

Biên soạn
ĐỖ VIỆT PHƯƠNG

MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ KINH DOANH
VÀ THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

LỜI NÓI ĐẦU

Dân tộc Việt Nam đã trải qua chặng đường dài lịch sử dựng nước và giữ nước. Những hy sinh của bao thế hệ trong công cuộc bảo vệ bờ cõi, gìn giữ độc lập và chủ quyền quốc gia là vô cùng to lớn. Hai cuộc kháng chiến trường kỳ bảo vệ độc lập, chủ quyền đã tác động sâu sắc đến đời sống kinh tế - xã hội của Việt Nam. Chiến tranh làm mất đi nhiều cơ hội phát triển và gián đoạn sự tăng trưởng kinh tế trong một thời gian dài.

Sau chiến tranh, bất chấp những khó khăn và biến động của lịch sử, cũng như những thách thức từ bối cảnh khu vực và thế giới, với bản lĩnh kiên cường và nỗ lực không ngừng của cả dân tộc, dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, kinh tế đất nước từng bước phục hồi và phát triển. Đặc biệt, từ Đại hội Đảng lần thứ VI năm 1986 với chủ trương đổi mới, nền kinh tế Việt Nam bắt đầu khởi sắc, các thành tựu kinh tế - xã hội theo từng giai đoạn ngày càng được củng cố, đời sống nhân dân không ngừng được cải thiện, tổng sản phẩm quốc nội tăng nhanh, thu hút đầu tư trong và ngoài nước ngày càng mạnh mẽ, hoạt động xuất nhập khẩu tăng nhanh, tăng trưởng kinh tế ổn định. Năm 2025, tổng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam đạt 930 tỷ USD. Việt Nam vươn lên nằm trong nhóm 40 nền kinh tế lớn và có tốc độ tăng trưởng ấn tượng trên thế giới.

Thị trường Việt Nam ngày càng thu hút nhiều hơn sự quan tâm của các doanh nghiệp và nhà đầu tư nước ngoài. Chính phủ Việt Nam cùng các Bộ, ngành, địa phương luôn đồng hành cùng doanh nghiệp trong và ngoài nước tích cực thúc đẩy hợp tác kinh doanh vì lợi ích hài hòa của các bên.

Môi trường đầu tư kinh doanh ngày càng được cải thiện theo hướng minh bạch và thuận lợi hơn, các điều kiện tiếp cận thị trường dần được hoàn thiện, góp phần đưa Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn của các doanh nhân và nhà đầu tư trên toàn cầu.

Cuốn sách “Môi trường đầu tư kinh doanh và thị trường Việt Nam” được tác giả biên soạn nhằm cung cấp những thông tin tham khảo về môi trường đầu tư và thị trường Việt Nam tới độc giả, doanh nghiệp và nhà đầu tư trong và ngoài nước. Hy vọng nội dung cuốn sách có thể đem đến những thông tin hữu ích, góp phần hỗ trợ các doanh nghiệp và nhà đầu tư dễ dàng hơn trong quá trình tìm hiểu và tiếp cận thị trường Việt Nam.

Cuốn sách thể hiện góc nhìn và quá trình tổng hợp thông tin của tác giả tại thời điểm biên soạn. Các thông tin được cung cấp nhằm mục đích tham khảo, không có giá trị pháp lý chính thức cho hoạt động đầu tư và kinh doanh.

Trong quá trình biên soạn, dù đã rất cố gắng, song cuốn sách khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ bạn đọc để lần tái bản sau được hoàn chỉnh hơn.

Trân trọng giới thiệu đến bạn đọc!

Tác giả Đỗ Việt Phương

TỔNG QUAN VỀ VIỆT NAM

1. Thông tin cơ bản

- Tên nước: Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

- Thủ đô: Hà Nội.

Các thành phố trực thuộc Trung ương gồm: Hà Nội, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng, Hồ Chí Minh và Cần Thơ. Trong đó, Thành phố Hồ Chí Minh là thành phố đông dân nhất và được coi là trung tâm kinh tế lớn nhất của Việt Nam.

- Quốc khánh: Ngày 02 tháng 09 năm 1945.

- Quốc kỳ: Hình chữ nhật, chiều rộng bằng hai phần ba chiều dài, nền đỏ, có ngôi sao vàng năm cánh ở giữa.

- Quốc ca: Nhạc và lời của bài "Tiến quân ca".

- Vị trí địa lý: Việt Nam là một quốc gia nằm trên bán đảo Đông Dương thuộc khu vực Đông Nam Á, giáp với Lào và Campuchia về phía Tây, với Trung Quốc ở phía Bắc, phía Đông giáp biển Đông. Việt Nam có đường biên giới trên đất liền dài khoảng 4.639 km, đường bờ biển trải dài khoảng 3.260 km. Khoảng cách giữa cực Bắc và cực Nam của Việt Nam theo đường chim bay xấp xỉ 1.650 km. Nơi có chiều ngang hẹp nhất chỉ gần 50 km.

- Địa hình: Việt Nam có địa hình đa dạng, gồm đồi núi, đồng bằng, bờ biển và thềm lục địa. Đồi núi chiếm xấp xỉ $\frac{3}{4}$ diện tích lãnh thổ. Đồi

núi cao ở vùng cực Bắc và Tây Bắc. Địa hình đồng bằng thấp, bằng phẳng ở phía Nam và phía Bắc. Đồng bằng chiếm khoảng 1/4 diện tích, gồm các đồng bằng sông Hồng, đồng bằng sông Cửu Long và các vùng đồng bằng ven biển miền Trung, là các vùng tập trung đông dân cư.

Việt Nam có ba mặt Đông, Nam và Tây Nam giáp biển Đông, với đường bờ biển dài 3260km, vùng biển rộng lớn với thêm lục địa nhiều đảo và quần đảo, trong đó có nhiều khu vực và quần đảo lớn như :Vịnh Bắc Bộ, Quần đảo Trường Sa, Quần đảo Hoàng Sa và các đảo lớn như Côn Đảo, Phú Quốc, Thổ Chu, Phú Quý...

- Dân số: ước đạt 102,3 triệu người (năm 2025). Tỷ lệ tăng trưởng dân số 0,99% (so với năm 2024), trong đó dân số thành thị là 39,4 triệu người, chiếm 38,6%; dân số nông thôn là 62,9 triệu người, chiếm 61,4%; dân số nam là 51 triệu người, chiếm 49,9%; dân số nữ là 51,3 triệu người, chiếm 50,1%. Tuổi thọ trung bình: 76,1 tuổi (năm 2024) (Nam: 73,5 tuổi. Nữ: 78,9 tuổi). (Nguồn: Cục Thống kê, Bộ Tài chính).

- Khí hậu: Việt Nam có khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa, thời tiết có sự biến động theo mùa. Phía Bắc dãy Bạch Mã chịu ảnh hưởng của hai loại gió mùa chính: gió mùa Đông Bắc (hoạt động từ tháng 11 đến tháng 4), gây lạnh và khô vào mùa đông; gió Tây Nam và Đông Nam gây thời tiết nóng ẩm, mưa nhiều vào mùa hè.

Phía Nam có hai mùa rõ rệt, mùa mưa do gió Tây Nam (tháng 5 đến tháng 9) và mùa khô do gió Đông Bắc (tháng 10 đến tháng 3). Độ ẩm không khí trung bình năm trên 80%, các dòng hải lưu góp phần điều hòa không khí.

- Tài nguyên thiên nhiên: Antimon, phốt phát, than đá, mangan, các nguyên tố đất hiếm, bô-xít, crom, các mỏ dầu khí ngoài khơi, gỗ, thủy điện, đất canh tác, tài nguyên nước, tài nguyên biển, lâm nghiệp...

- Tôn giáo: Việt Nam là quốc gia đa tôn giáo và tín ngưỡng. Từ sớm, các hệ tư tưởng Phật giáo, Nho giáo và Đạo giáo (tam giáo) đã du nhập vào Việt Nam và có ảnh hưởng sâu sắc đến đời sống văn hóa xã

hội. Bên cạnh đó, Việt Nam còn có một số tôn giáo địa phương như: Đạo Cao Đài và Đạo Hòa Hảo... Ngoài những tôn giáo này, nhiều tín ngưỡng dân gian như tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên và thờ Mẫu giữ vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần của người dân, tất cả góp phần tạo nên sự đa dạng và phong phú của đời sống văn hóa tinh thần của người Việt.

- Phân bố dân cư: Việt Nam thuộc nhóm các quốc gia có mật độ dân số cao trên thế giới, tuy nhiên, dân số phân bố không đồng đều giữa các vùng. Khu vực đông dân cư nhất tập trung ở các đồng bằng lớn, vùng ven biển và đô thị, trong khi các khu vực miền núi và Tây Nguyên có mật độ dân số thấp. Đồng bằng sông Cửu Long (ở phía Nam) và Đồng bằng sông Hồng (ở phía Bắc) là hai khu vực có mật độ dân số cao nhất.

- Dân tộc: Việt Nam có 54 dân tộc anh em cùng sinh sống. Trong đó, dân tộc Kinh (Việt) chiếm 85,32% dân số, tiếp theo là Tày (1,92%), Thái (1,89%), Mường (1,51%), Khmer (1,4%), Mông (1,4%), Nùng (1,1%), các dân tộc khác chiếm khoảng 5,5% (năm 2024) (Nguồn: Tổng Điều tra dân số năm 2024). Các dân tộc có những phong tục, lễ hội, ngôn ngữ và sinh hoạt văn hóa đa dạng. Việt Nam nằm trong khu vực Đông Á và chịu ảnh hưởng của cả không gian văn hóa Đông Á, cùng với Trung Quốc, Triều Tiên và Nhật Bản.

- Ngôn ngữ: Tiếng Việt là ngôn ngữ chính thức và các ngôn ngữ dân tộc thiểu số. Tiếng Anh là ngôn ngữ được sử dụng phổ biến trong giao dịch và công việc. Ngoài ra, một số ngoại ngữ khác như tiếng Pháp, tiếng Trung và tiếng Nga cũng được sử dụng trong một số lĩnh vực.

- Môi trường: Việt Nam tham gia các hiệp định môi trường quốc tế như:

+ Công ước về Đa dạng sinh học (CBD - Convention on Biological Diversity).

+ Công ước khung của Liên hợp quốc về Biến đổi khí hậu (UNFCCC - United Nations Framework Convention on Climate Change).

+ Nghị định thư Kyoto thuộc Công ước khung của Liên hợp quốc về Biến đổi khí hậu.

+ Hiệp định Paris về Biến đổi khí hậu (Paris Agreement).

+ Hiệp ước Cấm thử hạt nhân toàn diện (CTBT - Comprehensive Nuclear-Test-Ban Treaty).

+ Công ước của Liên hợp quốc về Chống Sa mạc hóa (UNCCD - United Nations Convention to Combat Desertification).

+ Công ước về Buôn bán quốc tế các Loài động, thực vật hoang dã nguy cấp (CITES - Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora).

+ Công ước về Thay đổi môi trường (ENMOD - Convention on the Prohibition of Military or Any Other Hostile Use of Environmental Modification Techniques).

+ Công ước Basel về kiểm soát vận chuyển xuyên biên giới chất thải nguy hại và việc tiêu hủy chúng.

+ Công ước Liên hợp quốc về Luật Biển (UNCLOS - United Nations Convention on the Law of the Sea).

+ Công ước Vienna về Bảo vệ tầng ôzôn và Nghị định thư Montreal về các chất làm suy giảm tầng ôzôn.

+ Công ước Quốc tế về Ngăn ngừa ô nhiễm từ tàu thuyền (MARPOL - International Convention for the Prevention of Pollution from Ships).

+ Hiệp định Quốc tế về Gõ nhiệt đới (ITTA - International Tropical Timber Agreement, 2006).

+ Công ước Ramsar về Các vùng đất ngập nước có tầm quan trọng quốc tế (Ramsar Convention on Wetlands).

- Các đơn vị hành chính

Ngày 12/6/2025, tại Kỳ họp thứ 9 Quốc hội khóa XV, Quốc hội đã thông qua Nghị quyết về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh năm 2025.

Theo đó, sau khi Nghị quyết có hiệu lực, cả nước có 34 đơn vị hành chính cấp tỉnh, gồm 28 tỉnh và 6 thành phố trực thuộc trung ương; trong đó có 19 tỉnh và 4 thành phố được hình thành sau sắp xếp.

- Hiến pháp

Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam hiện hành là Hiến pháp năm 2013, được Quốc hội thông qua ngày 28 tháng 11 năm 2013, có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2014.

Ngày 16/6/2025, Quốc hội ban hành Nghị quyết số 203/2025/QH15 sửa đổi, bổ sung một số điều của Hiến pháp 2013, trong đó có nội dung liên quan đến tổ chức chính quyền địa phương theo mô hình hai cấp, có hiệu lực thi hành từ ngày 16/6/2025.

- Quốc tịch

Quốc tịch Việt Nam được quy định tại Luật Quốc tịch Việt Nam (năm 2008, được sửa đổi bổ sung năm 2014 và năm 2025).

Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam công nhận công dân Việt Nam có một quốc tịch là quốc tịch Việt Nam. Luật quy định các vấn đề về xác định quốc tịch, quyền và nghĩa vụ công dân, cũng như các thủ tục nhập, thôi, trở lại hoặc tước quốc tịch Việt Nam. Luật cũng quy định các điều kiện để người Việt Nam ở nước ngoài giữ quốc tịch Việt Nam.

- Quyền bầu cử:

Công dân Việt Nam từ đủ 18 tuổi trở lên tính đến ngày bầu cử được công bố có quyền bầu cử theo quy định của pháp luật.

- Tổ chức bộ máy Nhà nước:

Bộ máy nhà nước Việt Nam gồm các cơ quan:

+ Quốc hội: là cơ quan đại biểu cao nhất của Nhân dân, cơ quan quyền lực nhà nước cao nhất của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Quốc hội thực hiện quyền lập hiến, quyền lập pháp, quyết định các vấn đề quan trọng của đất nước và giám sát tối cao đối với các hoạt động của Nhà nước.

+ Chủ tịch nước: là người đứng đầu Nhà nước, thay mặt nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam về đối nội và đối ngoại.

+ Chính phủ: là cơ quan hành chính nhà nước cao nhất của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, thực hiện quyền hành pháp, là cơ quan chấp hành của Quốc hội. Thủ tướng Chính phủ là người đứng đầu Chính phủ, chịu trách nhiệm trước Quốc hội về hoạt động của Chính phủ và nhiệm vụ được giao.

+ Tòa án nhân dân và Viện kiểm sát nhân dân:

Tòa án nhân dân là cơ quan xét xử của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, thực hiện quyền tư pháp.

Viện Kiểm sát nhân dân thực hành quyền công tố, kiểm sát hoạt động tư pháp.

+ Chính quyền địa phương: được tổ chức ở các đơn vị hành chính, gồm Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân.

+ Hội đồng bầu cử quốc gia và Kiểm toán Nhà nước: là các cơ quan do Quốc hội thành lập, thực hiện nhiệm vụ theo quy định của pháp luật.

- Tham gia các tổ chức quốc tế

UN: United Nations (Liên hợp quốc).

WTO: World Trade Organization (Tổ chức Thương mại Thế giới).

IMF: International Monetary Fund (Quỹ Tiền tệ Quốc tế).

IBRD: International Bank for Reconstruction and Development (Ngân hàng Tái thiết và Phát triển Quốc tế - nhóm WB).

IDA: International Development Association (Hiệp hội Phát triển Quốc tế).

IFC: International Finance Corporation (Tổ chức Tài chính Quốc tế).

MIGA: Multilateral Investment Guarantee Agency (Cơ quan Bảo lãnh Đầu tư Đa phương).

ASEAN: Association of Southeast Asian Nations (Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á).

ARF: ASEAN Regional Forum (Diễn đàn Khu vực ASEAN).

EAS: East Asia Summit (Hội nghị Thượng đỉnh Đông Á).

APEC: Asia-Pacific Economic Cooperation (Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương).

CICA: Conference on Interaction and Confidence-Building Measures in Asia (Hội nghị Phối hợp Hành động và Các biện pháp Xây dựng Lòng tin ở Châu Á).

ADB: Asian Development Bank (Ngân hàng Phát triển Châu Á).

G-77: Group of 77 (Nhóm 77).

NAM: Non-Aligned Movement (Phong trào Không liên kết).

OIF: Organisation internationale de la Francophonie (Tổ chức Quốc tế Pháp ngữ).

CP: Colombo Plan (Kế hoạch Colombo).

- Di sản quốc gia: Việt Nam sở hữu kho tàng di sản văn hóa phong phú với nhiều di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới được UNESCO công nhận. Ngoài ra, Việt Nam có 17 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO ghi danh, cùng hơn 7000 di sản văn hóa phi vật thể được kiểm kê.

Các địa điểm di sản thế giới được chọn: Quần thể di tích Cố đô Huế; Quần thể Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà; Phố cổ Hội An; Thánh địa Mỹ Sơn; Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng; Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội; Thành Nhà Hồ; Quần thể Danh thắng Tràng An; Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn Kiếp Bạc. (Nguồn: Liên hiệp Các hội UNESCO Việt Nam).

2. Lịch sử kinh tế Việt Nam

Lịch sử kinh tế Việt Nam trải qua nhiều thời kỳ với những đặc điểm và chuyển biến quan trọng, từ nền kinh tế nông nghiệp truyền thống sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế sâu rộng ngày nay. Các giai đoạn chính bao gồm:

+ *Thời kỳ phong kiến (Từ thế kỷ X đến giữa thế kỷ XIX)*

Nền kinh tế chủ yếu là nông nghiệp lúa nước, tự cung tự cấp, đóng vai trò nền tảng.

Thủ công nghiệp phát triển với các làng nghề truyền thống, sản xuất đồ gốm, vải vóc, đồ sắt... phục vụ nhu cầu trong nước và một phần trao đổi buôn bán.

Giao thương trong nước và quốc tế (qua các thương cảng như Hội An, Vân Đồn) có tồn tại nhưng không phải là động lực chính và thường bị hạn chế bởi các chính sách trọng nông ức thương của các triều đại thời bấy giờ.

+ *Thời kỳ Pháp thuộc (1858 - 1945)*

Kinh tế Việt Nam trở thành nền kinh tế thuộc địa, phụ thuộc vào Pháp.

Thực dân Pháp đẩy mạnh khai thác tài nguyên thiên nhiên (than, cao su...) và mở rộng hệ thống đồn điền.

Một số ngành công nghiệp nhẹ và hạ tầng (đường sắt, cảng biển) được xây dựng nhằm phục vụ cho quá trình khai thác thuộc địa. Tuy

nhiên, cơ cấu kinh tế Việt Nam phát triển mất cân đối, đời sống người dân vô cùng khó khăn.

+ *Thời kỳ kháng chiến và chia cắt (1945 - 1975)*

Sau thành công của Cách mạng tháng Tám năm 1945, đất nước bước vào thời kỳ kháng chiến lâu dài. Từ năm 1954, đất nước tạm thời bị chia cắt hai miền. Miền Bắc tiến lên chủ nghĩa xã hội, thực hiện Kế hoạch 5 năm lần thứ nhất (1961 - 1965), trở thành hậu phương vững chắc cho cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước ở miền Nam.

+ *Thời kỳ kinh tế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp (1976 - 1985)*

Sau khi thống nhất đất nước, Việt Nam áp dụng mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung trên cả nước. Trong đó, Nhà nước quản lý nền kinh tế chủ yếu thông qua cơ chế kế hoạch tập trung và bao cấp. Trong quá trình vận hành, mô hình này đã bộc lộ một số hạn chế, đặt ra yêu cầu đổi mới trong giai đoạn tiếp theo.

+ *Thời kỳ Đổi mới (từ 1986 đến nay)*

Giai đoạn 1986 - 2000: Thực hiện đường lối đổi mới. Đảng và Nhà nước khởi xướng và lãnh đạo công cuộc Đổi mới, chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nền kinh tế bắt đầu phát triển năng động, giải quyết được khủng hoảng lương thực, lạm phát được kiểm soát, kinh tế thị trường phát triển đi lên, đạt nhiều kết quả tích cực.

Giai đoạn từ 2001 đến nay: Việt Nam đẩy mạnh hội nhập quốc tế, gia nhập WTO (2007) và ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), trở thành một nền kinh tế năng động, hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu. Tăng trưởng kinh tế duy trì ở mức khá cao, đời sống người dân được cải thiện rõ rệt. Việt Nam vươn lên trở thành một trong những nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh của khu vực và thế giới.

Ngoại thương tăng trưởng mạnh mẽ. Theo số liệu của Cục Thống kê, năm 2025, tổng kim ngạch hai chiều với thế giới đạt khoảng 930 tỷ USD. Thu nhập bình quân đầu người đạt 5.026 USD.

Việt Nam phát triển nền kinh tế nhiều thành phần trong đó kinh tế nhà nước đóng vai trò chủ đạo, kinh tế tư nhân là động lực quan trọng cho phát triển kinh tế xã hội.

Tuân thủ đường lối phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đảm bảo phát triển kinh tế xã hội bền vững, nâng cao đời sống nhân dân và thúc đẩy hội nhập quốc tế, đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới - “kỷ nguyên vươn mình” của dân tộc.

3. Đường lối và định hướng phát triển kinh tế hiện nay

Đường lối kinh tế của Việt Nam trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam (tháng 01/2021) nhấn mạnh việc tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đổi mới mô hình tăng trưởng và thúc đẩy phát triển kinh tế số.

Các định hướng kinh tế chủ yếu gồm:

Về mô hình phát triển, tiếp tục phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, với sự thống nhất và nâng cao nhận thức về mô hình này; chú trọng việc hoàn thiện đồng bộ thể chế kinh tế, tháo gỡ các điểm nghẽn, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh và đảm bảo an sinh xã hội.

Về mô hình tăng trưởng, chuyển đổi mạnh mẽ từ tăng trưởng chủ yếu dựa vào các yếu tố số lượng sang tăng trưởng dựa trên năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, gắn với đổi mới sáng tạo và ứng dụng khoa học - công nghệ. Coi trọng phát triển kinh tế số, trong đó có phát triển hạ tầng thông tin, viễn thông, tạo nền tảng chuyển đổi số quốc gia, từng bước phát triển kinh tế số và xã hội số.

Khẳng định kinh tế tư nhân là động lực quan trọng của nền kinh tế, khuyến khích phát triển kinh tế tư nhân và tạo điều kiện để các doanh nghiệp, tập đoàn tư nhân phát triển, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Về hội nhập kinh tế quốc tế, định hướng xây dựng nền kinh tế có tính tự chủ cao, đồng thời chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và hiệu quả, đảm bảo các cân đối lớn của nền kinh tế, chú trọng an ninh kinh tế.

Bên cạnh đó, định hướng phát triển cũng nhấn mạnh yêu cầu phát triển bền vững, kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hóa, xã hội, bảo vệ môi trường, đảm bảo an sinh xã hội và nâng cao đời sống nhân dân.

Đại hội XIV của Đảng Cộng sản Việt Nam tiếp tục kế thừa các thành tựu và giá trị đã đạt được, đồng thời đề ra các mục tiêu và chiến lược phát triển cho giai đoạn tiếp theo, nhằm phát triển kinh tế xã hội và nâng cao đời sống cho nhân dân.

4. Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô cơ bản

Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô cơ bản của Việt Nam năm 2025 (theo Cục Thống kê):

+ GDP (tỷ giá hối đoái chính thức): 514 tỷ USD (năm 2025).

+ Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 3,21% (năm 2025).

+ Cơ cấu GDP, theo lĩnh vực:

✓ Nông nghiệp: 11,64%

✓ Công nghiệp: 37,65%

✓ Dịch vụ: 42,75%

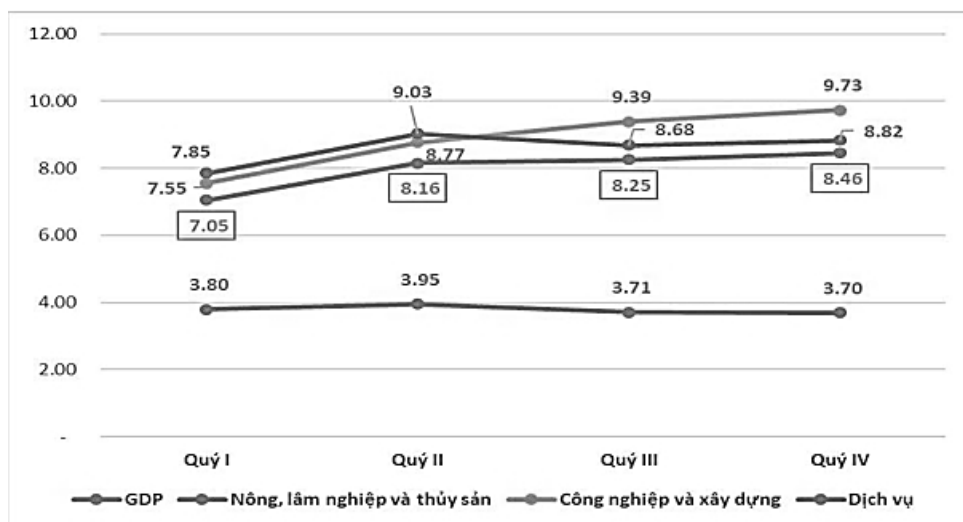
+ Chi tiết cơ cấu sử dụng GDP năm 2025:

✓ Tiêu dùng cuối cùng: tăng trưởng 7,95% so với 2024, là động lực quan trọng.

✓ Tích lũy tài sản (Đầu tư): tăng trưởng 8,68%, cho thấy đầu tư đang đóng góp lớn vào tăng trưởng.

- ✓ Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: tăng trưởng 16,27%.
- ✓ Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: tăng trưởng 17,12%, phản ánh nhu cầu nhập khẩu cao do đầu tư và tiêu dùng tăng.
- ✓ Tăng trưởng GDP đạt 8,02% cho cả năm 2025.

Bảng 1: Tăng trưởng GDP theo các lĩnh vực kinh tế các quý năm 2025



Nguồn: Cục Thống kê (2025a). Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2025

Quy mô GDP theo giá hiện hành năm 2025 đạt 12.847,6 nghìn tỷ đồng, tương đương 514 tỉ USD (tăng 38 tỉ USD so với năm 2024). GDP bình quân đầu người đạt mốc 5.026 USD, tăng 326 USD so với năm 2024 (4.700 USD) (Cục Thống kê, 2025a), phản ánh sự cải thiện rõ rệt về mức sống và thu nhập, qua đó củng cố vị thế của Việt Nam trong nhóm các nước có thu nhập trung bình thấp và tiến gần hơn tới ngưỡng thu nhập trung bình cao theo các chuẩn mực quốc tế.

Năng suất lao động toàn nền kinh tế (theo giá so sánh) tăng 6,83%, cho thấy chất lượng tăng trưởng đang được cải thiện.

+ Nông sản: Gạo, cà phê, cao su, hồ tiêu, điều, rau quả, trái cây, mía đường, sắn, ngô, thịt lợn...

+ Ngành công nghiệp: Chế biến thực phẩm, may mặc, giày dép, chế tạo máy; khai khoáng, than, thép; xi măng, phân bón hóa học, thủy tinh, lốp xe, dầu mỏ, điện thoại di động.

+ Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 9,2% (năm 2025), 8,2% (2024).

+ Lực lượng lao động: 53 triệu người (năm 2025).

+ Tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi lao động: 2,22% (năm 2025), tương đương 1,06 triệu.

+ Tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên (từ 15 - 24 tuổi): 8,64% (năm 2025).

+ Kiều hối: 10,5 tỷ USD (năm 2025). Chủ yếu từ các thị trường truyền thống như Mỹ, Úc, Canada, châu Âu và châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan), với châu Phi có mức tăng trưởng ấn tượng.

+ Cán cân tài khoản vãng lai: Thặng dư cán cân vãng lai tăng khoảng 2,5% GDP trong năm 2025, tương đương khoảng 30 tỷ USD.

