



**TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**Đối tác
Chiến lược
toàn diện**

THỊ TRƯỞNG LIÊN BANG NGA

Thành phố Hồ Chí Minh 2026

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
P. Tân Định, TP.HCM
92 - 96 Nguyễn Huệ,
P. Sài Gòn, TP.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: <https://itpc.hochiminhcity.gov.vn>

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 155/GP - XBBT,
ngày 06/01/2026 của
Sở Văn hóa và Thể thao
Thành phố Hồ Chí Minh



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VÀ KINH TẾ**
- 25 VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH**
- 32 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – LIÊN BANG NGA**
- 45 THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI LIÊN BANG NGA**
- 50 THÔNG TIN HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI LIÊN BANG NGA**

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Liên bang Nga và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website itpc.hochiminhcity.gov.vn/home

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



Торгово-промышленная палата
Российской Федерации



International
Trade
Centre



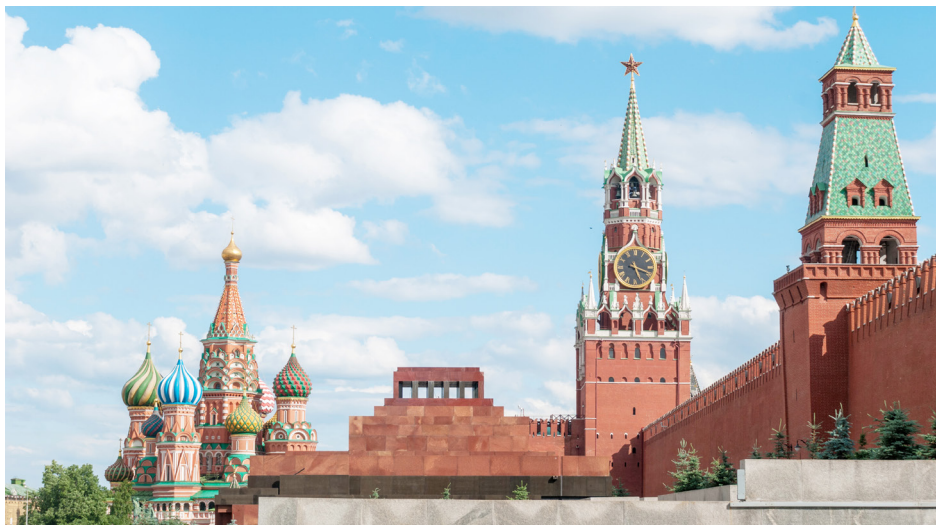
WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự quán Liên bang Nga tại TP.HCM
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG LIÊN BANG NGA



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VÀ KINH TẾ



Quảng trường Đỏ, Moscow.

THÔNG TIN CƠ BẢN

Tên đầy đủ: Liên bang Nga.

Thủ đô: Moscow.

Quốc khánh Nga: ngày 12 tháng 6 (Ngày nước Nga - kỷ niệm ngày thông qua Tuyên bố về chủ quyền quốc gia năm 1990).

Vị trí địa lý: trải dài trên toàn bộ phần phía bắc của lục địa Á - Âu (từ Đông Âu sang Bắc Á). Phía bắc giáp Bắc Băng Dương, phía đông giáp Thái Bình Dương; có đường biên giới đất liền tiếp giáp với 14 quốc gia: Na Uy, Phần Lan, Estonia, Latvia, Litva, Ba Lan, Belarus, Ukraine, Georgia, Azerbaijan, Kazakhstan, Trung Quốc, Mông Cổ và Triều Tiên.

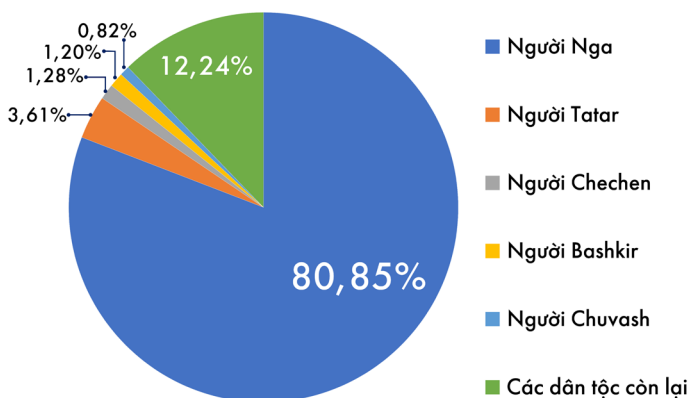
Diện tích: theo dữ liệu chuẩn hóa của Ngân hàng Thế giới, Liên bang Nga sở hữu tổng diện tích bề mặt lên tới 17.125.190 km², trong đó diện tích đất liền chiếm 16.376.870 km².



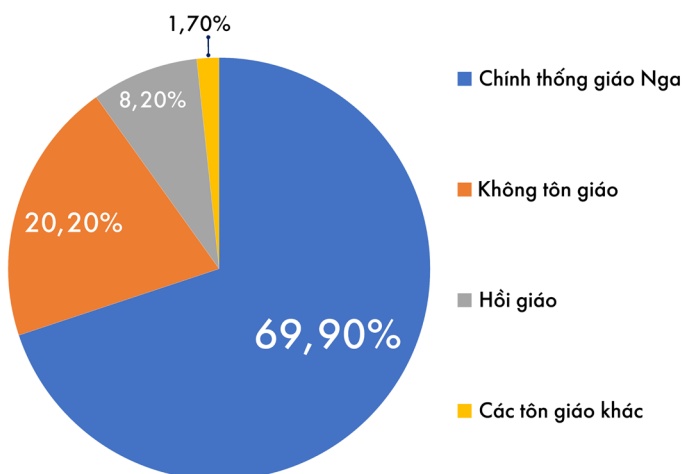
Dân số: theo số liệu thống kê dân số mới nhất do Cơ quan Thống kê Liên bang Nga (Rosstat) công bố tính đến ngày 01/01/2025, dân số nước này đạt 146.119.900 người.

Tài nguyên thiên nhiên: trữ lượng hàng đầu thế giới về dầu mỏ, khí đốt tự nhiên, than đá; khoáng sản kim loại và đá quý phong phú (sắt, niken, bạch kim, vàng, kim cương); diện tích rừng lớn nhất thế giới (rừng Taiga cung cấp nguồn gỗ khổng lồ) và nguồn tài nguyên nước ngọt dồi dào (tiêu biểu là hồ Baikal).

Dân tộc: theo kết quả Tổng điều tra dân số của Rosstat, cơ cấu thành phần dân tộc của Nga năm 2020 như sau:



Tôn giáo: theo số liệu nghiên cứu của Trung tâm Nghiên cứu Pew (Pew Research Center), cơ cấu tôn giáo tại Nga năm 2020 như sau:



Ngôn ngữ: tiếng Nga (ngôn ngữ chính thức duy nhất ở cấp liên bang; bên cạnh đó có hơn 100 ngôn ngữ của các cộng đồng dân tộc thiểu số).

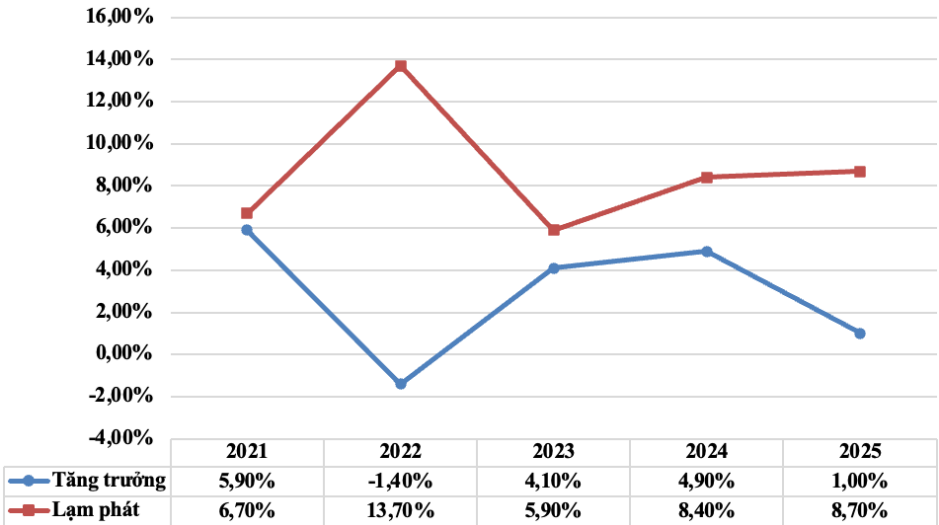
Tiền tệ: rúp Nga (mã tiền tệ: RUB)



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



Theo ghi nhận của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) về thứ hạng thương mại toàn cầu năm 2025, Liên bang Nga đứng thứ 32 thế giới về xuất khẩu và thứ 42 về nhập khẩu.

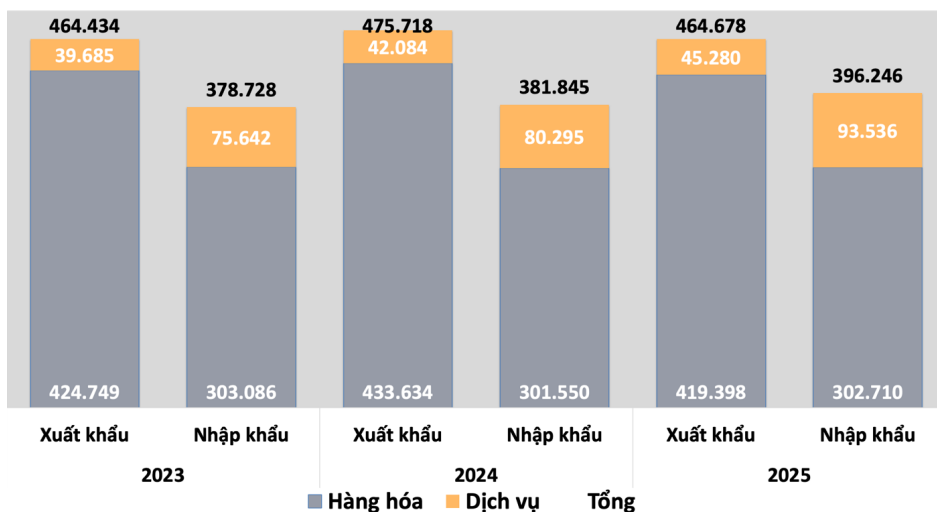
➤ Số liệu hoạt động thương mại của Nga

Theo số liệu WTO, hoạt động thương mại hàng hóa và dịch vụ của Liên bang Nga giai đoạn 2023–2025 duy trì quy mô lớn, với tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu lần lượt đạt 843,16 tỷ USD, 857,56 tỷ USD và 860,92 tỷ USD. Trong đó, xuất khẩu đạt 464,43 tỷ USD năm 2023, tăng lên 475,72 tỷ USD năm 2024, sau đó giảm nhẹ còn 464,68 tỷ USD năm 2025. Nhập khẩu có xu hướng tăng liên tục, từ 378,73 tỷ USD năm 2023 lên 381,85 tỷ USD năm 2024 và 396,25 tỷ USD năm 2025. Diễn biến trên cho thấy quy mô giao thương của Nga tương đối ổn định, nhưng cơ cấu tăng trưởng có sự thay đổi: năm 2024 xuất khẩu đạt mức cao nhất trong ba năm, trong khi năm 2025 tổng kim ngạch thương mại vẫn tăng nhờ nhập khẩu mở rộng, dù xuất khẩu giảm nhẹ.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Liên bang Nga (2023 – 2025)

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



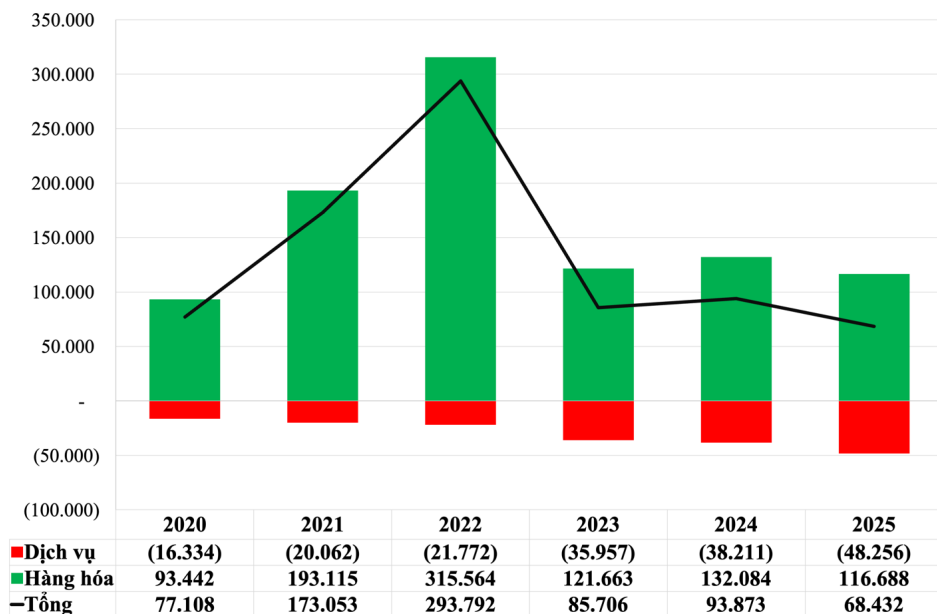
Cán cân thương mại của Nga duy trì thặng dư trong toàn bộ giai đoạn 2020–2025. Thặng dư tăng mạnh từ 77,11 tỷ USD năm 2020 lên 173,05 tỷ USD năm 2021 và đạt

đỉnh 293,79 tỷ USD năm 2022. Sau đó, cán cân giảm đáng kể xuống 85,71 tỷ USD năm 2023, phục hồi nhẹ lên 93,87 tỷ USD năm 2024 rồi thu hẹp còn 68,43 tỷ USD năm 2025.

Cán cân thương mại của Liên bang Nga (2020 – 2025)

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



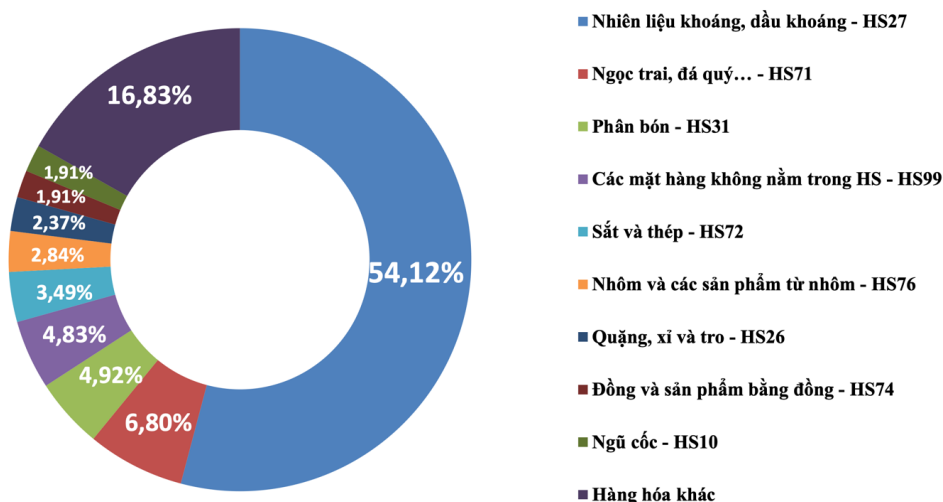
Nhìn chung, sau mức thặng dư đột biến năm 2022, cán cân thương mại của Nga bước vào giai đoạn điều chỉnh. Đến năm 2025, thặng dư chỉ còn khoảng 23,3% mức đỉnh năm 2022, cho thấy chênh lệch giữa xuất khẩu và nhập khẩu đã thu hẹp đáng kể.

Hàng hóa tiếp tục là nguồn tạo thặng dư chủ yếu trong giao thương của Nga. Cán cân hàng hóa đạt 93,44 tỷ USD năm 2020, tăng lên 193,12 tỷ USD năm 2021 và 315,56 tỷ USD năm 2022. Trong giai đoạn 2023–2025, thặng dư hàng hóa lần lượt đạt 121,66 tỷ USD, 132,08 tỷ USD và 116,69 tỷ USD. Mặc dù vẫn duy trì mức dương, khu vực này có xu hướng suy giảm trong năm 2025. Trái lại, dịch vụ liên tục ghi nhận thâm hụt và ngày càng tạo áp lực lên cán cân chung. Mức thâm hụt dịch vụ tăng từ 16,33 tỷ USD năm 2020 lên 21,77 tỷ USD năm 2022 và 48,26 tỷ USD năm 2025. Điều này cho thấy sự gia tăng nhập khẩu dịch vụ tương đối nhanh so với xuất khẩu dịch vụ, làm giảm một phần đáng kể thặng dư từ hàng hóa.

