thêm sức mạnh và quyền lực cho người tiêu dùng để họ đánh giá, chia sẻ quan điểm tiêu dùng, chia sẻ những ý

kiến, phần nản, sự bất mãn cũng như sự hài lòng của họ. Do đó, người có tầm ảnh hưởng là trở thành động lực của tiêu dùng

Người tiêu dùng ưa thích mua sản phẩm thông qua các ứng dụng mạng xã hội như Instagram Shop hoặc Facebook Marketplace. Sự thay đổi này cho thấy ngày càng nhiều những chiến dịch marketing tập trung vào giá trị nội dung trên mạng xã hội có khả năng tác động đến hành vi người tiêu dùng.

Trong bối cảnh kinh doanh của nền kinh tế số, với sự thay đổi trong hành vi mua sắm của người tiêu dùng, để duy trì và quản trị tốt các mối quan hệ với khách hàng, các nhà bán lẻ cần hướng đến một số giải pháp nhằm thu hút khách hàng mới, giữ chân khách hiện tại và gia tăng lòng trung thành của các khách hàng truyền thống

- Sự chuyển dịch này thể hiện rõ ràng nhất ở ngành hàng phi thực phẩm và sản phẩm chăm sóc cá nhân, trong khi với mặt hàng thực phẩm và đồ uống thì các kênh phân phối truyền thống (traditional trade) vẫn chiếm ưu thế. Sự tiện lợi và việc không cần đến thanh toán tiếp xúc (contactless) đã khiến mua sắm trực tuyến trở thành lựa chọn ưa thích của nhiều người

- Người mua sắm cũng đã quen trước việc các thương hiệu và sản phẩm mới ra đời, và dễ để khiến họ thấy háo hức, muốn được trải nghiệm như trước. Các thương hiệu sẽ cần tìm điểm cân bằng giữa giá cả cạnh tranh và chất lượng sản phẩm cao để đáp ứng kỳ vọng của người tiêu dùng.

Vì vậy các doanh nghiệp phải nhanh chóng áp dụng công nghệ số và thương mại điện tử, sự phát triển của các mô hình phân phối đa kênh, đổi mới trong hậu cần và vận tải, và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng. Những yếu tố này đang định hình lại cách thức hàng hóa được sản xuất, vận chuyển và tiêu thụ trong khu vực cũng như trong nước để đáp ứng được những nhu cầu tất yếu của con người

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

4.1. Ưu điểm

Mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Venezuel, có nhiều ưu điểm nổi bật. Những ưu điểm này giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng:

a. Phân phối đa kênh

- Mô hình Phân phối đa kênh hiệu quả: Sự kết hợp giữa các kênh bán hàng trực tuyến và cửa hàng vật lý giúp đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.

- Phân phối kết hợp truyền thống và hiện đại: Các cửa hàng truyền thống kết hợp với các dịch vụ trực tuyến tạo ra một hệ thống phân phối linh hoạt và hiệu quả.

- Sự Phát triển của Omnichannel: Hệ thống phân phối đa kênh giúp người tiêu dùng có thể mua sắm qua nhiều kênh khác nhau một cách linh hoạt và tiện lợi.

- Tích hợp Kênh Bán hàng Trực tuyến và Trực tiếp: Sự tích hợp này giúp tối ưu hóa quy trình bán hàng và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

- Chuỗi cung ứng tích hợp: Việc tích hợp các kênh phân phối giúp cải thiện khả năng đáp ứng đơn hàng và quản lý tồn kho.

b. Hạ tầng Giao thông và Vận tải Phát triển

- Hạ tầng Cảng Biển và Hàng không Hiện đại: Hệ thống cảng biển và sân bay hiện đại giúp nâng cao khả năng xuất nhập khẩu và kết nối quốc tế.

- Mạng lưới Đường bộ Phát triển: Các tuyến đường cao tốc và hạ tầng giao thông tốt giúp giảm thiểu thời gian vận chuyển và tăng cường hiệu quả logistics.

c. Chú trọng vào bền vững và môi trường

- Sáng kiến xanh trong logistics: Các doanh nghiệp đầu tư vào các giải pháp logistics xanh, như sử dụng phương tiện vận tải thân thiện với môi trường và tái chế bao bì.

- Phát triển logistics đô thị: Các giải pháp logistics đô thị giúp giảm thiểu tắc nghẽn giao thông và ô nhiễm không khí, cải thiện môi trường sống trong các thành phố.

- Chính sách bảo vệ môi trường: Chính phủ và doanh nghiệp đều thúc đẩy các chính sách và thực hành bảo vệ môi trường trong lĩnh vực logistics.