+ Xuất khẩu

✓ 475 tỷ USD (năm 2025)

✓ 405,383 tỷ USD (năm 2024)

Đối tác xuất khẩu chính: Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, ASEAN, Hàn Quốc, Nhật Bản.

+ Nhập khẩu

✓ 455 tỷ USD (năm 2025)

✓ 380,8 tỷ USD (năm 2024)

Đối tác nhập khẩu chính: Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN, Nhật Bản, EU, Hoa Kỳ.

5. GDP Việt Nam và tăng trưởng

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
GDP (Tỷ USD)	268,4	366	409	430	476,3	514
+/-%	2,91	2,58	8,02	5,05	7,09	8,02
GDP bình quân đầu người (USD)	3548	3743	4110	4284	4700	5026

Nguồn: Cục Thống kê

Vào năm 2010, GDP danh nghĩa của Việt Nam mới chỉ đạt khoảng 147,2 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng GDP thực tế khoảng 6,5 - 6,7% trong năm 2010, sau mức tăng 5,3% vào năm 2009.

Năm 2024, cơ cấu đóng góp vào GDP Việt Nam theo lĩnh vực kinh tế bao gồm khu vực dịch vụ (42,36%), công nghiệp và xây dựng (37,64%), nông, lâm nghiệp và thủy sản (11,86%), và thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm (8,14%). Theo sử dụng GDP, đóng góp chính đến từ tiêu dùng cuối cùng (tăng 6,57%), tích lũy tài sản (tăng 7,20%), và xuất khẩu hàng hóa/dịch vụ (tăng 15,45%).

Năm 2025, các tổ chức tài chính quốc tế và ngân hàng đưa ra nhiều mức dự báo tăng trưởng GDP khác nhau cho Việt Nam trong năm 2025, cho thấy sự lạc quan về triển vọng kinh tế. Trong đó, Ngân hàng Thế giới (WB) dự báo tăng trưởng GDP thực tế đạt 6,6% (trong báo cáo tháng 9/2025) hoặc 6,8% (trong báo cáo tháng 3/2025). Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) hạ mức dự báo tăng trưởng xuống còn 6,3% (trong báo cáo tháng 9/2025). Ngân hàng HSBC nâng dự báo tăng trưởng GDP lên 7,9%. Hay Tổ chức Standard Chartered điều chỉnh tăng dự báo tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2025 lên 7,5%, United Overseas Bank (UOB) dự báo mức tăng trưởng khoảng 8,3% đến 8,5%.

Các dự báo này đều cho thấy, Việt Nam được kỳ vọng sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng cao hàng đầu trong khu vực, mặc dù vẫn đối mặt với những rủi ro từ sự chững lại của kinh tế toàn cầu và các gián đoạn thương mại. Theo dự báo, GDP năm 2025 sẽ tiếp tục tăng trưởng và đạt

khoảng 491 tỷ USD, đồng thời GDP bình quân đầu người dự kiến đạt khoảng 5.000 USD.

Kết quả thực tế cho thấy, GDP tăng trưởng ở mức trung bình trên dự đoán, đạt 8,02%, với 514 tỷ USD và GDP bình quân đầu người tăng hơn 300 USD/người, đạt 5.026 USD/người. Đây là mức tăng trưởng đáng khích lệ trong bối cảnh toàn cầu nhiều khó khăn và biến động (Nguồn: Cục Thống kê).

Với quy mô GDP này, Việt Nam được dự báo sẽ lọt vào nhóm các nền kinh tế lớn trên thế giới, đã xếp hạng thứ 34 vào năm 2024 và dự báo lọt top 32 thế giới vào năm 2025.

6. Đối ngoại

Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XIV khẳng định tiếp tục thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, tự cường, hòa bình hữu nghị, hợp tác và phát triển, đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ đối ngoại, là thành viên có trách nhiệm với cộng đồng quốc tế, phát triển đối ngoại trong kỷ nguyên mới, tương xứng với tầm vóc lịch sử văn hóa và vị thế của đất nước, triển khai đồng bộ sáng tạo hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế sâu rộng.

Đến nay, Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với hầu hết các quốc gia trên thế giới và trở thành thành viên của hơn 70 tổ chức và diễn đàn quốc tế quan trọng. Việt Nam tham gia tích cực và sâu rộng vào nhiều cơ chế hội nhập khu vực và toàn cầu, đảm nhiệm thành công nhiều vị trí quốc tế quan trọng như thành viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc, Chủ tịch ASEAN và chủ nhà nhiều hội nghị quốc tế lớn.

Mục tiêu chiến lược của ngoại giao Việt Nam là tạo lập và giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, đồng thời bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ; huy động tối đa các nguồn lực bên ngoài để phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội. Việt Nam "Là bạn, là đối tác tin cậy và thành viên có trách nhiệm của cộng đồng quốc

té". Thực hiện nhất quán chính sách đối ngoại độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ.

Việt Nam hiện có quan hệ kinh tế với hơn 220 thị trường trên thế giới, thiết lập quan hệ đối tác, đối tác chiến lược và đối tác chiến lược toàn diện với nhiều quốc gia trên thế giới ở các cấp độ khác nhau.

7. Đặc điểm văn hóa

Văn hóa Việt Nam là một hệ thống giá trị vật chất và tinh thần sâu sắc, được hình thành và phát triển qua hàng nghìn năm lịch sử, gắn liền với điều kiện tự nhiên và quá trình đấu tranh dựng nước, giữ nước của dân tộc. Văn hóa Việt Nam đề cao giá trị cộng đồng và gia đình, thể hiện rõ nét qua cấu trúc làng xã truyền thống và sự gắn bó chặt chẽ giữa các thành viên. Lòng yêu nước và tinh thần dân tộc là giá trị cốt lõi, xuyên suốt lịch sử, là động lực to lớn trong công cuộc bảo vệ và xây dựng đất nước.

Trong đời sống xã hội, người Việt coi trọng sự hòa thuận, lòng nhân ái, sự hài hòa, tế nhị trong giao tiếp và ứng xử, thể hiện qua lối sống, nghệ thuật và ẩm thực. Truyền thống coi trọng giáo dục, đề cao người tài và kính trọng thầy cô giáo là một nét đẹp văn hóa lâu đời.

Tiếng Việt là yếu tố quan trọng của bản sắc dân tộc, thể hiện sự thống nhất và đa dạng của các vùng miền. Tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên là nét đặc trưng và phổ biến nhất, cùng với sự tồn tại và dung hòa các tôn giáo lớn như Phật giáo, Công giáo, v.v..

Phong tục và truyền thống của người Việt được thể hiện qua các nghi lễ và lễ hội trong năm tiêu biểu như Tết Nguyên đán, giỗ Tổ Hùng Vương, cùng các nghi thức cưới hỏi, tang lễ, v.v.. Những phong tục này phản ánh đời sống tinh thần phong phú và các giá trị đạo đức truyền thống của xã hội.

Nền ẩm thực đa dạng, phong phú với các món ăn tinh tế, sử dụng nhiều loại gia vị, rau củ và các nguyên liệu tự nhiên, thể hiện sự giao thoa văn hóa vùng miền.

Trong lĩnh vực nghệ thuật và kiến trúc, có nhiều loại hình nghệ thuật dân gian như chèo, tuồng, múa rối nước, các nghề thủ công mỹ nghệ và hệ thống kiến trúc đình làng, chùa chiền truyền thống.

Văn hóa Việt Nam là sự thống nhất trong đa dạng, với 54 dân tộc anh em cùng sinh sống, mỗi dân tộc có những nét văn hóa độc đáo riêng biệt, góp phần tạo nên một nền văn hóa phong phú, đa dạng và đầy sức sống.

8. Nền giáo dục

Giáo dục Việt Nam được tổ chức theo hệ thống giáo dục quốc dân mở, liên thông, bao gồm giáo dục chính quy và thường xuyên. Mục tiêu của giáo dục là phát triển toàn diện con người Việt Nam có đạo đức, tri thức, sức khỏe và kỹ năng nghề nghiệp.

Nền giáo dục Việt Nam mang bản sắc dân tộc, lấy chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh làm nền tảng tư tưởng, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ phát triển kinh tế - xã hội.

Hệ thống giáo dục quốc dân hiện nay bao gồm các cấp học và trình độ: Giáo dục mầm non, giáo dục tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông, giáo dục nghề nghiệp (trung cấp, cao đẳng); và giáo dục đại học, sau đại học.

Giáo dục Việt Nam đã đạt nhiều thành tựu quan trọng như phổ cập giáo dục mầm non cho trẻ 5 tuổi, phổ cập giáo dục tiểu học và trung học cơ sở, mở rộng quy mô trường lớp, nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên, cơ sở vật chất cho giáo dục ngày càng được quan tâm đầu tư.

Việt Nam chủ trương tăng cường hội nhập quốc tế trong giáo dục để học sinh có thể phát triển toàn diện và thành công trong môi trường toàn cầu. Nhà nước cũng tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong giáo dục nhằm nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng yêu cầu của thời đại mới.

9. Ngành Công Thương

Ngành Công Thương Việt Nam là ngành kinh tế tổng hợp có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Bộ Công Thương là cơ quan quản lý nhà nước thuộc Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về công nghiệp và thương mại.

Ngành Công Thương bao gồm nhiều lĩnh vực như công nghiệp, năng lượng, khai khoáng, cơ khí, chế biến thực phẩm, quản lý thị trường, thương mại biên giới và hội nhập kinh tế quốc tế, đàm phán mở cửa thị trường... Ngành đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP, tạo việc làm và thúc đẩy quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, qua đó góp phần khẳng định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Một số mặt công tác chính bao gồm:

✓ Quản lý nhà nước về công nghiệp: Quản lý các lĩnh vực trọng yếu như điện lực, than, dầu khí, năng lượng mới và năng lượng tái tạo, hóa chất, vật liệu nổ công nghiệp, công nghiệp cơ khí, luyện kim, công nghiệp khai thác mỏ, công nghiệp nhẹ và công nghiệp thực phẩm.

✓ Quản lý nhà nước về thương mại: Bao gồm các hoạt động thương mại trong nước, xuất khẩu, nhập khẩu, thương mại điện tử, xúc tiến thương mại và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

✓ Điều tiết và quản lý thị trường: Theo dõi cung cầu hàng hóa thiết yếu, kiểm soát thị trường và chống buôn lậu, gian lận thương mại.

✓ Hội nhập kinh tế quốc tế: Chủ trì tham gia đàm phán, ký kết và triển khai các hiệp định thương mại, thúc đẩy xuất khẩu và phát triển thương hiệu quốc gia.

✓ Phát triển bền vững: Thúc đẩy tái cơ cấu ngành công nghiệp và thương mại theo hướng hiện đại, đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số và tăng trưởng xanh.

Trải qua năm tháng thành lập và phát triển, ngành Công Thương đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế đất nước như:

✓ Đóng góp vào tăng trưởng kinh tế: Sản xuất công nghiệp và hoạt động thương mại duy trì đà tăng trưởng ổn định, đóng góp lớn vào GDP.

✓ Phát triển xuất nhập khẩu: Luôn là điểm sáng với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu liên tục tăng qua các năm và trở thành động lực chính cho tăng trưởng kinh tế đất nước.

✓ Xây dựng, bảo vệ và nâng cao giá trị thương hiệu quốc gia: Uy tín và sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế ngày càng được nâng cao, thứ hạng thương hiệu quốc gia liên tục cải thiện.

✓ Đảm bảo an ninh năng lượng: Đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia thông qua phát triển đồng bộ các nguồn năng lượng, nổi bật là các dự án hạ tầng lớn như đường dây 500kV mạch 3, xây dựng và triển khai các quy hoạch năng lượng quốc gia.

Trong bối cảnh hiện nay, ngành Công Thương Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều thách thức như biến động thị trường toàn cầu, nguy cơ đứt gãy chuỗi cung ứng, những yêu cầu cấp bách chuyển đổi số, phát triển năng lượng xanh, đảm bảo năng lượng cho phát triển kinh tế xã hội, cũng như nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế và quản lý thị trường trong điều kiện mới.

10. Hội nhập quốc tế

Hội nhập quốc tế của Việt Nam là một quá trình chủ động, tích cực và toàn diện, được triển khai trên nhiều lĩnh vực như chính trị, an ninh-quốc phòng, văn hóa xã hội, giáo dục và khoa học-công nghệ.

Mục tiêu của hội nhập là kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh của thời đại, tranh thủ các nguồn lực bên ngoài để phát triển đất nước,

giữ vững độc lập chủ quyền đảm bảo lợi ích quốc gia dân tộc và nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam bắt đầu từ quá trình Đổi mới năm 1986, từng bước chuyển từ tình trạng bị bao vây cấm vận sang mở rộng quan hệ đối ngoại và hội nhập sâu rộng với thế giới, trở thành một quốc gia chủ động, tích cực, hội nhập toàn diện trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là kinh tế đối ngoại.

Những dấu mốc quan trọng gồm: bình thường hóa quan hệ với Trung Quốc (1991) và Hoa Kỳ (1995), gia nhập ASEAN (1995), tham gia APEC (1998) và trở thành thành viên của WTO (2007). Những kết quả này đã giúp mở rộng không gian phát triển và hội nhập quốc tế của Việt Nam, nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Việt Nam hiện đã thiết lập quan hệ ngoại giao với hầu hết các quốc gia trên thế giới, có quan hệ Đối tác chiến lược và Đối tác chiến lược toàn diện với nhiều nước quan trọng, tham gia tích cực vào các tổ chức khu vực và quốc tế. Việt Nam cũng đã ký kết và thực thi 17 Hiệp định Thương mại tự do (FTA), trong đó có 3 FTA thế hệ mới (Hiệp định CPTPP, Hiệp định EVFTA, Hiệp định RCEP).

Hội nhập đã mở ra không gian phát triển mới, thu hút mạnh mẽ vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm. Việt Nam hiện nằm trong top 20 nền kinh tế hàng đầu về quy mô thương mại, với kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 930 tỷ USD tính đến cuối năm 2025.

11. Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên mới

Dân tộc Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, khởi đầu bằng sự kiện trọng đại - Đại hội XIV của Đảng. Kỷ nguyên trước tạo tiền đề cho kỷ nguyên sau, kỷ nguyên sau kế thừa, phát triển thành tựu của kỷ nguyên trước, làm cho độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội ngày càng hòa quyện, phát triển không ngừng. Ý Đảng hòa quyện lòng dân, khát vọng đưa đất nước vươn mình tiến vào kỷ nguyên mới.

Kỷ nguyên vươn mình của dân tộc là kỷ nguyên phát triển bứt phá, tăng tốc dưới sự lãnh đạo của Đảng, xây dựng thành công nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa, giàu mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, phồn vinh, hạnh phúc; đuổi kịp, tiến cùng, sánh vai với các cường quốc năm châu.

Ưu tiên hàng đầu trong kỷ nguyên mới là thực hiện thắng lợi các mục tiêu chiến lược đến năm 2030, Việt Nam trở thành nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao; đến năm 2045 trở thành nước xã hội chủ nghĩa phát triển, có thu nhập cao; mọi người dân đều được phát triển toàn diện, có cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc, văn minh.

Việt Nam đang bước vào giai đoạn phát triển mới với khát vọng vươn lên mạnh mẽ. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, đất nước tiếp tục kế thừa những thành tựu to lớn của gần bốn thập kỷ đổi mới. Trong giai đoạn tới, Việt Nam tiếp tục thực hiện các mục tiêu chiến lược đến năm 2030. Quá trình phát triển đặt trọng tâm vào chất lượng tăng trưởng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, phát triển xanh và nâng cao chất lượng đời sống nhân dân.

Sau gần 40 năm đổi mới, Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu to lớn. Từ một nền kinh tế lạc hậu, bị bao vây cấm vận, trở thành nền kinh tế năng động, hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới. Đời sống nhân dân không ngừng cải thiện, tiềm lực giáo dục, khoa học, công nghệ, quốc phòng và an ninh tiếp tục được củng cố. Độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ được giữ vững; lợi ích quốc gia, dân tộc được bảo đảm. Quy mô nền kinh tế năm 2024 tăng gấp gần 100 lần so với năm 1986. Phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc và sự tham gia của cả hệ thống chính trị, Việt Nam đang từng bước tiến tới hiện thực hóa khát vọng phát triển đất nước phồn vinh hạnh phúc, đóng góp tích cực vào hòa bình ổn định của khu vực và thế giới.

MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

1. Khái quát chung

Môi trường kinh doanh của Việt Nam năng động và đầy tiềm năng, với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tăng mạnh nhờ có vị trí chiến lược và vai trò là một trung tâm sản xuất toàn cầu.

Các động lực chính của môi trường kinh doanh bao gồm lực lượng lao động trẻ, năng động, dồi dào và có tay nghề, các hiệp định thương mại tự do ngày càng mở rộng và sự đầu tư đáng kể của Chính phủ vào cơ sở hạ tầng. Những thách thức bao gồm sự phức tạp của hệ thống quy định, các nút thắt về cơ sở hạ tầng và tính dễ bị tổn thương trước các cú sốc thương mại toàn cầu.

Việt Nam là một trong những nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất châu Á, với mức tăng trưởng GDP là 7,09% vào năm 2024 và 8,02% vào năm 2025, vượt xa nhiều nước trong khu vực và vượt lên trên mặt bằng chung của thế giới đang có nhiều biến động (Nguồn: Cục Thống kê).

Việt Nam được hưởng lợi từ việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu, thu hút FDI vào các ngành điện tử, dệt may và công nghệ cao nhờ chi phí lao động cạnh tranh và nguồn nhân lực có tay nghề.

Với 17 hiệp định thương mại tự do (FTA) đang có hiệu lực, bao gồm CPTPP và EVFTA, các doanh nghiệp tại Việt Nam được hưởng ưu đãi tiếp cận thị trường các thị trường toàn cầu lớn.

Môi trường chính trị ổn định tạo nền tảng vững chắc cho đầu tư và phát triển dài hạn. Tầng lớp trung lưu ngày càng tăng, tốc độ đô thị hóa nhanh chóng và dân số trẻ (trên 60% dưới 35 tuổi) đang thúc đẩy tiêu dùng nội địa và tăng trưởng trong các lĩnh vực dịch vụ và kinh tế số. Chính phủ đang ưu tiên đầu tư công quy mô lớn vào giao thông, năng lượng và cơ sở hạ tầng số để tăng cường kết nối và hiệu quả.

Nền kinh tế mở, hướng đến xuất khẩu của Việt Nam có thể bị ảnh hưởng bởi suy thoái kinh tế toàn cầu, căng thẳng địa chính trị và thay đổi chính sách thương mại, đặc biệt là với các đối tác lớn như Hoa Kỳ và Trung Quốc.

Về hạn chế, đối với các doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, khả năng tiếp cận nguồn vốn vẫn còn hạn chế do phải đáp ứng các thủ tục và quy định chặt chẽ. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng bị ảnh hưởng bởi các tác động từ biến đổi khí hậu như lũ lụt và thời tiết khắc nghiệt ở một số vùng.

Tuy vậy, nhìn chung Việt Nam có môi trường kinh doanh hấp dẫn đối với các nhà đầu tư sẵn sàng vượt qua thách thức và tận dụng nền tảng tăng trưởng mạnh mẽ cùng vị thế chiến lược toàn cầu và các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ.

2. Triển vọng kinh tế Việt Nam

Triển vọng kinh tế Việt Nam 2025 phản ánh quá trình chuyển đổi mạnh mẽ của đất nước, trở thành một nền kinh tế mới nổi năng động trong khu vực. Trong thập niên qua, Việt Nam liên tục tăng trưởng mạnh mẽ nhờ vào các cải cách cơ cấu, các ngành công nghiệp định hướng xuất khẩu và cơ cấu dân số thuận lợi.

Khi các nhà đầu tư toàn cầu đánh giá các cơ hội ở Đông Nam Á, Việt Nam nổi bật nhờ khả năng phục hồi, tính thích ứng và tiềm năng chiến lược dài hạn.

Một trong những động lực tăng trưởng quan trọng nhất trong năm 2025 là các ngành sản xuất đang phát triển hướng đến phục vụ xuất khẩu. Đất nước đã trở thành trung tâm của các ngành điện tử, dệt may và các ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao, được hưởng lợi từ việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng khi các tập đoàn đa quốc gia giảm sự phụ thuộc vào một số đối tác lớn.

Với chi phí lao động cạnh tranh, cơ sở hạ tầng được cải thiện và các ưu đãi của Chính phủ, Việt Nam tiếp tục thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) ở mức kỷ lục. Dòng vốn này không chỉ củng cố sản lượng công nghiệp mà còn đẩy nhanh quá trình chuyển giao công nghệ, kỹ năng quản lý và các tiêu chuẩn toàn cầu. (Vui lòng xem thêm Chương Đầu tư).

Một yếu tố quan trọng khác định hình nền kinh tế là chương trình chuyển đổi số. Việt Nam đã đặt ra những mục tiêu đầy tham vọng để trở thành nền kinh tế số hàng đầu ASEAN vào năm 2030. Chính phủ đang đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng 5G, xây dựng quy định cho công nghệ tài chính (fintech) và phát triển thương mại điện tử.

Các công ty khởi nghiệp trong nước đang trên đà phát triển, trong khi các nhà đầu tư quốc tế ngày càng tích cực rót vốn. Sự kết hợp này giúp nâng cao năng suất, tạo ra cơ hội việc làm mới và thúc đẩy đổi mới sáng tạo trên nhiều lĩnh vực.

Về kinh tế vĩ mô, tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2025 đạt 8,02%, thuộc nhóm cao nhất thế giới. Thành tích này được củng cố bởi tăng trưởng xuất khẩu mạnh mẽ, tiêu dùng nội địa bền vững và đầu tư công chiến lược vào cơ sở hạ tầng. (Nguồn: Các báo cáo chính thức hàng năm).

Các dự án lớn về đường cao tốc, cảng biển và sân bay, kho bãi... dự kiến sẽ cải thiện đáng kể hiệu quả logistics, giảm chi phí giao dịch cho doanh nghiệp và đưa Việt Nam hội nhập sâu hơn vào mạng lưới thương mại toàn cầu.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam duy trì chính sách tiền tệ linh hoạt, đảm bảo thanh khoản cho doanh nghiệp đồng thời bảo vệ sự ổn định kinh tế vĩ mô. Quản lý tài khóa thận trọng cũng đóng vai trò trung tâm trong việc duy trì niềm tin của nhà đầu tư, với những nỗ lực hướng tới mở rộng cơ sở thuế và tăng cường minh bạch trong chi tiêu công.

Quan hệ thương mại với các nền kinh tế lớn là một nền tảng khác trong triển vọng của Việt Nam. Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ, cùng với sự tham gia tích cực vào các khuôn khổ khu vực như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), giúp củng cố năng lực xuất khẩu của Việt Nam. Các mối quan hệ đối tác này đảm bảo quyền tiếp cận ưu đãi vào các thị trường trọng điểm và củng cố vai trò của Việt Nam như một đối tác thương mại toàn cầu đáng tin cậy.

Xét về các ngành, một số ngành được kỳ vọng sẽ có kết quả kinh doanh vượt trội. Hàng tiêu dùng và bán lẻ tiếp tục được hưởng lợi từ xu hướng đô thị hóa và tầng lớp trung lưu đang phát triển của Việt Nam. Tỷ trọng nông nghiệp trong tổng sản lượng của ngành kinh tế đã giảm dần, trong khi sản xuất và dịch vụ lại tăng trưởng. Vai trò của các doanh nghiệp nhà nước đang giảm dần khi các cải cách kinh doanh thúc đẩy tăng trưởng khu vực tư nhân.

Ngành chăm sóc sức khỏe và dược phẩm đang mở rộng nhanh chóng, nhờ thu nhập tăng và sự thay đổi nhân khẩu học. Các dự án năng lượng tái tạo, đặc biệt là năng lượng mặt trời và năng lượng gió, cũng đang thu hút sự chú ý khi Chính phủ theo đuổi cam kết đạt mức trung hòa carbon vào năm 2050. Cùng nhau, các lĩnh vực này mang đến nhiều cơ hội đa dạng cho các nhà đầu tư tìm kiếm cả tăng trưởng và phát triển bền vững.

Việt Nam cũng đang giải quyết khoảng cách năng suất lao động, cải thiện hệ thống giáo dục và đào tạo, đồng thời đảm bảo quản lý môi trường hiệu quả.

Tình trạng ùn tắc đô thị và quá tải cơ sở hạ tầng tại các khu công nghiệp trọng điểm cũng có thể hạn chế hiệu quả tăng trưởng nếu không được giải quyết bằng quy hoạch tổng thể. Hơn nữa, căng thẳng địa chính trị và biến động thị trường toàn cầu có thể gây ra những rủi ro cho tăng trưởng của Việt Nam.

Triển vọng trung và dài hạn của nền kinh tế Việt Nam rất thuận lợi. Cam kết cải cách của Chính phủ, từ cải thiện quản trị doanh nghiệp, củng cố khuôn khổ pháp lý đến thúc đẩy tài chính xanh báo hiệu một con đường phát triển bền vững.

Dân số của Việt Nam vượt mốc 100 triệu người, với hơn 60% dưới 35 tuổi, mang lại lợi thế to lớn về nguồn lao động trẻ, dồi dào, hỗ trợ đổi mới sáng tạo và tăng trưởng tiêu dùng, tăng năng suất lao động cùng với sự công nhận ngày càng tăng trên trường quốc tế, Việt Nam đang nổi lên như một điểm đến hấp dẫn cho các nhà đầu tư tổ chức, công ty quản lý tài sản và các doanh nghiệp đa quốc gia.

Lực lượng lao động trẻ và ngày càng có tay nghề cao đang thu hút mức đầu tư nước ngoài kỷ lục, trong khi thu nhập khả dụng ngày càng tăng đang thúc đẩy nhu cầu hàng hóa và dịch vụ nước ngoài trên nhiều lĩnh vực.

Triển vọng kinh tế Việt Nam năm 2025 và những năm tới do đó thể hiện sự kết hợp giữa các yếu tố cơ bản vững chắc, cải cách năng động và các cơ hội chiến lược. Khi Việt Nam tiến tới vị thế thị trường mới nổi, cả các bên liên quan trong nước và quốc tế đều có thể được hưởng lợi từ tăng trưởng của đất nước.

Việt Nam cũng đang đóng một vai trò nổi bật trên trường quốc tế và là một thành viên tích cực và có ảnh hưởng của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và đã vun đắp quan hệ đối tác chặt chẽ với cả Hoa Kỳ và Trung Quốc. Là một nền kinh tế định hướng xuất khẩu, có vị thế chiến lược, Việt Nam đang tận dụng các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương mới để thúc đẩy thương mại và đầu tư quốc tế.

Việt Nam tiếp tục thực hiện các chính sách thân thiện với doanh nghiệp nhằm thúc đẩy thương mại và đầu tư. Đây là thời điểm lý tưởng để các công ty nước ngoài xem xét thị trường Việt Nam.

Đồng thời, thương mại quốc tế đang phát triển mạnh mẽ giúp Việt Nam trở thành một trong những nền kinh tế thương mại năng động trên thế giới. Những thay đổi cơ bản này sẽ củng cố sự phát triển kinh tế dài hạn của Việt Nam.

3. Chính sách lao động

Chính sách lao động Việt Nam bao gồm các quy định về quyền và nghĩa vụ của người lao động, người sử dụng lao động, quan hệ lao động, an toàn, vệ sinh lao động, tiền lương, bảo hiểm xã hội và các biện pháp hỗ trợ tạo việc làm.

Các chính sách quan trọng hiện nay bao gồm Luật Bảo hiểm xã hội 2024 có hiệu lực từ tháng 7/2025 (quy định về đối tượng và điều kiện hưởng lương hưu khi đóng BHXH từ đủ 15 năm trở lên).

a. Quy định về quan hệ lao động và bảo vệ quyền lợi người lao động

Quan hệ lao động được xây dựng dựa trên nguyên tắc tự nguyện, thiện chí, bình đẳng, hợp tác và tôn trọng quyền, lợi ích hợp pháp của các bên thông qua đối thoại, thương lượng, thỏa thuận.