Năm 2025, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Liên bang Nga được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Liên bang Nga năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu nhiều nhất của Liên bang Nga bao gồm:

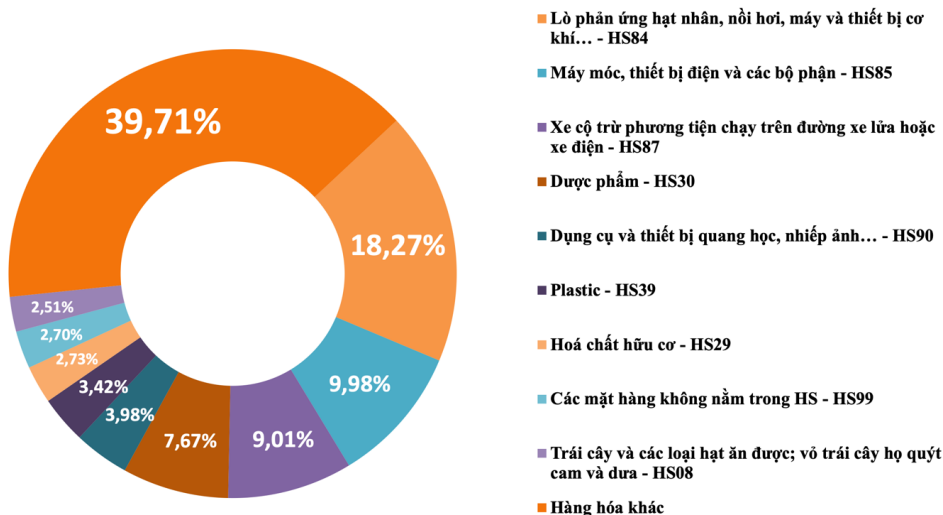
1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 54,12% tổng lượng xuất khẩu)
2. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 6,80% tổng lượng xuất khẩu)
3. Phân bón (chiếm 4,92% tổng lượng xuất khẩu)
4. Các mặt hàng không nằm trong HS (chiếm 4,83% tổng lượng xuất khẩu)
5. Sắt và thép (chiếm 3,49% tổng lượng xuất khẩu)

Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Liên bang Nga nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 18,27% tổng lượng nhập khẩu)
2. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 9,98% tổng lượng nhập khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 9,01% tổng lượng nhập khẩu)
4. Dược phẩm (chiếm 7,67% tổng lượng nhập khẩu)
5. Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh... (chiếm 3,98% tổng lượng nhập khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Liên bang Nga năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường xuất khẩu chính của Liên bang Nga năm 2025

(Nguồn: Trademap)

33,65%	Trung Quốc	Brazil	2,55%
16,03%	Ấn Độ	Hàn Quốc	1,87%
11,52%	Thổ Nhĩ Kỳ	Nhật Bản	1,50%
5,22%	Kazakhstan	Hungary	1,44%
3,56%	Hồng Kông (Trung Quốc)	Ai Cập	1,41%

Các thị trường nhập khẩu chính của Liên bang Nga năm 2025

(Nguồn: Trademap)

55,84%	Trung Quốc	Ý	2,26%
4,39%	Kazakhstan	Hàn Quốc	2,18%
4,19%	Đức	Bỉ	1,60%
3,63%	Thổ Nhĩ Kỳ	Armenia	1,57%
2,42%	Ấn Độ	Thụy Sĩ	1,45%

➤ Thách thức kinh tế vĩ mô

❑ Tốc độ tăng trưởng kinh tế suy giảm, mất cân đối cơ cấu ngành và sự thu hẹp của tổng cầu khu vực dân sự

Tốc độ tăng trưởng GDP của nước Nga giảm mạnh từ mức trên 4% năm 2024 xuống còn khoảng 1% năm 2025 và dự kiến sẽ duy trì dưới ngưỡng 0,7% xuyên suốt giai đoạn 2026–2027, thậm chí ghi nhận mức tăng trưởng âm trong quý đầu năm 2026. Sự chững lại này xuất phát từ việc công suất sản xuất thực tế của nền kinh tế đã vận hành tới hạn, đồng thời hiệu lực từ các gói kích thích tài khóa quy mô lớn trước đây đang dần cạn.

Cơ cấu kinh tế nội địa bộc lộ sự phân hóa sâu sắc khi dòng vốn công tập trung ưu tiên cho lĩnh vực quốc phòng và an ninh, chiếm trên 40% tổng chi tiêu ngân sách liên bang. Xu hướng này tạo ra mô hình phát triển hai tầng: các ngành công nghiệp chuyên dụng duy trì đà mở rộng và thu hút phần lớn nguồn lực xã hội, trong khi khu vực sản xuất dân sự phi quân sự đối mặt với tình trạng thiếu hụt vốn. Cùng với chi phí vốn leo thang, tổng đầu tư tài sản cố định suy giảm liên tiếp từ năm 2025, buộc nhiều tập đoàn hạ tầng và năng lượng đầu ngành phải cắt giảm mạnh kế hoạch chi tiêu mở rộng nhằm bảo toàn thanh khoản. Đáng chú ý, các ngành sản xuất kỹ thuật cao nội địa vẫn phụ

thuộc tới 90% vào nguồn cung bên ngoài đối với các mặt hàng linh kiện điện tử, dây cáp và vật liệu nhựa phụ trợ.

Khủng hoảng vận hành và đà suy giảm sức mua lan rộng khắp các lĩnh vực kinh tế then chốt. Ngành luyện kim và thị trường xây dựng ghi nhận mức sụt giảm sâu về sản lượng tiêu thụ thép lẫn diện tích bàn giao nhà ở, với tỷ lệ hấp thụ dự án bất động sản thương mại duy trì ở mức thấp và thời gian triển khai bị kéo dài. Khối khai thác khoáng sản và năng lượng chịu ảnh hưởng lớn từ biến động giá cả quốc tế, đẩy đa số đơn vị khai thác than vào trạng thái kinh doanh dưới giá vốn. Cùng thời điểm, hệ thống logistics đường sắt – huyết mạch vận chuyển hàng hóa chủ lực – đối mặt với khó khăn kép khi khối lượng chuyên chở sụt giảm, nợ vay tích lũy và phải tinh giản bộ máy vận hành, từ đó gián tiếp đẩy chi phí lưu thông hàng hóa trên toàn thị trường tăng cao.

Tại thị trường dân sinh, sức mua thực tế suy giảm tác động trực tiếp đến mạng lưới bán lẻ và phân phối. Mặc dù thu nhập danh nghĩa của một bộ phận người dân tăng lên nhờ các nguồn trợ cấp và lãi suất tiền gửi, tâm lý thận trọng khiến người tiêu dùng đẩy mạnh tích lũy dự phòng và dịch chuyển dòng tiền sang phân khúc hàng hóa giá rẻ trên các sàn thương mại điện tử. Làn sóng thu hẹp mặt bằng bán lẻ diễn ra trên diện rộng tại các đô thị lớn như Moscow và St. Petersburg, trong đó chịu ảnh hưởng mạnh nhất là ngành hàng thời trang và dịch vụ ăn uống.

□ Áp lực lạm phát, chính sách tiền tệ thắt chặt và các rủi ro tiềm ẩn đối với hệ thống tài chính - ngân hàng

Chỉ số giá tiêu dùng tại thị trường Nga đang ghi nhận diễn biến phức tạp. Dù tỷ lệ lạm phát danh nghĩa từng có thời điểm hạ nhiệt trong năm 2025, áp lực tăng giá đã quay trở lại trong quý đầu năm 2026 dưới tác động lan tỏa từ các đợt điều chỉnh thuế gián thu. Sức ép chi phí thể hiện rõ nhất ở các nhóm hàng hóa và dịch vụ thiết yếu như vận tải xăng dầu, dược phẩm, dịch vụ đời sống và thực phẩm cơ bản. Đáng chú ý, các khảo sát xã hội học cho thấy mức độ cảm nhận lạm phát của người tiêu dùng vẫn duy trì ở ngưỡng hai con số (khoảng 15%), trực tiếp làm suy giảm sức mua thực tế của thị trường dân sinh và đẩy chi phí mặt bằng kinh doanh lên cao.

Trước nguy cơ bất ổn giá cả và tình trạng khan hiếm nguồn cung, Ngân hàng Trung ương Nga kiên trì theo đuổi chính sách tiền tệ thắt chặt. Dù lãi suất điều hành đã hạ dần từ đỉnh 21% về quanh mức 14,5% vào đầu năm 2026, giới phân tích dự báo mặt bằng lãi suất bình quân cả năm vẫn neo ở ngưỡng cao từ 14% đến 14,5%. Khi kênh tiếp cận vốn quốc tế gặp trở ngại, nền kinh tế phải dựa hoàn toàn vào hệ thống thanh khoản nội địa. Mức chênh lệch lớn giữa lãi suất chủ chốt và tỷ lệ lạm phát tạo thành rào cản lớn về chi phí vốn, triệt tiêu đáng kể nhu cầu vay vốn đầu tư mở rộng của khu vực kinh tế dân sự và làm chậm vòng quay vốn thương mại.

Bất chấp chi phí vay vốn đất đỏ, tổng dư nợ của khu vực doanh nghiệp phi tài chính vẫn tăng mạnh do dòng tín dụng tập trung phục vụ các hợp đồng cung ứng đơn hàng nhà nước, với tốc độ tăng trưởng tín dụng nhanh gấp hơn hai lần so với khu vực dân sự. Sự tích tụ đòn bẩy nợ này khiến cấu trúc tài chính của nhiều tập đoàn nội địa rơi vào trạng thái dễ tổn thương khi chi phí trả lãi hàng năm vượt quá khả năng tạo lợi nhuận vận hành. Tình trạng nợ quá hạn và nợ nghĩa vụ ngân sách chạm đến ngưỡng tương đương 3,8% GDP, trực tiếp làm gia tăng rủi ro chậm thanh toán công nợ và đứt gãy dòng tiền trong các chuỗi cung ứng hàng hóa nội địa.



Quang cảnh sông Moscow, Điện Kremlin, Nhà thờ Truyền tin và Tháp Vodovzvodnaya.

Chất lượng tài sản của hệ thống ngân hàng bộc lộ nhiều điểm nghẽn khi tỷ lệ nợ xấu và nợ có vấn đề chiếm tới 11% tổng dư nợ doanh nghiệp, khiến tỷ lệ an toàn vốn của một số ngân hàng thương mại lớn suy giảm dưới chuẩn quy định. Mảng tín dụng cá nhân cũng ghi nhận tỷ lệ trễ hạn các khoản vay thể chấp gia tăng cùng nhu cầu cơ cấu lại thời hạn trả nợ tăng vọt. Cấu trúc bảng cân đối của hệ thống ngân hàng còn tiềm ẩn rủi ro thanh khoản khi dòng tiền gửi tiết kiệm lãi suất cao có thể dịch chuyển đột ngột vào thời điểm chính sách tiền tệ bắt đầu chu kỳ nới lỏng.

❑ Mất cân đối tài khóa, thu hẹp nguồn dự phòng và áp lực thuế

Tình trạng mất cân đối thu chi ngân sách tại Nga đang gia tăng. Thâm hụt tài khóa mở rộng lên mức khoảng 3,9% GDP trong năm 2025 và tiếp tục chịu áp lực lớn trong

các tháng đầu năm 2026, khi tốc độ giải ngân chi tiêu công tăng nhanh và vượt trần kế hoạch đề ra. Bội chi diễn ra trên diện rộng tại phần lớn các khu vực hành chính cấp địa phương do mức chi tiêu phục vụ an sinh và các nhiệm vụ công gia tăng vượt xa khả năng mở rộng nguồn thu, qua đó thu hẹp đáng kể không gian điều hành tài chính công của chính phủ sở tại.

Nguyên nhân căn bản dẫn đến sự thu hẹp nguồn thu nhà nước xuất phát từ đà suy giảm mạnh doanh thu lĩnh vực dầu khí, với mức sụt giảm từ 20% đến 30% trong năm 2025 và tiếp tục giảm sâu trong các tháng đầu năm 2026. Diễn biến này chịu tác động từ sự nới rộng biên độ chiết khấu giá bán dầu xuất khẩu, sự gián đoạn cục bộ về công suất lọc hóa dầu và biến động tỷ giá. Việc tỷ giá đồng rúp duy trì giá trị cao hơn so với kịch bản dự toán ngân sách đã làm suy giảm giá trị thu thuế nội tệ tính trên các hợp đồng thương mại năng lượng quốc tế, trực tiếp gây thiếu hụt nguồn thu ngoại tệ cho cán cân vĩ mô.

Nhằm xử lý khoảng trống ngân sách trong bối cảnh các kênh huy động vốn quốc tế gặp trở ngại, chính quyền sở tại đã đẩy mạnh phát hành trái phiếu nội địa và huy động tối đa nguồn lực từ Quỹ Phúc lợi Quốc gia. Tỷ trọng tài sản có tính thanh khoản cao của quỹ dự phòng này sụt giảm mạnh từ 6,5% GDP xuống còn 1,8% GDP vào đầu năm 2026, chủ yếu chuyển đổi dự trữ ngoại tệ và kim loại quý sang cấp vốn cho các doanh nghiệp nhà nước và công trình hạ tầng trọng điểm. Việc nguồn lực dự phòng tài khóa suy giảm khiến dư địa bảo trợ và các gói hỗ trợ kinh tế cho khu vực dân sự thu hẹp đáng kể.

Để bù đắp thâm hụt tài chính khi nguồn thu phi dầu khí tăng trưởng không đạt kỳ vọng, cơ quan quản lý chuyển hướng tăng cường huy động đóng góp từ khối doanh nghiệp thông qua việc điều chỉnh các sắc thuế then chốt. Kể từ đầu năm 2026, cơ quan quản lý đã nâng thuế VAT phổ thông lên mức 22% và thuế thu nhập doanh nghiệp lên 25%, kết hợp việc áp dụng biểu thuế thu nhập cá nhân tăng dần theo mức thu nhập và các khoản phụ thu đối với một số nhóm ngành khai thác khoáng sản. Đặc biệt đối với các nhà đầu tư và thương nhân nước ngoài, việc tạm đình chỉ thực thi các hiệp định tránh đánh thuế hai lần làm gia tăng đáng kể nghĩa vụ khấu trừ thuế tại nguồn đối với các khoản thu nhập thụ động như cổ tức, lãi vay và phí bản quyền khi chuyển ra nước ngoài. Bên cạnh đó, các yêu cầu mở rộng về kiểm soát đầu tư vốn, quy định dân nhân số truy xuất nguồn gốc hàng hóa và các sự cố kỹ thuật gián đoạn kết nối thanh toán điện tử cũng đẩy chi phí vận hành thực tế lên cao.

❑ Rủi ro thanh toán quốc tế, cấu trúc thương mại, nguồn lao động và hàng rào pháp lý

Thị trường lao động tại Nga đang trải qua tình trạng thiếu hụt nhân sự, khi tỷ lệ thất nghiệp duy trì ở mức đáy lịch sử quanh ngưỡng 2,1% đến 2,2%. Quá trình già hóa dân

số kết hợp cùng sự tái phân bổ mạnh mẽ lực lượng lao động sang các lĩnh vực ưu tiên công cộng và hạ tầng trọng yếu đã gây áp lực lên các ngành dân sự như nông nghiệp, vận tải, logistics và y tế. Sự cạnh tranh trên thị trường tuyển dụng khiến tốc độ tăng tiền lương thực tế vượt xa mức tăng năng suất lao động, buộc các đơn vị sử dụng lao động phải tăng chi trả thu nhập hoặc áp dụng giải pháp linh hoạt giờ làm để giữ chân nhân sự. Chi phí nhân công leo thang trực tiếp đẩy chi phí vận hành cơ sở sản xuất kinh doanh lên cao, tạo thêm rào cản cho kế hoạch mở rộng quy mô của các doanh nghiệp nước ngoài có hiện diện thương mại tại địa bàn.

Về cấu trúc thương mại quốc tế, dòng chảy xuất nhập khẩu của Nga ghi nhận sự dịch chuyển trọng tâm sâu sắc sang các đối tác châu Á, đặc biệt là thị trường Trung Quốc với tỷ trọng chiếm tới 35% tổng kim ngạch hai chiều và cung cấp khoảng một nửa lượng hàng hóa tiêu dùng nội địa, tập trung lớn ở các mặt hàng thiết bị công nghiệp và linh kiện kỹ thuật. Xu hướng này đồng thời thúc đẩy cơ quan quản lý sở tại siết chặt các biện pháp bảo hộ sản xuất trong nước, điển hình là việc nâng mạnh mức phí tái chế đối với phương tiện vận tải cơ giới nhập khẩu và kiểm soát khắt khe tiêu chuẩn cấp phép lưu hành. Tuy nhiên, sự rút lui của nhiều nhân hàng quốc tế truyền thống trong các lĩnh vực gia dụng và hàng tiêu dùng cũng đã để lại khoảng trống thị phần đáng kể.

Hạ tầng giao dịch tài chính và lưu chuyển hàng hóa xuyên biên giới đang đối diện với nhiều điểm nghẽn kỹ thuật trong khâu thanh toán quốc tế. Mặc dù các phương án sử dụng đồng Nhân dân tệ và hệ thống thanh toán bù trừ phi truyền thống đang thay thế dần các kênh giao dịch cũ, biến động tỷ giá và sự tập trung quá lớn vào một đồng tiền thanh khoản vẫn tạo ra rủi ro nhất định cho công tác cân đối tài chính. Đồng thời, quy trình thẩm tra giao dịch nghiêm ngặt tại các ngân hàng đối tác quốc tế thường xuyên khiến thời gian xử lý lệnh chuyển khoản kéo dài từ nhiều tuần đến nhiều tháng, làm phát sinh thêm chi phí trung gian tài chính. Kết hợp cùng chi phí vận tải biển và cước dịch vụ logistics tăng cao, hiệu quả dòng tiền và tốc độ luân chuyển hàng hóa của các nhà xuất nhập khẩu chịu ảnh hưởng rõ rệt, đòi hỏi các đơn vị thương mại phải thiết lập mạng lưới thanh toán linh hoạt và phương án vận chuyển dự phòng.