- Logistics bền vững: Sự chú trọng vào các giải pháp vận tải bền vững và sử dụng năng lượng tái tạo trong logistics giúp giảm thiểu tác động môi trường.

Nhìn chung, mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Venezuela có nhiều ưu điểm, bao gồm tích hợp công nghệ hiện đại, phân phối đa kênh, hạ tầng giao thông và vận tải phát triển, cũng như chú trọng vào bền vững và môi trường. Những yếu tố này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển bền vững của khu vực.

d. Tích hợp Công nghệ Hiện đại

- Sử dụng Công nghệ Thông minh trong Logistics: Nhiều nước ở khu vực Nam Âu đã đầu tư vào công nghệ tự động hóa và hệ thống quản lý kho hiện đại, giúp tối ưu hóa quá trình lưu trữ và vận chuyển hàng hóa.

- Thương mại Điện tử Phát triển: Sự phát triển của các nền tảng thương mại điện tử đã mở rộng khả năng tiếp cận thị trường và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia thị trường.

- Phát triển Nền tảng Giao hàng Nhanh: Các dịch vụ giao hàng nhanh và giao hàng trong ngày đã được cải thiện nhờ vào công nghệ định vị và quản lý đơn hàng tiên tiến.

- Hậu cần Thông minh và Tự động hóa: Sử dụng robot và các công nghệ tự động hóa trong kho hàng giúp tăng tốc độ xử lý và giảm lỗi.

4.2. Nhược điểm

Mặc dù mạng lưới phân phối hàng hóa tại các thị trường Venezuela có nhiều ưu điểm, nhưng cũng tồn tại một số nhược điểm và những hạn chế này ảnh hưởng đến hiệu quả và khả năng cạnh tranh của các hệ thống phân phối tại thị trường.

- Venezuela nằm ở khu vực Nam Mỹ còn tồn tại hạ tầng đường bộ và đường sắt từ thời kỳ trước chưa đồng bộ với các nước bắc và nam, vì vậy hệ thống đường sắt phát triển tốt nhưng tốc độ trung bình tương đối thấp, đường sắt chưa được đầu tư và nâng cấp đầy đủ, ảnh hưởng đến khả năng vận chuyển hàng hóa bằng đường sắt.

a. Vận tải đường bộ

Venezuela có hệ thống đường bộ dài khoảng 100.000 km và khoảng một phần ba đường được trải nhựa.

Giao thông trong nước phụ thuộc phần lớn vào đường bộ, trong khi vận tải hàng hóa và hàng rời chủ yếu được phục vụ bởi các tuyến vận chuyển ven biển, đường thủy nội địa. Dịch vụ hàng không cung cấp khả năng tiếp cận các khu vực không có phương tiện giao thông khác.

Các tuyến kết nối hầu hết các thị trấn và thành phố của Venezuela. Đường cao tốc có thể nguy hiểm, đặc biệt là vào buổi tối: tài xế hiếm khi sử dụng đèn pha, và việc sửa chữa không có đèn, gia súc trên đường và các môi nguy hiểm khác là điều thường gặp.

Vì vậy vận chuyển hàng hoá phụ thuộc quá nhiều vào vận tải đường bộ có thể dẫn đến tắc nghẽn giao thông và gia tăng chi phí vận chuyển, đặc biệt là trong các thành phố lớn dẫn đến chi phí vận tải cao: Chi phí vận tải đường bộ cao hơn so với các phương tiện khác như đường sắt hay đường biển, đặc biệt là trong điều kiện địa hình đồi núi

b. Vận tải đường sắt

Venezuela có hệ thống đường sắt quốc gia hạn chế, không có kết nối đường sắt nào đang hoạt động với các quốc gia khác. Một số thành phố lớn có hệ thống tàu điện ngầm; Tàu điện ngầm Caracas đã hoạt động từ năm 1983. Tàu điện ngầm Maracaibo và Tàu điện ngầm Valencia mới được mở gần đây.

Đường sắt, cả vận chuyển hành khách và hàng hóa, đều tương đối không quan trọng. Một tuyến công cộng chạy về phía đông bắc từ Barquisimeto đến Puerto Cabello trên bờ biển và đến Caracas. Đường sắt tư nhân phục vụ ngành công nghiệp sắt và thép, kết nối các mỏ trong Vùng Cao nguyên Guiana tới Ciudad Guayana.