Nhà nước ban hành các quy định nghiêm cấm các hành vi như phân biệt đối xử, ngược đãi, quấy rối tình dục tại nơi làm việc, sử dụng lao động chưa qua đào tạo trái quy định và lừa gạt người lao động.

Có các quy định mới về thang lương, bảng lương, phụ cấp cho người lao động trong doanh nghiệp nhà nước.

b. Hỗ trợ tạo việc làm và phát triển nguồn nhân lực

Nhà nước hỗ trợ tạo việc làm thông qua các nguồn lực như Quỹ quốc gia về việc làm, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh tạo việc làm;

Hỗ trợ người lao động học nghề và chuyển đổi nghề nghiệp, đặc biệt ở khu vực nông thôn;

Hỗ trợ các doanh nghiệp và người lao động có nhu cầu đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng. Có chính sách ưu đãi đối với người lao động có trình độ chuyên môn, kỹ năng cao đáp ứng yêu cầu của công cuộc cách mạng.

c. Quản lý và phát triển nguồn nhân lực

Nhà nước xây dựng chính sách nhằm phát triển và phân bổ nguồn nhân lực hợp lý. Các chính sách tập trung vào các giải pháp để nâng cao năng suất lao động. Nhà nước hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ và kỹ năng nghề cho người lao động.

4. Kho ngoại quan

Kho ngoại quan Việt Nam là một khu vực lưu trữ đặc biệt, được kiểm soát bởi cơ quan hải quan Việt Nam, dành riêng cho việc lưu giữ hàng hóa xuất khẩu đã hoàn tất thủ tục hải quan và chờ xuất khẩu, hoặc hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài đang chờ làm thủ tục nhập khẩu hoặc tái xuất khẩu.

Mặc dù nằm trên lãnh thổ Việt Nam, hàng hóa trong kho ngoại quan được coi là chưa nhập khẩu vào thị trường nội địa hoặc đã xuất khẩu ra nước ngoài về mặt pháp lý hải quan.

Mục đích chính là tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong thương mại quốc tế bằng cách cho phép lưu giữ hàng hóa mà chưa phải nộp thuế nhập khẩu và các loại thuế khác cho đến khi hàng hóa được thông quan và đưa vào tiêu thụ nội địa hoặc tái xuất khẩu.

Toàn bộ hoạt động trong kho ngoại quan đều chịu sự giám sát chặt chẽ của cơ quan hải quan có thẩm quyền.

Chủ hàng, sau khi có thỏa thuận hoặc được ủy quyền, có thể thực hiện một số dịch vụ đối với hàng hóa trong kho ngoại quan dưới sự giám sát của hải quan, bao gồm:

- ✓ Gia cố, chia gói, đóng gói bao bì; đóng ghép kiện hàng.
- ✓ Phân loại, bảo dưỡng, sửa chữa hàng hóa.
- ✓ Lấy mẫu hàng hóa phục vụ công tác quản lý hoặc làm thủ tục hải quan.
- ✓ Chuyển quyền sở hữu hàng hóa (mua bán, trao đổi) ngay tại kho.
- ✓ Vận chuyển hàng hóa từ cửa khẩu vào kho và ngược lại, hoặc từ kho ngoại quan này sang kho ngoại quan khác.

Các kho ngoại quan thường được đặt tại các khu vực gần cửa khẩu, cảng biển, sân bay quốc tế hoặc các khu công nghiệp lớn để thuận tiện cho việc vận chuyển và lưu thông hàng hóa. Ví dụ: Cảng Sài Gòn, Khu công nghiệp Nhơn Trạch 3, Khu công nghiệp Biên Hòa 2.

Nhìn chung, các khu ngoại quan đóng vai trò là một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng logistics quốc tế tại Việt Nam, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí thuế và linh hoạt hơn trong hoạt động xuất nhập khẩu.

Hàng hóa từ nước ngoài hoặc hàng hóa trong nước chuẩn bị xuất khẩu có thể được lưu trữ tại đây trong thời gian chờ làm thủ tục hải quan hoặc chờ xuất/nhập khẩu. Chủ kho ngoại quan có thể cung cấp các dịch vụ đơn giản cho hàng hóa như đóng gói, chia tách hàng hóa, giúp doanh nghiệp có thêm thời gian và linh hoạt trong việc thực hiện các hoạt động kinh doanh quốc tế.

Một số kho ngoại quan tại Việt Nam:

- ✓ Thành phố Hồ Chí Minh: Cảng Tân Cảng, Khu công nghiệp Tân Tạo, Khu công nghiệp Sóng Thần 2; Gemadept; Yusen Logistics (Việt Nam).
- ✓ Thanh Hóa: Khu công nghiệp Lam Sơn - Sao Vàng, Khu công nghiệp Nghi Sơn.
- ✓ Phú Thọ: Đại Dương Logistics.

- ✓ Ninh Bình: Khu công nghiệp Khánh Phú, Kho ngoại quan của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (VNPost).
- ✓ Tây Ninh: Kho lạnh Kỳ Nguyên Mới.

5. Cơ sở hạ tầng

Việt Nam đang đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở hạ tầng với trọng tâm là đường sắt, cảng biển (tăng 40%) và năng lượng tái tạo. Đây là chiến lược quan trọng nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng 8% GDP năm 2025, củng cố vị thế trung tâm sản xuất khu vực và thúc đẩy phát triển bền vững.

Chính phủ Việt Nam đang thúc đẩy tiến độ triển khai các dự án đường sắt lớn, tiêu biểu là: Đường sắt cao tốc Hà Nội - TP. Hồ Chí Minh kết nối hai trung tâm kinh tế lớn, giảm thời gian di chuyển.

Dự án đường sắt Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng nối cảng biển lớn với khu vực phía Bắc, Hải Phòng - Hạ Long – Móng Cái kết nối các trung tâm kinh tế cảng biển quan trọng.

Việt Nam đặt mục tiêu tăng năng lực đáp ứng của cảng biển lên 50% vào năm 2030, với nhu cầu đầu tư 13,3 tỷ USD, chủ yếu từ khu vực tư nhân. Các dự án trọng điểm bao gồm:

Cảng Cái Mép - Thị Vải: Nâng cấp cơ sở hạ tầng để đáp ứng tiêu chuẩn cảng xanh.

Cảng Lạch Huyện: Tăng khả năng tiếp nhận tàu lớn, hỗ trợ xuất nhập khẩu.

Nhờ đó, hoạt động xuất nhập khẩu được thúc đẩy: Việt Nam ghi nhận xuất siêu 14,08 tỷ USD trong 7 tháng đầu năm 2025, nhờ năng lực đáp ứng của cảng biển được cải thiện.

Cơ sở hạ tầng Việt Nam đang trong quá trình phát triển mạnh mẽ, được xác định là một trong những đột phá chiến lược để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, vẫn còn những thách thức về chất lượng và sự đồng bộ để theo kịp nhu cầu phát triển kinh tế.

✓ Giao thông vận tải: Đây là lĩnh vực trọng điểm với nhiều dự án lớn đang được triển khai nhằm tạo sự kết nối liên vùng.

✓ Đường bộ: Phát triển hệ thống đường cao tốc là ưu tiên hàng đầu. Nhiều đoạn cao tốc, đặc biệt là các dự án lớn như Sân bay Long Thành, các tuyến cao tốc Bắc - Nam, đang được xúc tiến đầu tư và xây dựng mạnh mẽ trong giai đoạn 2024 - 2025.

✓ Hàng không, cảng biển và đường sắt: Hệ thống cảng biển, cảng cạn, và cảng hàng không cũng đang được chú trọng đầu tư để hoàn thiện hạ tầng logistics, phục vụ cho hoạt động sản xuất, xuất nhập khẩu.

✓ Năng lượng: Việt Nam đang thúc đẩy phát triển năng lượng xanh và ban hành các quy hoạch như Quy hoạch điện VIII, khuyến khích khu vực tư nhân, đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài, tham gia vào các dự án điện.

✓ Hạ tầng số: Lĩnh vực này đang bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ, hướng tới mục tiêu trở thành trung tâm hạ tầng số trong khu vực, với sự tập trung vào phát triển trung tâm dữ liệu và kết nối quốc tế.

✓ Hạ tầng xã hội và khu công nghiệp: Hạ tầng khu công nghiệp, giáo dục, y tế, và các công trình xã hội khác cũng là một phần quan trọng trong bức tranh cơ sở hạ tầng chung, thu hút sự đầu tư của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Về năng lượng tái tạo, theo Kế hoạch Phát triển Điện lực VIII (Quy hoạch điện 8, Quy hoạch điện 8 sửa đổi) (PDP8), Việt Nam sẽ đầu tư 135 tỷ USD để nâng công suất điện lên 150 GW, trong đó năng lượng tái tạo chiếm tỷ lệ lớn:

+ Năng lượng gió: 27,88 GW (18,5% tổng công suất), bao gồm 6 GW gió ngoài khơi vào năm 2030.

+ Năng lượng mặt trời: Mở rộng quy mô, hướng tới 47% điện từ tái tạo vào năm 2030. Quy hoạch điện VIII đặt mục tiêu phấn đấu đến năm 2030 có 50% các tòa nhà công sở và 50% nhà dân sử dụng điện mặt trời mái nhà tự sản, tự tiêu (phục vụ tiêu thụ tại chỗ, không bán điện vào hệ

thông điện quốc gia). Tiềm năng điện mặt trời của Việt Nam khoảng 963.000 MW (mặt đất khoảng 837.400 MW, mặt nước khoảng 77.400 MW và mái nhà khoảng 48.200 MW). Từ nay đến năm 2030, tổng công suất các nguồn điện mặt trời dự kiến tăng thêm 4.100 MW; định hướng đến năm 2050, tổng công suất 168.594 - 189.294 MW, sản xuất 252,1-291,5 tỷ kWh (Nguồn: Công bố thông tin từ Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia).

6. Công nghiệp

Ngành công nghiệp Việt Nam đóng góp 37,65% GDP năm 2025, là động lực tăng trưởng kinh tế chính, đang chuyển đổi mạnh mẽ từ sản xuất truyền thống sang các lĩnh vực công nghệ cao và bền vững hơn, với sự đóng góp đáng kể từ vốn FDI và các hiệp định thương mại tự do FTA.

Các ngành công nghiệp chủ lực:

+ Điện tử và sản xuất công nghệ cao

Việt Nam đang dần trở thành một trung tâm sản xuất điện tử quan trọng trên toàn cầu. Các tập đoàn lớn như Samsung, Intel, LG đầu tư mạnh vào sản xuất điện thoại thông minh, linh kiện bán dẫn và các sản phẩm điện tử tiêu dùng khác. Đây là ngành xuất khẩu chủ lực, đóng góp lớn vào GDP.

+ Dệt may và da giày

Là ngành xuất khẩu lâu đời và quan trọng, tạo việc làm cho hàng triệu lao động. Ngành này đang dần áp dụng các quy trình sản xuất bền vững hơn, sử dụng công nghệ tiên tiến và tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn để đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

+ Chế biến nông sản và thủy sản

Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về cà phê, gạo, hạt điều và hải sản. Ngành này đang tập trung vào chế biến

sâu, áp dụng công nghệ cao (agritech) và chuỗi cung ứng lạnh để nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm xuất khẩu.

+ Ô tô và thiết bị giao thông

Ngành này đang phát triển nhanh chóng, với sự xuất hiện của các thương hiệu nội địa như VinFast (sản xuất xe điện) và sự mở rộng của các nhà sản xuất quốc tế. Chính phủ cũng có nhiều chính sách khuyến khích phát triển xe điện và công nghiệp phụ trợ.

+ Năng lượng tái tạo

Để đáp ứng nhu cầu năng lượng ngày càng tăng, Việt Nam đang đẩy mạnh phát triển năng lượng mặt trời, năng lượng gió và các dự án năng lượng sạch khác. Lĩnh vực này thu hút sự quan tâm lớn từ các nhà đầu tư nước ngoài.

+ Logistics và cơ sở hạ tầng E-commerce

Sự bùng nổ của thương mại điện tử thúc đẩy nhu cầu về các dịch vụ logistics hiệu quả, kho bãi và hệ thống phân phối hiện đại.

+ Vốn FDI mạnh mẽ

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài là yếu tố then chốt, chảy mạnh vào lĩnh vực chế biến, chế tạo do chi phí lao động cạnh tranh và vị trí địa lý chiến lược.

+ Hiệp định thương mại tự do (FTA)

Việt Nam tham gia nhiều FTA quan trọng như CPTPP và EVFTA, giúp mở rộng thị trường xuất khẩu và thu hút đầu tư.

+ Lực lượng lao động trẻ và năng động

Dân số trẻ, có trình độ học vấn ngày càng cao là lợi thế cạnh tranh về nhân lực.

+ Chính sách hỗ trợ của Chính phủ

Chính phủ Việt Nam có nhiều chính sách ưu đãi thuế, phát triển khu công nghiệp chuyên biệt và đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng giao thông và năng lượng.

7. Nông nghiệp

Năm 2025, nông nghiệp và lâm nghiệp chiếm khoảng 11,64% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam. Tuy nhiên, việc làm trong nông nghiệp cao hơn nhiều so với tỷ trọng của nông nghiệp trong GDP (Nguồn: Tạp chí kinh tế - Tài chính online).

Việt Nam hiện trở thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ hai thế giới (2025). Nông nghiệp Việt Nam hiện đứng thứ 2 Đông Nam Á và thứ 15 thế giới về xuất khẩu. Với vị thế là "bếp ăn thế giới", Việt Nam vượt trội về năng suất lúa, trái cây và thủy sản. Nông sản Việt đã có mặt tại gần 200 quốc gia, đang chuyển dịch từ sản xuất thô sang chế biến sâu, chú trọng nông nghiệp xanh và công nghệ cao (Nguồn: Báo tin tức).

Về xuất khẩu nông sản, Việt Nam hiện đứng thứ 2 trong khu vực (sau Thái Lan) và thứ 13 - 15 thế giới, khẳng định tiềm năng lớn trong lĩnh vực này. Sự trỗi dậy của nông sản Việt Nam đang tạo ra áp lực cạnh tranh lớn đối với các quốc gia hàng đầu trong khu vực. Việt Nam dẫn đầu hoặc đứng trong nhóm đầu về gạo, cà phê, tiêu, hạt điều, và thủy sản.

Các loại cây công nghiệp khác là cà phê, bông, lạc, cao su, mía và chè trở thành những cây trồng có đóng góp lớn cho kim ngạch xuất khẩu quốc gia. Cụ thể, các mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam trong năm 2025 dựa trên các báo cáo từ Cục Hải quan và Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn:

+ Cà phê

Năm 2025 đánh dấu cột mốc lịch sử khi kim ngạch xuất khẩu cà phê lần đầu tiên vượt ngưỡng xấp xỉ 8,4 tỷ USD. Sản lượng ước tính đạt 1,5 triệu tấn (tính đến hết tháng 11/2025 đã đạt 1,4 triệu tấn). Giá xuất khẩu bình quân đạt 5.661 USD/tấn, tăng gần 40% so với năm 2024.

Việt Nam tiếp tục duy trì vị trí quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới.

+ Cao su

Ngành cao su ghi nhận sự tăng trưởng ổn định với kỳ vọng bứt phá về giá trị, đạt khoảng 3,25 tỷ USD, với sản lượng xấp xỉ 1,9 triệu tấn.

+ Chè

Việt Nam giữ vững vị trí thứ 5 thế giới về sản xuất và xuất khẩu chè, dù phải đối mặt với áp lực giảm giá. Năm 2025, xuất khẩu chè đạt 136.952 tấn, kim ngạch gần 238 triệu USD, giảm 7,07% về lượng và 0,72% về giá trị so với năm 2024. Tuy nhiên, tháng 1/2026 ghi nhận tín hiệu phục hồi tích cực khi xuất khẩu tăng 28% về lượng và 27% về giá trị, kim ngạch gần 21 triệu USD. Thách thức: Giá chè xuất khẩu của Việt Nam hiện chỉ bằng khoảng 65% mức giá bình quân của thế giới (Nguồn: Chinhphu.vn).

+ Bông, lạc, mía

Đây là nhóm mặt hàng Việt Nam chủ yếu sản xuất phục vụ nhu cầu nội địa hoặc nhập khẩu nguyên liệu (đặc biệt là bông) để chế biến, nên số liệu xuất khẩu không chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch nông sản. Việt Nam là quốc gia nhập khẩu bông lớn để phục vụ ngành dệt may; lượng xuất khẩu bông đã qua chế biến hoặc phụ phẩm không đáng kể.

Về lạc, mía, chủ yếu được tiêu thụ nội địa. Xuất khẩu các mặt hàng này thường ở dạng sản phẩm chế biến sâu hoặc số lượng nhỏ sang các thị trường khu vực.

+ Thủy sản

Lũy kế 11 tháng năm 2025, xuất khẩu thủy sản đạt hơn 10,5 tỷ USD, tăng 14,6% so với cùng kỳ. Trong đó, tôm đạt 4,31 tỷ USD (+21,2%), tiếp tục là ngành hàng dẫn dắt tăng trưởng; cá tra đạt hơn 2 tỷ USD (+9%); cá ngừ đạt 855,7 triệu USD; các nhóm nhuyễn thể, cá biển và sản phẩm giá trị gia tăng duy trì mức tăng hai chữ số. Về thị trường, CPTPP chiếm tỷ trọng lớn nhất (27,2%) và tăng mạnh 24,3%; Trung

Quốc – Hong Kong tăng 30,6%; EU tăng 11,9%; trong khi Mỹ đạt 1,78 tỷ USD, tăng 8,1% (Nguồn: Hiệp hội VASEP).

Về cơ bản, nền kinh tế Việt Nam đi lên từ nông nghiệp. Chính phủ luôn quan tâm phát triển lĩnh vực này. Bên cạnh thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, đây cũng là lĩnh vực đảm bảo an sinh xã hội và an ninh lương thực và là lĩnh vực mà Việt Nam có tiềm năng đa dạng.

8. Dịch vụ

Theo Tạp chí Kinh tế - Tài chính online, năm 2025, ngành dịch vụ đóng góp 42,75% GDP của Việt Nam. Ngành dịch vụ được coi là một trong những ngành đóng góp một lượng của cải đáng kể vào tổng thu nhập của quốc gia, nhưng cũng chịu ảnh hưởng rất nhiều do các yếu tố về dịch bệnh, suy thoái kinh tế và biến động giá, cơ sở hạ tầng.

Ngành dịch vụ có xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ, tiêu dùng thông minh và logistics xanh. Doanh thu dịch vụ tiêu dùng vượt 7 triệu tỷ đồng, hướng tới chất lượng cao và phát triển bền vững. Logistics và du lịch là các lĩnh vực mũi nhọn. Trong quá trình phát triển, ngành dịch vụ đã có những bước tiến khởi sắc, doanh thu hoạt động dịch vụ đã đạt được mục tiêu kế hoạch đề ra. Theo đó, mục tiêu ngành dịch vụ Việt Nam đến năm 2025 là tập trung đẩy mạnh tăng trưởng chất lượng cao, trọng tâm là du lịch (đón 22-25 triệu lượt khách quốc tế). Ngành hướng tới chuyển đổi số mạnh mẽ, nâng cao năng lực cạnh tranh và đẩy mạnh sức mua nội địa với quy mô tiêu dùng dự kiến đạt 7 triệu tỷ đồng (Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030 - Cục Du lịch quốc gia).

Việc phân tích thực trạng hoạt động dịch vụ Việt Nam cũng như chỉ ra xu hướng bán lẻ trong thời gian tới giúp các nhà quản lý cũng như các doanh nghiệp dịch vụ nội địa có những điều chỉnh kịp thời và phù hợp hơn nữa nhằm giành lại thị phần trên sân nhà.

Ngành dịch vụ tại Việt Nam ngày càng phát triển với cơ cấu và lĩnh vực hoạt động đa dạng, tạo ra nhiều lợi thế cho nền kinh tế, đóng góp ngày càng lớn vào ngân sách quốc gia, hỗ trợ hiệu quả cho sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

9. Viễn thông

Trong xu hướng toàn cầu hóa và chuyển đổi số, hạ tầng viễn thông Việt Nam không ngừng phát triển để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội. Theo Quy hoạch hạ tầng thông tin và truyền thông thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050, đến năm 2030, hạ tầng viễn thông sẽ đạt nhiều cột mốc quan trọng, trở thành nền tảng vững chắc cho sự phát triển kinh tế số và xã hội số.

Quy hoạch hạ tầng thông tin và truyền thông thời kỳ 2021 - 2030 đặt mục tiêu 100% độ phủ mạng băng rộng cố định trên toàn quốc, đảm bảo mọi người dân, kể cả ở vùng sâu, vùng xa hay biên giới, hải đảo, đều có thể tiếp cận mạng Internet tốc độ cao.

Việc phủ sóng băng rộng không chỉ giúp nâng cao chất lượng cuộc sống mà còn thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội địa phương, giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa có điều kiện tham gia vào nền kinh tế số. Đặc biệt, đây là tiền đề quan trọng để xây dựng các thành phố thông minh, triển khai giáo dục số và y tế số, giúp người dân dễ dàng tiếp cận các dịch vụ công trực tuyến.

Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp viễn thông sẽ cần tiếp tục đầu tư mạnh vào hạ tầng cáp quang và công nghệ băng thông rộng tiên tiến, như mạng 5G và trong tương lai là 6G. Đồng thời, các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ như miễn giảm thuế và khuyến khích đầu tư công nghệ mới sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình triển khai.

Song song với băng rộng cố định, độ phủ mạng viễn thông nói chung được đặt mục tiêu đạt 99% trên toàn quốc. Đây là một bước tiến quan trọng, đảm bảo mọi người dân đều có thể kết nối ở bất kỳ đâu.

Mạng viễn thông không chỉ phục vụ nhu cầu liên lạc mà còn là nền tảng để triển khai các ứng dụng IoT (Internet vạn vật), như nông nghiệp thông minh, quản lý giao thông và an ninh trật tự. Với độ phủ mạng gần như toàn diện, Việt Nam sẽ tiến gần hơn tới mục tiêu trở thành một quốc gia thông minh và hiện đại.

Đáng chú ý, các nhà mạng lớn như Viettel, VNPT... đang chạy đua để mở rộng vùng phủ sóng, đặc biệt tại các khu vực khó tiếp cận. Việc sử dụng các công nghệ mới như vệ tinh thông và trạm phát sóng di động mini sẽ là giải pháp hiệu quả trong các vùng hẻo lánh.

Đến năm 2030, tỷ lệ người dân sử dụng smartphone tại Việt Nam được dự báo sẽ đạt 100%. Đây không chỉ là con số biểu trưng mà còn phản ánh sự thay đổi lớn trong thói quen và nhu cầu sử dụng công nghệ của người dân. (Nguồn: www.mst.gov.vn. Bộ KH-CN).

Sự phổ biến của smartphone giúp mọi người dễ dàng truy cập các dịch vụ trực tuyến, từ thanh toán điện tử, mua sắm online đến các ứng dụng học tập và làm việc từ xa. Ngoài ra, điện thoại thông minh cũng là công cụ quan trọng để tiếp cận các dịch vụ công trực tuyến, tham gia các chương trình giáo dục từ xa và cập nhật thông tin kịp thời.

Để đạt mục tiêu này, các chính sách hỗ trợ như giảm giá thiết bị, tăng cường sản xuất smartphone giá rẻ trong nước, và phổ cập kiến thức sử dụng smartphone sẽ được triển khai mạnh mẽ. Ngoài ra, các chương trình xã hội hóa như "Điện thoại thông minh cho mọi nhà" sẽ đóng vai trò quan trọng, giúp người dân, đặc biệt là nhóm yếu thế, tiếp cận công nghệ dễ dàng hơn.

Quá trình xây dựng hạ tầng viễn thông hiện đại được đặt trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh Chương trình chuyển đổi số quốc gia. Việc hoàn thiện hạ tầng viễn thông sẽ tạo ra "cao tốc thông tin", giúp thúc đẩy các lĩnh vực như thương mại điện tử, trí tuệ nhân tạo (AI) và điện toán đám mây.

Bên cạnh đó, hạ tầng viễn thông hiện đại cũng là cơ sở để triển khai các giải pháp bảo mật thông tin, đảm bảo an ninh mạng trong thời kỳ công nghệ số. Các doanh nghiệp viễn thông sẽ cần đầu tư không chỉ vào phát triển hạ tầng mà còn vào các hệ thống bảo mật, đảm bảo quyền riêng tư và an toàn cho người dùng.

Dù có nhiều tiềm năng, nhưng việc đạt được các mục tiêu nêu trên không phải không gặp thách thức. Các khu vực vùng sâu, vùng xa với

địa hình khó khăn vẫn là bài toán nan giải trong việc triển khai hạ tầng. Ngoài ra, nguồn vốn đầu tư lớn cũng là áp lực không nhỏ đối với các doanh nghiệp viễn thông.

Hướng đến năm 2050, hạ tầng viễn thông Việt Nam không chỉ dừng lại ở việc đạt độ phủ mà còn tập trung vào chất lượng, với mục tiêu triển khai mạng viễn thông thế hệ mới và các công nghệ viễn thông tiên tiến hơn. Điều này sẽ đưa Việt Nam lên bản đồ viễn thông thế giới, đồng thời thúc đẩy vị thế quốc gia trong khu vực và quốc tế.

10. Vùng nguyên liệu

Việt Nam có tiềm năng to lớn trong việc phát triển các vùng nguyên liệu, chủ yếu tập trung vào các sản phẩm nông, lâm nghiệp và dược liệu. Việc xây dựng các vùng nguyên liệu tập trung, chất lượng cao được coi là chìa khóa để nâng cao giá trị sản phẩm, đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững.

Theo Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 05/10/2025 về điều chỉnh Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021 - 2030 tầm nhìn đến năm 2050, Việt Nam được chia thành 6 vùng kinh tế - xã hội, do đó, các vùng nguyên liệu cũng được phân chia theo các vùng kinh tế này. Mỗi vùng có thế mạnh riêng về các loại cây trồng nguyên liệu.

✓ Vùng đồng bằng sông Cửu Long: Vùng trọng điểm sản xuất lúa gạo và cây ăn quả (xoài, sầu riêng, dứa), quy mô lớn của cả nước.

✓ Vùng đồng bằng sông Hồng: Thế mạnh nông nghiệp của vùng là trồng cây lương thực, cây thực phẩm và cây vụ đông.

✓ Vùng duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên: Đây là vùng nguyên liệu phong phú cung cấp lâm sản cho công nghiệp chế biến, có các loại cây công nghiệp lâu năm như cà phê, cao su, hồ tiêu và cây dược liệu.

✓ Vùng Đông Nam Bộ: Nổi bật với các vùng trồng cao su, điều và cây ăn quả.

✓ Vùng Bắc Trung Bộ: Phát triển các loại cây công nghiệp ngắn ngày và cây công nghiệp lâu năm, cây lấy gỗ và vùng nguyên liệu cho các ngành nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống.

✓ Vùng Trung du và miền núi phía Bắc: Tiềm năng lớn trong việc phát triển cây chè, cây dược liệu (tam thất, sâm...) và lâm sản.

Việc phát triển vùng nguyên liệu có vai trò then chốt:

✓ Cung cấp nguồn nguyên liệu ổn định, đồng đều về chất lượng và chủng loại cho các nhà máy chế biến.

✓ Sản xuất theo vùng tập trung giúp chuẩn hóa quy trình, áp dụng các tiêu chuẩn (VietGAP, GlobalGAP), từ đó nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

✓ Giúp kiểm soát chất lượng, số lượng nông sản, giảm thiểu tình trạng "được mùa mất giá", ổn định sinh kế cho nông dân và hạn chế các rủi ro thị trường.