Về khuôn khổ thể chế, pháp luật Nga duy trì nguyên tắc bảo đảm quyền tài sản cho nhà đầu tư theo Luật Đầu tư số 160-FZ, đồng thời ban hành Luật số 416-FZ có hiệu lực từ tháng 9 năm 2026 cho phép các ngân hàng thương mại trực tiếp hỗ trợ cấp mã số thuế cho pháp nhân nước ngoài nhằm tinh giản thủ tục hành chính. Dù vậy, hoạt động quản trị vốn và tài sản ngoại hối vẫn chịu sự giám sát chặt chẽ thông qua cơ chế phân loại tài khoản ngân hàng chuyên biệt, việc mở rộng phạm vi kiểm soát nhà nước đối với các lĩnh vực chiến lược như khai thác khoáng sản và chế biến thủy sản, cùng sự gia tăng nghĩa vụ thuế khấu trừ đối với các dòng tiền chuyển ra nước ngoài khi các hiệp định tránh đánh thuế hai lần tạm thời đình chỉ. Ngoài ra, quy định bắt buộc về gắn mã định danh

điện tử trên diện rộng đối với hàng hóa lưu thông cũng làm tăng thêm chi phí tuân thủ kỹ thuật và hoàn thiện hồ sơ hải quan.

➤ Cơ hội kinh tế vĩ mô

□ Quy mô thị trường nội địa, sức mua và các lĩnh vực ưu tiên thu hút đầu tư



Trung tâm Lakhta.

Về phương diện kinh tế vĩ mô, Liên bang Nga hiện sở hữu quy mô hơn 146 triệu dân với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) năm 2025 đạt 2.212,8 tỷ USD (tương đương khoảng 220 nghìn tỷ rúp) và GDP bình quân đầu người ở mức 15.501 USD. Tỷ lệ nghèo duy trì ở ngưỡng thấp cùng các chỉ số an sinh xã hội cơ bản ổn định. Tốc độ tăng trưởng kinh tế năm 2025 đạt 1,0% và dự báo năm 2026 duy trì ở mức thận trọng, dao động từ âm 0,3% đến 1,0%. Đáng chú ý, tình trạng khan hiếm nhân lực khiến tỷ lệ thất nghiệp chậm đáy, tạo lực đẩy tăng tiền lương thực tế và thu nhập khả dụng của người dân, chủ yếu nhờ các nguồn thu tài sản và ngân sách chi tiêu công. Dù chênh lệch thu nhập giữa các vùng kinh tế còn lớn, các khoản đặt hàng sản xuất của nhà nước đang thúc đẩy mức sống tại các địa bàn xa trung tâm cải thiện nhanh chóng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phân phối hàng hóa trên diện rộng.

Tại thị trường nội địa, tâm lý thận trọng trước biến động tài chính đang thúc đẩy sự thay đổi rõ rệt trong hành vi mua sắm. Kênh bán lẻ truyền thống có chiều hướng thu hẹp tại các đô thị lớn như Moscow hay Saint Petersburg, ghi nhận rõ nhất ở ngành dệt may khi nhiều nhãn hàng nội địa dừng hoạt động. Sự dịch chuyển mạnh mẽ của người tiêu dùng sang các sàn thương mại điện tử nhằm tìm kiếm mức giá cạnh tranh tạo dư địa thâm nhập cho các mặt hàng xuất khẩu có giá thành hợp lý. Song song đó, lĩnh vực lưu trú và khách sạn nội địa duy trì đà tăng trưởng khả quan nhờ các gói trợ cấp công và xu hướng hạn chế du lịch nước ngoài của người dân.



Triển lãm MiningWorld Russia, Nga.

Chiến lược kinh tế của Nga hiện tập trung tối đa nguồn lực ngân sách và Quỹ Tài sản Quốc gia cho mục tiêu thay thế nhập khẩu, áp dụng cơ chế trợ cấp trực tiếp và hỗ trợ lãi suất vay cho các ngành sản xuất mũi nhọn. Lĩnh vực nông nghiệp, dù đóng góp 10% kim ngạch xuất khẩu và đang phục hồi, vẫn chịu sức ép từ tính chất mùa vụ và sự thiếu hụt nhân lực tay nghề cao. Tình trạng khan hiếm chuyên gia kỹ thuật sâu cũng xuất hiện tại hai ngành trọng yếu là y tế và giao thông vận tải, mở ra cơ hội cung ứng giải pháp công nghệ, thiết bị và phương thức vận hành cho các đối tác quốc tế.

Về hành lang pháp lý và cơ chế ưu đãi, các nhà đầu tư nước ngoài có thể tận dụng chính sách thuế và thủ tục hải quan thuận lợi tại các khu kinh tế đặc biệt (SEZ), khu vực phát triển vượt mức (PDA) hoặc cảng tự do Vladivostok (FPV). Từ năm 2026, việc thụ hưởng ưu đãi tại những khu vực này gắn liền với kết quả giải ngân vốn thực tế cùng số lượng việc làm mới tạo ra hàng năm. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng được

phép thực hiện nghiên cứu thị trường hàng hóa tại Nga đến ngày 1 tháng 9 năm 2028 nhằm phục vụ công tác xác định thuế, phí xuất nhập khẩu. Cơ quan quản lý sở tại ưu tiên tiếp nhận các dự án cam kết nội địa hóa dây chuyền, chuyển giao công nghệ, sử dụng lao động tại chỗ và liên kết mạng lưới cung ứng bản địa, đồng thời duy trì các giới hạn nghiêm ngặt đối với nguồn vốn ngoại trong các lĩnh vực chiến lược gồm viễn thông, khai khoáng và công nghiệp trọng điểm quốc gia.

□ **Khoảng trống thị trường sau sự rút lui của các thương hiệu phương Tây và định hướng đa dạng hóa đối tác thương mại của Liên bang Nga**

Sự thoái lui đồng loạt của các doanh nghiệp phương Tây đã làm thay đổi căn bản cấu trúc thị trường tại Liên bang Nga khi tỷ trọng của Liên minh châu Âu (EU) trong kim ngạch xuất khẩu của quốc gia này giảm mạnh từ 38% xuống còn 7%. Các nền kinh tế khác nhanh chóng lấp đầy khoảng trống thương mại này, trong đó Trung Quốc giữ vị trí ưu thế khi chiếm từ 35% đến 50% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Nga (thương mại song phương đạt 245 tỷ USD năm 2024) và cung ứng hơn 40% nhóm hàng hóa thuộc danh mục giám sát, bên cạnh sự tham gia của Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ và Uzbekistan.

Ngành hàng gia dụng phản ánh rõ nét xu hướng tái định vị thương hiệu khi số lượng nhãn hàng nhập khẩu tăng từ 66 lên 93 thương hiệu sau tháng 3 năm 2022. Sự suy giảm thị phần gần như tuyệt đối của các hãng phương Tây như Electrolux hay Indesit đã mở đường cho các thương hiệu nội địa và đối tác thay thế như DEXP, Gorenje, Leran, Biryusa và Samsung mở rộng quy mô. Do các dòng sản phẩm rời bỏ thị trường có đơn giá cao hơn khoảng 43% so với nhóm thương hiệu phổ thông, hành vi tiêu dùng nội địa đang dịch chuyển mạnh mẽ sang phân khúc có mức giá phù hợp với thu nhập thực tế, trong đó phần lớn năng lực gia công máy giặt và thiết bị tập trung tại các nhà máy ở Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và Uzbekistan.

Trong lĩnh vực công nghệ và linh kiện điện tử, mặc dù hai thương hiệu Intel và AMD tiếp tục chiếm 97% giá trị nhập khẩu vi xử lý, chuỗi cung ứng thực tế đã ghi nhận sự dịch chuyển nguồn gốc sản xuất sang Đông Nam Á. Tỷ trọng linh kiện vi xử lý sản xuất tại Việt Nam và Malaysia cung cấp cho thị trường Nga tăng mạnh từ 56% năm 2021 lên 68% trong giai đoạn sau tháng 3 năm 2022, vượt qua tỷ trọng gia công từ các nhà xưởng Trung Quốc. Đồng thời, sự biến động về đơn giá bình quân cũng phản ánh quá trình phân loại lại các danh mục linh kiện chuyên dụng phục vụ nhu cầu mới của thị trường.

Mặc dù bù đắp được nguồn cung thiếu hụt, tình trạng phụ thuộc lớn vào một đối tác duy nhất-khi Trung Quốc cung cấp hơn 80% hàng hóa công nghệ và lưỡng dụng-đang tạo áp lực lớn lên an ninh chuỗi cung ứng và quyền tự chủ công nghiệp của Nga. Khả năng thanh khoản bằng đồng Nhân dân tệ bộc lộ giới hạn trong việc đa dạng hóa nguồn hàng từ các khu vực địa lý khác, trong khi các giao dịch qua hệ thống thanh toán CIPS

thường xuyên đình trệ kéo dài do rủi ro chế tài liên đới. Bên cạnh đó, việc các hãng xe nước ngoài chỉ tập trung phân phối sản phẩm nguyên chiếc đã thúc đẩy cơ quan quản lý Nga áp dụng các biện pháp bảo hộ sản xuất trong nước, tiêu biểu là việc nâng phí tái chế ô tô nhập khẩu lên 85% vào tháng 10 năm 2024 và thu hồi giấy phép đối với một số dòng xe vận tải.

Trước bối cảnh trên, chính sách kinh tế đối ngoại của Nga đang ưu tiên chiến lược đa dạng hóa đối tác nhằm phân tán rủi ro, mở rộng tìm kiếm sự hợp tác từ các quốc gia trung lập thuộc khối BRICS, Trung Á, Thổ Nhĩ Kỳ, UAE và các nền kinh tế châu Á. Cơ quan quản lý sở tại áp dụng định hướng mở cửa có chọn lọc: hạn chế các hoạt động thương mại thuần túy và yêu cầu nhà đầu tư quốc tế phải cam kết lộ trình nội địa hóa sản xuất, giải ngân nguồn vốn thực tế, chuyển giao công nghệ, tạo việc làm tại chỗ và xây dựng mạng lưới liên kết chặt chẽ với các nhà cung ứng nội địa Nga.

□ Khung thể chế bảo đảm đầu tư, ưu đãi tài khóa và hạ tầng tài chính - thanh toán

Luật Liên bang số 160-FZ tạo nền tảng cho khung pháp lý về bảo hộ đầu tư tại Liên bang Nga, ghi nhận quyền tiếp cận cơ quan tư pháp, chuyển giao nghĩa vụ công nợ và cam kết bồi thường thỏa đáng nếu phát sinh việc quốc hữu hóa tài sản. Đáng chú ý, cơ chế bảo đảm ổn định quy chế pháp lý cho phép duy trì các điều kiện ưu đãi trong suốt thời gian hoàn vốn của dự án, tối đa 7 năm kể từ thời điểm giải ngân. Trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, cơ quan chức năng sở tại áp dụng quy chế quản lý tạm thời đối với quyền sở hữu trí tuệ của các đơn vị nước ngoài đã ngừng hoạt động nhưng vẫn duy trì quyền sở hữu, nhằm bảo hộ tác quyền đồng thời cấp phép cho doanh nghiệp nội địa khai thác. Tuy nhiên, từ tháng 6 năm 2026, cơ quan quản lý đã mở rộng danh mục tài sản chiến lược sang lĩnh vực khai thác khoáng sản quy mô lớn và chế biến thủy sản, buộc các hoạt động này phải trải qua khâu thẩm định của Ủy ban Giám sát Đầu tư Nước ngoài Liên bang Nga.

Về quy trình xử lý tranh chấp thương mại và thu hồi nợ, pháp luật sở tại thiết lập các bước phân cấp rõ ràng. Giai đoạn tiền tố tụng khuyến khích các bên chủ động đàm phán phương án trả nợ và mức lãi suất phát sinh thông qua văn bản thỏa thuận bổ sung. Khi khởi kiện, hệ thống Tòa án Trọng tài thuộc Tòa án Tối cao Liên bang Nga đảm nhiệm xét xử các tranh chấp hợp đồng, giao dịch tài khoản, quyền tài sản và phá sản. Thủ tục rút gọn áp dụng cho các vụ việc đòi nợ dưới 500.000 rúp đối với tổ chức và dưới 250.000 rúp đối với cá nhân kinh doanh, cho phép ban hành phán quyết trong vòng hai tháng mà không cần triệu tập đương sự. Đối với các vụ việc thông thường, tòa án thụ lý đơn trong năm ngày làm việc và hoàn tất sơ thẩm trong ba tháng; bản án giữ nguyên hiệu lực thi hành trong ba năm. Trường hợp doanh nghiệp mất khả năng thanh toán, lộ trình phá sản

tuần thủ năm giai đoạn gồm giám sát tài chính, phục hồi tài chính, quản lý bên ngoài, hòa giải công nợ và thanh lý tài sản.

Để hiện diện và tiến hành hoạt động thương mại, nhà đầu tư quốc tế có thể lựa chọn thành lập pháp nhân độc lập (công ty LLC hoặc JSC), mở chi nhánh trực tiếp kinh doanh sau khi hoàn tất đăng ký, hoặc lập văn phòng đại diện phi thương mại nhằm nghiên cứu thị trường và xúc tiến hình ảnh. Các cơ sở cố định hoặc đại lý phụ thuộc tại Nga sẽ chịu sự điều chỉnh của quy chế cơ sở thường trú về thuế thu nhập doanh nghiệp. Về mặt thủ tục, Luật Liên bang số 416-FZ (hiệu lực từ ngày 1 tháng 9 năm 2026) tinh giản quy trình đăng ký thuế khi mở tài khoản ngân hàng thông qua kết nối dữ liệu điện tử liên thông, giúp cấp mã số thuế (TIN) trong năm ngày làm việc mà không cần nộp hồ sơ hai nơi. Bên cạnh đó, luật pháp Nga cho phép các doanh nghiệp dời trụ sở pháp lý từ nước ngoài về các khu hành chính đặc biệt (SAR) tạm hoãn yêu cầu hủy đăng ký tại quốc gia cũ đến hết ngày 31/12/2027. Cơ quan lập pháp Nga cũng chấp thuận cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài triển khai các chương trình khảo sát thị trường hàng hóa đến ngày 1 tháng 9 năm 2028 phục vụ tính toán thuế và biểu thuế quan xuất nhập khẩu.



Hình ảnh minh họa bởi AI.

Từ năm 2026, chính quyền sở tại siết chặt cơ chế xét duyệt ưu đãi thuế và thủ tục hải quan thông qua kỳ kiểm tra thường niên về mức giải ngân vốn thực tế cùng số lượng việc làm mới tạo ra theo cam kết. Trong khuôn khổ dự án quốc gia “Hợp tác quốc tế và Xuất khẩu”, nhà nước hỗ trợ chi phí logistics, chứng nhận chất lượng và xúc tiến thương mại, ưu tiên các đối tác đến từ quốc gia thân thiện trong các ngành công nghệ cao như điện tử, chế tạo máy và dược phẩm. Nhiều chính quyền địa phương tại Nga cũng áp dụng chính sách đồng tài trợ, bù đắp chi phí nội địa hóa, đào tạo nhân sự và mua sắm thiết bị từ danh mục quy định. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần lưu ý việc gia tăng nghĩa vụ thuế đối với thu nhập thụ động chuyển ra nước ngoài (cổ tức, lãi vay, phí bản quyền) do quyết định đình chỉ các hiệp định tránh đánh thuế hai lần, bên cạnh việc tăng hai điểm

phần trăm thuế VAT từ tháng 1 năm 2026 và định hướng áp thuế lợi nhuận bất thường trong ngành kim loại màu.

Trên thị trường tài chính và thanh toán, cơ chế tài khoản loại “In” ra đời nhằm thu hút dòng vốn mới từ các quỹ quốc tế vào giao dịch chứng khoán, tiền gửi và phái sinh, đồng thời cho phép chuyển lợi nhuận hợp pháp ra nước ngoài mà không vướng phải các quy định phong tỏa tài sản thuộc tài khoản loại “S”. Về chi phí vốn vay, Ngân hàng Trung ương Nga từng bước nới lỏng chính sách tiền tệ sau khi mức lãi suất chạm đỉnh 21% vào giữa năm 2025, đưa lãi suất điều hành giảm dần về ngưỡng 14% đến 14,5% trong năm 2026. Đối với hạ tầng thanh toán nội địa, chuyển khoản ngân hàng duy trì vị thế phương thức giao dịch an toàn và phổ biến nhất. Trong thương mại quốc tế, hệ thống CIPS bằng đồng Nhân dân tệ thay thế một phần SWIFT giúp duy trì các dòng tiền quy mô lớn, tuy nhiên các định chế tài chính trung gian quốc tế thường kéo dài quy trình kiểm soát giao dịch do lo ngại rủi ro tài chế liên đới, đòi hỏi doanh nghiệp phải chủ động phương án điều hướng dòng tiền để tối ưu hóa thời gian và chi phí.