Hầu như toàn bộ hoạt động thương mại nước ngoài của đất nước đều được thực hiện bằng đường biển. Các cảng quan trọng nhất là Maracaibo (một trung tâm vận chuyển lớn), Puerto Cabello và La Guaira (cảng Caracas). Nhiều cảng nhỏ phục vụ cho các đội tàu đánh cá hoặc thương mại ven biển. Các tuyến đường thủy nội địa chủ yếu được sử dụng xung quanh Hồ Maracaibo và trên Sông Orinoco. Một kênh nạo vét giữa Vịnh Venezuela và Hồ Maracaibo cho các tàu thuyền đi biển cập cảng tại các cảng Maracaibo, Bobures và La Salina.

Vì vậy hệ thống đường sắt của Venezuela cũng không đóng vai trò lớn trong hệ thống phân phối hàng hoá của quốc gia này.

Nhìn chung, mạng lưới phân phối hàng hóa tại Venezuela có những hạn chế nhất định về cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ cần được khắc phục để nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh của hệ thống phân phối trong khu vực cũng như trong nước để góp phần phát triển kinh tế.

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.

Việt Nam - Venezuela chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 18/12/1989 và thiết lập khuôn khổ Đối tác toàn diện từ tháng 5/2007. Thời gian qua, quan hệ hữu nghị truyền thống và đối tác toàn diện giữa hai nước tiếp tục

được thúc đẩy, tăng cường hợp tác trên nhiều lĩnh vực nhất là kinh tế và thương mại;

Mối quan hệ hữu nghị và hợp tác giữa Việt Nam và Venezuela đã không ngừng được củng cố và phát triển trên mọi lĩnh vực. Về lĩnh vực kinh tế thương mại, Venezuela là thị trường tiềm năng đối với Việt Nam, có thể đáp ứng được mục tiêu mở rộng và đa dạng hóa thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam. Việt Nam hiện cũng là một trong những nhà sản xuất hàng đầu trên thế giới, có thể đáp ứng được nhiều nhu cầu hàng hóa của Venezuela. Nhất là lĩnh vực dược phẩm, may mặc, lương thực, thực phẩm và hàng tiêu dùng của Venezuela.

Đặc biệt là những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam như các sản phẩm nông nghiệp gạo, cà phê, hạt điều, gia vị; các sản phẩm điện thoại, linh kiện điện tử, hàng dệt may, giày dép các loại, thủy sản,... và nhất là mặt hàng nông sản của Việt Nam đã có tiếng trên thị trường quốc tế cả về số lượng và chất lượng sản phẩm, từ đó thúc đẩy giao dịch thương mại giữa hai quốc gia.

Số liệu của Tổng cục thống kê cho thấy, hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Venezuela còn khiêm tốn so với tiềm năng. quan hệ kinh tế-thương mại song phương vẫn còn rất hạn chế. Kim ngạch xuất nhập khẩu trong những năm gần đây đạt khoảng 20 triệu USD, riêng năm 2022 đạt mức cao nhất là 69 triệu USD. Tuy nhiên, do biến động kinh tế thế giới, năm 2023 kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Venezuela. giảm còn 31,5 triệu USD.

1. Đề xuất giải pháp

1.1. Đối với các cơ quan quản lý

Hai bên cần tăng cường trao đổi thông tin về cơ hội kinh doanh và thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác và đầu tư, tổ chức các đoàn doanh nghiệp sang thăm và xúc tiến thương mại, đầu tư. Ngoài ra, tích cực hợp tác trong lĩnh vực văn hóa, giáo dục, khoa học, kỹ thuật cũng đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố quan hệ và tạo nền tảng cho sự phát triển kinh tế bền vững giữa hai nước.

- Tích cực hợp tác phù hợp với xu thế quốc tế và trao đổi nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, kết nối với chuỗi cung ứng toàn cầu như kinh tế số, chuyển đổi số, Chính phủ điện tử... mở rộng hợp tác giữa hai nước để thúc đẩy quy mô kinh tế của mỗi nước, đồng thời góp phần cân bằng cán cân thương mại giữa Việt Nam và Venezuela.

- Xây dựng chiến lược quảng bá và tiếp thị tại thị trường Venezuela đây là một yếu tố không thể thiếu trong việc thúc đẩy mạng lưới phân phối hàng hóa sang thị trường Venezuela. Cơ quan quản lý nhà nước có thể hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc phát triển chiến lược tiếp thị để quảng bá hình ảnh và sản phẩm của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

- Tăng cường xúc tiến thương mại giữa Việt Nam và khu vực Nam Mỹ nói chung và thị trường Venezuela nói riêng để tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Venezuela, từ đó tiếp cận các thị trường khác của Nam Mỹ. Cũng như tạo điều kiện để các doanh nghiệp Việt Nam và Venezuela được kết nối giao thương, tìm hiểu cơ hội đầu tư và hợp tác đầu tư.