Mặc dù có nhiều tiềm năng, việc phát triển vùng nguyên liệu tại Việt Nam đối mặt với những thách thức như nhiều vùng nguyên liệu vẫn chưa được quy hoạch bài bản, thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa nông dân và doanh nghiệp. Cần hoàn thiện cơ chế, chính sách để hỗ trợ phát triển vùng nguyên liệu bền vững.

Định hướng phát triển trong tương lai là đẩy mạnh xây dựng các vùng nguyên liệu đạt chuẩn, gắn với mã số vùng trồng, và tăng cường liên kết chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ để nông sản Việt Nam vươn xa hơn trên thị trường toàn cầu.

Mục tiêu phát triển vùng nguyên liệu:

Xây dựng vùng nguyên liệu là nền tảng để phát triển các chuỗi giá trị nông, lâm, thủy sản hiệu quả và bền vững, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Nâng cao chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và tính bền vững của nguyên liệu, đặc biệt đối với các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản.

Phát triển các vùng sản xuất tập trung, liên kết chặt chẽ giữa sản xuất, chế biến và tiêu thụ.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và nhu cầu ngày càng cao của thị trường đối với sản phẩm nông nghiệp có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng cao, Bộ Nông nghiệp và Môi trường vừa ban hành Kế hoạch đầy nhanh thực hiện, đánh giá kết quả “Đề án thí điểm xây dựng vùng nguyên liệu nông, lâm sản đạt chuẩn phục vụ chế biến và tiêu thụ giai đoạn 2022 - 2025”, đồng thời đề xuất nhân rộng và xây dựng Đề án cho giai đoạn 2026 – 2030. Đề án này được phê duyệt vào năm 2022 khi còn là Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và được triển khai tại 13 tỉnh trên toàn quốc, tập trung vào các sản phẩm chủ lực như: cây ăn quả, lúa gạo, gỗ rừng trồng, cà phê.

Những năm qua, trên cả nước đã xuất hiện ngày càng nhiều vùng sản xuất nông nghiệp hàng hóa tập trung quy mô lớn trên tất cả các lĩnh vực từ trái cây, gỗ rừng trồng, lúa gạo, cà phê, thủy sản... qua đó đóng góp lớn vào thành tựu chung của toàn ngành nông nghiệp.

Đặc biệt, tại nhiều vùng nguyên liệu hàng hóa tập trung quy mô lớn chưa hình thành được mối liên kết từ sản xuất đến chế biến, tiêu thụ; chất lượng nông sản chưa đáp ứng nhu cầu chế biến tiêu thụ, nhất là phục vụ xuất khẩu; nông sản không có thương hiệu, không truy xuất được nguồn gốc, trong khi đó, chi phí sản xuất còn cao, hiệu quả đầu tư thấp.

Ở nhiều vùng nguyên liệu, các hợp tác xã chậm phát triển, chưa thu hút được đầu tư... Vì vậy, việc xây dựng các vùng nguyên liệu nông sản đạt chuẩn phục vụ chế biến và tiêu thụ trong nước và xuất khẩu là rất cần thiết để gia tăng giá trị, tăng cường năng lực cạnh tranh trên trường quốc tế.

Theo đánh giá, các mô hình vùng nguyên liệu đã tạo ra liên kết bền vững giữa nông dân - hợp tác xã - doanh nghiệp, nâng cao thu nhập cho người dân và tạo tiền đề phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững, hiện đại.

Quyết định số 681/QĐ-BNNMT ngày 8/4/2025 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường và Kế hoạch hành động thực hiện các mục tiêu tăng trưởng ngành nông nghiệp và môi trường và tổng kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản năm 2025 có đề cập: thực hiện Nghị quyết 01/NQ-CP của Chính phủ về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2025, nhằm bảo đảm mục tiêu tăng trưởng kinh tế cả nước đạt từ 8% trở lên; đồng thời căn cứ Nghị quyết số 05-NQ/ĐU ngày 20/3/2025 của Ban Thường vụ Đảng ủy Bộ Nông nghiệp và Môi trường về mục tiêu tăng trưởng toàn ngành đạt tối thiểu 4% và tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt 65 tỷ USD trong năm 2025.

11. Quy định hải quan

Quy định hải quan Việt Nam bao gồm các thủ tục, chính sách về hành lý, hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, quá cảnh qua biên giới quốc gia, nhằm đảm bảo quản lý nhà nước và tạo thuận lợi thương mại.

Một số văn bản pháp luật liên quan đến lĩnh vực này gồm:

+ Luật Hải quan 2014: Quy định chung về quản lý nhà nước trong lĩnh vực hải quan, cũng như tổ chức và hoạt động của cơ quan Hải quan.

+ Nghị định số 167/2025/NĐ-CP ngày 30/6/2025, sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21/1/2025 của Chính phủ quy định chi tiết về biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan.

Dưới đây là một số quy định đối với hành khách nhập cảnh Việt Nam:

a. Khai báo hải quan

Hành khách nhập cảnh không phải khai hải quan nếu không có hành lý vượt định mức miễn thuế, không có hàng gửi trước/sau chuyến đi và không thuộc trường hợp phải khai báo khác.

Các trường hợp phải khai báo hải quan:

Mang theo ngoại tệ tiền mặt (tiền giấy, tiền kim loại, séc du lịch...) trên 5.000 USD (hoặc ngoại tệ khác có giá trị tương đương) hoặc mang theo đồng Việt Nam tiền mặt trên 15.000.000 VNĐ.

Mang theo vàng, trang sức, đá quý có tổng trị giá từ 300 triệu VNĐ trở lên.

Hàng hóa mang theo vượt định mức miễn thuế.

Hàng hóa thuộc danh mục phải có giấy phép nhập khẩu hoặc kiểm tra chuyên ngành.

b. Hành lý miễn thuế (cho mỗi lần nhập cảnh)

Hành khách được miễn thuế nhập khẩu đối với hành lý mang theo người khi không quá:

Rượu, bia, đồ uống có cồn:

- ✓ Rượu từ 20 độ trở lên: 1,5 lít.
- ✓ Rượu dưới 20 độ: 2,0 lít.
- ✓ Đồ uống có cồn, bia: 3,0 lít.

Thuốc lá:

- ✓ Thuốc lá điếu: 200 điếu.
- ✓ Thuốc lá sợi: 250 gam.
- ✓ Xi gà: 20 điếu.

Các vật phẩm khác có tổng giá trị không quá 10.000.000 VNĐ

c. Hàng hóa cấm hoặc hạn chế nhập khẩu

Hành khách không được mang theo các mặt hàng cấm nhập khẩu hoặc tạm ngừng nhập khẩu theo quy định của pháp luật Việt Nam.

Mọi hành vi vi phạm quy định hải quan (ví dụ: mang hàng vượt định mức mà không khai báo) bị xử lý theo pháp luật hiện hành.

Để có thông tin chi tiết và cập nhật mới nhất về quy trình, thủ tục pháp lý cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá và phương tiện vận tải, hành khách nên tham khảo Cổng thông tin điện tử của Cục Hải quan Việt Nam hoặc liên hệ trực tiếp với cơ quan hải quan tại cửa khẩu.

12. Luật lao động

Bộ luật Lao động 2019, có hiệu lực từ ngày 01/01/2021. Luật này quy định quyền và nghĩa vụ của người lao động và người sử dụng lao động, các tiêu chuẩn lao động (thời giờ làm việc, nghỉ ngơi), tiền lương, hợp đồng lao động và quản lý lao động, quyền và nghĩa vụ của người lao động, người sử dụng lao động...

a. Thời gian làm việc

+ Bộ Luật lao động 2019 quy định, thời gian làm việc bình thường không quá 8 giờ trong một ngày và 48 giờ trong một tuần.

+ Thời gian làm thêm giờ không quá 40 giờ trong 1 tháng hoặc 200 giờ trong 1 năm.

+ Được nghỉ ít nhất một ngày/tuần (24 giờ liên tục). Nghỉ hàng năm theo thâm niên làm việc (12 ngày làm việc đối với người làm việc trong điều kiện bình thường).

+ Hưởng nguyên lương các ngày lễ như Tết dương lịch, Tết âm lịch, Ngày Giải phóng miền Nam, Quốc tế Lao động, Quốc khánh, ngày giỗ tổ Hùng Vương.

b. Hợp đồng lao động: (Theo Điều 13, Bộ Luật lao động 2019)

+ Hợp đồng lao động là sự thỏa thuận giữa người lao động và sử dụng lao động về việc làm có trả công, tiền lương, điều kiện lao động, quyền và nghĩa vụ của mỗi bên.

+ Trước khi nhận người lao động vào làm việc thì người sử dụng lao động phải ký kết hợp đồng.

+ Cho phép sử dụng hợp đồng điện tử.

c. Quyền và nghĩa vụ của người sử dụng lao động:

+ Quyền: Tuyển dụng, bố trí, quản lý, điều hành, giám sát lao động; khen thưởng và xử lý kỷ luật lao động; yêu cầu tổ chức đại diện người lao động thương lượng và tham gia giải quyết tranh chấp lao động.

+ Nghĩa vụ: Thực hiện hợp đồng và thỏa ước lao động tập thể; tôn trọng danh dự, nhân phẩm của người lao động; thiết lập cơ chế đối thoại và thực hiện quy chế dân chủ ở cơ sở; đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng nghề cho người lao động.

d. Thưởng:

Thưởng là số tiền hoặc tài sản hoặc bằng các hình thức khác mà người sử dụng lao động thưởng cho người lao động căn cứ vào kết quả sản xuất, kinh doanh, mức độ hoàn thành công việc của người lao động. Quy chế thưởng do người sử dụng lao động quyết định và công bố.

e. Quyền và nghĩa vụ của người lao động

Tại Điều 5 Bộ luật Lao động 2019 quy định về quyền và nghĩa vụ của người lao động như sau:

(1) Người lao động có các quyền sau đây:

+ Làm việc, tự do lựa chọn việc làm, nơi làm việc, nghề nghiệp, học nghề, nâng cao trình độ nghề nghiệp; không bị phân biệt đối xử, cưỡng bức lao động, quấy rối tình dục tại nơi làm việc;

+ Hưởng lương phù hợp với trình độ, kỹ năng nghề trên cơ sở thỏa thuận với người sử dụng lao động; được bảo hộ lao động, làm việc trong điều kiện bảo đảm về an toàn, vệ sinh lao động; nghỉ theo chế độ, nghỉ hằng năm có hưởng lương và được hưởng phúc lợi tập thể;

+ Thành lập, gia nhập, hoạt động trong tổ chức đại diện người lao động, tổ chức nghề nghiệp và tổ chức khác theo quy định của pháp luật; yêu cầu và tham gia đối thoại, thực hiện quy chế dân chủ, thương lượng tập thể với người sử dụng lao động và được tham vấn tại nơi làm việc để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của mình; tham gia quản lý theo nội quy của người sử dụng lao động;

+ Từ chối làm việc nếu có nguy cơ rõ ràng đe dọa trực tiếp đến tính mạng, sức khỏe trong quá trình thực hiện công việc;

+ Đơn phương chấm dứt hợp đồng lao động;

+ Đình công;

+ Các quyền khác theo quy định của pháp luật.

(2) Người lao động có các nghĩa vụ sau đây:

+ Thực hiện hợp đồng lao động, thỏa ước lao động tập thể và thỏa thuận hợp pháp khác;

+ Chấp hành kỷ luật lao động, nội quy lao động; tuân theo sự quản lý, điều hành, giám sát của người sử dụng lao động;

+ Thực hiện quy định của pháp luật về lao động, việc làm, giáo dục nghề nghiệp, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp và an toàn, vệ sinh lao động.

13. Quy định chuyển tiền

Các quy định chuyển tiền tại Việt Nam được chia thành quy định đối với giao dịch trong nước và quốc tế, với những yêu cầu và hạn mức cụ thể nhằm mục đích quản lý ngoại hối và phòng, chống rửa tiền.

Các văn bản pháp lý liên quan như:

- + Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ngày 16/6/2010.
- + Luật số 14/2022/QH15 ngày 15/11/2022 về Phòng chống rửa tiền.
- + Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024 (số 32/2024/QH15), được Quốc hội thông qua ngày 18/01/2024 và chính thức có hiệu lực thi hành từ ngày 01/07/2024.
- + Pháp lệnh Ngoại hối ngày 13/12/2005 được sửa đổi, bổ sung bởi Pháp lệnh số 06/2013/UBTVQH13 ngày 18/3/2013.
- + Nghị định số 70/2014/NĐ-CP ngày 17/7/2014 của Chính phủ, quy định chi tiết một số điều của Pháp lệnh Ngoại hối và Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh Ngoại hối. Tính đến tháng 3/2026, Nghị định số 70/2014/NĐ-CP vẫn là văn bản gốc quy định chi tiết về quản lý ngoại hối, tuy nhiên các nội dung về chuyển tiền một chiều và mua bán ngoại tệ đã được cập nhật, hướng dẫn bổ sung qua các thông tư mới của Ngân hàng Nhà nước để phù hợp với tình hình thực tế, đặc biệt là các quy định về chuyển tiền định cư và du học.

a. Quy định chuyển tiền trong nước

- + Từ ngày 1/7/2024, các giao dịch chuyển khoản trực tuyến (qua ứng dụng ngân hàng) có giá trị trên 10 triệu VND mỗi giao dịch hoặc tổng lũy kế trên 20 triệu VND mỗi ngày đều yêu cầu phải xác thực bằng dữ liệu sinh trắc học (nhận diện khuôn mặt/vân tay).
- + Trong một số trường hợp, nếu chưa cập nhật thông tin sinh trắc học hoặc hệ thống gặp lỗi, người dân vẫn phải ra quầy giao dịch để thực hiện chuyển tiền, đặc biệt với các giao dịch trên 10 triệu VND.
- + Từ ngày 01/11/2025, các tổ chức tài chính có trách nhiệm báo cáo Cục Phòng, chống rửa tiền (thuộc Ngân hàng Nhà nước) đối với các giao dịch chuyển tiền trong nước có giá trị từ 500 triệu đồng trở lên.

b. Quy định chuyển tiền quốc tế (một chiều từ Việt Nam ra nước ngoài)

Hoạt động chuyển tiền ra nước ngoài được quản lý chặt chẽ theo Thông tư 20/2022/TT-NHNN và các văn bản liên quan, chỉ cho phép thực hiện với các mục đích hợp pháp và có giấy tờ chứng minh:

Cá nhân cư trú tại Việt Nam được phép chuyển ngoại tệ ra nước ngoài cho các mục đích như:

- ✓ Học tập, chữa bệnh ở nước ngoài.
- ✓ Công tác, du lịch, thăm viếng ở nước ngoài.
- ✓ Trả các loại phí, lệ phí cho nước ngoài.
- ✓ Trợ cấp cho thân nhân ở nước ngoài.
- ✓ Chuyển tiền thừa kế.
- ✓ Định cư ở nước ngoài.

- Hạn mức và thủ tục:

+ Mức ngoại tệ được chuyển căn cứ vào số tiền ghi trên các giấy tờ, chứng từ có liên quan. Tuy nhiên, một lần chuyển tiền cho một số mục đích cụ thể (như trợ cấp, thừa kế) tối đa không vượt quá 50.000 USD hoặc ngoại tệ khác có giá trị tương đương.

+ Người chuyển tiền cần xuất trình các giấy tờ, chứng từ hợp lệ chứng minh mục đích và số tiền cần chuyển, ví dụ như giấy báo nhập học, hóa đơn viện phí, giấy tờ chứng minh quan hệ thân nhân, v.v..

+ Nguồn ngoại tệ có thể là ngoại tệ tự có của cá nhân (trong tài khoản) hoặc mua từ các ngân hàng được phép hoạt động ngoại hối.

+ Mang tiền mặt khi xuất/nhập cảnh

Khi xuất hoặc nhập cảnh qua các cửa khẩu quốc tế của Việt Nam bằng hộ chiếu, cá nhân được phép mang theo tối đa: 5.000 USD (hoặc ngoại tệ khác có giá trị tương đương), 15.000.000 VND. Nếu mang số tiền lớn hơn mức này, cá nhân phải khai báo với Hải quan cửa khẩu.

14. Tòa án và pháp lý

Tổ chức của Tòa án nhân dân bao gồm:

- +Tòa án nhân dân tối cao;
- +Tòa án nhân dân tỉnh, thành phố (sau đây gọi là Tòa án nhân dân cấp tỉnh);
- +Tòa án nhân dân khu vực;
- +Tòa án chuyên biệt tại Trung tâm tài chính quốc tế (sau đây gọi là Tòa án chuyên biệt);
- + Tòa án quân sự trung ương, Tòa án quân sự quân khu và tương đương, Tòa án quân sự khu vực (sau đây gọi chung là Tòa án quân sự).

Thẩm quyền thành lập, giải thể Tòa án nhân dân cấp tỉnh, Tòa án nhân dân khu vực; phạm vi thẩm quyền theo lãnh thổ của một số Tòa án nhân dân cấp tỉnh, của Tòa án nhân dân khu vực và Tòa án quân sự được quy định như sau:

+ Ủy ban Thường vụ Quốc hội quyết định thành lập, giải thể Tòa án nhân dân cấp tỉnh, Tòa án nhân dân khu vực; quy định về phạm vi thẩm quyền theo lãnh thổ của Tòa án nhân dân khu vực theo đề nghị của Chánh án Tòa án nhân dân tối cao;

+ Ủy ban Thường vụ Quốc hội quy định về phạm vi thẩm quyền theo lãnh thổ của một số Tòa án nhân dân cấp tỉnh đối với yêu cầu hủy phán quyết trọng tài, đăng ký phán quyết trọng tài vụ việc theo đề nghị của Chánh án Tòa án nhân dân tối cao;

+ Ủy ban Thường vụ Quốc hội quy định về phạm vi thẩm quyền theo lãnh thổ của một số Tòa án nhân dân khu vực giải quyết vụ việc phá sản; vụ việc dân sự, kinh doanh, thương mại, vụ án hành chính về sở hữu trí tuệ, chuyển giao công nghệ theo đề nghị của Chánh án Tòa án nhân dân tối cao;

+ Ủy ban Thường vụ Quốc hội quyết định thành lập, giải thể và quy định về phạm vi thẩm quyền theo lãnh thổ của Tòa án quân sự quân khu và tương đương, Tòa án quân sự khu vực theo đề nghị của Chánh án Tòa án nhân dân tối cao sau khi thống nhất với Bộ trưởng Bộ Quốc phòng.”.

+ Tòa án nhân dân tối cao: Là cơ quan xét xử cao nhất, chịu trách nhiệm lãnh đạo và giám sát hoạt động của toàn bộ hệ thống tòa án.

+ Tòa án nhân dân cấp tỉnh: Xét xử sơ thẩm các vụ án theo quy định của pháp luật, và có thể là phúc thẩm vụ việc mà bản án, quyết định sơ thẩm của tòa án nhân dân khu vực chưa có hiệu lực pháp luật bị kháng cáo, kháng nghị theo quy định của luật.

- Chức năng của tòa án nhân dân

Tòa án nhân dân là cơ quan xét xử của Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, giải quyết các vụ án, vụ việc theo quy định của pháp luật. Tòa án nhân dân thực hiện quyền tư pháp để thực thi nhiệm vụ bảo vệ công lý, bảo vệ quyền con người, quyền công dân, bảo vệ chế độ xã hội chủ nghĩa, lợi ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.

xem xét, quyết định và giải quyết các tranh chấp do cơ quan, tổ chức, cá nhân khởi kiện, đảm bảo việc xét xử được thực hiện công khai, công bằng, bảo vệ quyền lợi của công dân.

- Giải quyết tranh chấp thương mại tại Tòa án

Tòa án nhân dân khu vực hoặc cấp tỉnh có thẩm quyền giải quyết tranh chấp thương mại, tùy thuộc vào giá trị tranh chấp, tính chất phức tạp hoặc thỏa thuận của các bên.

Việc giải quyết tranh chấp thương mại tại Tòa án là một quy trình do cơ quan tài phán nhà nước thực hiện theo một trình tự chặt chẽ.

Sau khi xét xử, Tòa án sẽ ra quyết định hoặc bản án buộc các bên có nghĩa vụ thi hành. Giải quyết tranh chấp thương mại bằng phương thức trọng tài (ví dụ: VIAC).

Các tổ chức trọng tài như Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) là một phương thức giải quyết tranh chấp thay thế Tòa án. VIAC là tổ chức trọng tài hàng đầu tại Việt Nam, đã giải quyết hàng nghìn vụ tranh chấp trong nước và quốc tế trong nhiều lĩnh vực như mua bán hàng hóa, vận tải, bảo hiểm, xây dựng, tài chính, ngân hàng, đầu tư, v.v..

Tại Việt Nam, hiện không có một hệ thống tòa án thương mại riêng biệt. Các tranh chấp kinh doanh, thương mại được xét xử tại Tòa Kinh tế, một tòa chuyên trách thuộc cơ cấu của Tòa án nhân dân cấp tỉnh và Tòa án nhân dân tối cao.

15. Sở hữu trí tuệ

Hệ thống pháp luật về sở hữu trí tuệ của Việt Nam được quy định chủ yếu dựa trong Luật Sở hữu trí tuệ 2005 (số 50/2005/QH11) và các văn bản sửa đổi, bổ sung quan trọng, đặc biệt là Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ 2022 (số 07/2022/QH15), có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2023.

Các quy định chính bao gồm:

+ Văn bản pháp lý cốt lõi

Luật Sở hữu trí tuệ 2005 quy định về quyền tác giả, quyền liên quan, quyền sở hữu công nghiệp và quyền đối với giống cây trồng và bảo vệ các quyền đó.

Các Luật sửa đổi, bổ sung: Bao gồm Luật số 36/2009/QH12, Luật số 42/2019/QH14 và đặc biệt là Luật số 07/2022/QH15.

Các nghị định và thông tư hướng dẫn thi hành: Cung cấp chi tiết các thủ tục hành chính, ví dụ Nghị định số 65/2023/NĐ-CP hướng dẫn về sở hữu công nghiệp.

+ Ba nhóm quyền sở hữu trí tuệ chính

Pháp luật Việt Nam bảo hộ ba nhóm quyền chính: quyền tác giả và quyền liên quan, quyền sở hữu công nghiệp, và quyền đối với giống cây trồng.

+ Nguyên tắc và giới hạn

Chủ thể quyền sở hữu trí tuệ chỉ được thực hiện quyền trong phạm vi, thời hạn bảo hộ và không được xâm phạm lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác. Nhà nước có thể giới hạn quyền hoặc buộc chủ thể quyền cho phép sử dụng trong một số trường hợp.

+ Cơ quan quản lý

Cục Sở hữu trí tuệ (IP Vietnam) là cơ quan thực hiện chức năng quản lý nhà nước về sở hữu công nghiệp.

Để bảo vệ quyền lợi, các tổ chức, cá nhân cần nắm vững quy định, tiến hành thủ tục đăng ký và tự bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Luật Sở hữu trí tuệ áp dụng đối với tổ chức, cá nhân Việt Nam; tổ chức, cá nhân nước ngoài đáp ứng các điều kiện quy định tại Luật này và điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

Đối tượng quyền tác giả bao gồm tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học; đối tượng quyền liên quan đến quyền tác giả bao gồm cuộc biểu diễn, bản ghi âm, ghi hình, chương trình phát sóng, tín hiệu vệ tinh mang chương trình được mã hoá.

Đối tượng quyền sở hữu công nghiệp bao gồm sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, bí mật kinh doanh, nhãn hiệu, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý.

Đối tượng quyền đối với giống cây trồng là giống cây trồng và vật liệu nhân giống.

16. Quy định về xuất xứ hàng hóa

Quy định về xuất xứ hàng hóa Việt Nam dựa trên các luật như Luật Quản lý ngoại thương 2017 và các văn bản hướng dẫn như Nghị định 31/2018/NĐ-CP, Nghị định 111/2021/NĐ-CP và các thông tư liên quan.

a. Xác định xuất xứ hàng hóa

Tổ chức, cá nhân sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu có trách nhiệm tự xác định và ghi xuất xứ hàng hóa của mình một cách trung thực, chính xác, tuân thủ quy định pháp luật và các cam kết quốc tế.

Xuất xứ hàng hoá được xác định theo quy tắc xuất xứ quy định trong Nghị định số 31/2018/NĐ-CP, quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về xuất xứ hàng hóa và các điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc gia nhập theo quy định của Bộ Công Thương hướng dẫn điều ước quốc tế đó.

Trường hợp hàng hóa được sản xuất tại nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ khác nhau xuất xứ được xác định theo nơi thực hiện công đoạn gia công chế biến cuối cùng để hoàn thiện hàng hóa.

b. Chứng nhận xuất xứ hàng hóa

Chứng nhận xuất xứ hàng hóa do cơ quan có thẩm quyền cấp, là văn bản hoặc hình thức có giá trị pháp lý tương đương.

Tự chứng nhận xuất xứ: Do thương nhân tự phát hành theo quy định, một cơ chế được áp dụng trong một số hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam tham gia.

c. Hồ sơ đề nghị xác định trước xuất xứ

+ Đơn đề nghị: Bản chính Đơn đề nghị xác định trước xuất xứ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.

+ Bảng kê khai chi phí sản xuất: Bản chụp Bảng kê khai chi phí sản xuất và Bảng khai báo xuất xứ của nhà sản xuất, cung cấp nguyên liệu trong nước (nếu có).

+ Quy trình sản xuất: Bản chụp quy trình sản xuất hoặc Giấy chứng nhận phân tích thành phần (nếu có).

+ Thông tin hàng hóa: Bản chụp Catalogue hoặc hình ảnh hàng hóa.

Quy định về xuất xứ hàng hóa tại Việt Nam được điều chỉnh chủ yếu bởi các văn bản pháp luật như Nghị định số 31/2018/NĐ-CP và Thông tư số 33/2023/TT-BTC. Các quy định này nhằm xác định nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa, từ đó làm cơ sở để áp dụng các ưu đãi thuế quan theo các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam là thành viên, hoặc áp dụng các biện pháp quản lý thương mại khác.

d. Các văn bản pháp luật có liên quan

Nghị định số 31/2018/NĐ-CP ngày 08 tháng 3 năm 2018 quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về xuất xứ hàng hóa. Đây là văn bản nền tảng cho việc xác định xuất xứ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu tại Việt Nam.

Thông tư số 33/2023/TT-BTC ngày 31 tháng 5 năm 2023 của Bộ Tài chính quy định về xác định xuất xứ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, có hiệu lực từ ngày 15 tháng 7 năm 2023 (thay thế một phần Thông tư 38/2018/TT-BTC).

Thông tư số 05/2018/TT-BCT ngày 03 tháng 4 năm 2018 của Bộ Công Thương quy định chi tiết về Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) không ưu đãi.

Các Thông tư khác của Bộ Công Thương hướng dẫn cụ thể quy tắc xuất xứ trong từng FTA (ví dụ: EVFTA, CPTPP).

e. Nguyên tắc xác định xuất xứ

Có hai nguyên tắc cơ bản để xác định xuất xứ hàng hóa:

Hàng hóa có xuất xứ thuần túy (Wholly Obtained - WO): Hàng hóa được sản xuất hoàn toàn tại một quốc gia (ví dụ: nông sản được trồng và thu hoạch tại Việt Nam, khoáng sản khai thác từ Việt Nam).

Hàng hóa có xuất xứ không thuần túy: Hàng hóa được sản xuất có sử dụng nguyên liệu, linh kiện có xuất xứ từ nhiều quốc gia khác nhau. Trong trường hợp này, xuất xứ được xác định dựa trên các tiêu chí cụ thể như:

Tiêu chí chuyển đổi mã số hàng hóa (Change of Tariff Classification - CTC): Mã HS của sản phẩm cuối cùng phải khác so với mã HS của nguyên liệu đầu vào không có xuất xứ.