➤ Xu hướng tiêu dùng tại Nga



□ Tâm lý tài chính, mô hình chi tiêu hợp lý và sự phản cực thị trường

Áp lực lạm phát khiến các hộ gia đình Nga điều chỉnh chi tiêu, làm cho ngân sách thực phẩm chiếm tới gần 40% tổng chi phí sinh hoạt – chạm mức cao nhất trong vòng 18 năm qua – so với các mặt hàng phi thiết yếu và dịch vụ. Doanh thu bán lẻ danh nghĩa tăng lên chủ yếu phản ánh mức tăng của giá cả, trong khi khối lượng hàng hóa mua sắm

thực tế sụt giảm và niềm tin thị trường rơi xuống rất thấp. Lối sống tiết kiệm trở thành xu hướng phổ biến khi 82% người tiêu dùng lựa chọn chiến lược mua sắm có tính toán. Người tiêu dùng dịch chuyển sang tư duy thực tế: họ bớt chú trọng danh tiếng thương hiệu, chủ động lên kế hoạch từ trước và ưu tiên chất lượng sử dụng thực tế thay vì chỉ chọn mức giá thấp nhất. Nhằm tối ưu hóa chi tiêu, người mua chủ động chuyển sang phân khúc giá vừa phải hơn trong từng ngành hàng, tìm kiếm nguồn thực phẩm thay thế, sẵn tìm ưu đãi và chọn nhãn hàng riêng của các hệ thống bán lẻ.

Thị trường ghi nhận xu hướng phân cực khi phân khúc tầm trung dần thu hẹp, tập trung nhu cầu vào hai nhóm hàng giá rẻ và cao cấp. Người mua sẵn sàng chi trả thêm cho các sản phẩm chứng minh giá trị và tính năng thực tế rõ ràng. Đồng thời, xu hướng kết hôn, sinh con và an cư muộn hơn khiến các cột mốc đời sống như chuyển nhà, nuôi thú cưng hay đổi việc ảnh hưởng đến quyết định mua sắm nhiều hơn yếu tố độ tuổi.

Áp lực tâm lý trong đời sống hằng ngày gia tăng khi tỷ lệ người thường xuyên đối mặt với căng thẳng tăng từ 26% lên 42%, thúc đẩy người dân tìm kiếm sự cân bằng thông qua hành vi mua sắm giải tỏa. Họ sẵn sàng chi tiêu cho đồ ngọt, thức ăn nhanh hay việc xem hàng hóa trực tuyến nhằm tạo cảm xúc tích cực tức thì. Thị trường tiêu dùng hiện nay thể hiện rõ tính hai mặt: người mua vừa tính toán cẩn trọng trong các khoản chi lớn, vừa xem các giao dịch mua sắm nhỏ như giải pháp hỗ trợ tinh thần để thích nghi với bối cảnh nhiều biến động.

□ **Thị hiếu sản phẩm và các phân khúc ngành hàng nổi bật**

Yếu tố tiện lợi và nhu cầu tối ưu hóa thời gian chi phối mạnh mẽ thói quen ăn uống của người dân. Khách hàng ngày càng xem thực phẩm chế biến sẵn như phương án thay thế hợp lý cho việc nấu nướng tại nhà, đưa nhóm này trở thành điểm sáng với mức tăng trưởng doanh số đạt 24,4% trong ngành hàng tiêu dùng nhanh. Bên cạnh các mặt hàng cơ bản như thức ăn nhanh chiếm tới 80% tổng số lượng giao dịch thường nhật, nhãn hàng riêng của các hệ thống bán lẻ xác lập vị trí vững chắc khi nhu cầu thực tế của người mua đóng góp tới 9,6% vào đà mở rộng thị phần, vượt xa mức 1,1% của các thương hiệu truyền thống. Các nhà bán lẻ không chỉ dừng lại ở nhóm hàng giá rẻ mà chủ động mở rộng sang phân khúc chất lượng cao nhằm mang lại giá trị tương xứng với chi phí bỏ ra.

Mối quan tâm đến sức khỏe dần chuyển thành lối sống thực tế thay vì trào lưu nhất thời. Người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ, tích cực tìm kiếm các sản phẩm bổ sung dưỡng chất như thực phẩm giàu đạm – thể hiện qua mức tăng đột biến hơn 300% sản lượng của mặt hàng kem protein – hoặc đồ uống từ thực vật và sản phẩm không chứa lactose (tăng tới 80,8% trên kênh trực tuyến), khiến các mặt hàng thông thường cùng loại dần mất thị phần. Xu hướng cân bằng cuộc sống cũng thúc đẩy sức tiêu thụ của các dòng đồ uống có nồng độ cồn nhẹ cùng các thiết bị công nghệ hỗ trợ tinh thần nhằm xoa dịu áp lực thường nhật.

Đối với nhóm hàng phi thực phẩm, dòng tiền ưu tiên các mặt hàng đem lại giá trị sử dụng lâu dài như hệ sinh thái nhà thông minh với 85% người mua căn hộ mới ủng hộ lắp đặt, vật dụng thân thiện với môi trường, các sản phẩm chuyên biệt cho thú cưng và giải pháp tiện ích dành cho người lớn tuổi. Đồng thời, 63% người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn các nhà sản xuất nội địa sở hữu tiêu chuẩn chất lượng cao. Trong lĩnh vực dịch vụ, người dân có xu hướng thắt chặt chi tiêu mua sắm quần áo hay mỹ phẩm thông thường, nhưng vẫn duy trì nhu cầu đối với các dịch vụ chăm sóc trực tiếp giúp doanh thu salon làm đẹp tăng 21,1%, hoặc tập trung mua sắm vào các dịp cao điểm theo mùa như giai đoạn chuẩn bị tựu trường với mức chi tiêu tăng gấp 2,3 lần.

□ Chuyển dịch kênh mua sắm, quá trình ra quyết định của người mua và công nghệ tương tác

Kênh bán lẻ trực tuyến bước vào giai đoạn trưởng thành khi thương mại điện tử chiếm tới 22% tổng mức bán lẻ, trong đó các sàn đa ngành tiếp tục chi phối với 81% lượng đơn hàng và 62% doanh số. Thị trường chứng kiến sức mua mở rộng mạnh mẽ về các khu vực địa phương khi chiếm tới 77% khối lượng giao dịch trực tuyến, đồng thời giỏ hàng kỹ thuật số mở rộng sang nhiều nhóm sản phẩm giá trị cao và phức tạp. Song song với việc các chuỗi giảm giá sâu nhân đôi thị phần và dịch chuyển gần 180 tỷ rúp doanh thu thực phẩm, hệ thống bán lẻ độc lập duy trì lợi thế cạnh tranh riêng khi thu hút 59% cư dân đô thị nhờ chất lượng tư vấn chuyên sâu và uy tín hàng chính hãng.

Hành trình mua sắm trở nên thận trọng và kéo dài hơn khi khách hàng ghé thăm trung bình khoảng bốn cửa hàng mỗi tuần để so sánh trước khi chi tiêu, đẩy chi phí thu hút đơn hàng từ quảng cáo tăng thêm 12,3%. Thói quen mua sắm trực tuyến dịch chuyển sang mô hình đặt hàng thường xuyên hơn với giá trị đơn hàng bình quân giảm xuống còn 1.610 rúp. Đáng chú ý, người tiêu dùng mua sắm trực tiếp tại cửa hàng thể hiện mức độ tính toán cẩn trọng cao hơn so với người mua qua kênh trực tuyến (40,2% so với 28,2%), ít chạy theo các kích thích khuyến mại tức thời.

Yêu cầu xử lý thông tin nhanh chóng đưa dịch vụ phản hồi tức thì trở thành tiêu chuẩn bắt buộc khi 77% người tiêu dùng kỳ vọng doanh nghiệp liên hệ ngay sau khi gửi yêu cầu. Người tiêu dùng ngày càng tiếp nhận trợ lý trí tuệ nhân tạo để tìm kiếm và so sánh hàng hóa, song công cụ tự động hóa chưa đáp ứng trọn vẹn kỳ vọng khi cứ năm người thì có một người đánh giá chatbot dịch vụ không đem lại giá trị thực tế, dẫn đến hiện tượng 30% khách hàng âm thầm rời bỏ hoặc cắt giảm chi tiêu sau trải nghiệm không hài lòng thay vì gửi khiếu nại. Bên cạnh xu hướng dịch chuyển sang các nền tảng nội địa như MAX đạt 107 triệu người dùng hàng ngày, người dân đặt ra yêu cầu khắt khe về quyền riêng tư khi 64% người mua mong muốn trải nghiệm cá nhân hóa nhưng chỉ 39% thực sự tin tưởng doanh nghiệp sử dụng dữ liệu có trách nhiệm.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH

NỀN TẢNG VĂN HÓA – XÃ HỘI VÀ TƯ DUY TRONG KINH DOANH



Một ngày Lễ tại Quảng trường Đỏ.

Nga sở hữu vị trí địa lý đặc thù tại giao lộ giữa hai châu lục Á – Âu với lãnh thổ trải dài qua 11 múi giờ, tạo nên sự phân hóa nhất định về văn hóa giữa các vùng miền. Bên cạnh yếu tố địa lý, thị trường này ghi nhận sự phân hóa thể hệ sâu sắc trong tư duy kinh doanh và đời sống xã hội. Thế hệ lớn tuổi duy trì khuynh hướng bảo thủ cùng tinh thần cộng đồng rõ nét. Ngược lại, thế hệ trẻ thể hiện tư duy cởi mở và đề cao chủ nghĩa cá nhân.

Lòng tự hào dân tộc cùng nhận thức sâu sắc về bề dày lịch sử và di sản nghệ thuật, văn học phong phú chi phối mạnh mẽ nhận thức của người Nga. Giới doanh nhân bản địa đánh giá rất cao những đối tác quốc tế thể hiện sự tôn trọng và am hiểu đối với các giá trị văn hóa này. Đặc biệt, văn hóa giao tiếp Nga coi trọng khái niệm chiều sâu tâm hồn (dusha), thể hiện qua việc đón nhận những cuộc trao đổi triết lý có tính chiều sâu. Trong quá trình tiếp xúc và thiết lập quan hệ, doanh nhân Nga mong muốn thấu hiểu nhân sinh quan và lý tưởng sống của đối tác ngoài phạm vi các mục tiêu thương mại đơn thuần.

Những biến động qua các thời kỳ lịch sử hình thành nên tâm lý nhìn nhận hiện tại và tương lai với sự thận trọng, có phần bi quan. Tuy nhiên, chính bối cảnh này tôi luyện

niềm tự hào dân tộc về sức chịu đựng kiên cường, năng lực sinh tồn và khả năng vượt qua nghịch cảnh.

Mặc dù hoạt động thương mại tại Nga đòi hỏi tính thực tế cao, các mối quan hệ cá nhân vẫn giữ vai trò nền tảng quyết định hiệu quả hợp tác dài hạn. Mạng lưới kết nối cá nhân (svyazi) giúp doanh nghiệp tháo gỡ các rào cản hành chính phức tạp và tạo dựng sự hậu thuẫn vững chắc. Việc thiết lập quan hệ cá nhân không phải là điều kiện tiên quyết bắt buộc trước khi giao dịch, nhưng mang lại lợi thế thương mại rất lớn. Để xây dựng lòng tin, doanh nghiệp cần thể hiện sự chân thành, nhất quán và kiên nhẫn tích lũy uy tín qua thời gian, đồng thời tránh thái độ suông sã hoặc tiếp cận theo lối thiếu thành ý. Khi đối tác Nga chủ động mở lời nhờ hỗ trợ một việc cụ thể, điều đó phát đi tín hiệu quan hệ hai bên đã vượt qua ranh giới giao dịch thuần túy để bước vào giai đoạn tin cậy lẫn nhau.

Đặc thù nổi bật trong văn hóa kinh doanh Nga là sự gắn kết dựa trên trách nhiệm giữa các cá nhân cụ thể thay vì gắn liền với pháp nhân hay thể chế. Mối quan hệ hợp tác duy trì theo cá nhân đại diện; khi nhân sự chuyển sang cơ quan khác, mối liên kết sẽ dịch chuyển theo họ thay vì ở lại với doanh nghiệp ban đầu, và xu hướng này ngày càng thể hiện rõ nét ở thế hệ trẻ. Trong các dự án quy mô lớn, thấu hiểu sâu sắc văn hóa bản địa chính là yếu tố quyết định mức độ thâm giao của mối quan hệ.

CƠ CẤU THỨ BẬC, PHONG CÁCH QUẢN LÝ VÀ MÔI TRƯỜNG THỂ CHẾ

Phong cách quản lý tại Nga đòi hỏi người lãnh đạo thể hiện rõ quyền uy và năng lực chuyên môn. Nhân viên có xu hướng trông đợi sự định hướng, chỉ đạo rõ ràng và dứt khoát từ người đứng đầu hơn là mô hình quản trị bình đẳng hay cơ chế chia sẻ quyền quyết định cho số đông. Uy tín của nhà quản lý hình thành từ kiến thức chuyên môn sâu, thâm niên công tác, năng lực giải quyết công việc và tính nhất quán. Do đó, cán bộ quản lý khi thăng tiến thường đề bạt các đồng nghiệp cũ trung thành; môi trường kinh doanh bản địa nhìn nhận hành động này như một sự đãi ngộ tự nhiên đối với lòng trung thành và các mối quan hệ bền chặt đã thiết lập, không coi đây là biểu hiện của cơ chế ưu ái dựa vào quan hệ cá nhân.

Về môi trường thể chế, Nga duy trì mô hình kinh tế hỗn hợp, kết hợp cơ chế định hướng thị trường với sự can thiệp mạnh mẽ từ phía nhà nước. Nhà nước nắm quyền kiểm soát hoặc duy trì hiện diện sâu rộng trong các ngành kinh tế then chốt như năng lượng, khoáng sản và quốc phòng. Doanh nghiệp tham gia thị trường phải nắm vững khuôn khổ pháp lý chuyên ngành và tính toán khả năng thiết lập quan hệ đối tác với các thực thể liên kết với nhà nước. Hệ thống thủ tục hành chính phức tạp tạo ra rào cản đáng kể với hệ thống giấy phép, phê chuẩn và chứng nhận, đồng thời thay đổi tùy theo từng khu vực

địa lý hoặc lĩnh vực cụ thể. Nhằm tháo gỡ khó khăn này, doanh nghiệp cần chủ động hợp tác với các đối tác bản địa hoặc đội ngũ tư vấn pháp lý am hiểu địa bàn để điều hướng quy trình thủ tục và xây dựng uy tín tại thị trường này.

TRANG PHỤC, XUNG HÔ VÀ QUY CHUẨN GIAO TIẾP BAN ĐẦU



Hình ảnh minh họa bởi AI.

Trong văn hóa kinh doanh Nga, địa vị xã hội giữ vai trò đặc biệt quan trọng, thể hiện qua uy tín cá nhân, năng lực chuyên môn và tiềm lực tài chính của doanh nghiệp. Môi trường thương mại bản địa đánh giá cao các biểu hiện cụ thể về vị thế và tính chuyên nghiệp: từ trang phục may đo cao cấp, phương tiện di chuyển, đến các phụ kiện như đồng hồ, bút ký và điện thoại chôn chu, gọn gàng. Quy chuẩn trang phục công sở tuân thủ phong cách cổ điển và mang tính bảo thủ cao. Nam giới mặc các bộ âu phục sẫm màu kết hợp giày da đánh bóng; nữ giới lựa chọn âu phục công sở trang nhã (comple quần tây hoặc chân váy dài ngang/quá đầu gối) với tông màu nền nã, lịch thiệp.

Trong lần tiếp xúc đầu tiên, các bên duy trì nghi thức chào hỏi trang trọng. Khi hai nam giới gặp nhau, quy chuẩn đòi hỏi một cái bắt tay thật chặt, dứt khoát kết hợp duy trì tiếp xúc bằng mắt trực tiếp; chỉ giữa những đối tác hoặc bạn bè thân thiết mới có cử chỉ vỗ vai hoặc ôm chào xã giao. Trong giao tiếp giữa nam và nữ, nam giới nên chờ đối tác nữ chủ động

đưa tay ra trước; nếu đối tác nữ bắt tay, nam giới nắm với lực nhẹ vừa phải, trường hợp đối tác nữ không đưa tay, một cái gật đầu mỉm cười chào lịch thiệp là chuẩn mực. Đối với phụ nữ gặp nhau trong môi trường công vụ, bắt tay là hình thức chào hỏi thông dụng; nghi thức hôn nhẹ lên má chỉ áp dụng giữa những người đã có mối quan hệ thân thiết.

Về quy tắc xưng hô, văn hóa Nga không sử dụng các tiền tố như ‘Mr./Ms.’ trong giao tiếp trực tiếp; các danh xưng tương đương trong tiếng Nga như ‘Gospodin’ (Ông) hay ‘Gospozha’ (Bà) chỉ giới hạn trong thư tín ngoại giao hoặc văn bản hành chính trang trọng. Trong giao tiếp thương mại, chuẩn mực lịch sự và tôn trọng cao nhất là gọi bằng [Tên riêng + Tên theo cha (Otchestvo)] cho cả đối tác nam và nữ (ví dụ: Ivan Petrovich hoặc Elena Sergeyevna) mà không cần ghép thêm bất kỳ từ chỉ vị thế nào.

Trường hợp chưa nắm rõ tên theo cha của đối tác, doanh nghiệp nước ngoài nên kết hợp [Chức danh chuyên môn + Họ] (như Giám đốc Ivanov, Tiến sĩ Smirnov), hoặc chủ động hỏi đối tác cách xưng hô chuẩn xác. Doanh nhân quốc tế tuyệt đối không tự ý gọi đối tác bằng tên riêng đơn thuần (như chỉ gọi ‘Ivan’ hay ‘Elena’) khi phía bạn chưa chủ động đề nghị chuyển sang cách gọi thân mật.



Trung tâm Triển lãm Quốc tế Crocus Expo, Nga.