- Hướng dẫn cho doanh nghiệp Việt Nam kinh doanh tại thị trường Venezuela" nhằm mục đích hỗ trợ, cung cấp thông tin thị trường, cơ hội đầu tư, kinh doanh cho các doanh nghiệp Việt Nam mong muốn làm ăn với Venezuela.

- Phát triển hệ thống logistics nhằm hỗ trợ, các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Venezuela bằng những chính sách đầu tư vào cơ sở hạ tầng logistics như cảng biển, sân bay, và các trung tâm logistics, đồng thời tạo ra các chính sách ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp logistics...sẽ tạo thuận lợi rất lớn cho các doanh nghiệp xúc tiến thương mại sang các thị trường Venezuela nói riêng và khu vực Nam Mỹ nói chung

- Hoàn thiện những cơ chế, chính sách về công nghiệp và thương mại theo hướng tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho các nhà đầu tư nước ngoài nói chung

và các nhà đầu tư từ Venezuela nói riêng đến hoạt động sản xuất và kinh doanh tại Việt Nam. Những cơ chế, chính sách về công nghiệp và thương mại của Việt Nam ngày càng thông thoáng, minh bạch và phù hợp với các cam kết quốc tế song phương và đa phương. tương xứng quan hệ tốt đẹp vốn có, phục vụ lợi ích của nhân dân mỗi nước, vì hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển ở hai nước và hai khu vực.

1.2. Đối với các doanh nghiệp

- Cần nỗ lực đổi mới khoa học công nghệ, hạn chế, sử dụng công nghệ lạc hậu và tăng cường ứng dụng và phát triển khoa học công nghệ, nhất là công nghệ lõi, công nghệ tiên phong.

- Đầu tư chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò quyết định đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Trong bối cảnh cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ Tư đang diễn ra mạnh mẽ, thì việc xây dựng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao,

- Ngoài thị trường truyền thống, các DN cần chủ động tìm kiếm các thị trường mới, nhiều tiềm năng để gia tăng xuất khẩu

- Doanh nghiệp cần tập trung vào chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp cần phải đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm để đảm bảo chất lượng và tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Các doanh nghiệp cần phải tăng cường quản lý chất lượng sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng yêu cầu của khách hàng trên thị trường quốc tế,

- Các doanh nghiệp cần phải đào tạo nhân viên của mình về các quy định, tiêu chuẩn và thị trường quốc tế để có thể đáp ứng được yêu cầu của khách hàng và tiếp cận với thị trường quốc tế.

- Xây dựng thương hiệu và quảng bá sản phẩm. Các doanh nghiệp cần phải xây dựng thương hiệu cho sản phẩm của mình để tạo sự tin tưởng và niềm tin từ phía khách hàng trên thị trường quốc tế.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu về mạng lưới phân phối hàng hóa tại thị trường Bulgaria có những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến hiệu quả và sự phát triển của hệ thống phân phối tại quốc gia này. Thông qua việc phân tích chi tiết các yếu tố như nhu cầu thị trường, đặc điểm địa lý, văn hóa tiêu dùng, và cơ sở hạ tầng logistics, nghiên cứu đã đưa ra cái nhìn toàn diện về cách thức mà doanh nghiệp có thể tối ưu hóa hệ thống phân phối của mình để tiếp cận và phục vụ khách hàng một cách hiệu quả hơn.

Về cơ bản, Venezuela từ là một quốc gia giàu tài nguyên thiên nhiên và có nền văn hoá đa dạng, có thu nhập cao trong khu vực cũng sẽ có những yêu cầu đối với các sản phẩm lưu thông trên thị trường phải có tính bền vững, cũng như phù hợp với văn hoá dân tộc nhất là các sản phẩm thực phẩm, trang phục và tiết kiệm năng lượng. Hay, thực phẩm bền vững phải đáp ứng các định nghĩa chung, nguyên tắc chung, yêu cầu, chứng nhận và kế hoạch ghi nhãn, mác

Đặc biệt tại thị trường Venezuela, đã trải qua cuộc khủng hoảng kinh tế kéo dài trong suốt những năm qua, dự kiến sẽ tác động đến hoạt động giao thương với quốc gia này khi còn chịu sự cấm vận, cũng như do một số chính sách/chiến lược có thể ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia này,

Có thể nói, thị trường Venezuela còn nhiều tiềm năng cũng như thách thức. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi còn chịu sự tác động của nề kinh tế, chính trị cũng như văn hoá, chi phối đến tiêu dùng của người dân tại quốc gia này.