Tiêu chí hàm lượng giá trị khu vực (Regional Value Content - RVC): Tỷ lệ phần trăm tối thiểu của một sản phẩm được tạo ra hoặc gia tăng giá trị bên trong khu thương mại tự do...

Tiêu chí công đoạn gia công chế biến cơ bản cuối cùng (Specific Manufacturing or Processing Operation - SPO).

C/O là chứng từ quan trọng giúp người nhập khẩu được hưởng các ưu đãi thuế quan và các chính sách ưu đãi khác tại nước nhập khẩu.

Việc tuân thủ đúng các quy định về xuất xứ là rất quan trọng để đảm bảo tính hợp pháp, tránh gian lận thương mại và tận dụng tối đa các lợi thế từ các hiệp định thương mại quốc tế.

17. Nhãn hiệu

Theo quy định của Việt Nam, nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân. Để được bảo hộ, nhãn hiệu phải đáp ứng các điều kiện nhất định, bao gồm việc được công nhận là dấu hiệu nhìn thấy được và có khả năng phân biệt với các chủ thể khác.

Chủ sở hữu có quyền sử dụng, chuyển nhượng và ngăn chặn người khác sử dụng trái phép nhãn hiệu của mình trong thời gian hiệu lực kéo dài 10 năm và có thể gia hạn nhiều lần.

a. Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu

Dấu hiệu có thể là chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, ảnh, hình ba chiều, hoặc sự kết hợp của các yếu tố này, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc.

Nhãn hiệu phải có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của mình với hàng hóa, dịch vụ của các chủ thể khác.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu nổi tiếng được xác lập trên cơ sở sử dụng, không phụ thuộc vào thủ tục đăng ký.

b. Quy định về hiệu lực và quyền sở hữu

Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu có hiệu lực 10 năm kể từ ngày nộp đơn, có thể gia hạn nhiều lần, mỗi lần 10 năm.

Trong thời gian hiệu lực, chủ sở hữu nhãn hiệu có quyền sử dụng, hoặc chuyển nhượng quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng nhãn hiệu và ngăn chặn người khác sử dụng trái phép.

Quy định nhãn hiệu tại Việt Nam chủ yếu được điều chỉnh bởi Luật Sở hữu trí tuệ 2005 (đã được sửa đổi, bổ sung vào các năm 2009, 2019 và 2022) và các văn bản hướng dẫn thi hành (như Nghị định 65/2023/NĐ-CP và Nghị định 43/2017/NĐ-CP). Các quy định chính bao gồm:

c. Quyền đăng ký nhãn hiệu

Quyền đăng ký nhãn hiệu thuộc về tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ mang nhãn hiệu đó. Bất kỳ cá nhân hay tổ chức nào cũng có quyền đăng ký nhãn hiệu do mình sản xuất hoặc dịch vụ do mình cung cấp.

18. Chỉ dẫn địa lý

Theo quy định của Việt Nam, chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý là Nhà nước. Tuy nhiên, đăng ký chỉ dẫn địa lý có thể do các tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý, tổ chức đại diện hoặc cơ quan quản lý hành chính địa phương thực hiện. Các chủ thể này không trở thành chủ sở hữu, mà chỉ được trao quyền sử dụng hoặc quản lý chỉ dẫn địa lý.

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ khi đáp ứng hai điều kiện: sản phẩm có nguồn gốc địa lý từ khu vực đó và chất lượng, danh tiếng của sản phẩm đó được tạo nên bởi điều kiện địa lý của nơi sản xuất.

a. Điều kiện bảo hộ chỉ dẫn địa lý

Sản phẩm phải có nguồn gốc từ một khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hoặc quốc gia cụ thể mà chỉ dẫn địa lý đó đại diện.

Chất lượng, danh tiếng, hoặc đặc tính chủ yếu của sản phẩm phải được tạo ra bởi các yếu tố địa lý của khu vực đó, chẳng hạn như đất đai, khí hậu, môi trường.

b. Về văn bằng bảo hộ

Chỉ dẫn địa lý được cấp Giấy chứng nhận chỉ dẫn địa lý có hiệu lực vô thời hạn, trừ khi các điều kiện địa lý thay đổi làm mất đi danh tiếng và chất lượng hoặc đặc tính của sản phẩm.

Trong trường hợp chỉ dẫn địa lý đồng âm, nó sẽ được bảo hộ nếu cách thức sử dụng không gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và đảm bảo nguyên tắc đối xử công bằng.

19. Bao bì

Quy định bao bì tại Việt Nam bao gồm yêu cầu về nhãn hàng hóa (tên, địa chỉ, định lượng, ngày sản xuất, hạn sử dụng, xuất xứ, thành phần) và các quy định riêng cho từng loại hàng hóa.

Cụ thể, bao bì thực phẩm phải đảm bảo an toàn vệ sinh, bảo quản tốt, thông tin đầy đủ; bao bì hàng nguy hiểm cần chịu lực, chống rò rỉ, biến dạng, bay hơi và được chèn lót cẩn thận. Các tài liệu liên quan đến bao bì phải viết bằng tiếng Việt hoặc có bản dịch sang tiếng Việt, được chứng thực hợp lệ.

a. Quy định chung về nhãn hàng hóa trên bao bì

Tên hàng hóa, tên và địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm, định lượng, ngày sản xuất, hạn sử dụng, thành phần và định lượng thành phần, xuất xứ, thông số kỹ thuật, thông tin cảnh báo.

Phải ghi nhãn đầy đủ cho cả hai loại nếu bán cả hai, hoặc chỉ bao bì ngoài nếu bán nguyên hộp. Nếu bao bì ngoài trong suốt có thể nhìn thấy nhãn bên trong thì không bắt buộc ghi nhãn cho bao bì ngoài.

Nhãn phải được thể hiện ở vị trí dễ dàng nhận biết, không phải tháo rời các bộ phận của hàng hóa.

b. Quy định riêng cho từng loại hàng hóa

Bao bì thực phẩm

✓ Bao bì không được chứa chất độc hại hoặc gây ô nhiễm cho thực phẩm.

✓ Phải giữ cho sản phẩm tươi ngon, không bị hỏng trong quá trình vận chuyển và lưu trữ.

✓ Cần cung cấp đầy đủ thông tin như thành phần, hướng dẫn sử dụng.

✓ Phạm màu và mực in trên bao bì phải được kiểm tra kỹ lưỡng và không được in vào mặt trong của bao bì nếu chưa có sự cho phép của cơ quan chức năng.

✓ Phải tự công bố lại sản phẩm khi có thay đổi về tên, xuất xứ, hoặc thành phần. Các thay đổi khác phải được thông báo bằng văn bản tới cơ quan quản lý.

Bao bì hàng hóa nguy hiểm

✓ Bao bì phải sạch, không bị ảnh hưởng bởi hóa chất bên trong, không làm suy giảm chất lượng hàng hóa, và không bị biến dạng khi thay đổi nhiệt độ.

✓ Bao bì chứa chất lỏng phải không bị rò rỉ, biến dạng, và có sức chịu đựng áp suất bên trong.

✓ Bao bì dễ vỡ (như thủy tinh) phải được chèn lót cẩn thận với vật liệu giảm chấn.

✓ Bao bì chứa chất dễ bay hơi phải đảm bảo giữ chất không bị bay hơi trong quá trình vận chuyển.

✓ Bao bì chứa hàng dạng hạt hoặc bột phải đảm bảo không bị rơi vãi.

c. Quy định về ghi nhãn hàng hóa

Nghị định 43/2017/NĐ-CP về nhãn hàng hóa, được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 111/2021/NĐ-CP, là văn bản pháp lý chính quy định nội dung bắt buộc trên nhãn hàng hóa, áp dụng cho hầu hết các sản phẩm lưu thông tại Việt Nam.

Nội dung tối thiểu trên bao bì sản phẩm (nhãn hàng hóa) phải có tiếng Việt bao gồm:

✓ Tên hàng hóa.

✓ Tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa.

✓ Nguồn gốc, xuất xứ của sản phẩm.

✓ Định lượng chính xác của sản phẩm.

✓ Ngày sản xuất, hạn sử dụng.

✓ Thông tin cảnh báo (nếu có).

✓ Số lô sản xuất (đặc biệt đối với một số ngành hàng như thuốc).

✓ Đối với hàng hóa nhập khẩu, nhãn gốc phải được giữ nguyên và phải có nhãn phụ bằng tiếng Việt thể hiện các nội dung bắt buộc trên.

d. Quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm và các ngành đặc thù

Bao bì tiếp xúc trực tiếp với các sản phẩm nhạy cảm như thực phẩm, dược phẩm phải tuân thủ các quy chuẩn kỹ thuật quốc gia (QCVN) cụ thể của Bộ Y tế:

QCVN 12-1:2011/BYT về an toàn vệ sinh đối với bao bì, dụng cụ bằng nhựa tổng hợp tiếp xúc trực tiếp với thực phẩm.

QCVN 12-2:2011/BYT đối với bao bì, dụng cụ bằng cao su.

QCVN 12-3:2011/BYT đối với bao bì, dụng cụ bằng kim loại.

20. Quy định về bảo vệ môi trường

Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH14 ngày 17/11/2020 được sửa đổi, bổ sung bởi các luật liên quan, trong đó có Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của 15 luật trong lĩnh vực nông nghiệp và môi trường số 146/2025/QH15 và Nghị định số 08/2022/NĐ-CP đưa ra các quy định quan trọng về trách nhiệm của nhà sản xuất, nhập khẩu đối với môi trường, trong đó đề cập đến tái chế xử lý sản phẩm bao bì; Nghị định số 08/2022/NĐ-CP đã được sửa đổi bổ sung bởi Nghị định số 40/2023 và Nghị định số 5/2025 sửa đổi các luật trong lĩnh vực nông nghiệp và môi trường, gần đây nhất là Nghị định số 48/2026/NĐ-CP).

Trách nhiệm tái chế (EPR - Extended Producer Responsibility): Các tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu một số nhóm sản phẩm, bao bì cụ thể có trách nhiệm phải tái chế lượng bao bì do mình đưa ra thị trường, hoặc đóng góp tài chính vào Quỹ Bảo vệ môi trường Việt Nam để hỗ trợ hoạt động tái chế.

Các tiêu chuẩn quốc gia về khả năng tái chế của bao bì cũng được áp dụng như TCVN 12257:2018 (ISO 18604:2013) về tái chế vật liệu.

Việc tuân thủ các quy định này là bắt buộc đối với các tổ chức và cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa tại Việt Nam.

Nguyên tắc bảo vệ môi trường của Việt Nam là "Người gây ô nhiễm phải chi trả tiền để khắc phục", quy định cơ chế quản lý môi trường theo mức độ tác động đối với môi trường, tích hợp quy trình vào một giấy phép môi trường, thúc đẩy phân loại rác tại nguồn và kinh tế tuần hoàn, bổ sung cộng đồng dân cư là chủ thể bảo vệ môi trường và chú trọng quản lý tổng hợp các thành phần môi trường như không khí, nước và tầng ô-zôn.

Nguyên tắc "Người gây hại, người chi trả": Người gây ô nhiễm, suy thoái môi trường phải chịu trách nhiệm, chi trả chi phí khắc phục và bồi thường thiệt hại theo quy định.

a. Quản lý môi trường:

Thay đổi phương thức quản lý môi trường theo tiêu chí môi trường của dự án, thu hẹp đối tượng phải thực hiện đánh giá tác động môi trường, và tích hợp các quy trình thủ tục thành một Giấy phép môi trường (GPMT) duy nhất.

Khuyến khích doanh nghiệp thực hiện kiểm toán môi trường để nâng cao hiệu quả quản lý tại doanh nghiệp.

Thúc đẩy kinh tế tuần hoàn: Khuyến khích các hoạt động giảm thiểu phát sinh chất thải, tăng cường tái sử dụng, tái chế để khai thác giá trị từ chất thải.

Cộng đồng dân cư là một chủ thể trong bảo vệ môi trường: Lần đầu tiên, cộng đồng dân cư được công nhận là chủ thể tham gia vào công tác bảo vệ môi trường.

Quản lý các thành phần môi trường:

✓ Môi trường không khí: Yêu cầu quan trắc, giám sát thường xuyên chất lượng không khí, thực hiện các biện pháp giảm thiểu khí thải và kịp thời thông báo, cảnh báo kịp thời về tình trạng ô nhiễm.

✓ Môi trường nước: Theo dõi, đánh giá chất lượng nước mặt, nước dưới đất và nước biển; đồng thời quản lý chặt chẽ các nguồn thải vào môi trường nước theo lưu vực sông, biển.

✓ Tầng ô-zôn: Quản lý các chất làm suy giảm tầng ô-zôn, chất gây hiệu ứng nhà kính; thu gom, tái chế hoặc tiêu hủy chúng; phát triển công nghệ thân thiện với môi trường và khí hậu.

✓ Ứng phó biến đổi khí hậu: Quy định cụ thể về ứng phó biến đổi khí hậu và thúc đẩy phát triển thị trường carbon.

b. Một số văn bản pháp lý liên quan đến lĩnh vực môi trường:

Luật Bảo vệ môi trường 2020 (Luật số 72/2020/QH14) gồm 16 chương và 171 điều, quy định các nguyên tắc, trách nhiệm, biện pháp bảo vệ môi trường, quản lý chất thải, và xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực môi trường.

Nghị định 45/2022/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực môi trường.

Ngày 09/6/2025, Chính phủ ban hành Nghị định số 119/2025/NĐ-CP về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 06/2022/NĐ-CP ngày 07 tháng 01 năm 2022 của Chính phủ quy định giảm nhẹ phát thải khí nhà kính và bảo vệ tầng ô-zôn.

Ngày 29/1/2026, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 48/2026/NDD-CP về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 08/2022/NĐ-CP ngày 10 tháng 01 năm 2022 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ môi trường được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 05/2025/NĐ-CP ngày 06 tháng 01 năm 2025.

Hệ thống pháp luật về môi trường của Việt Nam quy định trách nhiệm của mọi tổ chức và cá nhân trong việc bảo vệ môi trường. Các quy định chính bao gồm:

✓ Quản lý chất thải: Yêu cầu tổ chức, cá nhân phát sinh chất thải phải thực hiện giảm thiểu, phân loại, thu gom và xử lý theo quy định,

với các hướng dẫn cụ thể cho chất thải nguy hại, rác thải sinh hoạt, nước thải và khí thải.

✓ Kiểm soát ô nhiễm không khí và đất: Các nguồn phát thải bụi và khí thải phải được quan trắc và kiểm soát. Các dự án sử dụng đất cần xem xét tác động môi trường đất và có giải pháp phòng ngừa ô nhiễm, với trách nhiệm xử lý và phục hồi môi trường đất thuộc về bên gây ô nhiễm.

✓ Đánh giá tác động môi trường và Giấy phép môi trường: Các dự án và cơ sở có nguy cơ tác động xấu đến môi trường phải thực hiện đánh giá tác động môi trường hoặc có giấy phép môi trường. Luật 2020 đã tích hợp nhiều giấy phép thành phần thành một Giấy phép môi trường duy nhất.

✓ Chính sách và công cụ kinh tế: Nhà nước khuyến khích sử dụng năng lượng sạch, tái chế và áp dụng các biện pháp kinh tế để bảo vệ môi trường.

Những quy định này tạo nên khuôn khổ pháp lý nhằm bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu (hướng tới mục tiêu phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050) và thúc đẩy phát triển bền vững tại Việt Nam.

21. Quy định kiểm dịch động thực vật

Quy định kiểm dịch tại Việt Nam bao gồm kiểm dịch động vật và kiểm dịch thực vật.

a. Kiểm dịch động vật thủy sản

✓ Ngăn chặn lây lan dịch bệnh trong nuôi trồng thủy sản.

✓ Kiểm tra số lượng, chủng loại, kích cỡ, kiểm tra lâm sàng, lấy mẫu xét nghiệm, kiểm tra vệ sinh phương tiện vận chuyển.

✓ Cơ quan kiểm dịch cấp Giấy chứng nhận kiểm dịch khi đáp ứng yêu cầu.

✓ Nếu kết quả xét nghiệm dương tính, cơ quan kiểm dịch không cấp chứng nhận và xử lý theo quy định phòng chống dịch bệnh.

b. Kiểm dịch thực vật

Kiểm dịch thực vật nhằm ngăn chặn sự lây lan của sinh vật gây hại thông qua thực vật và các vật thể thuộc diện kiểm dịch thực vật.

Đối tượng kiểm dịch thực vật bao gồm thực vật và các vật thể khác thuộc diện kiểm dịch thực vật như vật liệu nhân giống.

Cơ quan quản lý: Cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật (thuộc Bộ NN & MT) chịu trách nhiệm chính.

Văn bản pháp luật chính:

Luật Bảo vệ và Kiểm dịch thực vật 2013.

Các Thông tư của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (nay là Bộ Nông nghiệp và Môi trường) quy định trình tự, thủ tục kiểm dịch thực vật nhập khẩu, xuất khẩu, tái xuất khẩu, quá cảnh (ví dụ: Văn bản hợp nhất số 19/VBHN-BNNPTNT năm 2024, Thông tư 14/2024/TT-BNNPTNT).

Quy trình:

✓ Kiểm tra, phát hiện đối tượng kiểm dịch thực vật, đối tượng phải kiểm soát của Việt Nam và sinh vật gây hại lạ trên vật thể nhập khẩu, xuất khẩu, quá cảnh.

✓ Quyết định biện pháp xử lý phù hợp (ví dụ: xử lý, tiêu hủy, cách ly) đối với vật thể nhiễm bệnh.

✓ Giấy chứng nhận: Cơ quan kiểm dịch cấp Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật sau khi kiểm dịch đáp ứng yêu cầu.

Quy định chung:

✓ Kiểm dịch sau nhập khẩu: Một số vật thể, đặc biệt là giống cây trồng, phải qua kiểm dịch sau nhập khẩu dựa trên kết quả phân tích nguy cơ dịch hại.

✓ Yêu cầu đối với cơ sở: Các cơ sở gia công, chế biến sản phẩm động vật để xuất khẩu phải được cấp Giấy chứng nhận điều kiện vệ sinh thú y.

✓ Cơ quan quản lý: Việc kiểm dịch được thực hiện bởi các cơ quan chuyên môn thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Việt Nam có các quy định kiểm dịch chặt chẽ đối với động vật, thực vật và các sản phẩm có nguy cơ mang mầm bệnh nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh. Các quy định này được chi phối bởi các văn bản pháp luật khác nhau, chủ yếu do Bộ Nông nghiệp & Môi trường và Bộ Y tế ban hành.

c. Kiểm dịch động vật

Quy định kiểm dịch động vật (bao gồm động vật trên cạn và thủy sản) nhằm kiểm soát dịch bệnh khi vận chuyển trong nước cũng như xuất nhập khẩu, tạm nhập tái xuất, quá cảnh.

Cơ quan quản lý: Cục Chăn nuôi và Thú y (thuộc Bộ NN&MT) là cơ quan chịu trách nhiệm chính.

Văn bản pháp luật chính:

Luật Thú y 2015 là cơ sở pháp lý cao nhất.

Các Thông tư hợp nhất của Bộ NNPTNT quy định chi tiết về trình tự, thủ tục kiểm dịch (ví dụ: Văn bản hợp nhất số 07/VBHN-BNNPTNT năm 2022, Văn bản hợp nhất số 18/VBHN-BNNPTNT năm 2024).

Yêu cầu chính:

✓ Động vật và sản phẩm động vật thuộc diện kiểm dịch phải có Giấy chứng nhận kiểm dịch.

✓ Động vật nhập khẩu phải được tiêm phòng vắc-xin theo quy định (ví dụ: vắc-xin phòng bệnh dại cho chó, mèo) và tuân thủ các điều kiện vệ sinh thú y của nước nhập khẩu.

✓ Việc kiểm dịch bao gồm kiểm tra lâm sàng, lấy mẫu xét nghiệm và cách ly theo quy định.

✓ Danh mục cụ thể các loài động vật, sản phẩm động vật phải kiểm dịch và các trường hợp được miễn kiểm dịch được quy định chi tiết trong các phụ lục kèm theo thông tư.

d. Kiểm dịch y tế quốc tế

Quy định này tập trung vào việc ngăn chặn sự lây lan của các bệnh truyền nhiễm qua biên giới đối với con người, phương tiện vận tải và hàng hóa.

Cơ quan quản lý: Bộ Y tế và các cơ quan kiểm dịch y tế tại cửa khẩu.

Văn bản pháp luật liên quan:

- ✓ Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm.
- ✓ Nghị định số 89/2018/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm về kiểm dịch y tế biên giới.
- ✓ Thông tư số 46/2014/TT-BYT quy định quy trình kiểm dịch y tế tại cửa khẩu.

Yêu cầu chính:

- ✓ Kiểm tra y tế đối với người nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, đặc biệt là trong các đợt dịch bệnh.
- ✓ Yêu cầu khai báo y tế (nếu có).
- ✓ Kiểm dịch y tế đối với phương tiện vận tải, thi thể, hài cốt, tro cốt và một số loại hàng hóa có nguy cơ lây nhiễm.
- ✓ Các tổ chức và cá nhân liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu, vận chuyển hàng hóa, động vật, thực vật cần tuân thủ nghiêm ngặt các quy định này để đảm bảo an toàn dịch tễ và thông quan hàng hóa thuận lợi.

22. Hàng quá cảnh

Hàng quá cảnh là hàng hóa của tổ chức, cá nhân nước ngoài đi qua lãnh thổ Việt Nam và có điểm đến cuối cùng bên ngoài Việt Nam. Các quy định chính bao gồm: Thời gian quá cảnh tối đa 30 ngày (có thể gia hạn), chịu sự giám sát hải quan, không chịu thuế nhập khẩu hoặc thuế VAT (trừ một số trường hợp nhất định), và phải làm thủ tục hải quan tại cửa khẩu nhập đầu tiên và cửa khẩu xuất cuối cùng.

a. Quy định chung

✓ Thời gian quá cảnh hàng hóa được xác định phù hợp với tuyến đường và phương thức vận chuyển tối đa không quá 30 ngày kể từ khi hoàn thành thủ tục hải quan tại cửa khẩu nhập, trừ trường hợp được cơ quan hải quan gia hạn. Hàng hóa có thể được gia hạn lưu kho khi bị hư hỏng hoặc mất mát, nhưng phải được cơ quan hải quan chấp thuận bằng văn bản.

✓ Giám sát hải quan: Hàng hóa quá cảnh luôn phải chịu sự giám sát của cơ quan hải quan trong suốt quá trình quá cảnh tại Việt Nam, vào và ra theo đúng cửa khẩu quy định.

✓ Thủ tục hải quan: Phải làm thủ tục hải quan tại cửa khẩu nhập đầu tiên và cửa khẩu xuất cuối cùng, trừ các trường hợp đặc biệt.

✓ Thuế: Hàng quá cảnh không thuộc đối tượng chịu thuế nhập khẩu và thuế VAT, trừ trường hợp chuyển tiêu thụ nội địa theo quy định.

b. Các trường hợp đặc biệt

✓ Gia hạn thời gian quá cảnh: Cần có văn bản đề nghị gia hạn, giấy phép quá cảnh, văn bản xác nhận tình trạng hàng hóa của cơ quan hải quan và tờ khai hải quan.

✓ Hàng hóa phải xin phép: Một số hàng hóa đặc biệt như vũ khí, đạn dược, vật liệu nổ, tiền chất thuốc nổ, hoặc các mặt hàng thuộc danh mục cấm, hoặc hạn chế kinh doanh kinh doanh phải được cơ quan có thẩm quyền cho phép bằng văn bản.

✓ Giám sát đặc biệt: Hàng hóa có mức độ nguy hiểm cao (như vũ khí, đạn dược) phải được giám sát bằng phương tiện kỹ thuật hoặc trực tiếp bởi công chức hải quan.

✓ Quy định về hàng quá cảnh tại Việt Nam được điều chỉnh chủ yếu bởi Luật Thương mại 2005, Luật Hải quan 2014, và các nghị định, thông tư liên quan (như Nghị định 69/2018/NĐ-CP).

Dưới đây là những quy định chính:

+ Định nghĩa hàng quá cảnh

Hàng quá cảnh là hàng hóa thuộc sở hữu của tổ chức, cá nhân nước ngoài được vận chuyển từ một nước qua lãnh thổ Việt Nam đến một nước khác, kể cả việc chuyển tải, lưu kho, chia tách lô hàng hoặc các hoạt động khác trong thời gian quá cảnh.

+ Nguyên tắc và điều kiện quá cảnh

Hoạt động quá cảnh hàng hóa phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam và các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Hàng quá cảnh phải chịu sự kiểm tra, giám sát của cơ quan hải quan trong suốt quá trình quá cảnh trên lãnh thổ Việt Nam.

Về nguyên tắc, hàng quá cảnh không được phép tiêu thụ tại Việt Nam. Trường hợp đặc biệt muốn tiêu thụ nội địa, phải tuân thủ các quy định về quản lý xuất khẩu, nhập khẩu và các quy định pháp luật liên quan.

23. Hàng tạm nhập tái xuất

Quy định về hàng tạm nhập tái xuất tại Việt Nam được điều chỉnh chủ yếu bởi Luật Thương mại 2005, Luật Hải quan 2014, Nghị định số 69/2018/NĐ-CP và các văn bản pháp luật liên quan.

Dưới đây là các quy định chính:

a. Khái niệm và mục đích

Tạm nhập tái xuất là việc hàng hóa được đưa từ nước ngoài hoặc từ các khu vực hải quan riêng vào lãnh thổ Việt Nam, làm thủ tục tạm nhập, sau đó làm thủ tục tái xuất chính hàng hóa đó ra khỏi Việt Nam trong một thời gian nhất định, không nhằm mục đích tiêu thụ tại Việt Nam.

b. Điều kiện chung

Thương nhân Việt Nam (không có vốn đầu tư nước ngoài) được thực hiện hoạt động tạm nhập, tái xuất theo quy định, trừ hàng hóa trong danh mục cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu hoặc các trường hợp bị hạn chế theo quy định của cơ quan có thẩm quyền.

Đối với một số mặt hàng kinh doanh tạm nhập tái xuất có điều kiện (như thực phẩm đông lạnh, hàng đã qua sử dụng hoặc một số mặt hàng thuộc danh mục quản lý đặc biệt), thương nhân cần đáp ứng các điều kiện theo quy định, ví dụ, ký quỹ tại tổ chức tín dụng theo mức do cơ quan quản lý nhà nước quy định.

c. Thời hạn tạm nhập tái xuất

Thời hạn lưu giữ hàng hóa tại Việt Nam không quá 60 ngày kể từ ngày hoàn thành thủ tục hải quan tạm nhập.

Trường hợp cần kéo dài thời hạn, thương nhân được gia hạn tối đa 2 lần, mỗi lần không quá 30 ngày.

Sau thời hạn này, nếu hàng hóa không được tái xuất, chúng sẽ bị xử lý theo quy định của pháp luật về hải quan và các quy định có liên quan của pháp luật.

d. Chính sách thuế

Hàng hóa tạm nhập, tái xuất được áp dụng chính sách thuế theo quy định thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu. Trong nhiều trường hợp, nếu hàng

hóa được tái xuất đúng thời hạn, thì không phải nộp thuế nhập khẩu hoặc thuế xuất khẩu và được hoàn thuế theo quy định, ví dụ như hàng hóa để bảo hành, sửa chữa, thay thế.

Việc áp dụng chính sách thuế được thực hiện theo thủ tục do cơ quan hải quan quản lý đúng với quy định của pháp luật hiện hành.

e. Thủ tục hải quan

Thủ tục hải quan đối với hàng tạm nhập tái xuất được thực hiện theo quy định của pháp luật hải quan hiện hành. Quy trình bao gồm việc khai báo và làm thủ tục hải quan cho cả khâu tạm nhập và tái xuất, dưới sự giám sát của cơ quan hải quan trong suốt thời gian hàng hóa lưu giữ tại Việt Nam.