Hoạt động trao đổi danh thiếp không quá cầu kỳ nhưng đặt ra các yêu cầu cụ thể về hình thức. Doanh nghiệp nên in danh thiếp song ngữ với mặt sau là tiếng Nga (bằng bảng chữ cái Cyrillic) và hướng mặt tiếng Nga lên trên khi trao cho đối tác. Danh thiếp cần ghi rõ học vị, bằng cấp chuyên môn và chức vụ công tác. Trường hợp đối tác chưa

kip chuẩn bị danh thiếp, đại diện doanh nghiệp có thể chủ động ghi chép cẩn thận họ tên và chức danh của họ. Đồng thời, bạn cần soạn sẵn toàn bộ tài liệu giới thiệu, ấn phẩm thương mại và bản trình chiếu theo định dạng song ngữ Anh – Nga. Do văn hóa thương mại bản địa luôn ưu tiên ngôn ngữ mẹ đẻ và không phải mọi đối tác đều thông thạo tiếng Anh, chủ động bố trí phiên dịch viên chuyên nghiệp đi cùng để bảo đảm tính chuẩn xác là việc nên làm.

Phong cách giao tiếp thương mại tại Nga kết hợp hài hòa giữa tính trực diện và sự trang trọng. Doanh nhân Nga ưu tiên thảo luận thẳng vào trọng tâm công việc thay vì kéo dài các cuộc tán gẫu xã giao trong các phiên họp chính thức. Thư điện tử gửi đối tác cần ngắn gọn, rõ ràng, mang giọng văn trang trọng, truyền đạt yêu cầu rõ ràng và loại bỏ các yếu tố đa nghĩa. Trong giai đoạn đầu, đối tác Nga duy trì khoảng cách cá nhân nhất định; họ xem các cử chỉ thiếu tế nhị cùng thói quen đút hai tay vào túi quần khi trò chuyện là hành vi thiếu chuẩn mực. Về chủ đề trao đổi bên lề, người Nga trân trọng những cuộc đối thoại có hàm lượng tri thức và chiều sâu văn hóa như văn học, nghệ thuật, lịch sử, danh lam thắng cảnh hay ẩm thực truyền thống. Ngược lại, doanh nghiệp cần tránh đề cập đến các vấn đề chính trị phức tạp, tôn giáo, các bình luận so sánh tiêu cực hoặc phàn nàn về điều kiện thời tiết, dịch vụ sở tại. Khi nêu cảm nhận về nước Nga, sự tôn trọng, cởi mở và thiện chí của bạn đối với văn hóa bản địa sẽ là điểm cộng rất lớn trong mắt đối tác.

TẬP QUÁN TỔ CHỨC CUỘC HỌP VÀ CHIẾN LƯỢC ĐÀM PHÁN

Doanh nghiệp cần lên lịch hẹn trước một khoảng thời gian đủ dài, đặc biệt khi làm việc với các cơ quan quản lý nhà nước hoặc các tập đoàn lớn. Trước ngày họp một ngày, đại diện doanh nghiệp nên chủ động liên hệ với phía bạn hoặc bộ phận thư ký để tái xác nhận lịch làm việc. Về thời điểm, doanh nghiệp cần lưu ý tránh sắp xếp lịch công tác vào hai khoảng thời gian nghỉ lễ dài ngày tại Nga: kỳ nghỉ Tết Dương lịch và Giáng sinh Chính thống giáo (thường kéo dài từ ngày 31/12 đến hết ngày 08-10/01) và chuỗi kỳ nghỉ lễ đầu tháng 5 (Lễ Lao động và Lễ Chiến thắng).

Về quy chuẩn thời gian, phía Nga đòi hỏi đối tác quốc tế phải có mặt đúng giờ hoặc sớm hơn giờ hẹn vài phút. Tuy nhiên, do tính chất bận rộn và cơ cấu vận hành phức tạp, lịch làm việc của lãnh đạo phía Nga đôi khi có thể thay đổi đột xuất. Doanh nghiệp cần chuẩn bị tâm lý kiên nhẫn, thích ứng linh hoạt và giữ thái độ điềm tĩnh, chuyên nghiệp, tuyệt đối tránh thể hiện sự sốt ruột hay đưa ra những bình luận phàn nàn về sự chậm trễ.

Các cuộc họp kinh doanh tại Nga thường kéo dài và mở đầu bằng vài phút xã giao trước khi đi vào nội dung kỹ thuật. Trong quá trình thảo luận, cán bộ lãnh đạo cao nhất của đoàn Nga nắm toàn quyền điều phối và có thể linh hoạt chuyển hướng chủ đề nghị

trình theo định hướng chiến lược của họ. Đối với nội dung thuyết trình, doanh nhân Nga đòi hỏi tài liệu đề xuất phải có cấu trúc lập luận chặt chẽ, số liệu minh chứng cụ thể, phân tích rõ bối cảnh phát triển và nêu bật lợi thế cạnh tranh thực chất. Việc trình bày chung chung, thiếu số liệu xác thực sẽ làm suy giảm nghiêm trọng uy tín của doanh nghiệp. Ngay sau khi cuộc họp kết thúc, các bên nên cùng lập và ký biên bản ghi nhớ (Protocol/Minutes) nhằm xác nhận các nội dung chính đã thống nhất, sau đó doanh nghiệp gửi thư điện tử cảm ơn và tái khẳng định các bước triển khai tiếp theo.

Trong tư duy đàm phán, phong cách truyền thống của giới kinh doanh Nga thường nhìn nhận đàm phán như một tiến trình bảo vệ lập trường kiên định, xem sự thỏa hiệp quá nhanh là biểu hiện của sự bị động hoặc vị thế yếu. Để bảo đảm dự địa linh hoạt, nhà đàm phán Nga thường đưa ra các yêu cầu ban đầu ở mức rất cao; do đó, doanh nghiệp quốc tế cũng nên tính toán biên độ đàm phán phù hợp để có khoảng trống điều chỉnh khi thương lượng. Về mặt chiến thuật, phía đối tác có thể thể hiện thái độ cứng rắn hoặc tạm ngưng thảo luận nhằm thử thách bản lĩnh và mức độ kiên nhẫn của đối phương. Họ sẵn sàng dành nhiều thời gian để cân nhắc nếu nhận thấy phía khách nước ngoài đang chịu áp lực về tiến độ.

Khi bước vào bàn đàm phán, phái đoàn Nga thường muốn đối tác trình bày quan điểm trước để nắm bắt toàn diện thông tin trước khi phản hồi; thái độ lắng nghe chăm chú của họ thể hiện sự lịch thiệp chuyên nghiệp chứ không đồng nghĩa với việc đã đồng thuận. Các thành viên trong đoàn Nga luôn tuân thủ kỷ luật phát ngôn và giữ sự thống nhất nội bộ cao độ dưới sự chỉ đạo của trưởng đoàn. Ngoài ra, trong quá trình xây dựng hợp đồng, đối tác Nga thường có xu hướng thống nhất trước các nguyên tắc và khuôn khổ hợp tác tổng thể, sau đó mới chuyển sang giao cho các bộ phận chuyên môn hoàn thiện chi tiết kỹ thuật và pháp lý cụ thể.

VĂN HÓA ẨM THỰC VÀ TẬP QUÁN TẶNG QUÀ

Trong văn hóa kinh doanh Nga, hoạt động tương tác phi chính thức giữ vai trò nền tảng giúp thúc đẩy tiến độ công việc nhanh hơn so với quy trình hành chính thông thường. Khác với môi trường thương mại phương Tây, đối tác Nga đòi hỏi các bên phải thiết lập mối quan hệ cá nhân, tạo dựng sự gắn kết cảm xúc và niềm tin lẫn nhau. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần lưu ý thời điểm tổ chức các hoạt động này: giới kinh doanh Nga thường nhìn nhận các cuộc gặp gỡ thân mật diễn ra trước phiên đàm phán chính thức như một nỗ lực can thiệp hoặc gây ảnh hưởng lên kết quả thương thảo hơn là biểu hiện của lòng hiếu khách. Do đó, các bên chỉ nên tổ chức các sự kiện xã giao sau khi đã kết thúc toàn bộ chương trình làm việc chính thức. Về mặt thời gian, kể cả trong các buổi gặp

giờ ngoài giờ làm việc, đối tác Nga cũng không chấp nhận việc khách đến trễ quá 10 đến 15 phút và xem đây là hành vi thiếu tôn trọng.

Hoạt động giao lưu ngoài giờ làm việc tại Nga thường diễn ra thông qua các bữa ăn kéo dài, mở rộng sang nhiều chủ đề xã hội thay vì tuân theo lịch trình ngặt nghèo hay chỉ tập trung vào công việc. Thực chất, doanh nhân Nga đôi khi sử dụng văn hóa bàn tiệc như một bước thử để xây dựng lòng tin cá nhân. Doanh nghiệp quốc tế cần giữ thái độ tôn trọng các nghi thức chúc rượu truyền thống, tránh các câu đùa mang tính định kiến về thói quen uống rượu của người bản địa. Đối tác Nga cũng có thể gửi lời mời trải nghiệm nhà tắm hơi truyền thống nhằm tăng cường sự gắn kết. Sau các buổi lễ tiếp đón chính thức, doanh nghiệp Nga sẽ thể hiện cam kết đối với dự án bằng việc chiêu đãi tiệc truyền thống, mời khách thưởng thức các chương trình nghệ thuật kinh điển (như ballet, opera) hoặc tham quan các bảo tàng, di tích lịch sử lớn. Bên cạnh nghệ thuật, giới lãnh đạo Nga cũng hay tổ chức các hoạt động ngoài trời hoặc giao lưu thể thao để thắt chặt quan hệ đối tác.

Trong đời sống cá nhân, người Nga thể hiện lòng hiếu khách vô cùng nồng hậu và ấm áp. Khi đến thăm nhà riêng của đối tác, khách nên chọn trang phục lịch sự, trang trọng và chủ động cởi giày dép ngay tại cửa để đi dép trong nhà mà gia chủ đã chuẩn bị. Ngoài ra, việc ngó lơ phụ giúp gia chủ cũng là một cử chỉ thể hiện sự thiện chí, dù người tiếp đón có thể từ chối lời đề nghị này. Trong bữa ăn, người tham dự chờ gia chủ ra hiệu mời mới bắt đầu dùng bữa, luôn giữ hai bàn tay trên mặt bàn và không chống khuỷu tay lên bàn ăn. Việc để lại một lượng nhỏ thức ăn trên đĩa khi kết thúc bữa ăn thể hiện thông điệp gia chủ đã tiếp đãi chu đáo và đủ đầy. Tại các bữa tiệc trang trọng, khách danh dự luôn là người đầu tiên chủ động rời bàn ăn.

Tập quán tặng quà tại Nga giữ vai trò biểu trưng cho sự tôn trọng và thiện chí hợp tác lâu dài, không mang tính chất vụ lợi hay hối lộ. Trong quan hệ thương mại, các bên tiến hành trao quà vào thời điểm kết thúc cuộc họp bằng cả hai tay, ưu tiên những món quà nhỏ mang ý nghĩa văn hóa hoặc biểu tượng từ quốc gia của đối tác. Phía Nga thường chuẩn bị sẵn quà tặng đáp lễ nhằm khẳng định sự gắn bó. Trong quan hệ xã hội, người Nga trao quà cho người thân và bạn bè vào các dịp sinh nhật, Lễ Năm mới và Giáng sinh Chính thống giáo. Khi đến thăm nhà riêng, nam giới sẽ sắm các bó hoa tươi tặng nữ gia chủ. Cần đặc biệt lưu ý số lượng hoa trong bó luôn phải là số lẻ (1, 3, 5, 7 đóa...), do số chẵn chỉ dùng riêng cho tang lễ; đồng thời tránh chọn hoa màu vàng vì mang hàm ý chia ly. Theo quy chuẩn lịch sự bản địa, người nhận có thể từ chối món quà trong lần trao đầu tiên, do đó người tặng cần kiên nhẫn mở lời trao lại lần thứ hai để hoàn tất nghi thức.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – NGA

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG

Việt Nam và Liên bang Nga đã thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện, và mối quan hệ này đang không ngừng được củng cố, tăng cường qua các thời kỳ. Hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư luôn được lãnh đạo cấp cao hai nước ưu tiên thúc đẩy, coi đây là một trong những trụ cột quan trọng nhất nhằm làm sâu sắc hơn nữa sự gắn kết song phương.

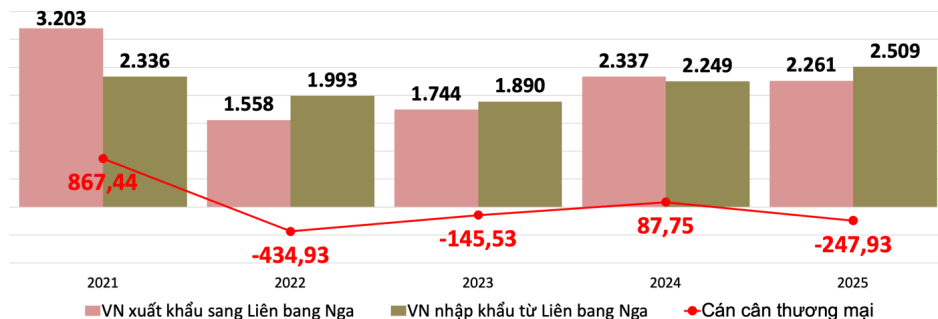
Về mặt khuôn khổ, không gian giao thương giữa hai quốc gia đang được định hình và mở rộng mạnh mẽ nhờ nền tảng từ Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á - Âu (VN-EAEU FTA) mà Nga là thành viên chủ chốt, cùng các cam kết hợp tác dài hạn của hai Chính phủ. Nền tảng pháp lý vững chắc này đã từng bước tháo gỡ các rào cản, tạo động lực để cộng đồng doanh nghiệp hai bên mở rộng quy mô xuất nhập khẩu, phản ánh trực tiếp qua bức tranh số liệu giao thương trong những năm gần đây.

➤ Số liệu giao thương tổng quan

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Liên bang Nga (2021 – 2025)

(Nguồn: Cục Hải quan)

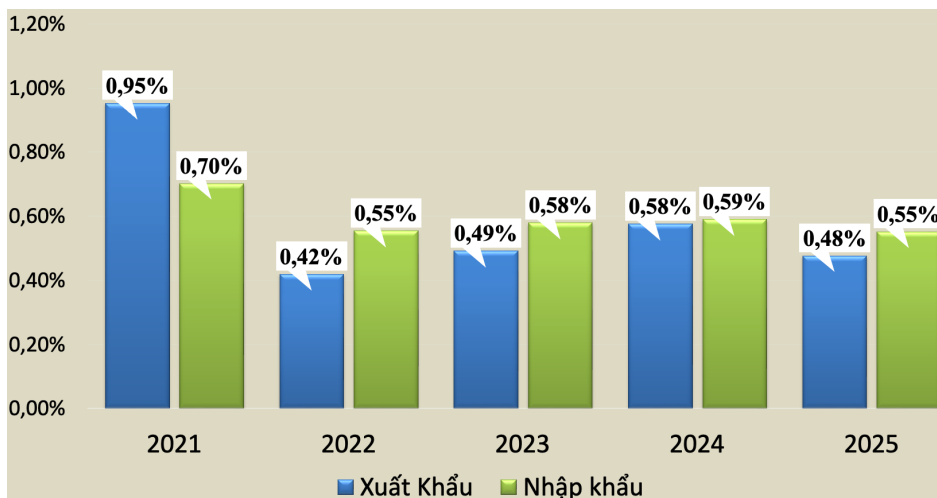
ĐVT: Triệu USD



**Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Liên bang Nga
so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam (2021 – 2025)**

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Liên bang Nga trong giai đoạn 2021–2025 có sự biến động khá rõ, với tổng kim ngạch hai chiều đạt mức cao nhất vào năm 2021, giảm mạnh trong năm 2022 và từng bước phục hồi trong các năm tiếp theo. Tổng kim ngạch thương mại hai chiều đạt khoảng 5,54 tỷ USD năm 2021, giảm xuống 3,55 tỷ USD năm 2022, sau đó tăng lên 3,63 tỷ USD năm 2023, 4,59 tỷ USD năm 2024 và 4,77 tỷ USD năm 2025. Như vậy, mặc dù thương mại song phương đã phục hồi đáng kể sau mức sụt giảm mạnh năm 2022, quy mô năm 2025 vẫn thấp hơn khoảng 13,9% so với năm 2021. Diễn biến này cho thấy hoạt động trao đổi hàng hóa Việt Nam – Nga chịu ảnh hưởng tương đối lớn từ những biến động của môi trường thương mại quốc tế, trước khi từng bước ổn định trở lại.

Về xuất khẩu, kim ngạch của Việt Nam sang Liên bang Nga biến động mạnh hơn so với chiều nhập khẩu. Năm 2021, xuất khẩu đạt 3,20 tỷ USD, là mức cao nhất trong giai đoạn. Sang năm 2022, kim ngạch giảm mạnh xuống còn 1,56 tỷ USD, tương ứng giảm khoảng 51,4%. Năm 2023, xuất khẩu bắt đầu phục hồi, đạt 1,74 tỷ USD, tăng khoảng 11,9% so với năm trước; đến năm 2024 tăng mạnh lên 2,34 tỷ USD, tương ứng tăng khoảng 34,1%. Năm 2025, kim ngạch xuất khẩu giảm nhẹ còn 2,26 tỷ USD. Mặc dù đã phục hồi đáng kể so với mức thấp của năm 2022, kim ngạch xuất khẩu năm 2025 vẫn thấp hơn khoảng 29,5% so với năm 2021. Điều này cho thấy hoạt động xuất khẩu

của Việt Nam sang Nga đã có sự phục hồi nhưng chưa hoàn toàn trở lại quy mô của giai đoạn trước.

Ở chiều nhập khẩu, kim ngạch của Việt Nam từ Liên bang Nga có mức biến động thấp hơn. Năm 2021, Việt Nam nhập khẩu 2,34 tỷ USD hàng hóa từ Nga; năm 2022 giảm xuống còn 1,99 tỷ USD, giảm khoảng 14,7% so với năm trước. Năm 2023, nhập khẩu tiếp tục giảm nhẹ xuống 1,89 tỷ USD, trước khi phục hồi lên 2,25 tỷ USD năm 2024 và đạt 2,51 tỷ USD năm 2025, mức cao nhất trong giai đoạn. So với năm 2021, kim ngạch nhập khẩu năm 2025 tăng khoảng 7,4%. Như vậy, khác với xuất khẩu, nhập khẩu từ Nga đã vượt mức của năm 2021 vào năm 2025, cho thấy chiều nhập khẩu có khả năng phục hồi tương đối rõ và đang đóng vai trò ngày càng lớn trong tổng trao đổi thương mại song phương.

Cán cân thương mại giữa Việt Nam và Liên bang Nga có sự thay đổi đáng kể qua từng năm. Năm 2021, Việt Nam xuất siêu 867,44 triệu USD, tuy nhiên, sang năm 2022, cán cân chuyển sang nhập siêu 434,93 triệu USD do xuất khẩu giảm mạnh trong khi nhập khẩu vẫn duy trì ở mức gần 2 tỷ USD. Năm 2023, mức nhập siêu thu hẹp còn 145,53 triệu USD. Sang năm 2024, Việt Nam trở lại trạng thái xuất siêu 87,75 triệu USD, nhưng đến năm 2025 cán cân một lần nữa chuyển sang nhập siêu 247,93 triệu USD. Như vậy, khác với một số thị trường mà Việt Nam duy trì xuất siêu ổn định, cán cân thương mại với Nga trong giai đoạn này có xu hướng dao động quanh trạng thái cân bằng, phụ thuộc khá lớn vào biến động của kim ngạch xuất khẩu từng năm.

Xét về cơ cấu và tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam, vai trò của Liên bang Nga có xu hướng giảm so với đầu giai đoạn, đặc biệt ở chiều xuất khẩu. Tỷ trọng xuất khẩu sang Nga trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam giảm từ 0,95% năm 2021 xuống 0,42% năm 2022, sau đó phục hồi lên 0,49% năm 2023 và 0,58% năm 2024, trước khi giảm còn 0,48% năm 2025. Trong khi đó, tỷ trọng nhập khẩu từ Nga giảm từ 0,70% năm 2021 xuống 0,55% năm 2022, 0,58% năm 2023, 0,59% năm 2024 và 0,55% năm 2025. Đáng chú ý, mặc dù kim ngạch nhập khẩu năm 2025 cao hơn năm 2021, tỷ trọng nhập khẩu lại thấp hơn, cho thấy tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam tăng nhanh hơn so với nhập khẩu từ Nga.

Nhìn chung, giai đoạn 2021–2025 cho thấy thương mại Việt Nam – Liên bang Nga trải qua một chu kỳ biến động tương đối mạnh: suy giảm sâu trong năm 2022, phục hồi trong giai đoạn 2023–2024 và duy trì ở mức khá cao trong năm 2025. Xuất khẩu của Việt Nam là yếu tố biến động chính, giảm mạnh sau năm 2021 nhưng đã phục hồi đáng kể trong hai năm 2023–2024. Trong khi đó, nhập khẩu có xu hướng ổn định hơn và đến năm 2025 đã vượt mức của năm 2021. Cán cân thương mại vì vậy không duy trì một chiều cố định mà chuyển đổi giữa xuất siêu và nhập siêu, với mức chênh lệch tương đối

nhỏ trong những năm gần đây. Đồng thời, tỷ trọng của Nga trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam vẫn dưới 1% ở cả hai chiều, cho thấy thị trường này còn chiếm tỷ trọng tương đối khiêm tốn trong cơ cấu thương mại của Việt Nam, nhưng vẫn có dư địa để mở rộng nếu các doanh nghiệp hai nước khai thác tốt hơn nhu cầu thị trường, đa dạng hóa mặt hàng và tăng cường các kênh kết nối thương mại trực tiếp.

➤ **Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Liên bang Nga năm 2025**



Hàng dệt, may

504,19 TRIỆU USD
33,90% ↓



2/Cà phê

462,29 TRIỆU USD
50,93% ↑



4/Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác

201,38 TRIỆU USD
15,97% ↓



3/Hàng thủy sản

214,51 TRIỆU USD
7,30% ↓



5/Hạt điều

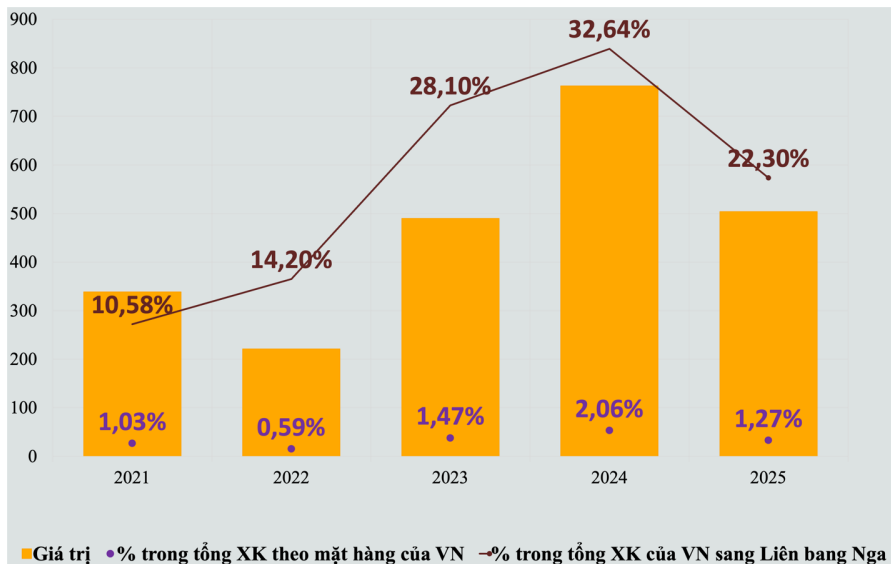
76,01 TRIỆU USD
21,79% ↑

Đứng đầu trong cơ cấu các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Liên bang Nga giai đoạn 2021–2025 là hàng dệt, may. Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, năm 2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt 504,19 triệu USD, giảm 33,90% so với năm 2024, chiếm 22,30% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Liên bang Nga. Đồng thời, thị trường Liên bang Nga chiếm khoảng 1,27% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt, may của Việt Nam ra thế giới. Trong giai đoạn 2021–2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Liên bang Nga chỉ ghi nhận sự sụt giảm vào năm 2022 và năm 2025.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt, may của Việt Nam sang Liên bang Nga

(Nguồn: Cục Hải quan)

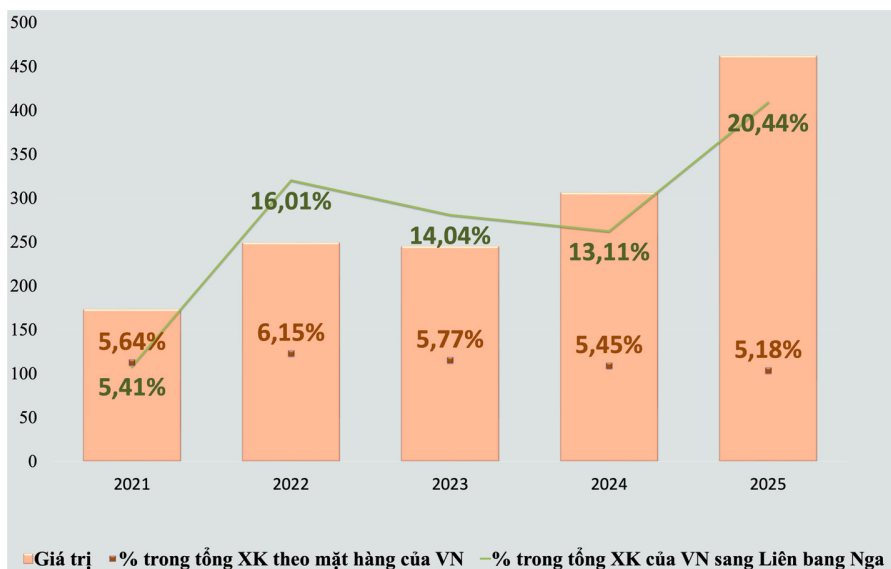
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Liên bang Nga

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



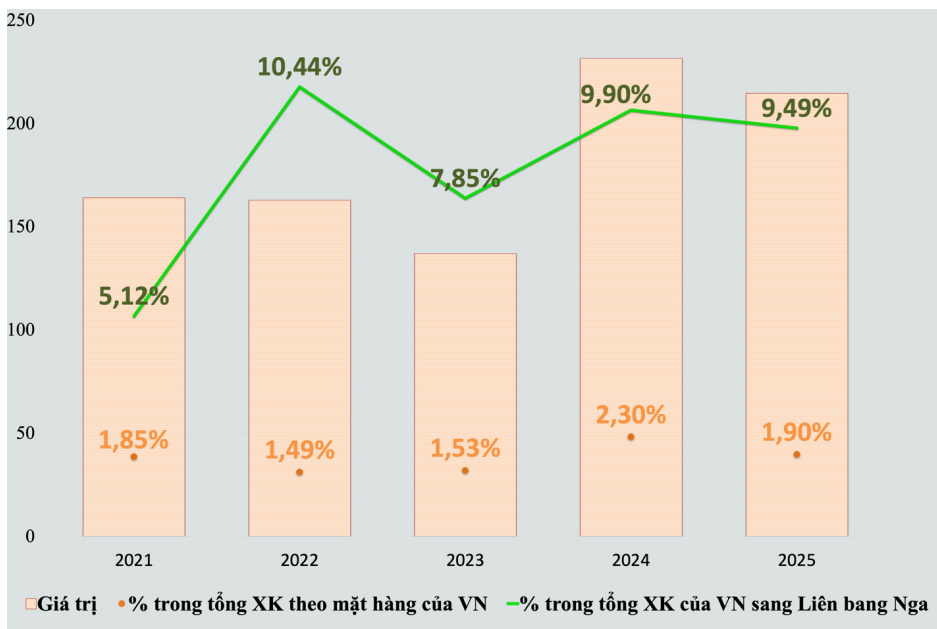
Tiếp theo là cà phê, với kim ngạch xuất khẩu đạt 462,29 triệu USD trong năm 2025, tăng 50,93% so với năm 2024, chiếm 20,44% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Liên bang Nga. Đồng thời, thị trường Liên bang Nga chiếm khoảng 5,18% tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm cùng loại của Việt Nam ra thế giới. Nhìn chung, nhóm hàng cà phê có xu hướng tăng trưởng với tỷ lệ bình quân đạt khoảng 28,70%/năm.

Xếp thứ ba trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Liên bang Nga năm 2025 là nhóm hàng thủy sản, với kim ngạch đạt 214,51 triệu USD, giảm 7,30% so với năm 2024. Nhóm hàng này đóng góp 9,49% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Liên bang Nga, đồng thời chiếm khoảng 1,90% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang tất cả các thị trường trên thế giới. Trong giai đoạn 2021–2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của nước ta biến thiên qua từng năm.

Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang Liên bang Nga

(Nguồn: Cục Hải quan)

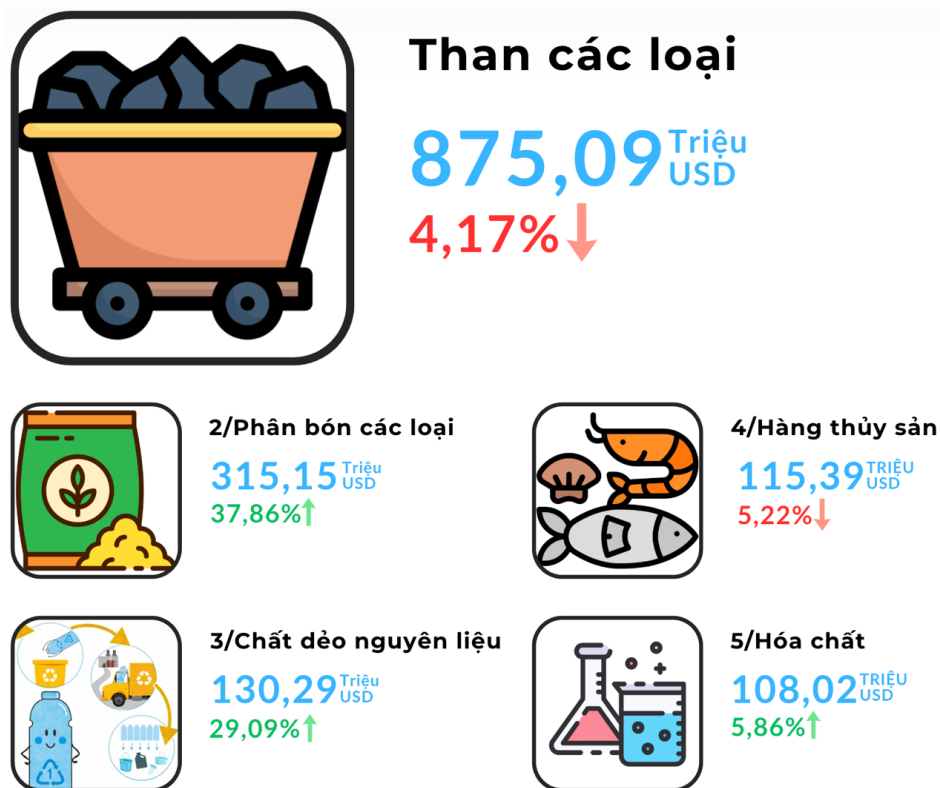
ĐVT: triệu USD



Trong năm 2025, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Liên bang Nga ghi nhận sự biến động trái chiều so với năm 2024. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu là: sắt thép các loại (mặt hàng tăng mạnh nhất với

tỷ lệ tăng trưởng là 582,83%); cà phê (50,93%); giày dép các loại (43,32%);.... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch xuất khẩu như: gạo (-56,13%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-56,13%); sản phẩm mây, tre, cói và thảm (-45,41%);...

➤ Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Liên bang Nga năm 2025

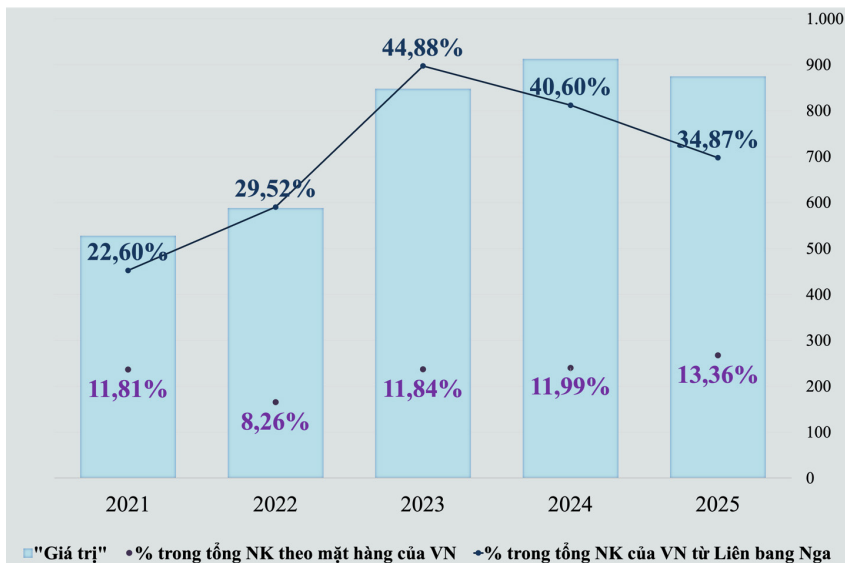


Đứng đầu trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Liên bang Nga năm 2025 là nhóm than các loại, với kim ngạch đạt 875,09 triệu USD, giảm 4,17% so với năm 2024, chiếm 34,87% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Liên bang Nga. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ Liên bang Nga chiếm 13,36% tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Trong giai đoạn 2021–2025, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của nước ta chỉ ghi nhận sự sụt giảm nhẹ vào năm 2025.