Hợp đồng: Có thể bao gồm hai hợp đồng riêng biệt: hợp đồng mua hàng với thương nhân nước ngoài và hợp đồng bán hàng với thương nhân nước nhập khẩu cuối cùng.

Vì các văn bản pháp luật có thể thay đổi theo thời gian, thương nhân nên cập nhật các quy định mới nhất từ Bộ Công Thương và Cục Hải quan để đảm bảo tuân thủ đầy đủ.

Việc tạm nhập và tái xuất hàng hóa phải diễn ra qua các cửa khẩu theo quy định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa tạm nhập, tái xuất phải ký quỹ theo mức do cơ quan nhà nước quy định đối với một số mặt hàng kinh doanh có điều kiện.

24. Giải quyết tranh chấp thương mại

Việt Nam có nhiều quy định giải quyết tranh chấp tùy thuộc vào loại tranh chấp, với các cơ chế như hòa giải, trọng tài, tòa án hoặc các cơ quan hành chính. Tranh chấp đất đai giữa cá nhân và hộ gia đình UBND cấp xã có trách nhiệm tổ chức hòa giải trước khi vụ việc được đưa đến cơ quan có thẩm quyền giải quyết hoặc cấp khu vực thụ lý. Tranh chấp kinh doanh thương mại có thể được giải quyết tại tòa án hoặc bằng trọng tài nếu các bên có thỏa thuận.

a. Các hình thức giải quyết tranh chấp

✓ Hòa giải thương mại: Các bên có thỏa thuận hòa giải có thể lựa chọn phương thức này để giải quyết tranh chấp dân sự và kinh doanh thương mại.

✓ Tòa án: Là cơ quan có thẩm quyền giải quyết tranh chấp khi các bên không thể giải quyết thông qua hòa giải hoặc các phương thức khác. Tòa án giải quyết nhiều loại tranh chấp như: tranh chấp dân sự, kinh doanh thương mại, lao động, hôn nhân và gia đình.

✓ Trọng tài: Trong trường hợp các bên có thỏa thuận trọng tài hợp lệ, tòa án sẽ từ chối thụ lý vụ việc, trừ khi thỏa thuận trọng tài bị vô hiệu.

✓ Cơ quan hành chính: Cơ quan hành chính có thẩm quyền giải quyết một số loại tranh chấp, ví dụ tranh chấp đất đai.

b. Quy trình giải quyết tranh chấp đất đai

Quy trình giải quyết tranh chấp đất đai gồm 3 giai đoạn: tự hòa giải, bắt buộc hòa giải tại UBND cấp xã/phường trước khi đưa ra các cơ quan có thẩm quyền khác. Nếu hòa giải không thành, tranh chấp có thể được các bên đưa vụ việc lên UBND cấp tỉnh, thành phố để giải quyết, hoặc khởi kiện vụ án tại Tòa án nhân dân để giải quyết tranh chấp sau khi hòa giải không thành.

c. Quy trình giải quyết tranh chấp kinh doanh thương mại

Tranh chấp giữa nhà đầu tư nước ngoài với cơ quan nhà nước có thẩm quyền có thể được tòa án Việt Nam giải quyết, trọng tài Việt Nam hoặc trọng tài quốc tế theo thỏa thuận của các bên, hoặc theo điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Nhìn chung, pháp luật Việt Nam quy định bốn phương thức giải quyết tranh chấp chính, áp dụng tùy thuộc vào loại tranh chấp và thỏa thuận của các bên:

- Thương lượng

Các bên trực tiếp thương lượng để giải quyết bất đồng mà không cần sự can thiệp của bên thứ ba. Đây là phương thức được khuyến khích áp dụng trước tiên vì nhanh chóng, linh hoạt, đồng thời giúp bảo mật thông tin kinh doanh và duy trì quan hệ hợp tác.

- Hòa giải

Các bên tranh chấp giải quyết bất đồng thông qua sự hỗ trợ của bên thứ ba trung lập (hòa giải viên) để đạt được thỏa thuận chung.

Hòa giải có thể diễn ra ngoài tố tụng (hòa giải ở cơ sở) hoặc trong quá trình tố tụng tại Tòa án theo Luật Hòa giải, đối thoại tại Tòa án năm 2020.

Hòa giải là thủ tục bắt buộc trong một số loại tranh chấp, ví dụ như tranh chấp đất đai (hòa giải tại Ủy ban nhân dân cấp xã).

- Giải quyết tại Trọng tài thương mại

Phương thức này áp dụng cho tranh chấp phát sinh từ hoạt động thương mại hoặc các quan hệ pháp luật khác khi các bên có thỏa thuận trọng tài hợp lệ.

Việc giải quyết tranh chấp được thực hiện bởi Hội đồng trọng tài theo thủ tục trọng tài. Ưu điểm là thủ tục nhanh gọn, linh hoạt, phán quyết trọng tài có tính chung thẩm và được thi hành theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, phương thức này chỉ áp dụng khi các bên có thỏa thuận trọng tài trước hoặc sau khi xảy ra tranh chấp.

- Giải quyết tại Tòa án

Đây là phương thức giải quyết tranh chấp phổ biến nhất, thông qua hoạt động xét xử của cơ quan tư pháp là tòa án nhân dân các cấp.

Quá trình giải quyết phải tuân theo trình tự, thủ tục tố tụng dân sự chặt chẽ, được quy định tại Bộ luật Tố tụng Dân sự và các văn bản pháp luật liên quan.

Bản án và quyết định của Tòa án có hiệu lực pháp luật và được đảm bảo thi hành, nếu không thực hiện sẽ bị cưỡng chế thi hành.

d. Một số văn bản pháp luật cần lưu ý:

- ✓ Bộ luật Dân sự (quy định chung về quan hệ dân sự).
- ✓ Bộ luật Tố tụng Dân sự (quy định trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại Tòa án).
- ✓ Luật Thương mại (quy định về tranh chấp thương mại và các hình thức giải quyết).
- ✓ Luật Trọng tài Thương mại (quy định chi tiết về giải quyết tranh chấp bằng trọng tài).
- ✓ Luật Đất đai (quy định về giải quyết tranh chấp đất đai).
- ✓ Bộ luật Lao động (quy định về giải quyết tranh chấp lao động).
- ✓ Luật Hòa giải, đối thoại tại Tòa án (quy định về hòa giải trong tố tụng).

Việc lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp phụ thuộc vào tính chất vụ việc, ý chí các bên và các quy định pháp luật chuyên ngành.

25. Khu công nghiệp

Khu công nghiệp (KCN) tại Việt Nam là các khu vực được quy hoạch tập trung, chuyên biệt để thực hiện sản xuất công nghiệp và cung cấp dịch vụ hỗ trợ, sản xuất, chế biến, kho bãi, lắp ráp, logistics, có hệ thống cơ sở hạ tầng riêng và được thành lập theo quy định pháp luật.

Tính đến tháng 7/2025, Việt Nam có hơn 400 KCN đang hoạt động với tổng diện tích khoảng 142.162 ha, phân bố rộng khắp các vùng miền, tập trung chủ yếu ở các vùng kinh tế trọng điểm, đặc biệt là ở miền Bắc và miền Nam. Tỷ lệ lấp đầy KCN tương đối cao, đạt trung bình khoảng 80%, hơn 83% ở miền Bắc, hơn 90% ở miền Nam, cao hơn mức trung bình toàn cầu.

Các KCN thường có quy mô lớn, được trang bị hệ thống hạ tầng kỹ thuật đồng bộ và các dịch vụ hỗ trợ sản xuất nhằm phát triển công nghiệp tập trung, thu hút đầu tư, đặc biệt là vốn FDI, và chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhờ lợi thế chi phí cạnh tranh so với các nước trong khu vực.

Việt Nam đang định hướng phát triển các mô hình KCN hiện đại như khu công nghiệp sinh thái, khu công nghiệp thông minh và khu công nghiệp tích hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

Các loại hình khu công nghiệp mới

✓ Khu công nghiệp sinh thái: Phát triển theo hướng sử dụng hiệu quả tài nguyên, giảm phát thải và thúc đẩy sản xuất bền vững.

✓ Khu công nghiệp đô thị - dịch vụ: Kết hợp khu sản xuất với khu đô thị và dịch vụ, đảm bảo tiện ích cho công nhân.

✓ Khu công nghiệp thông minh: Ứng dụng công nghệ số và công nghệ cao trong quản lý vận hành hạ tầng như hệ thống điện, giao thông nội khu xử lý nước thải.

✓ Khu công nghiệp tích hợp là mô hình kết hợp các khu vực sản xuất với hệ thống kho bãi, bến cảng và dịch vụ logistics nhằm tối ưu hóa chuỗi cung ứng và hoạt động sản xuất.

Hệ thống khu công nghiệp (KCN) tại Việt Nam là một cấu phần quan trọng trong nền kinh tế, đóng vai trò thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và tạo việc làm.

Các khu công nghiệp được trang bị hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ hỗ trợ đồng bộ (điện, nước, giao thông, xử lý nước thải, viễn thông...), thường tập trung các doanh nghiệp thuộc nhiều ngành nghề khác nhau, nhưng cũng có các KCN chuyên ngành.

Các doanh nghiệp tại đây hoạt động theo các quy định pháp lý riêng, được hưởng các chính sách ưu đãi về thuế, đất đai để thu hút đầu tư.

Nhiều KCN có sự kết hợp với khu đô thị, khu dịch vụ để tạo thành tổ hợp kinh tế hoàn chỉnh.

Quy đất dành cho các khu công nghiệp là rất lớn. Một số KCN lớn nhất có diện tích lên tới hàng nghìn hecta, ví dụ như KCN Deep C (Hải Phòng), Becamex Bình Phước, Sonadezi Châu Đức.

Các khu công nghiệp thu hút mạnh mẽ vốn FDI, là động lực tăng trưởng kinh tế. Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, tạo ra hàng triệu việc làm và góp phần phát triển hạ tầng kỹ thuật, xã hội tại các địa phương.

Mô hình KCN sinh thái đang trở thành tiêu chí lựa chọn của nhiều nhà đầu tư FDI, nhằm hướng tới mục tiêu phát triển bền vững và giảm thiểu tác động môi trường. Xu hướng phát triển các KCN thông minh, tập trung vào công nghệ cao, tự động hóa và năng lượng tái tạo cũng được nhiều nhà đầu tư lựa chọn và Chính phủ đang nỗ lực hoàn thiện các cơ chế, chính sách để nâng cao hiệu quả quản lý và thu hút đầu tư chất lượng hơn.

26. Phòng chống buôn lậu, hàng giả

Thời gian qua, các bộ, ngành, địa phương, lực lượng chức năng đã có nhiều cố gắng, nỗ lực trong công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và đạt được những kết quả quan trọng. Tuy nhiên, tình hình buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ngày càng diễn biến phức tạp hơn với phạm vi rộng, đối tượng nhiều, gây ảnh hưởng xấu đến tình hình sản xuất kinh doanh, đến sức khỏe và lòng tin của Nhân dân, gây hoang mang, lo lắng trong dư luận, ảnh hưởng đến trật tự an toàn xã hội và sự phát triển bền vững của đất nước.

Nhằm đấu tranh, ngăn chặn, đẩy lùi, tiến tới chấm dứt tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của người dân, doanh nghiệp, bảo vệ an ninh, an toàn sức khỏe cho cộng đồng, góp phần phục

vụ đất nước phát triển nhanh, bền vững của đất nước. Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh, công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ là công việc rất quan trọng, mang tính lâu dài, cần huy động sự vào cuộc quyết liệt của cả hệ thống chính trị, người đứng đầu cấp ủy các cấp, chính quyền địa phương, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, cộng đồng doanh nghiệp và nhất là Nhân dân.

Người dân cần được coi là trung tâm của công tác bảo vệ, là chủ thể cùng đấu tranh, phải huy động sức mạnh từ Nhân dân để tạo thành phong trào. Hệ thống tổ chức chính trị ở cơ sở đóng vai trò quyết định; chính quyền cơ sở là nòng cốt trong việc tổ chức thực hiện các nhiệm vụ chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Biện pháp quản lý nhà nước

Các lực lượng chức năng như Quản lý thị trường, Hải quan, Công an cần tăng cường phối hợp kiểm tra giám sát chặt chẽ hoạt động kinh doanh, đặc biệt là tại các cửa khẩu, biên giới và trên các nền tảng thương mại điện tử.

Áp dụng các chế tài pháp luật nghiêm khắc đối với hành vi sản xuất, kinh doanh, buôn lậu hàng giả, hàng nhái, bao gồm cả truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các trường hợp vi phạm nghiêm trọng.

Rà soát và bổ sung các quy định pháp luật, đặc biệt là về thương mại điện tử, để xử lý hiệu quả các hành vi vi phạm. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong công tác quản lý, giám sát thị trường để phân tích dữ liệu, phát hiện sớm các dấu hiệu gian lận thương mại và hàng giả.

Khuyến khích người dân và doanh nghiệp mạnh dạn tố giác các hành vi vi phạm qua đường dây nóng của cơ quan quản lý thị trường. Tăng cường giáo dục ý thức tiêu dùng có trách nhiệm, tôn vinh sản phẩm thật, đồng thời lên án các hành vi gian lận.

Tổ chức cho các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh ký cam kết chấp hành nghiêm quy định pháp luật, không kinh doanh hàng giả, hàng nhái, giữ đạo đức trong kinh doanh, đồng thời đẩy mạnh công tác tuyên truyền để người tiêu dùng nhận thức rõ tác hại của hàng giả, hàng nhái và nâng cao văn hóa tiêu dùng.

Tăng cường phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan như Quản lý thị trường, Công an, Hải quan, Thuế và các Bộ, ngành liên quan. Thành lập các đoàn kiểm tra liên ngành để giám sát việc tuân thủ pháp luật của các tổ chức và các cá nhân kinh doanh.

27. Bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng

Theo báo cáo tình hình kinh - tế xã hội giai đoạn 2022 - 2024, ước tính doanh thu từ hoạt động dịch vụ trong năm 2024 lên tới 6.391 nghìn tỷ, tăng 9% so với năm 2023 được đánh giá là năm đạt mức doanh thu cao so với giai đoạn trước đây. Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa năm 2024 đạt 4.921,7 nghìn tỷ đồng tương ứng mức tăng 8,3%, đóng góp nhiều nhất trong doanh thu của thị trường bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng.

Doanh số bán lẻ có sự tăng trưởng theo đúng mục tiêu và kỳ vọng, trở thành tín hiệu đáng tin vào triển vọng phát triển của thị trường bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng trong nước. Điều này cũng cho thấy, sự phục hồi của thị trường bán lẻ và tiêu dùng trong nước.

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng có mức phục hồi tăng trưởng đáng ghi nhận. Trong năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 6.231,7 nghìn tỷ đồng và tăng 9,6 so với năm 2022. Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa đạt 4.858,6 nghìn tỷ đồng tăng 8,6% so với năm 2022; dịch vụ lưu trú, ăn uống đạt 673,5 nghìn tỷ đồng tăng 14,7% so với năm 2022; doanh thu từ dịch vụ lữ hành đạt 37,8 nghìn tỷ đồng, tăng 52,5% so với năm trước, đạt mức tăng cao nhất trong giai đoạn 2021 - 2023.

Năm 2024, hoạt động vận tải tăng trưởng mạnh, đặc biệt là trong những tháng cuối năm, đáp ứng nhu cầu đi lại trong nước và quốc tế, đồng thời phục vụ sản xuất, tiêu dùng và hoạt động xuất nhập khẩu. Vận chuyển hành khách vẫn đà tăng trưởng tăng 8,3% so với năm trước. Năm 2023 vận tải hành khách đạt 4.679,3 triệu lượt khách vận chuyển, tăng 12,3% so với năm trước và luân chuyển đạt 246,8 tỷ lượt khách.km, tăng 24,2% do lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng trở lại.

Vận tải hàng hóa duy trì đà tăng trưởng cao qua các năm. Năm 2022, vận tải hàng hóa đạt 2.009,6 triệu tấn, tăng 23,7% so với năm trước (năm 2021 giảm 8,4%) và luân chuyển 441,3 tỷ tấn.km, tăng 29,4% (năm 2021 tăng 0,5%). Trong đó, vận tải trong nước ước đạt 1.966,5 triệu tấn vận chuyển, tăng 23,4% và 270,7 tỷ tấn.km luân chuyển, tăng 46,5%; vận tải ngoài nước ước đạt 43,1 triệu tấn vận chuyển, tăng 40,6% và 170,6 tỷ tấn.km luân chuyển, tăng 9,2%.

Năm 2024, theo đà tăng trưởng các năm, đây là năm có mức tăng cao nhất giai đoạn này, với 2.670,6 triệu tấn hàng hóa vận chuyển tăng 14,01% so với năm 2023 do nhu cầu vận chuyển hàng hóa sản xuất, tiêu dùng và xuất nhập khẩu tăng cao.

Dịch vụ viễn thông có bước tăng trưởng vượt bậc. Năm 2023, doanh thu hoạt động viễn thông đạt 338,5 nghìn tỷ đồng, tăng 2,3% so với năm 2022 (nếu loại trừ yếu tố giá tăng 0,2%), thì năm 2024 được xem là cột mốc quan trọng trong phát triển viễn thông Việt Nam.

Năm 2024 là năm các công nghệ cũ 2G cắt sóng để nhường chỗ cho các công nghệ mới 4G, 5G. Công nghệ 5G không chỉ là bước nhảy vọt trong ngành viễn thông mà còn là động lực chiến lược thúc đẩy chuyển đổi số toàn diện tại Việt Nam. Doanh thu hoạt động viễn thông đạt 355,4 nghìn tỷ đồng, tăng gần 4,01% so với năm 2023. Tổng số thuê bao giảm 4,6% so với năm trước do có sự quản lý quyết liệt đến các SIM rác và đăng ký không chính chủ.

Khu vực dịch vụ được coi là một trong những mũi nhọn thúc đẩy phát triển kinh tế, nhưng cũng chịu ảnh hưởng rất nhiều yếu tố từ bên ngoài, như: dịch bệnh và sự biến động của giá nguyên liệu đầu vào.

Thực trạng hoạt động dịch vụ trong 3 năm 2022 - 2024 cho thấy, ngành dịch vụ chịu tác động mạnh từ yếu tố dịch bệnh dẫn đến sự sụt giảm về doanh thu trong một số thời điểm. Tuy nhiên, đây cũng là khu vực có tốc độ phục hồi nhanh khi các hoạt động kinh tế dần ổn định trở lại. Bên cạnh đó, ngành dịch vụ vẫn phải đối mặt với những khó khăn, như:

Các ngành dịch vụ về vận tải phải chịu áp lực về sự tăng giá nguyên nhiên liệu. Giá xăng, dầu duy trì ở mức cao, trong khi nguồn cung trong nước vẫn còn nhiều hạn chế, khiến nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc khôi phục hoạt động.

Trong các loại hình vận tải, vận tải đường sắt còn hạn chế về hạ tầng; vận tải đường biển lại yếu kém về phương tiện; vận tải đường bộ, đường không, đường thủy nội địa vừa mới phục hồi sau đại dịch, lại chịu tác động do biến động giá xăng dầu. Thêm vào đó, năng lực vận tải đường biển nhiều năm ở trạng thái yếu kém, khiến phần lớn thị phần vận tải, nhất là vận chuyển hàng hóa xuất, nhập khẩu thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài... Tất cả những điều này đang là những khó khăn, thách thức cả về trước mắt và lâu dài đối với lĩnh vực dịch vụ vận tải.

Các ngành dịch vụ có hàm lượng và tri thức giá trị cao còn phát triển chậm. Nguyên nhân chính là do thiếu nhân lực, cũng như cơ chế đãi ngộ và khuyến khích chưa được hình thành đầy đủ, nhiều yếu tố để thúc đẩy phát triển toàn diện chưa được hình thành, hoặc nếu có cũng chưa theo kịp yêu cầu của sự phát triển.

Các ngành dịch vụ còn thiếu sự gắn kết với các ngành kinh tế khác trong nền kinh tế, hoặc nếu có thì mức độ đa dạng cũng chưa nhiều và thiếu sự liên kết.

Sau giai đoạn giãn cách kéo dài do dịch bệnh, đội ngũ nhân lực ngành du lịch còn nhiều mặt chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu phát triển du lịch khi hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng và sự phát triển nền kinh tế tri thức. Số lượng nhân lực còn ít, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với trình độ đào tạo.

Nguồn nhân lực có trình độ, tay nghề cao chưa nhiều và ngày càng thiếu các chuyên gia đầu ngành đóng vai trò nòng cốt trong đào tạo và dẫn dắt thế hệ nhân lực trẻ. Kiến thức hội nhập, ngoại ngữ, tin học; năng lực sáng tạo, lãnh đạo, quản lý, quản trị và kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế của nguồn nhân lực chưa tương ứng với yêu cầu phát triển.

Một bộ phận nhỏ nhân lực chưa tích cực tự học, còn ngại học, kết quả làm việc không cao. Nhiều lĩnh vực chuyên môn sâu còn thiếu nhiều nhân lực. Ngành du lịch hiện đang cần bổ sung ở một số vị trí như cán bộ quản lý nhà nước, quản lý doanh nghiệp, quản trị kinh doanh, chuyên gia hoạch định chính sách, nghiên cứu chiến lược phát triển ngành, đặc biệt còn thiếu chuyên gia đầu ngành.

Việc ứng dụng công nghệ thông tin, chính phủ điện tử còn tương đối chậm. So với nhiều quốc gia trong cùng lĩnh vực trên thế giới, Việt Nam vẫn còn khoảng cách khá lớn trong lĩnh vực này. Bên cạnh đó, việc tìm kiếm nhân sự có trình độ chuyên sâu trong lĩnh vực công nghệ thông tin cũng là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp công nghệ. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn gặp khó khăn về nguồn vốn. Vì vậy, các doanh nghiệp công nghệ cho rằng Chính phủ nên khuyến khích hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ số đổi mới, tạo cơ hội cho các hướng đi mới, linh hoạt thích ứng với thị trường.

28. Thuế

Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong cải cách quản lý thuế. Tất cả các doanh nghiệp đều phải khai thuế và nộp thuế thông qua cổng thông tin điện tử quốc gia. Hóa đơn điện tử hiện là bắt buộc và đi kèm với thời hạn xuất và xác nhận nghiêm ngặt. Các công ty cũng phải

thường xuyên đối chiếu tờ khai thuế với sổ sách kế toán để tránh bị kiểm toán.

Đồng thời, Cục Thuế (CT) đang tích hợp các công cụ AI để giám sát các giao dịch đáng ngờ, đặc biệt chú ý đến các khoản thanh toán xuyên biên giới và yêu cầu hoàn thuế GTGT.

+ Thuế thu nhập doanh nghiệp

Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) cơ bản vẫn ở mức 20% đối với hầu hết các doanh nghiệp, mức được coi là cạnh tranh trong khu vực. Nhưng tùy doanh thu và loại hình hoạt động, doanh nghiệp có thể được áp dụng mức ưu đãi 15, 17%. Tuy nhiên, mức thuế suất cao hơn từ 25% đến 50% vẫn tiếp tục được áp dụng cho các hoạt động tìm kiếm, thăm dò và khai thác dầu khí và các dự án khai thác tài nguyên thiên nhiên khác, tùy thuộc vào các thỏa thuận cụ thể của từng dự án.

+ Cải cách thuế GTGT

Doanh nghiệp nộp theo phương pháp khấu trừ hoặc phương pháp trực tiếp. Chế độ thuế giá trị gia tăng (VAT) của Việt Nam tiếp tục áp dụng mức thuế suất tiêu chuẩn 8% với nhiều nhóm hàng hóa. Mức thuế suất ưu đãi 0% vẫn được áp dụng cho hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu đủ điều kiện, nhưng những thay đổi gần đây được áp dụng vào giữa năm 2025 đã thắt chặt định nghĩa về hoạt động xuất khẩu để ngăn chặn việc lạm dụng quy định này.

Vừa qua, Quốc hội điều chỉnh mức không phải nộp thuế của công ty, hộ cá nhân kinh doanh lên 500 triệu/năm và cho trừ mức này trước khi tính mức thuế phải nộp theo tỷ lệ trên doanh thu, đề xuất 04 nhóm đối tượng chịu thuế cụ thể và cách tính thuế cho hộ kinh doanh có doanh thu lớn hơn 500 triệu đồng/năm. Cụ thể: Nhóm 1: dưới 500 triệu đồng/năm; Nhóm 2: từ 500 triệu đến dưới 3 tỷ đồng/năm; Nhóm 3: từ 3 tỷ đồng đến dưới 50 tỷ đồng/năm; Nhóm 4: trên 50 tỷ đồng/năm.

Các nền tảng kỹ thuật số nước ngoài cung cấp dịch vụ cho người dùng tại Việt Nam hiện được yêu cầu đăng ký và nộp thuế GTGT ở mức 8% thông qua cổng thông tin điện tử chuyên dụng của Cục Thuế (GDT).

Hóa đơn điện tử và chứng từ thanh toán không dùng tiền mặt là bắt buộc đối với các doanh nghiệp muốn được hoàn thuế GTGT hoặc khấu trừ thuế đầu vào.

Các cuộc thanh tra thuế ngày càng tập trung vào tính chính xác của báo cáo thuế GTGT và chứng từ giao dịch.

+ Các quy định về thuế thu nhập cá nhân

Thuế thu nhập cá nhân (TNCN) tại Việt Nam được áp dụng theo mức tăng dần từ 5% lên 35% đối với cá nhân cư trú, trong khi cá nhân không cư trú chịu mức thuế suất cố định 20% đối với thu nhập có nguồn gốc từ Việt Nam. Mặc dù các khung thuế suất vẫn không thay đổi vào năm 2025, Bộ Tài chính dự kiến sẽ ban hành hướng dẫn mới vào cuối năm nay về chính sách thuế đối với người lao động từ xa và người du mục kỹ thuật số làm việc cho các chủ sử dụng lao động nước ngoài nhưng cư trú tại Việt Nam trong thời gian dài.

Người cư trú thuế được định nghĩa là cá nhân cư trú tại Việt Nam từ 183 ngày trở lên trong một năm tính thuế hoặc có hộ khẩu thường trú tại Việt Nam. Người sử dụng lao động được yêu cầu khấu trừ thuế TNCN tại nguồn, và cá nhân có nhiều nguồn thu nhập hoặc thu nhập cao có trách nhiệm nộp tờ khai thuế TNCN hàng năm.

Luật Thuế thu nhập cá nhân 2025 (có hiệu lực từ 1/7/2026) có nhiều thay đổi quan trọng, như điều chỉnh biểu thuế thu nhập cá nhân lũy tiến từng phần từ 7 bậc xuống 5 bậc; bổ sung các khoản thu nhập chịu thuế; nâng ngưỡng thu nhập chịu thuế với nhóm thu nhập chịu thuế tính theo từng lần phát sinh; nâng ngưỡng thu nhập chịu thuế thu nhập cá nhân của cá nhân, hộ kinh doanh; tăng mức giảm trừ gia cảnh.

Điều chỉnh biểu thuế thu nhập cá nhân từ 7 bậc xuống 5 bậc và nới rộng khoảng cách giữa các bậc. Mức thuế suất lần lượt là 5%, 10%,

20%, 30% và 35%. Trong đó, mức thuế suất thấp nhất 5% áp dụng cho thu nhập tính thuế đến 10 triệu đồng/tháng và mức tối đa 35% áp dụng cho phần thu nhập vượt 100 triệu đồng/tháng. Biểu thuế mới giúp tất cả cá nhân đang thực hiện nộp thuế ở các bậc hiện nay đều được giảm nghĩa vụ thuế. Ngưỡng áp dụng thuế suất cao nhất được nâng lên trên 100 triệu đồng/tháng, tức là chỉ nhóm có thu nhập rất cao mới phải chịu mức 35%. Đây được xem là cải tiến thân thiện với nhà đầu tư và lao động kỹ năng, do số người rơi vào bậc thuế cao nhất giảm đi.

Bổ sung các khoản thu nhập chịu thuế, một số khoản thu nhập mới sẽ thuộc diện chịu thuế, bao gồm: Thu nhập từ chuyển nhượng tên miền Internet quốc gia Việt Nam “.vn”. Thu nhập từ chuyển nhượng kết quả giảm phát thải khí nhà kính, tín chỉ các bon. Thu nhập từ chuyển nhượng biển số xe trúng đấu giá theo quy định của pháp luật. Thu nhập từ chuyển nhượng tài sản số. Thu nhập từ chuyển nhượng vàng miếng.

Bên cạnh đó, Luật Thuế thu nhập cá nhân 2025 quy định rõ thu nhập từ kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số là thu nhập chịu thuế (điểm d khoản 1 Điều 3 Luật Thuế thu nhập cá nhân 2025).

Nâng ngưỡng thu nhập chịu thuế với nhóm thu nhập chịu thuế tính theo từng lần phát sinh. Luật Thuế thu nhập cá nhân 2025 điều chỉnh ngưỡng thu nhập từ 10 triệu đồng lên 20 triệu đồng để xác định thu nhập tính thuế đối với một số khoản thu nhập như thu nhập từ trúng thưởng, từ bản quyền, từ nhượng quyền thương mại, từ nhận thừa kế, quà tặng.

Cá nhân cho thuê bất động sản, trừ hoạt động kinh doanh lưu trú, nộp thuế thu nhập cá nhân được xác định bằng phần doanh thu năm vượt trên 500 triệu đồng năm với thuế suất 5%. Ngoài ra, Luật Thuế thu nhập cá nhân 2025 còn điều chỉnh mức thuế suất từ 2% lên 5% đối với một số khoản thu nhập từ hoạt động cung cấp sản phẩm và dịch vụ nội dung thông tin số về giải trí, trò chơi điện tử...

Nâng mức giảm trừ gia cảnh cho bản thân người nộp thuế từ 11 triệu đồng lên 15,5 triệu đồng mỗi tháng, mức giảm trừ cho mỗi người phụ thuộc từ 4,4 triệu đồng lên 6,2 triệu đồng mỗi tháng. Theo quy định trong luật, giảm trừ gia cảnh là số tiền được trừ vào thu nhập chịu thuế

trước khi tính thuế đối với thu nhập từ tiền lương, tiền công của người nộp thuế là cá nhân cư trú.

Giảm trừ gia cảnh gồm mức giảm trừ đối với người nộp thuế là 15,5 triệu đồng/tháng (186 triệu đồng/năm) và mức giảm trừ đối với mỗi người phụ thuộc là 6,2 triệu đồng/tháng (Nguồn: Thư viện pháp luật).

+ Thuế nhà thầu nước ngoài

Thuế nhà thầu nước ngoài là loại thuế áp dụng đối với tổ chức, cá nhân nước ngoài có phát sinh thu nhập từ cung ứng dịch vụ hoặc dịch vụ gắn với hàng hóa Việt Nam.

Đối tượng chịu thuế là nhà thầu nước ngoài gồm: Tổ chức nước ngoài kinh doanh có cơ sở thường trú tại Việt Nam, hoặc không có cơ sở thường trú tại Việt Nam; cá nhân nước ngoài kinh doanh là đối tượng cư trú tại Việt Nam hoặc không là đối tượng cư trú tại Việt Nam.

Phương pháp tính thuế giá trị gia tăng đối với nhà thầu nước ngoài được quy định chi tiết tại Nghị định số 181/2025/NĐ-CP ngày 01/7/2025.

Phương pháp tính thuế thu nhập doanh nghiệp đối với nhà thầu nước ngoài, được quy định tại Nghị định số 320/2025/NDD-CP ngày 15/12/2025.

29. Hệ thống tài chính ngân hàng

Hệ thống ngân hàng Việt Nam gồm 2 cấp: ngân hàng Nhà nước và ngân hàng thương mại (ngân hàng chính sách, ngân hàng 100% vốn nước ngoài, ngân hàng thương mại cổ phần, ngân hàng liên doanh và hệ thống quỹ tín dụng nhân dân). Bốn ngân hàng thương mại lớn nhất (Big4) gồm có BIDV, VietinBank, Vietcombank và Agribank.

✓ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam là loại ngân hàng do Nhà nước sở hữu, có vai trò quan trọng trong nền kinh tế, thực hiện chức năng

quản lý nhà nước về tiền tệ, hoạt động ngân hàng và điều hành chính sách tiền tệ quốc gia.

✓ Ngân hàng thương mại hoạt động kinh doanh theo sự điều tiết của Ngân hàng Nhà nước.

Ngân hàng thương mại cổ phần thuộc sở hữu của các cổ đông tư nhân. Ví dụ: VPBank (Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng), Techcombank (Ngân hàng Kỹ Thương), ACB, MB Bank, Sacombank, v.v.. Ngân hàng thương mại cổ phần chỉ là một nhóm nhỏ của ngân hàng thương mại.

Ngành dịch vụ chuyên nghiệp và tài chính của Việt Nam đang phát triển khi đất nước chuyển hướng sang một nền kinh tế năng suất và đa dạng hơn.

Các trung tâm tài chính lớn của Việt Nam tập trung ở các thành phố lớn. Sự ra đời của các trung tâm giao dịch tài chính quốc tế dưới sự chỉ đạo của Chính phủ mới đây sẽ giúp cho Việt Nam ngày càng thu hút được các doanh nghiệp và nhà đầu tư nước ngoài, trở thành trung tâm huy động nguồn tài chính, tạo sự linh hoạt và ổn định về nguồn vốn cho phát triển kinh tế, đem lại lợi ích cho các bên tham gia.

Các dịch vụ pháp lý, kế toán, kiến trúc, kỹ thuật và tư vấn sẽ có nhu cầu cao khi các kế hoạch phát triển của chính phủ được triển khai trong những thập kỷ tới.

Thị trường vốn và tín dụng Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, là trụ cột huy động vốn cho tăng trưởng kinh tế.

Các ngân hàng thương mại Việt Nam có chính sách cấp vốn và tín dụng đa dạng, trong bối cảnh thị trường tài chính khá mở có thể đảm bảo đáp ứng được nhu cầu vốn vay và tín dụng cho sản xuất kinh doanh, tất nhiên là cần tuân thủ các quy định của pháp luật điều chỉnh lĩnh vực này.

30. Giao thông vận tải

Hạ tầng mạng lưới giao thông vận tải Việt Nam đã có những bước phát triển đáng kể trong những năm gần đây, nhưng vẫn còn nhiều thách

thức, đặc biệt là sự phát triển không đồng đều giữa các phương thức vận tải và các vùng miền.

Hạ tầng giao thông Việt Nam bao gồm đầy đủ các phương thức:

a. Đường bộ

Đây là phương thức vận tải chủ lực, chiếm phần lớn khối lượng vận chuyển hàng hóa và hành khách. Mạng lưới đường bộ bao gồm hệ thống quốc lộ, tỉnh lộ, đường cao tốc, đường đô thị, cùng các công trình phụ trợ như cầu, bến xe, bãi đỗ xe và trạm dừng nghỉ.

Mạng lưới phủ khắp, đáp ứng nhu cầu đi lại và vận chuyển hàng hóa linh hoạt. Tuy nhiên, tình trạng ùn tắc giao thông, đặc biệt tại các thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, cùng với một số tuyến đường còn hư hỏng hoặc chưa đạt tiêu chuẩn hiện đại.

Chính phủ đã và đang ưu tiên đầu tư cho các dự án đường cao tốc Bắc - Nam, nhiều đoạn đã được đưa vào khai thác, góp phần cải thiện đáng kể năng lực vận tải.

b. Đường sắt

Hệ thống đường sắt Việt Nam hiện tại được đánh giá là chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Tốc độ di chuyển thấp, hạ tầng cũ kỹ, khổ đường ray chủ yếu là 1m, gây khó khăn trong việc kết nối và nâng cao hiệu quả vận tải.

Chính phủ đang thúc đẩy dự án đường sắt cao tốc Bắc - Nam, hứa hẹn tiềm năng lớn cho vận tải hành khách và hàng hóa trong thời gian tới.

c. Đường thủy nội địa và cảng biển

Hệ thống cảng biển, cảng cạn (ICD) và đường thủy nội địa đóng vai trò quan trọng trong logistics, đặc biệt ở các vùng có mạng lưới sông ngòi dày đặc.

Phương thức vận tải này có lợi thế về chi phí và khả năng vận chuyển khối lượng hàng hóa lớn.

Nhiều cảng biển lớn như Cái Mép - Thị Vải đã được đầu tư nâng cấp để tiếp nhận tàu trọng tải lớn, góp phần thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu.

d. Đường hàng không

Hạ tầng hàng không bao gồm các cảng hàng không quốc tế và quốc nội.

Nhiều dự án trọng điểm quốc gia đang được triển khai mạnh mẽ, nổi bật là dự án Cảng hàng không quốc tế Long Thành nhằm giải quyết tình trạng quá tải tại các sân bay hiện hữu và trở thành một trung tâm trung chuyển hàng không trong khu vực.

Việt Nam đặt mục tiêu phát triển hạ tầng giao thông đồng bộ, hiện đại, nhằm tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao năng lực cạnh tranh logistics.

Nhu cầu vốn đầu tư cho phát triển hạ tầng rất lớn (ước tính cần hơn 200 tỷ USD đến năm 2030). Việc thu hút và sử dụng nguồn vốn đầu tư một cách hiệu quả, cân đối giữa các phương thức vận tải và các vùng kinh tế trọng điểm vẫn là bài toán lớn.

31. Năng lượng

Chính sách phát triển năng lượng của Việt Nam tập trung vào việc bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia, phát triển bền vững và chuyển dịch mạnh mẽ sang năng lượng tái tạo, năng lượng sạch, với mục tiêu đến năm 2045 là một ngành năng lượng phát triển đồng bộ, hiện đại.

Các định hướng và mục tiêu chính bao gồm:

a. Mục tiêu chiến lược

- Bảo đảm an ninh năng lượng, cung cấp đầy đủ, ổn định năng lượng chất lượng cao cho phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh.

- Sử dụng hiệu quả tài nguyên, bảo vệ môi trường, giảm phát thải khí nhà kính và thích ứng với biến đổi khí hậu.

- Phát triển đồng bộ, hợp lý và đa dạng hóa các loại hình năng lượng.

b. Ưu tiên phát triển năng lượng tái tạo (NLTT)

Chính sách của Việt Nam đặc biệt ưu tiên khai thác, sử dụng triệt để và hiệu quả các nguồn năng lượng tái tạo, năng lượng mới và năng lượng sạch.

Việt Nam có tiềm năng lớn về điện mặt trời và điện gió, Chính phủ đã và đang xây dựng các chính sách ưu đãi, hỗ trợ để khuyến khích đầu tư và sử dụng NLTT trong mọi lĩnh vực.

Tỷ trọng năng lượng tái tạo trong tổng công suất toàn hệ thống đã tăng lên đáng kể (nhưng nguồn này cũng có đặc thù là tính chất không ổn định).

c. Giảm dần năng lượng hóa thạch

Giảm tỷ trọng điện than: Có lộ trình giảm dần một cách hợp lý tỷ trọng điện than trong cơ cấu nguồn điện.

Sử dụng hợp lý năng lượng hóa thạch trong nước: Khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn năng lượng hóa thạch hiện có.

d. Đẩy mạnh hợp tác quốc tế và công nghệ

Thúc đẩy hợp tác, kết nối lưới điện với các nước láng giềng và trong khu vực ASEAN để chủ động nguồn cung.

Mở rộng quan hệ đối tác với các công ty đầu tư năng lượng, phát triển công nghệ tiên tiến, chú trọng hợp tác về điện hạt nhân cho mục đích hòa bình.

e. Tiết kiệm năng lượng

Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả được coi là một "mệnh lệnh quốc gia" để đảm bảo an ninh năng lượng.

Những chính sách này được cụ thể hóa trong các văn bản quan trọng như Nghị quyết số 70-NQ/TW và Quy hoạch điện VIII, nhằm định hình một ngành năng lượng Việt Nam vững mạnh và bền vững trong tương lai.

32. Y tế và chăm sóc sức khỏe

Chính phủ Việt Nam đặt mục tiêu đạt được độ phủ y tế toàn dân vào năm 2030, ngang bằng với các nước láng giềng Thái Lan, Indonesia và Philippines. Điều này sẽ thúc đẩy tăng trưởng trong lĩnh vực y tế và dược phẩm. Các điều kiện ưu đãi về thuế cho sự tham gia của nước ngoài vào lĩnh vực y tế đã được đưa ra, tạo ra cơ hội đầu tư.

Trong những thập kỷ tới, chăm sóc người cao tuổi cũng sẽ trở thành một phân ngành quan trọng. Cơ hội cho các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc người cao tuổi sẽ xuất hiện, bao gồm đào tạo quản lý và nhân viên, cũng như các sản phẩm và dịch vụ công nghệ y tế và công nghệ sức khỏe.

Vấn đề y tế cộng đồng cũng được Chính phủ Việt Nam quan tâm. Tăng cường năng lực của các tuyến y tế cơ sở, đưa y bác sĩ về địa phương, thôn bản vùng sâu vùng xa, biên giới hải đảo nhằm khám chữa bệnh cho người dân được thực hiện thông qua các chương trình cụ thể hàng năm.

33. Công nghệ

Quá trình số hóa nhanh chóng và hệ sinh thái thương mại điện tử đang phát triển của Việt Nam mang đến những cơ hội mới cho các doanh nghiệp nước ngoài trong các lĩnh vực phần mềm, nội dung số, viễn thông và phần cứng.

Nhu cầu về các giải pháp phần mềm trong lĩnh vực ngân hàng, tài chính, hàng không và viễn thông đang tăng lên khi quá trình tự nhân hóa các doanh nghiệp nhà nước tiếp tục diễn ra.

Các xu hướng kỹ thuật số thay đổi nhanh chóng đang mang đến cơ hội cho các công ty công nghệ toàn cầu cung cấp các giải pháp thanh toán, tiếp thị kỹ thuật số và an ninh mạng.

Chủ trương tìm kiếm, vận động và tiếp nhận chuyển giao công nghệ là chủ trương lớn nhằm đưa đất nước từng bước phát triển hiện đại. Cùng với đó là đẩy mạnh công tác nghiên cứu, tăng cường đào tạo bồi dưỡng đội ngũ làm nghiên cứu khoa học và công nghệ nhằm đưa lĩnh vực công nghệ phát triển nhanh và đi vào chiều sâu.

Cùng với thời gian, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam đã quan tâm thu hút, đầu tư các loại dây chuyền công nghệ hiện đại giúp chuẩn hóa sản xuất, chất lượng và nhất là giảm sức lao động cũng như chi phí và thời gian, gia tăng hiệu quả sản xuất, đáp ứng nhanh, kịp thời các đơn hàng số lượng lớn.

Chủ trương phát triển kinh tế xanh, thương mại điện tử, chuyển đổi số không thể thiếu được trụ cột về công nghệ. Đó cũng là nội dung được bàn sâu và ghi nhận rõ trong các văn kiện của Đại hội lần thứ XIV của Đảng Cộng sản Việt Nam.

34. Văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là một phần quan trọng để đạt được kết quả kinh doanh bền vững tại Việt Nam. Khả năng nhận diện được các dấu hiệu văn hóa và phản ứng phù hợp giúp phát triển các mối quan hệ, giao tiếp hiệu quả và xây dựng lòng tin.

Mặc dù các chuẩn mực văn hóa và giao tiếp đang thay đổi khi các hình thức tương tác trực tuyến ngày càng tăng, nhưng các giá trị văn hóa cốt lõi vẫn là một yếu tố quan trọng trong kinh doanh.

Việc không hiểu rõ những đặc thù của hoạt động kinh doanh tại Việt Nam có thể dẫn đến việc bỏ lỡ các cơ hội, trì hoãn và mất đi các cam kết, hợp đồng kinh doanh hay đối tác.

Việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp tại Việt Nam đang ngày càng được các doanh nghiệp, nhà sản xuất, xuất khẩu quan tâm nhiều hơn, tạo nền tảng cho uy tín và sự phát triển bền vững của hoạt động kinh doanh.

35. Giao tiếp

Theo truyền thống, các bên liên quan tại Việt Nam thường tránh đối đầu để giữ thể diện, duy trì sự hòa hợp và ưu tiên các mối quan hệ. Những ưu tiên văn hóa mạnh mẽ này đồng nghĩa với việc khó có thể nói "không" trực tiếp trong các giao dịch ban đầu, ngay cả khi điều gì đó có thể không thể thực hiện ngay lập tức. Vì việc chỉ trích hoặc bắt đồng công khai có thể gây mất thể diện, điều quan trọng là phải giữ bình tĩnh, cân nhắc và khéo léo trong các tương tác hay giao dịch.

Nhìn chung, phong cách giao tiếp trực tiếp hơn được quan sát thấy ở các khu vực phía Nam Việt Nam, do tỷ lệ đáng kể các doanh nhân và công ty khởi nghiệp có trụ sở tại đây.

Là trung tâm của chính phủ và chính trị quốc gia, miền Bắc Việt Nam được biết đến với phong cách giao tiếp kín đáo hơn. Việc duy trì kết nối với các bên liên quan tại Việt Nam thông qua nhiều kênh truyền thông là chìa khóa để xây dựng mối quan hệ và hiểu rõ bối cảnh văn hóa. Việc sử dụng các ứng dụng nhắn tin tức thời như Zalo, Viber, Messenger, LinkedIn và WhatsApp rất phổ biến tại Việt Nam.

36. Kinh doanh bán hàng trực tuyến

Sự tăng trưởng nhanh chóng của cơ sở người dùng internet và di động tại Việt Nam mang đến cơ hội bán sản phẩm và dịch vụ trực tuyến. Mặc dù khối lượng bán hàng trực tuyến vẫn còn khiêm tốn so với tiêu chuẩn của các nền kinh tế tiên tiến khoảng 6,5% tổng doanh số bán lẻ - thị trường thương mại điện tử được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ hàng năm 30% đến năm 2025.

Chính phủ có kế hoạch tăng cường khả năng tiếp cận công nghệ trực tuyến đang thúc đẩy sự gia tăng kết nối. Gần 80% dân số (khoảng 78 triệu người) hiện đã có quyền truy cập internet. Ước tính có tới 55% dân số sẽ tham gia mua sắm trực tuyến vào năm 2025, với mức chi tiêu trung bình hàng năm khoảng hơn 600 USD/người.

Tiếp cận người tiêu dùng kỹ thuật số: Mặc dù hơn 60% dân số Việt Nam đã mua sản phẩm hoặc dịch vụ trực tuyến, nhưng một bộ phận lớn người dân cả nước vẫn chưa tham gia vào thương mại điện tử. Tiếp thị hiệu quả là yếu tố then chốt để xây dựng niềm tin và lòng trung thành với thương hiệu, đặc biệt là đối với những người lần đầu tiên tìm hiểu về bán lẻ trực tuyến.

Các danh mục sản phẩm hàng đầu cho bán hàng trực tuyến bao gồm điện tử, thời trang, đồ chơi và nội thất. Thương mại di động chiếm gần một nửa chi tiêu thương mại điện tử hàng tiêu dùng tại Việt Nam vào năm 2022.

Với hơn 70 triệu người dùng mạng xã hội vào năm 2024, thương mại xã hội đang ngày càng phổ biến, với Facebook và Instagram nổi lên như những kênh bán hàng trực tuyến quan trọng.

Công cụ tìm kiếm là một yếu tố quan trọng để nghiên cứu sản phẩm tại Việt Nam, với hơn một nửa số người dùng internet sử dụng chúng để tìm hiểu các thương hiệu mới. Google là công cụ tìm kiếm thống trị, tiếp theo là Cốc Cốc, Bing và Yahoo, nhà cung cấp có trụ sở tại Việt Nam.

37. Doanh nghiệp nước ngoài

Các doanh nghiệp có thể thành lập một pháp nhân riêng biệt, sở hữu hoàn toàn tại Việt Nam, được gọi là Công ty Trách nhiệm Hữu hạn (Co.,Ltd.). Công ty trách nhiệm hữu hạn là loại hình đầu tư nước ngoài phổ biến nhất do trách nhiệm pháp lý và yêu cầu về vốn được giảm thiểu.

Theo mô hình này, trách nhiệm pháp lý được giới hạn ở mức góp vốn ban đầu, không hạn chế phạm vi kinh doanh và không yêu cầu về vốn tối thiểu. Một Co.Ltd có thể là 100 phần trăm vốn nước ngoài. Bao gồm cả thời gian nộp đơn, một Co.Ltd thường có thể được thành lập trong vòng hai đến ba tháng, mặc dù thời gian này có thể thay đổi.

Thủ tục và thời hạn:

+ Nộp đơn xin cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư từ một trong hai cơ quan sau:

✓ Bộ Tài chính (đối với đầu tư ngoài khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao và khu kinh tế), hoặc

✓ Ban Quản lý Khu công nghiệp tỉnh hoặc Ban Quản lý Khu kinh tế (đối với đầu tư trong khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao và khu kinh tế) 15 ngày.

+ Nộp đơn xin cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp từ Sở Tài chính tỉnh.

+ Tùy thuộc vào hoạt động kinh doanh, một doanh nghiệp nước ngoài phải hoàn tất các thủ tục sau cấp phép, bao gồm đăng ký con dấu công ty, mở tài khoản ngân hàng, và đăng ký thuế và lao động

Liên doanh

Liên doanh (JV) là thỏa thuận giữa hai hoặc nhiều bên để cùng nhau thực hiện một dự án ngắn hạn hoặc dài hạn. Liên doanh có thể là một cách hiệu quả để tiến hành nghiên cứu và phát triển, tạo ra một sản phẩm mới hoặc cung cấp một dịch vụ mới. Một đối tác Việt Nam tại địa phương có thể cung cấp kiến thức và các mối quan hệ, cũng như đánh giá thực tế về rủi ro. Họ có thể được thành lập dưới hình thức công ty TNHH hoặc công ty cổ phần.

Mỗi bên chịu trách nhiệm về lợi nhuận, thua lỗ và chi phí liên quan đến hoạt động, nhưng liên doanh là một thực thể độc lập, tách biệt với các hoạt động kinh doanh khác của các bên.

Liên doanh được củng cố bởi một thỏa thuận pháp lý giữa các bên. Một thỏa thuận điển hình nên bao gồm chi tiết về:

- ✓ Cơ sở pháp lý của thỏa thuận.
- ✓ Cơ cấu, quản trị và nghĩa vụ của liên doanh.
- ✓ Phân chia lợi nhuận và thua lỗ.
- ✓ Quyền sở hữu trí tuệ.
- ✓ Quy trình giải quyết tranh chấp hoặc bất đồng.
- ✓ Điều kiện nghỉ việc hoặc chấm dứt hợp đồng.

+ Hợp tác Công - Tư

Luật Đầu tư theo phương thức đối tác Công - Tư (PPP) là một thỏa thuận hợp đồng giữa Chính phủ Việt Nam và khu vực tư nhân. Theo PPP, khu vực tư nhân có thể xây dựng, vận hành và bảo trì các cơ sở hạ tầng công cộng và cung cấp các dịch vụ truyền thống do chính phủ cung cấp. Ví dụ: đường bộ, sân bay, cầu, bệnh viện, trường học, đường sắt, các dự án nước sạch vệ sinh...

Việt Nam đã áp dụng mô hình PPP vào đầu những năm 1990.

Luật Hợp tác Công - Tư (2021) đã mang lại sự minh bạch cho các nhà đầu tư nước ngoài và giúp nâng cao khả năng thương mại của các dự án PPP tại Việt Nam.

MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

1. Khái quát đặc điểm thị trường Việt Nam

Việt Nam là thị trường tiềm năng với khoảng 102 triệu dân, tập trung phát triển theo mô hình kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo và kinh tế tư nhân là động lực quan trọng.

Thị trường lực lượng lao động trẻ, am hiểu công nghệ, có tầng lớp trung lưu đang hình thành mạnh mẽ và được thúc đẩy bởi xu hướng tiêu dùng hiện đại và nhu cầu ngày càng cao đối với các sản phẩm chất lượng.

Khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài ngày càng phát triển, hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng.

Thị trường có quy mô lớn, cơ cấu tiêu dùng đa dạng, khả năng thích ứng nhanh với các xu hướng mới. Nhu cầu tiêu dùng hàng hóa chất lượng cao ngày càng tăng. Lợi thế vị trí địa lý thuận lợi góp phần thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu, kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thị trường Việt Nam có độ mở cao và hội nhập quốc tế sâu rộng thông qua việc tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại và thu hút vốn đầu tư FDI. Thị trường nội địa là "trụ đỡ" quan trọng của nền kinh tế với sức mua ngày càng tăng.

Cơ cấu kinh tế đang chuyển dịch mạnh mẽ từ nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ. Các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, công nghệ thông tin và dịch vụ bán lẻ đang phát triển mạnh mẽ. Các động lực

tăng trưởng chính bao gồm xuất khẩu, nguồn vốn FDI và sự phát triển tiêu dùng trong nước.

Thị trường Việt Nam đang chứng kiến xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ trong nhiều lĩnh vực và sự quan tâm ngày càng tăng đối với phát triển bền vững, kinh tế xanh. Tuy nhiên, thị trường vẫn có thể phải chịu tác động từ các yếu tố bên ngoài như biến động của các yếu tố địa chính trị toàn cầu, suy giảm nhu cầu của thế giới, lạm phát và chính sách tiền tệ, rủi ro từ nguồn vốn FDI, các rào cản thương mại quốc tế...

2. Quá trình phát triển thị trường

Quá trình hình thành và phát triển thị trường Việt Nam bắt đầu từ năm 1986 với công cuộc Đổi mới, chuyển sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Giai đoạn này chứng kiến sự hình thành các yếu tố thị trường, phát triển đa dạng các loại thị trường (hàng hóa, dịch vụ, tài chính, chứng khoán) và ngày càng hoàn thiện cơ chế vận hành.

Mặc dù đã đạt được nhiều thành tựu về tăng trưởng kinh tế, cải thiện đời sống và hội nhập quốc tế, Việt Nam vẫn còn đối mặt với thách thức trong việc hoàn thiện thể chế, nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng cường đảm bảo an ninh xã hội.

Trước Đổi mới: Nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung.

Sau Đổi mới (từ 1986):

✓ Giai đoạn chuẩn bị (1986 - 2001): Xây dựng nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, tạo tiền đề cho kinh tế thị trường.

✓ Giai đoạn hình thành và phát triển (từ 2001 đến nay): Chính thức xác định và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Qua quá trình đó, nền kinh tế Việt Nam đã hình thành và phát triển các yếu tố thị trường, trong đó thúc đẩy sự hình thành các loại thị trường

như hàng hóa, dịch vụ, vốn, bất động sản, chứng khoán và ngày càng hiện đại hóa.

Theo thời gian, tăng trưởng kinh tế cao và bền vững, quy mô nền kinh tế được mở rộng đáng kể. Thu nhập bình quân đầu người tăng nhanh, đời sống vật chất và tinh thần của người dân được cải thiện rõ rệt.

Vị thế và năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam được nâng cao trên trường quốc tế. Các chỉ số xếp hạng của Việt Nam do các tổ chức quốc tế công bố liên tục được cải thiện.

3. Các yếu tố tác động đến thị trường Việt Nam

Các yếu tố tác động đến thị trường Việt Nam bao gồm các yếu tố vĩ mô như GDP và chính sách tiền tệ, các yếu tố vi mô như tâm lý thị trường và luồng vốn đầu tư, cùng với các yếu tố khác như tin tức, sự kiện thị trường và tình hình kinh tế thế giới.