Kim ngạch nhập khẩu than các loại của Việt Nam từ Liên bang Nga

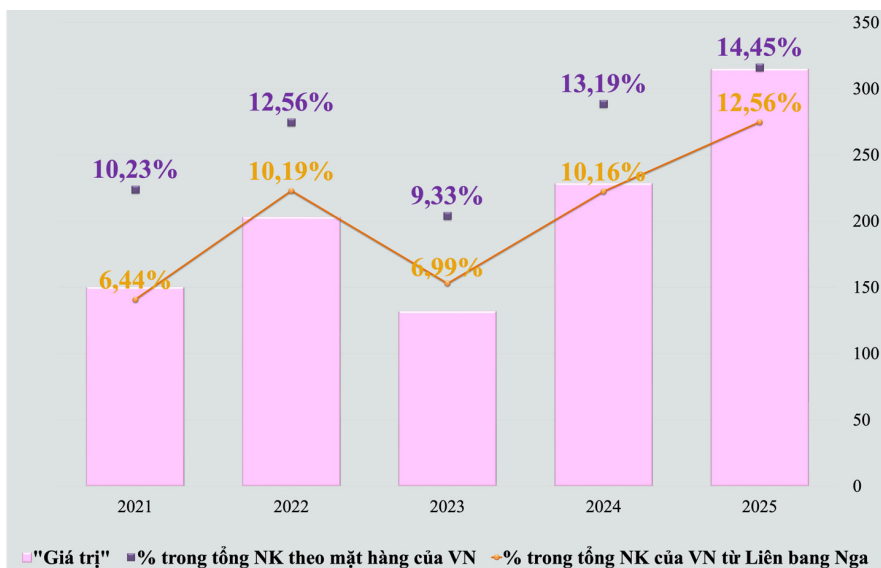
(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

**Kim ngạch nhập khẩu phân bón các loại Việt Nam từ Liên bang Nga**

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



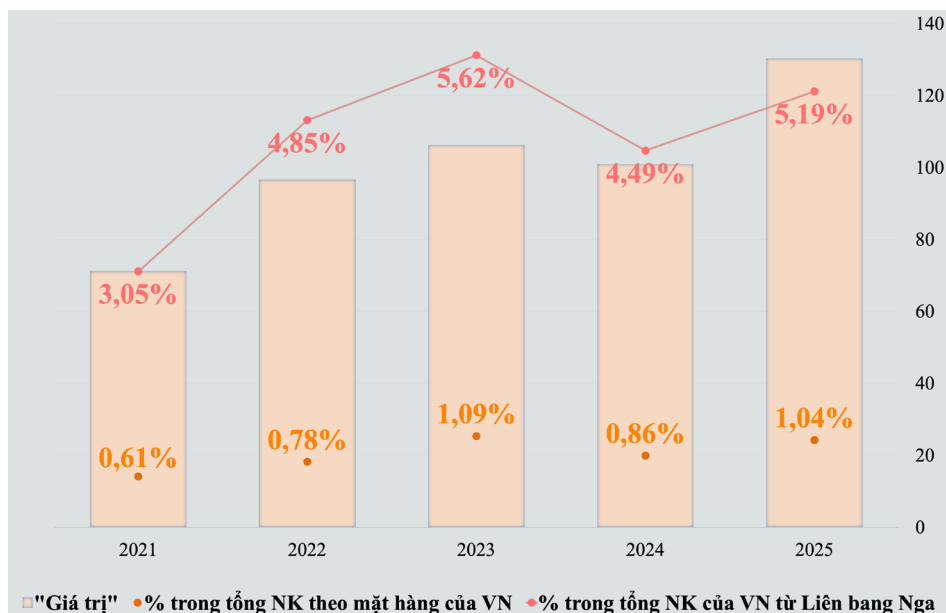
Đứng thứ hai trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Liên bang Nga năm 2025 là nhóm phân bón các loại, với kim ngạch đạt 315,15 triệu USD, tăng 37,86% so với năm 2024, chiếm 14,45% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Nga. Xét trên tổng nguồn cung từ các thị trường quốc tế, lượng phân bón nhập khẩu từ Nga chiếm khoảng 12,56% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam. Trong giai đoạn 2021–2025, kim ngạch nhập khẩu phân bón từ Liên bang Nga nhìn chung duy trì xu hướng tăng, chỉ ghi nhận mức sụt giảm trong năm 2023 trước khi phục hồi trở lại. Đặc biệt, mức tăng 37,86% trong năm 2025 cho thấy nguồn cung từ thị trường này tiếp tục đáp ứng đáng kể nhu cầu phân bón phục vụ sản xuất nông nghiệp trong nước.

Xét về vị trí của các nhà cung cấp, Liên bang Nga là thị trường lớn thứ hai về kim ngạch xuất khẩu phân bón vào Việt Nam trong năm 2025, sau Trung Quốc với 1,06 tỷ USD và đứng trên Lào với 96,65 triệu USD. Cơ cấu này cho thấy nguồn cung phân bón của Việt Nam vẫn tập trung đáng kể vào một số thị trường chủ chốt, trong đó Liên bang Nga giữ vai trò quan trọng bên cạnh Trung Quốc.

Kim ngạch nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu của Việt Nam từ Liên bang Nga

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Đứng thứ ba trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Liên bang Nga năm 2025 là nhóm chất dẻo nguyên liệu, với kim ngạch đạt 130,29 triệu USD, tăng 29,09%

so với năm 2024, chiếm 5,19% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Liên bang Nga. Đồng thời, giá trị nhập khẩu từ Liên bang Nga chiếm 1,04% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Trong giai đoạn 2021–2025, nhu cầu nhập khẩu nhóm hàng này từ Liên bang Nga của nước ta chỉ sụt giảm vào năm 2024 và có tỷ lệ biến động bình quân đạt khoảng 34,03%/năm.

Trong năm 2025, những mặt hàng nhập khẩu từ Liên bang Nga ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2024, cụ thể là các mặt hàng: quặng và khoáng sản khác (2339,92%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); kim loại thường khác (130,31%); thức ăn gia súc và nguyên liệu (82,91%);... tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-38,57%); nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (-8,19%); dược phẩm (-8,12%);...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ SONG PHƯƠNG (FDI)

➤ Quy mô, cơ cấu và vị thế dòng vốn đầu tư trực tiếp hai chiều

Hoạt động đầu tư trực tiếp nước ngoài của Liên bang Nga tại Việt Nam duy trì sự hiện diện ổn định với quy mô tích lũy tiệm cận mốc 1 tỷ USD. Tính đến ngày 31/8/2026, các doanh nghiệp Nga đang vận hành 244 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký đạt 996,81 triệu USD, giữ vị trí thứ 28 trong các quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam. Riêng trong 8 tháng đầu năm 2026, dòng vốn FDI từ Nga ghi nhận tổng giá trị đăng ký đạt 2,532 triệu USD, giảm 55,4% so với cùng kỳ năm trước và xếp thứ 43 trong danh mục các đối tác đầu tư. Cơ cấu nguồn vốn trong 8 tháng này bao gồm 31 dự án cấp mới với số vốn 0,60 triệu USD, 2 lượt dự án điều chỉnh tăng vốn với giá trị 0,16 triệu USD, cùng 45 lượt giao dịch góp vốn và mua cổ phần đạt 1,78 triệu USD. Về cơ cấu ngành, dòng vốn từ Liên bang Nga tập trung chủ yếu vào ba trụ cột then chốt gồm công nghiệp khai khoáng (trọng tâm là thăm dò và khai thác dầu khí), công nghiệp chế biến - chế tạo, cùng ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống.

Ở chiều ngược lại, Liên bang Nga tiếp tục giữ vững vị thế là một trong những địa bàn tiếp nhận nguồn vốn đầu tư trực tiếp ra nước ngoài lớn nhất của Việt Nam. Lũy kế đến ngày 31/8/2026, quy mô dòng vốn Việt Nam sang Nga mở rộng lên 19 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký đạt 1,64 tỷ USD, xác lập vị trí thứ 4 trong số 88 quốc gia và vùng lãnh thổ có vốn đầu tư của Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam phân bổ vốn tập trung vào các lĩnh vực kinh tế mũi nhọn gồm khai khoáng, năng lượng, công nghiệp sản xuất, kinh doanh bất động sản, đặc biệt là các tổ hợp nông nghiệp công nghệ cao và chăn nuôi bò sữa quy mô lớn.

➤ Các dự án đầu tư trọng điểm và mô hình liên doanh theo từng lĩnh vực

Lĩnh vực năng lượng dầu khí giữ vai trò trụ cột cốt lõi trong hợp tác đầu tư song phương thông qua các liên doanh chiến lược giữa Petrovietnam và các tập đoàn năng lượng Nga. Thành lập từ năm 1981, Liên doanh Vietsovpetro (hợp tác giữa Petrovietnam và Zarubezhneft) đã vận hành hơn 40 năm trên thềm lục địa Việt Nam, phát hiện 9 mỏ dầu, khoan trên 600 giếng khoan, xây dựng 50 công trình biển, đồng thời khai thác trên 248 triệu tấn dầu và khoảng 40 tỷ m³ khí. Ở chiều ngược lại, Petrovietnam và Zarubezhneft thành lập Liên doanh Rusvietpetro vào năm 2008 nhằm phát triển và khai thác 14 mỏ dầu tại Khu tự trị Nhenhesky thuộc vùng bồn trũng Timan Pechora của Nga. Bên cạnh đó, Petrovietnam hợp tác với Gazprom vận hành Liên doanh Vietgazprom từ năm 2000 để thăm dò và khai thác khí đốt trên thềm lục địa Việt Nam, đồng thời thành lập Liên doanh Gazpromviet vào năm 2009 nhằm khai thác mỏ khí ngưng tụ Severo-Purovskoye tại Khu tự trị Yamalo-Nenets và các mỏ khí tại tỉnh Orenburg của Nga.



Cảng biển Saint Petersburg.

Trong lĩnh vực năng lượng nguyên tử và hạ tầng năng lượng mới, hai Chính phủ đã ký kết Hiệp định liên Chính phủ vào ngày 23/3/2026 về hợp tác xây dựng Nhà máy điện hạt nhân đầu tiên của Việt Nam. Dự án quy hoạch quy mô 2 tổ máy với tổng công suất thiết kế khoảng 2.400 MW, ứng dụng công nghệ lò phản ứng VVER-1200 của Tập đoàn Rosatom nhằm tạo nền tảng phát triển toàn diện hệ sinh thái điện hạt nhân tại Việt Nam, song song với việc Rosatom khởi công xây dựng Trung tâm Khoa học và Công nghệ hạt nhân vào tháng 7/2026. Đối với hạ tầng khí tự nhiên hóa lỏng, bên cạnh nguồn cung LNG từ dự án Sakhalin-2 của Gazprom, Novatek đã ký hợp đồng sơ bộ cung cấp LNG cho thị trường Việt Nam vào tháng 3/2026, đồng thời cùng Petrovietnam lập

tổ công tác chung nghiên cứu triển khai hệ thống kho cảng tiếp nhận và mạng lưới phân phối LNG. Đối với phân ngành năng lượng tái tạo và thủy điện, Rosatom và An Xuân Energy đã thỏa thuận hợp tác đầu tư trang trại điện gió quy mô 128 MW, hướng tới mục tiêu phát triển nguồn điện gió ngoài khơi đạt 6 GW vào năm 2030 gắn liền với chuyển giao công nghệ móng nổi, lưới điện thông minh và công nghệ truyền tải HVDC. Đồng thời, Tập đoàn RusHydro xúc tiến nghiên cứu các phương án nâng cấp kỹ thuật và tăng công suất cho các nhà máy thủy điện lớn hiện hữu tại Việt Nam.

Bên cạnh năng lượng, dòng vốn đầu tư song phương mở rộng sang công nghiệp chế tạo, nông nghiệp công nghệ cao và y tế. Trong ngành cơ khí ô tô, Liên doanh GAZ - Thành Đạt duy trì lắp ráp các dòng xe tải và xe khách nhỏ nhãn hiệu Gazelle tại Việt Nam, đồng thời xuất khẩu sản phẩm sang thị trường Lào và Philippines. Trong lĩnh vực nông nghiệp chế biến, Tập đoàn TH đã đưa tổ hợp chăn nuôi bò sữa tại Podmoskovye vào vận hành từ năm 2023, khánh thành Nhà máy chế biến sữa tươi sạch TH tại tỉnh Kaluga vào tháng 5/2025, tiếp tục xúc tiến xây dựng cụm trang trại bò sữa tại vùng Viễn Đông thuộc Primorsky Krai. Hai nước cũng củng cố hợp tác y tế và công nghệ sinh học thông qua hoạt động nghiên cứu của Trung tâm Nhiệt đới Việt - Nga, mạng lưới khám chữa bệnh của Trung tâm Nhân khoa Nga - Việt, cùng kế hoạch đưa vào vận hành phòng thí nghiệm bệnh truyền nhiễm quy chuẩn công nghệ cao trong nước do phía Nga chuyển giao.

➤ Hợp tác đầu tư công nghệ cao, quỹ đầu tư và định hướng phát triển tương lai

Cơ chế hợp tác tài chính và các quỹ đầu tư song phương tạo nền tảng trợ lực then chốt cho quá trình mở rộng quy mô vốn giữa hai quốc gia. Tại Diễn đàn SPIEF-2025, Quỹ Đầu tư Trực tiếp Nga (RDIF) và Tập đoàn SHINEC của Việt Nam đã ký thỏa thuận hợp tác chiến lược nhằm hợp tác đầu tư vào hệ thống hạ tầng cảng biển, dịch vụ logistics, hoạt động khai thác - chế biến khoáng sản cũng như phân khúc bất động sản công nghiệp và kho bãi tại cả hai thị trường. Nhằm bảo đảm tính thông suốt cho dòng vốn thực hiện dự án, Ngân hàng Liên doanh Việt - Nga (VRB) cung cấp dịch vụ tín dụng và triển khai nghiệp vụ chuyển đổi thanh toán bằng các đồng nội tệ. Song song với đó, Bộ Tài chính Việt Nam và Bộ Tài chính Liên bang Nga thống nhất tăng cường phối hợp tháo gỡ các vướng mắc thanh toán, xúc tiến giải pháp thanh toán nhanh bằng mã QR song phương, đồng thời nghiên cứu khuôn khổ quản lý tài chính xanh, tài chính số và cơ chế giao dịch tiền mã hóa crypto phục vụ hoạt động đầu tư, kinh doanh.

Dòng vốn đầu tư song phương chuyển dịch rõ nét sang các ngành công nghệ cao, kinh tế số và phát triển hạ tầng kết nối hàng hải. Tập đoàn AFK Sistema và Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam đã ký kết thỏa thuận phát triển chu trình khép



Trung tâm Kinh doanh Quốc tế Moscow.

kín về công nghệ vệ tinh nhỏ và năng lượng hydro, bao gồm thiết kế vệ tinh, vận hành trạm thu phát mặt đất, xử lý dữ liệu và đẩy mạnh nội địa hóa sản xuất ngay tại Việt Nam. Rosatom cùng Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam xúc tiến nghiên cứu ứng dụng công nghệ lượng tử, gắn liền với kế hoạch xây dựng Trung tâm AI chung nhằm phục vụ an ninh mạng và điều phối logistics. Trong lĩnh vực hàng hải và logistics, Tập đoàn FESCO và Tổng công ty Hàng hải Việt Nam (VIMC) đã ký thỏa thuận hợp tác cảng biển vào tháng 3/2026, tiếp nhận các đội tàu container Nga cập cảng Cái Mép và hợp tác xây dựng hệ sinh thái giao nhận tại Việt Nam. Đại diện lãnh đạo Hội đồng Biển Liên bang Nga cũng đã trực tiếp khảo sát Nhà máy đóng tàu Ba Son và Cụm cảng quốc tế Cái Mép - Thị Vải nhằm hiện thực hóa các dự án đóng tàu đi vùng cực, đóng tàu chuyên dụng và mở rộng dịch vụ sửa chữa biển.

Để định hình môi trường đầu tư ổn định trong giai đoạn mới, hai Chính phủ cam kết triển khai Kế hoạch tổng thể hợp tác đến năm 2030, gia tăng số lượng các dự án đầu tư trên 13 ngành kinh tế then chốt. Trong đó, Tiểu ban hợp tác công nghiệp Việt - Nga đã thống nhất danh mục 7 lĩnh vực công nghiệp ưu tiên hợp tác đầu tư gồm công nghiệp ô tô, cơ khí điện và thiết bị năng lượng tái tạo, hóa chất, luyện kim, vô tuyến điện tử và công nghệ số, cơ khí đường sắt, cùng phương tiện vận tải. Cơ quan quản lý hai bên chủ trương duy trì Diễn đàn thương mại - đầu tư thường niên nhằm kết nối cộng đồng doanh nghiệp, đồng thời tích cực đổi mới các mô hình liên doanh, liên kết linh hoạt để thích ứng hiệu quả với biến động thị trường và hỗ trợ dòng vốn đầu tư song phương tăng trưởng bền vững.

THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI LIÊN BANG NGA

CƠ HỘI

➤ Tái cấu trúc chuỗi cung ứng và khoảng trống thị trường

- Sự thoái lui hoặc thu hẹp hoạt động của các nhà nhập khẩu trung gian phương Tây tạo ra khoảng trống lớn trong hệ thống cung ứng tại Nga, mở ra cơ hội cho hàng Việt kết nối cung ứng trực tiếp với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối và chuỗi bán lẻ.

- Chiến lược “Hướng Đông” (Pivot to Asia) của Nga ưu tiên mở rộng quan hệ với Đông Nam Á, trong đó Việt Nam chính là đối tác trọng tâm nhờ vị trí chiến lược, tính năng động kinh tế và vai trò cầu nối với thị trường Á – Âu.

➤ Chuyển dịch cơ cấu tiêu dùng sang hàng thành phẩm chế biến sâu



Khu chợ tại thành phố Saratov, Nga.

- Nhu cầu tiêu thụ thực phẩm, đồ uống và nông sản chế biến tại Nga ngày càng tăng, tạo động lực cho doanh nghiệp Việt Nam chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu thô sang cung cấp các sản phẩm đóng gói hoàn chỉnh mang thương hiệu riêng.

- Các mặt hàng tiêu dùng trực tiếp hiện diện ngày càng nhiều tại các siêu thị lớn ở Nga, trong đó có thể kể đến: nước giải khát, trái cây tươi/chế biến, thực phẩm ăn liền và nước chấm.
- Các nhóm mặt hàng xuất khẩu có tín hiệu tăng trưởng tốt bao gồm: thủy sản, rau quả, hạt tiêu, bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc, sản phẩm từ cao su, gỗ và sản phẩm gỗ, linh kiện điện tử.

➤ Tiếp cận trực tiếp mạng lưới phân phối và bán lẻ hiện đại



Không gian bên trong siêu thị Lenta, Moscow.

- Thông qua các sự kiện xúc tiến thương mại lớn (như WorldFood Moscow 2026 với hơn 30 doanh nghiệp Việt Nam tham gia khu gian hàng 400 m²), doanh nghiệp có cơ hội đàm phán hợp đồng trực tiếp với hơn 200 nhà thu mua theo ngành hàng và các chuỗi bán lẻ hàng đầu của Nga: X5 Group, Magnit, Lenta, Auchan, Azbuka Vkusa, METRO, Ozon, Yandex Lavka.

➤ Phát triển và đa dạng hóa các hành lang logistics

- Tuyến đường sắt liên vận quốc tế Việt – Nga ghi nhận sản lượng vận chuyển năm 2025 đạt 688,3 nghìn tấn (tăng 38% so với năm 2024), mang lại giải pháp vận chuyển nhanh hơn đường biển và tiết kiệm chi phí hơn đường hàng không cho các nhóm hàng may mặc, mỹ phẩm, điện tử và nông sản chế biến.

- Mạng lưới vận tải liên vận đa phương thức đã thiết lập các tuyến kết nối linh hoạt từ Việt Nam qua Trung Quốc, Mông Cổ và Kazakhstan để đưa hàng trực tiếp tới các trung tâm tiêu thụ lớn như Moscow, Yekaterinburg và Novosibirsk.

- Dự án đường sắt liên vận mới kết nối Việt Nam – Nga qua Trung Quốc và Mông Cổ (với chiều dài hơn 2.200 km) cùng kế hoạch tăng tần suất của Tập đoàn FESCO lên 6 chuyến tàu chuyên tuyến/tháng sẽ giúp nâng cao năng lực và rút ngắn thời gian giao nhận.
- Tập đoàn FESCO duy trì tuyến vận tải biển container trực tiếp từ các cảng Hải Phòng, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh đến cảng Vladivostok (vùng Primorsky Krai), tạo cửa ngõ kết nối quan trọng vào khu vực Viễn Đông.
- Việt Nam có cơ hội đảm nhận vai trò trung tâm gom hàng tiếp nhận nông sản và hàng hóa từ các nước láng giềng ASEAN (Lào, Campuchia, Thái Lan) để trung chuyển sang Nga trong không gian hợp tác BRICS+.
- Các đường bay thẳng định kỳ hàng ngày giữa Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Nha Trang tới Moscow đã hoạt động trở lại.

➤ Mở rộng phương thức hợp tác và hỗ trợ giao dịch

- Hiệp định Thương mại tự do VN-EAEU FTA và Kế hoạch hợp tác phát triển Việt – Nga đến năm 2030 tiếp tục tạo khuôn khổ pháp lý ưu đãi về thuế quan và định hướng mở rộng hợp tác kinh tế dài hạn giữa hai nước.
- Doanh nghiệp hai nước đang chuyển dần từ mô hình thương mại đơn thuần sang thành lập liên doanh, mở rộng đầu tư sản xuất, đóng gói, nhượng quyền và phát triển hệ thống bảo quản lạnh trực tiếp tại Nga.
- Hai bên tích cực triển khai các cơ chế thanh toán linh hoạt bằng đồng nội tệ (RUB – VND) và nghiên cứu mở rộng ứng dụng hệ thống thẻ thanh toán nội địa (như thẻ Mir của Nga tại Việt Nam và thẻ thanh toán Việt Nam tại Nga).
- Nga chính thức đưa đồng rúp kỹ thuật số (digital ruble) vào vận hành từ 01/9, miễn phí giao dịch cho người dân và áp dụng mức phí tối thiểu cho doanh nghiệp thông qua hệ thống các ngân hàng lớn (Sberbank, VTB, Gazprombank...).

THÁCH THỨC

➤ Cơ chế thanh toán quốc tế và biến động tài chính

- Việc các ngân hàng quốc tế áp dụng hạn chế giao dịch và việc gián đoạn kết nối hệ thống SWIFT đối với nhiều ngân hàng tại Nga đang tạo ra những vướng mắc nhất định cho hoạt động thanh toán thương mại, thu xếp vốn dự án và bảo hiểm vận tải hàng hải.
- Cơ chế thanh toán bằng đồng nội tệ (RUB – VND) vẫn phải đối mặt với rủi ro phát sinh chi phí tài chính do biên độ dao động tỷ giá giữa các đồng tiền so với đồng USD.

➤ **Biện pháp phòng vệ ngưỡng và các tiêu chuẩn kỹ thuật thị trường**

- Ủy ban Kinh tế Á – Âu (EEC) quyết định kích hoạt biện pháp tự vệ theo ngưỡng trong vòng 6 tháng đối với một số mặt hàng may mặc, dệt kim của Việt Nam (buộc phải chịu thuế nhập khẩu MFN thay vì thuế suất ưu đãi 0% do vượt ngưỡng nhập khẩu quy định).

- Thị phần dệt may Việt Nam tại Nga hiện còn rất thấp (chỉ chiếm 3–4% tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may của Nga).

- Nga áp dụng hàng loạt biện pháp phi thuế quan nghiêm ngặt về chất lượng kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm, quy cách nhãn mác bao bì và kiểm dịch.

- Doanh nghiệp kinh doanh nhóm mặt hàng thịt, thủy sản, dược phẩm vẫn gặp khó khăn trong việc xin cấp phép và mở rộng thị trường thâm nhập.

➤ **Chi phí vận hành và tính đồng bộ trong hạ tầng logistics**

- Tuyến đường biển từ Việt Nam đến Vladivostok chưa tối ưu chi phí, giá cước còn cao so với tuyến qua kênh đào Suez đi Saint Petersburg trước đây.

- Hành lang vận tải đường bộ/đường sắt Đông – Tây từ Vladivostok vào các vùng trung tâm tiêu thụ của Nga thường xuyên rơi vào tình trạng quá tải, kéo dài nhiều tháng trong mùa đông.

- Tuyến đường sắt liên vận Yên Viên – Vorsino có chi phí vận hành tương đối cao, nên hiện tại chỉ thực sự phù hợp với các đơn hàng giá trị cao hoặc các mặt hàng có hạn sử dụng ngắn.

- Sự khác biệt về khổ kỹ thuật đường ray giữa Việt Nam (1.000 mm), Trung Quốc (1.435 mm) và Nga (1.520 mm) đòi hỏi hàng hóa phải chuyển tải nhiều lần tại các ga cửa khẩu, làm phát sinh chi phí bốc xếp và kéo dài thời gian hành trình.

➤ **Khả năng thích ứng của doanh nghiệp và đặc thù thị trường**

- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn mang tâm lý e ngại phương thức thanh toán trả chậm (từ 30 đến 45 ngày) của các hệ thống bán lẻ hiện đại tại Nga, dẫn đến việc số lượng thương hiệu Việt tiếp cận được các chuỗi phân phối lớn (như chuỗi Magnit) vẫn còn khá hạn chế.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu chưa chủ động tham gia nhiều vào các triển lãm công nghiệp và hội chợ chuyên ngành quy mô lớn (như Triển lãm Công nghiệp Quốc tế Innoprom), mà phần lớn vẫn chỉ tập trung vào các sự kiện có sự hỗ trợ của cơ quan xúc tiến.



Tuyến đường sắt vòng quanh hồ Baikal.

- Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga cần tiếp tục đa dạng hóa để nâng cao tính bổ trợ, đồng thời doanh nghiệp cần tăng cường tiếp cận thông tin chuyên sâu về thị trường này.

- Doanh nghiệp xuất khẩu phải đối mặt với nguy cơ rủi ro thương mại qua Internet khi tìm kiếm đối tác mới nếu không tiến hành xác minh và thẩm định thông tin pháp lý một cách cẩn trọng.

- Một số mặt hàng truyền thống ghi nhận sự điều chỉnh giảm trong các giai đoạn ngắn hạn, đòi hỏi doanh nghiệp phải có chiến lược thích ứng linh hoạt hơn.

THÔNG TIN HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

KẾT NỐI CHUỖI CUNG ỨNG NÔNG SẢN - THỰC PHẨM TẠI WORLDFOOD MOSCOW 2025



Lĩnh vực nông sản - thực phẩm luôn được xem là trụ cột trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Liên bang Nga. Trong bối cảnh thương mại song phương tiếp tục duy trì đà phục hồi tích cực (kim ngạch hai chiều 7 tháng đầu năm 2025 đạt 2,89 tỷ USD, tăng 5,44% so với cùng kỳ), việc chủ động tham gia các nền tảng giao thương quốc tế quy mô lớn đang mang lại những bước tiến vững chắc cho doanh nghiệp Việt. Hội chợ quốc tế WorldFood Moscow 2025 (diễn ra vào tháng 9/2025 tại Trung tâm Crocus Expo) là một minh chứng tiêu biểu cho chiến lược thâm nhập sâu vào hệ thống phân phối tại thị trường này.

➤ Quy mô hiện diện và điểm sáng trong công tác xúc tiến của địa phương

Tại sự kiện thu hút hơn 1.100 nhà trưng bày từ 30 quốc gia, Khu Gian hàng Quốc gia Việt Nam đã tạo dấu ấn mạnh mẽ với diện tích 366m², quy tụ 60 doanh nghiệp. Điểm sáng nổi bật trong công tác tổ chức là sự chủ động của các cơ quan xúc tiến địa phương. Điển hình, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) đã thiết kế và vận hành thành công không gian Vietnam Ho Chi Minh City Pavilion, quy tụ 32 doanh nghiệp tiêu biểu của Thành phố.

Việc tổ chức bài bản không chỉ dừng lại ở hoạt động trưng bày mà còn tập trung mạnh vào kết nối B2B trực tiếp. Thông qua mạng lưới của cơ quan xúc tiến, doanh nghiệp có cơ hội tiếp xúc chuyên sâu với các đối tác nhập khẩu và hệ thống bán lẻ lớn của Nga, mở ra triển vọng ký kết hợp đồng xuất khẩu ngay tại sự kiện. Giám đốc Hội chợ WorldFood Moscow đánh giá cho biết, quy mô tham gia của Việt Nam minh chứng rõ ràng cho sức hấp dẫn của thị trường Nga và định hướng hợp tác lâu dài của các nhà sản xuất Việt.

➤ Đa dạng hóa sản phẩm và sự bám sát xu hướng tiêu dùng bản địa

Các mặt hàng mang đến WorldFood Moscow 2025 phản ánh sự chuyển dịch rõ rệt của doanh nghiệp Việt Nam nhằm đáp ứng các xu hướng tiêu dùng mới tại thị trường Nga, cụ thể:

- Sản phẩm chế biến sẵn và tiện lợi: Nắm bắt tâm lý ưa chuộng thực phẩm tiện lợi của người tiêu dùng đô thị Nga, các sản phẩm chế biến sâu như Lạp xướng, chả giò, thịt chế biến đã thu hút sự chú ý lớn từ các nhà nhập khẩu, đặc biệt là kênh HORECA (nhà hàng, khách sạn). Đại diện Công ty Vissan nhận định Nga là thị trường đầy tiềm năng để đưa ẩm thực Việt tiếp cận cả cộng đồng kiều bào lẫn người tiêu dùng sở tại.
- Xu hướng xanh, hữu cơ và tốt cho sức khỏe (Healthy Food): Người Nga ngày càng quan tâm đến chế độ ăn uống lành mạnh. Phản hồi xu hướng này, các doanh nghiệp (như Công ty Mía đường Lam Sơn) đã giới thiệu nhóm đồ uống từ nước mía tươi, sữa gạo (sữa thực vật) với công nghệ sản xuất khép kín, thân thiện với môi trường, đáp ứng tiêu chuẩn "xanh - sạch" của phân khúc khách hàng hiện đại.
- Nâng cấp nhóm hàng truyền thống: Bên cạnh các sản phẩm thế mạnh như gạo, cà phê, hạt điều, thủy sản, các doanh nghiệp đang đẩy mạnh nhóm trái cây cấp đông, nước ép cô đặc và nước quả tươi (tiêu biểu như Tập đoàn Nafoods) nhằm đa dạng hóa chuỗi giá trị nông sản và phù hợp với thói quen tiêu dùng đa dạng tại Nga.

➤ Triển vọng và chiến lược định vị thương hiệu

Sự đón nhận tích cực từ khách hàng tham quan (ấn tượng với hương vị đặc trưng của thực phẩm chế biến Việt Nam) và các biên bản ghi nhớ được ký kết trong ngành hàng trái cây đông lạnh, hạt điều, cà phê cho thấy hàng Việt hoàn toàn có khả năng hiện diện sâu rộng hơn trên quầy kệ của các siêu thị Nga.

Theo đại diện Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), sự hiện diện đồng đẳng của cộng đồng doanh nghiệp không chỉ là hoạt động bán hàng đơn thuần, mà còn là bước đi chiến lược để nâng cao hình ảnh thương hiệu quốc gia, khẳng định năng lực cạnh



tranh và bám rễ sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Trong bối cảnh Nga đang tiếp tục "hướng Đông" và tìm kiếm nguồn cung thay thế, những nền tảng xúc tiến chuyên nghiệp như WorldFood Moscow chính là "cơ hội vàng" để hàng Việt củng cố vị thế và phát triển bền vững tại thị trường Á - Âu.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Liên bang Nga**

Địa chỉ: 119435 Moscow, Bolshaya Pirogovskaya, 13
Điện thoại: +7 (499) 245-09-25; +7 (499) 245-10-92
Fax: +7 (499) 246-31-21
Email: vnemb.mos@gmail.com

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Liên bang Nga**

Địa chỉ: 125047 Moscow, Ul, Pervaya – Tverskaya Yamskaya, 30
Điện thoại: +7 (499) 250-24-22; +7 (499) 251-44-51; +7 (499) 250-08-48
Fax: +7 (499) 250-05-34
Email: ru@moit.gov.vn

➤ **Đại sứ quán Liên bang Nga tại Hà Nội**

Địa chỉ: số 191 đường La Thành, phường Láng, Hà Nội
Điện thoại: (+84 24) 3833-6991; (+84 24) 3833-6992
Fax: (+84 24) 3833-6995
Email: rusemb.vietnam@mid.ru
Website: vietnam.mid.ru/vi
Facebook: fb.com/RusEmbassyVietnam

➤ **Tổng Lãnh sự quán Liên bang Nga tại TP.HCM**

Địa chỉ: số 40 đường Bà Huyện Thanh Quan, phường Xuân Hòa, TP.HCM
Điện thoại: (+84 28) 3930-3936
Fax: (+84 28) 3930-3937
Email: cgrushcm@yandex.ru
Website: rusconshcm.mid.ru

➤ **Tổng Lãnh sự quán Nga tại thành phố Đà Nẵng**

Địa chỉ: số 22 đường Trần Phú, phường Hải Châu, Đà Nẵng
Điện thoại: (+84 236) 382-2380; (+84 236) 381-8528
Fax: (+84 236) 381-8527
Email: rusconsdanang@mid.ru

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI LIÊN BANG NGA

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
09 – 12/11/2026	International Exhibition Chemical Industry and Science (KHIMIA)	Moscow	Kỹ thuật Công nghiệp 16.400 lượt tham quan 488 đơn vị triển lãm
13 – 14/11/2026	Moscow International Property Show	Moscow	Xây dựng 4.000 lượt tham quan 50 đơn vị triển lãm
23 – 26/11/2026	Mebel	Krasnogorsk	Nhà & Văn phòng 44.000 lượt tham quan 1.100 đơn vị triển lãm
26 – 29/1/2027	Ruplastica	Krasnogorsk	Kỹ thuật Công nghiệp 33.000 lượt tham quan 1.000 đơn vị triển lãm
15 – 18/3/2027	Interlakokraska	Moscow	Kỹ thuật Công nghiệp 13.500 lượt tham quan 418 đơn vị triển lãm

17 – 19/3/2027	International Exhibition of Tourism and Hospitality Industry (MITT)	Krasnogorsk	Du lịch & Lữ hành 10.400 lượt tham quan 611 đơn vị triển lãm
23 – 26/3/2027	Modern Bakery Moscow	Moscow	Thực phẩm & Đồ uống 17.300 lượt tham quan 215 đơn vị triển lãm
06 – 09/4/2027	RENWEX International Exhibition & Forum for Energy Saving, Green Energy and Electric Vehicles	Moscow	Ô tô & Ngành ô tô 6.500 lượt tham quan 70 đơn vị triển lãm
06 – 09/4/2027	SVIAZ	Moscow	Công nghệ 20.000 lượt tham quan ~500 đơn vị triển lãm
24 – 27/8/2027	MIMS Automobility Moscow	Moscow	Ô tô & Ngành ô tô 28.000 lượt tham quan 1.314 đơn vị triển lãm

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC



Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Tân Định, TP.HCM

92 - 96 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: itpc.hochiminhcity.gov.vn