Ngoài ra, các yếu tố pháp lý, quy mô thị trường và sự phát triển của ngành nghề cũng đóng vai trò quan trọng. Có thể nêu một số yếu tố tác động đến sự phát triển của thị trường Việt Nam như sau:

✓ Sự tăng trưởng GDP phản ánh sức khỏe nền kinh tế, thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng, sản xuất và lợi nhuận doanh nghiệp.

✓ Ngân hàng Nhà nước điều chỉnh chính sách lãi suất, ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí vay của doanh nghiệp và cá nhân.

✓ Mức độ lạm phát cao có thể làm giảm sức mua và gây bất ổn cho thị trường.

✓ Dòng vốn đầu tư trực tiếp (FDI) và gián tiếp (FPI) có ảnh hưởng lớn đến thanh khoản và giá cả tài sản.

✓ Cảm xúc và kỳ vọng của nhà đầu tư có thể tạo ra các xu hướng tăng hoặc giảm giá đột ngột.

✓ Các tin tức kinh tế, chính trị trong và ngoài nước, cùng các sự kiện lớn có thể tác động mạnh mẽ đến thị trường.

✓ Thị trường Việt Nam chịu ảnh hưởng bởi các biến động kinh tế toàn cầu như chính sách của các nền kinh tế lớn, giá hàng hóa trên thế giới.

Tốc độ tăng trưởng GDP ổn định và cao là nền tảng thúc đẩy sự phát triển của các thị trường, từ chứng khoán đến bất động sản và bán lẻ.

Mức độ lạm phát có tác động trực tiếp đến sức mua, chi phí sản xuất và chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước.

Các quyết sách về lãi suất, tỷ giá hối đoái, và chi tiêu công của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước có thể kích thích hoặc kiềm chế sự phát triển của nền kinh tế và các thị trường cụ thể.

Do là một nền kinh tế có độ mở cao, thị trường Việt Nam chịu tác động mạnh bởi các biến động kinh tế toàn cầu, như chính sách của Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED), xung đột địa chính trị, sự phục hồi của các nền kinh tế lớn hay biến động của thị trường thế giới nói chung.

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và vốn đầu tư gián tiếp (FPI) vào và ra khỏi Việt Nam ảnh hưởng trực tiếp đến thanh khoản và mức độ sôi động của thị trường.

Khung pháp lý và sự ổn định chính trị là nền tảng quan trọng cho thị trường. Môi trường chính trị ổn định tạo niềm tin cho nhà đầu tư trong và ngoài nước. Các quy định pháp luật rõ ràng, minh bạch, đặc biệt trong các lĩnh vực như bất động sản, chứng khoán và kinh doanh, giúp tạo ra một môi trường cạnh tranh công bằng và giảm thiểu rủi ro pháp lý.

Các chính sách mới, ví dụ như Luật Đất đai năm 2024 hay các quy định về nâng hạng thị trường chứng khoán, có tác động lớn đến từng lĩnh vực cụ thể. Sự cân bằng hoặc mất cân đối giữa cung và cầu hàng hóa, dịch vụ, hay tài sản (như cổ phiếu, bất động sản) quyết định mức giá và xu hướng thị trường.

Yếu tố tâm lý của nhà đầu tư và người tiêu dùng có thể thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của thị trường trong ngắn hạn, thường bị ảnh hưởng bởi tin tức và sự kiện.

4. Thương mại hàng hóa truyền thống

Thương mại hàng hóa truyền thống ở Việt Nam tồn tại song song với thương mại điện tử, bao gồm các hoạt động mua bán tại các cửa hàng, chợ truyền thống, trung tâm thương mại.

Các loại hàng hóa truyền thống phổ biến bao gồm hàng nông sản, thủy hải sản, đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ. Hình thức này đặc trưng bởi tương tác trực tiếp giữa người mua và người bán, mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho khách hàng, nhưng có quy mô nhỏ và hạn chế về mặt tiếp cận khách hàng trên diện rộng.

Hoạt động mua bán là việc trao đổi, mua bán hàng hóa trực tiếp giữa người với người, từ nhà sản xuất đến nhà phân phối, nhà bán lẻ và cuối cùng là người tiêu dùng. Diễn ra tại các điểm bán cố định như chợ truyền thống, cửa hàng, cửa hàng tạp hóa, hoặc các trung tâm thương mại. Cho phép tương tác trực tiếp, xây dựng mối quan hệ tốt hơn với khách hàng. Quy trình quản lý đơn giản hơn so với thương mại điện tử. Bao gồm các cửa hàng địa phương, dễ dàng tiếp cận người tiêu dùng ở các khu vực cụ thể.

Tuy nhiên, thương mại truyền thống khó mở rộng quy mô bán hàng hoặc tiếp cận thị trường lớn. Hoạt động chỉ diễn ra trong khung giờ mở cửa và phạm vi không gian địa lý nhất định.

Các ngành hàng thương mại truyền thống nổi bật của Việt Nam như: Nông sản và thực phẩm: Cà phê, hạt điều, tiêu, thủy hải sản và các mặt hàng nông sản khác. Hàng tiêu dùng: Đồ gia dụng, đồ chơi. Sản phẩm làm từ thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ xuất khẩu, giày dép, quần áo, máy móc nông nghiệp.

Thương mại tại các thị trường qua các kênh truyền thống vẫn duy trì ổn định, đặc biệt trong cung ứng các mặt hàng nông sản và thực phẩm tươi sống, các mặt hàng mà người tiêu dùng có xu hướng kiểm tra trực tiếp chất lượng trước khi mua.

Nền kinh tế Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ, cơ cấu xuất khẩu tập trung vào các mặt hàng chủ lực hiện nay như điện thoại, máy tính và linh kiện, dệt may, giày dép, gỗ và thủy sản. Điều này cho thấy sự phát triển theo hướng đa dạng hóa của nền kinh tế, giảm dần sự phụ thuộc vào các mặt hàng truyền thống.

Kênh phân phối thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki, v.v.) đang phát triển nhanh nhất, đặc biệt là trong giới trẻ thành thị. Sự tiện lợi, giá cả cạnh tranh và khả năng tiếp cận đa dạng sản phẩm đã tạo áp lực lớn lên các kênh bán lẻ truyền thống. Tuy nhiên, hai kênh này vẫn cùng tồn tại song song, do kênh bán lẻ truyền thống còn gắn với thói quen tiêu dùng, nhu cầu giao tiếp và trải nghiệm, cũng như phong tục tập quán và văn hóa tiêu dùng của người dân. Đó là nơi thỏa mãn nhu cầu sẻ chia, tâm lý và kết nối giữa người với người trong một thế giới mà khi vật chất đủ đầy thì nhu cầu giao lưu, giải trí... trở thành yếu tố không thể thiếu được.

5. Thương mại điện tử

Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường thương mại điện tử có tốc độ tăng trưởng nhanh trên thế giới. Các hình thức phổ biến gồm sàn TMĐT, website bán hàng, ứng dụng đặt đồ ăn và dịch vụ kỹ thuật số.

Thương mại điện tử Việt Nam duy trì tăng trưởng ở mức 18-25% mỗi năm. Theo số liệu của Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương, năm 2025, quy mô thị trường thương mại điện tử của Việt Nam đạt khoảng 31 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2024, chiếm khoảng 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ.

Khoảng 75% người dùng internet tại Việt Nam tham gia mua sắm trực tuyến (Nguồn: vtv.vn). Các xu hướng nổi bật bao gồm mua sắm qua thiết bị di động, livestream, bán hàng đa kênh ("shoppertainment"), và ứng dụng công nghệ như AI, AR.

Một số hình thức TMĐT chính tại Việt Nam:

✓ Sàn giao dịch TMĐT: Các nền tảng như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo.

✓ Website của thương hiệu: Các cửa hàng trực tuyến của từng doanh nghiệp.

✓ Ứng dụng di động: Các ứng dụng đặt đồ ăn, dịch vụ (ví dụ: GrabFood).

✓ Giao dịch dịch vụ số: Mua sách điện tử, khóa học trực tuyến.

Có 2 xu hướng phát triển thương mại điện tử của Việt Nam hiện nay:

✓ TMĐT xuyên biên giới: Là chiến lược quan trọng để xuất khẩu hàng hóa Việt Nam ra thế giới thông qua các nền tảng như Amazon và Alibaba.

✓ TMĐT nội địa: Phát triển các hệ sinh thái, hạ tầng công nghệ và chính sách để tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, xây dựng lòng tin cho người tiêu dùng.

Hiện nay, hạ tầng thương mại kỹ thuật cho thương mại điện tử chưa theo kịp tốc độ phát triển. Việc củng cố niềm tin của người tiêu dùng trong môi trường trực tuyến vẫn là một thách thức.

Thương mại điện tử Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển mạnh mẽ, trở thành một cấu phần quan trọng của nền kinh tế số. Thị trường duy trì tốc độ tăng trưởng cao, đưa Việt Nam vào nhóm các quốc gia có tốc độ phát triển TMĐT nhanh trên thế giới.

6. Tập quán kinh doanh

Tập quán kinh doanh tại Việt Nam được hình thành từ thói quen, nếp sống, các quy tắc giao tiếp và tín ngưỡng. Đây là các tập quán mang tính lịch sử và bản sắc dân tộc, được cộng đồng xã hội thừa nhận và tuân thủ, góp phần điều chỉnh các mối quan hệ trong giao dịch thương mại, xác lập quyền và nghĩa vụ của mỗi bên.

Trong tập quán kinh doanh, mối quan hệ cá nhân và lòng tin đóng vai trò quan trọng, đặc biệt trong các giao dịch nhỏ lẻ hay quan hệ hợp tác lâu dài.

Tập quán kinh doanh mang tính linh hoạt, dễ dàng điều chỉnh theo từng đối tác và bối cảnh cụ thể.

Nền tảng văn hóa Á Đông, coi trọng tình cảm và tính cộng đồng, chi phối các hoạt động kinh doanh, từ cách thức giao tiếp đến đàm phán hợp tác. Việc xây dựng và duy trì mối quan hệ cá nhân, sự tin cậy lẫn nhau có vai trò then chốt.

Theo Luật Thương mại Việt Nam 2005, tập quán thương mại được áp dụng để xác định quyền và nghĩa vụ của các bên trong hoạt động thương mại khi không có thỏa thuận và pháp luật không quy định, không trái với các nguyên tắc cơ bản của pháp luật Việt Nam.

Các tập quán kinh doanh phổ biến theo từng giai đoạn:

+ Giai đoạn chuẩn bị và chào hàng

Doanh nghiệp ưu tiên tìm hiểu kỹ về lịch sử, uy tín, đặc biệt là mối quan hệ với đối tác trước khi tiến hành giao dịch.

Hoạt động chào hàng thường mang tính chất mở, linh hoạt, có thể thương lượng thêm, thay vì là một đề nghị cố định và ràng buộc ngay lập tức.

+ Giai đoạn đàm phán

Người Việt thường thích đàm phán trực tiếp, qua nhiều vòng, nhằm xây dựng sự tin cậy và hiểu biết lẫn nhau. Trong đàm phán, yếu tố tình cảm, sự hài hòa thường được chú trọng hơn sự sòng phẳng tuyệt đối. Quá trình đàm phán có thể kéo dài và đòi hỏi sự kiên nhẫn. Quyết định cuối cùng thường được đưa ra bởi cấp lãnh đạo cao nhất.

Trong giao tiếp và đàm phán, việc thể hiện sự tôn trọng đối với người có địa vị hoặc tuổi tác cao hơn là rất quan trọng.

+ Giai đoạn ký kết hợp đồng

Hợp đồng bằng văn bản là cần thiết, nhưng đôi khi sự thỏa thuận miệng hoặc cam kết cá nhân vẫn có trọng lượng đáng kể trong thực tế kinh doanh.

Các bên thường có xu hướng linh hoạt trong việc thực hiện các điều khoản hợp đồng nếu có sự cố bất ngờ hoặc thay đổi hoàn cảnh, dựa trên tinh thần hợp tác.

+ Giai đoạn giải quyết tranh chấp

Khi phát sinh tranh chấp, các bên ưu tiên thương lượng, hòa giải hoặc nhờ bên thứ ba có uy tín giải quyết, nhằm giữ gìn mối quan hệ lâu dài.

Nếu hòa giải không thành, tranh chấp sẽ được giải quyết theo pháp luật. Trong một số trường hợp, tập quán có thể được xem xét áp dụng nếu phù hợp với quy định pháp luật.

7. Thị hiếu tiêu dùng

Thị hiếu tiêu dùng đa dạng, tập trung vào sự tiện lợi, đề cao trải nghiệm cá nhân, chú trọng sức khỏe và tính bền vững. Người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng mua sắm trực tuyến, yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đồng thời muốn thể hiện phong cách sống hiện đại thông qua các lựa chọn tiêu dùng.

Nhu cầu mua hàng trực tuyến ngày càng tăng, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có trải nghiệm mua sắm online thuận tiện, an toàn và đáng tin cậy. Người tiêu dùng có ý thức cao hơn về sức khỏe cá nhân và tác động của sản phẩm đến môi trường. Họ tìm kiếm các sản phẩm hữu cơ, sạch, thân thiện với môi trường và các thương hiệu có trách nhiệm xã hội. Trải nghiệm mua sắm được coi trọng. Khách hàng đánh giá cao sự tương tác tốt, giao hàng nhanh chóng và dịch vụ hậu mãi chu đáo.

Người tiêu dùng tìm kiếm các sản phẩm phù hợp với lối sống hiện đại, thể hiện cá tính và gu thẩm mỹ của bản thân. Điều này dẫn đến nhu cầu về các sản phẩm đa dạng, độc đáo và theo xu hướng.

Một bộ phận người tiêu dùng có thị hiếu chọn lọc, họ rất khắt khe trong việc lựa chọn sản phẩm, chú trọng vào chất lượng, mẫu mã và lợi ích mà sản phẩm mang lại. Xu hướng thị trường, các sự kiện, và sự xuất hiện của người nổi tiếng có tác động mạnh mẽ đến thị hiếu, thúc đẩy nhu cầu mua sắm các sản phẩm tương tự.

Thị hiếu còn bị ảnh hưởng bởi các yếu tố văn hóa và truyền thống gia đình, chẳng hạn như sở thích đối với các món ăn truyền thống. Mặc dù thu nhập bình quân đầu người có tăng, nhưng phần lớn người dân, đặc biệt ở khu vực nông thôn, vẫn có thu nhập thấp, ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ cao cấp.

Thị hiếu tiêu dùng tại Việt Nam đang có sự chuyển dịch rõ rệt, đặc trưng bởi sự kết hợp giữa các yếu tố truyền thống và hiện đại, với người tiêu dùng ngày càng khó tính hơn, nhạy cảm về giá hơn, đồng thời quan tâm đến các giá trị bền vững và công nghệ số.

Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng cân nhắc kỹ lưỡng về cách chi tiêu, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế có nhiều biến động. Giá cả là mối quan tâm hàng đầu và yếu tố then chốt ảnh hưởng đến quyết định mua hàng, nhưng không còn là yếu tố duy nhất.

Người tiêu dùng đang trở nên thông thái hơn, tìm kiếm các sản phẩm mang lại giá trị tốt nhất (tỷ lệ chất lượng/giá cả) thay vì chỉ mua sắm theo cảm tính. Họ sẵn sàng dành thời gian để tìm hiểu thông tin, so sánh giá cả, đọc các đánh giá trước khi đưa ra quyết định mua hàng. Sự trung thành với thương hiệu không còn tuyệt đối, người tiêu dùng sẵn sàng chuyển đổi nếu có lựa chọn tốt hơn về giá hoặc chất lượng.

Việt Nam là một trong những quốc gia có tỷ lệ mua sắm trực tuyến cao trong khu vực. Thương mại điện tử (qua điện thoại di động, máy tính) và mua sắm trên mạng xã hội rất phổ biến, trở thành kênh mua

hàng quan trọng. Người tiêu dùng mong đợi một trải nghiệm mua sắm liền mạch giữa kênh trực tuyến và trực tiếp tại cửa hàng.

Quyết định mua hàng còn bị chi phối bởi yếu tố tâm lý, cảm nhận cá nhân và ảnh hưởng từ cộng đồng. Niềm tin vào thương hiệu và sự an toàn của sản phẩm rất quan trọng.

Những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội đóng vai trò ngày càng lớn trong việc định hình xu hướng mua sắm, đặc biệt là với thế hệ trẻ. Thị hiếu tiêu dùng Việt Nam đang hướng tới sự cân bằng giữa giá trị thực tế, sự tiện lợi của công nghệ và trách nhiệm xã hội, đòi hỏi các doanh nghiệp phải linh hoạt thích ứng để đáp ứng những kỳ vọng ngày càng cao của người tiêu dùng.

Tiêu dùng Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, chuyển từ tập trung vào giá cả và chất lượng cơ bản sang chú trọng đến trải nghiệm, sức khỏe và tính bền vững. Các xu hướng chính bao gồm sự bùng nổ của thương mại điện tử và các kênh mua sắm trực tuyến, tiêu dùng xanh ngày càng phổ biến, và sự quan tâm đến sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu, nguồn gốc rõ ràng. Bên cạnh đó, người tiêu dùng ngày càng ưu tiên các mặt hàng thiết yếu và đầu tư vào giáo dục, sức khỏe do ảnh hưởng của bất ổn kinh tế, đồng thời có xu hướng thắt chặt chi tiêu cho hàng xa xỉ.

Xu hướng này thể hiện rõ ở việc người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu vào các mặt hàng thiết yếu như thực phẩm, lương thực, giáo dục, sức khỏe, trong khi giảm chi tiêu cho hàng hóa, dịch vụ xa xỉ. Người Việt ngày càng ưa chuộng sử dụng hàng hóa sản xuất trong nước, có thể do sự phát triển của thương hiệu Việt và các yếu tố văn hóa, kinh tế.

Các kênh bán lẻ hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, và các cửa hàng chính hãng ngày càng phát triển, giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận các sản phẩm có thương hiệu, nguồn gốc rõ ràng. Thu nhập bình quân đầu người vẫn còn thấp, đặc biệt ở khu vực nông thôn, là một rào cản lớn đối với việc tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao.

Công nghệ đang được ứng dụng ngày càng nhiều trong trải nghiệm mua sắm, từ thương mại điện tử, thanh toán thông minh, đến các công nghệ thực tế ảo và tăng cường (VR/AR). Sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử, mua sắm trên mạng xã hội, và các nền tảng công nghệ khác đang định hình lại hành vi mua sắm.

Nhu cầu sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, có nguồn gốc bền vững đang gia tăng. Người tiêu dùng sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm xanh.

Người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến chất lượng và giá cả mà còn chú trọng đến trải nghiệm mua sắm đi kèm, như dịch vụ, bảo hành và sự tiện lợi. Mọi quan tâm về sức khỏe và an toàn thực phẩm ngày càng tăng, thúc đẩy xu hướng tiêu dùng các sản phẩm tốt cho sức khỏe, có nguồn gốc rõ ràng.

Các doanh nghiệp đang nỗ lực cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm cho từng khách hàng để nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành. Người tiêu dùng mong muốn được trải nghiệm mua sắm liền mạch trên nhiều kênh khác nhau, cả trực tuyến và ngoại tuyến.

8. Cách tiếp cận thị trường kinh doanh và đầu tư

Cách tiếp cận thị trường Việt Nam bao gồm việc xác định đối tượng khách hàng mục tiêu, phân tích thị trường và đối thủ cạnh tranh, xây dựng thông điệp và lựa chọn kênh phân phối phù hợp.

Đối với thẩm định giá, cách tiếp cận này dựa trên phương pháp so sánh, tức là so sánh tài sản cần định giá với các tài sản tương tự đã có giao dịch trên thị trường.

+ Chiến lược tiếp cận thị trường kinh doanh

Nghiên cứu sở thích, hành vi và thu nhập của khách hàng tiềm năng để phát triển sản phẩm và thông điệp phù hợp. Tìm hiểu quy mô thị trường, xu hướng hiện tại, điểm mạnh/yếu của đối thủ cạnh tranh để định vị sản phẩm.

Quyết định phương thức bán hàng, bao gồm bán hàng trực tiếp, bán hàng qua trung gian, thương mại điện tử hoặc kết hợp. Soạn thảo thông điệp ngắn gọn, dễ hiểu và đánh trúng vào nhu cầu, mong muốn của khách hàng. Phân bổ nguồn lực hợp lý cho các hoạt động marketing như quảng cáo, PR, nội dung, sự kiện để đạt tỷ lệ hoàn vốn (ROI) tốt nhất.

+ Cách tiếp cận thị trường trong thẩm định giá tài sản

So sánh tài sản cần thẩm định giá với các tài sản tương tự đã được giao dịch hoặc niêm yết công khai trên thị trường. Thu thập dữ liệu về các tài sản so sánh đã giao dịch gần đây. Phân tích các yếu tố so sánh giữa tài sản cần định giá và tài sản so sánh.

Điều chỉnh giá của tài sản so sánh để phản ánh sự khác biệt về các yếu tố như số lượng, chất lượng, vị trí, v.v. Từ các tài sản so sánh đã được điều chỉnh, xác định mức giá chỉ dẫn. Dựa vào mức giá chỉ dẫn để xác định giá trị cuối cùng của tài sản cần thẩm định giá.

Cách tiếp cận thị trường Việt Nam đòi hỏi một chiến lược toàn diện, kết hợp giữa việc thấu hiểu bối cảnh kinh tế năng động, tuân thủ các quy định pháp lý và thích nghi với văn hóa kinh doanh địa phương.

+ Khái quát các bước tiếp cận chính:

✓ Nghiên cứu và phân tích thị trường

Việt Nam có nền kinh tế đang phát triển nhanh chóng với tầng lớp trung lưu ngày càng tăng và dân số trẻ, am hiểu công nghệ. Dịch vụ đóng vai trò quan trọng trong GDP.

Người tiêu dùng Việt Nam có xu hướng nhạy cảm về giá cả và coi trọng chất lượng sản phẩm. Đánh giá các ngành nghề tiềm năng, đồng thời nhận thức rõ các rào cản như quy định phức tạp và sự cạnh tranh gay gắt.

✓ Xây dựng chiến lược gia nhập thị trường

Lựa chọn phương thức gia nhập phù hợp với mục tiêu, ngân sách và mức độ chấp nhận rủi ro của doanh nghiệp: Cho phép kiểm soát sản phẩm và thương hiệu, nhưng đòi hỏi hiểu biết sâu sắc về các quy định hải quan và thuế quan. Phù hợp với các thương hiệu muốn tận dụng sự phát triển của nền kinh tế, với các ví dụ thành công như KFC, Starbucks.

Hợp tác với các đối tác địa phương có thể giúp điều hướng thị trường, pháp lý và văn hóa dễ dàng hơn. Tận dụng dân số am hiểu công nghệ bằng cách bán hàng qua các nền tảng thương mại điện tử phổ biến như Shopee, Lazada, Tiki và xây dựng hiện diện trực tuyến mạnh mẽ.

✓ Tuân thủ pháp lý và quy định

Nghiên cứu kỹ luật pháp Việt Nam về đầu tư nước ngoài, các điều kiện tiếp cận thị trường bao gồm quy định về tỷ lệ sở hữu vốn và các yêu cầu cấp phép.

Hiểu rõ các chính sách thuế và tận dụng các ưu đãi thuế (nếu có). Sử dụng dịch vụ tư vấn pháp lý và thuế tại địa phương để tránh rủi ro và đảm bảo quy trình thông suốt.

✓ Thích ứng văn hóa kinh doanh

Văn hóa Việt Nam đề cao sự tôn trọng đối với người lớn tuổi, cấp trên và các mối quan hệ cá nhân trong kinh doanh. Việc xây dựng lòng tin bằng cách chia sẻ thông tin cá nhân (gia đình, sở thích) có thể giúp ích rất nhiều.

Sử dụng trang phục công sở chỉnh tề, trao danh thiếp bằng hai tay và chào hỏi người cao tuổi nhất trước. Đồng thời, cần sự kiên nhẫn do quy trình có thể mất nhiều thời gian hơn dự kiến.

Bằng cách tiếp cận có chiến lược, nghiên cứu kỹ lưỡng và tôn trọng các yếu tố văn hóa địa phương, doanh nghiệp có thể tối đa hóa cơ hội thành công tại thị trường Việt Nam.

9. Chỉ số giá tiêu dùng

Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tại Việt Nam là chỉ số tính theo phần trăm để phản ánh mức thay đổi tương đối giá cả trung bình của các loại hàng hóa và dịch vụ phục vụ tiêu dùng hàng ngày của người dân, đồng thời chỉ số này cũng được sử dụng làm thước đo lạm phát.

CPI phản ánh mức độ thay đổi chi phí sinh hoạt, tác động trực tiếp đến đời sống người dân, là cơ sở để Chính phủ và doanh nghiệp đưa ra các quyết định kinh tế. CPI là chỉ số quan trọng nhất để đo lường lạm phát và là cơ sở cho các chính sách tiền tệ, tài khóa.

Chính phủ sử dụng CPI để theo dõi tình hình kinh tế, lạm phát và hoạch định các chính sách kinh tế phù hợp. Cơ sở cho doanh nghiệp và người lao động: Các doanh nghiệp, người lao động, nhà đầu tư dựa vào CPI để đưa ra các quyết định kinh doanh, điều chỉnh mức lương, hoặc lập kế hoạch tài chính.

10. Lạm phát và biện pháp kiểm soát lạm phát

Việt Nam kiểm soát lạm phát thông qua việc điều hành đồng bộ các chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa trên cơ sở Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các quy định của pháp luật.

Chính phủ Việt Nam đặt mục tiêu kiểm chế lạm phát ở mức phù hợp, ví dụ mục tiêu cho năm 2025 là khoảng 4,5%, theo Tạp chí Kinh tế và Dự báo. Việt Nam đã kiểm soát lạm phát khá tốt trong những năm gần đây, với chỉ số CPI bình quân năm thấp hơn nhiều so với mục tiêu đề ra.

Một số biện pháp kiểm soát lạm phát tại Việt Nam:

Chính phủ thực hiện chính sách tài khóa thận trọng như cắt giảm các khoản chi tiêu công không cần thiết để giảm bội chi ngân sách nhà nước. Khuyến khích sản xuất trong nước để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, giảm bớt sự phụ thuộc vào nhập khẩu. Kiểm chế nhập siêu thông qua việc thúc đẩy xuất khẩu. Điều chỉnh giá các mặt hàng do nhà nước quản

lý như điện, xăng dầu, nhưng gắn liền với các biện pháp hỗ trợ phù hợp cho người dân. Thực hiện các chính sách đảm bảo an sinh xã hội để hỗ trợ đời sống người dân, đặc biệt trong bối cảnh giá cả biến động. Tăng cường kiểm tra, giám sát để chống đầu cơ, lũng đoạn thị trường. Đảm bảo thông tin thị trường minh bạch.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam kiểm soát lạm phát thông qua việc phối hợp đồng bộ chính sách tiền tệ với chính sách tài khóa và các biện pháp quản lý thị trường theo quy định của pháp luật. Cụ thể, Ngân hàng Nhà nước điều hành chính sách tiền tệ nhằm kiểm soát lượng cung tiền trong nền kinh tế thông qua các công cụ như điều chỉnh lãi suất cơ bản và tín dụng.

Thông đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam vừa ban hành Chỉ thị số 01/CT-NHNN về tổ chức thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của ngành Ngân hàng trong năm 2026. Theo đó, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước yêu cầu các đơn vị thuộc Ngân hàng Nhà nước và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài thực hiện tốt các giải pháp điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng năm 2026 nhằm góp phần giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế bền vững, bảo đảm ổn định và an toàn hệ thống. Tiếp tục triển khai có hiệu quả các định hướng, quyết sách quan trọng của Đảng, và chỉ đạo của Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp phát triển kinh tế-xã hội; về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia (Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024); hội nhập quốc tế trong tình hình mới (Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/01/2025); đổi mới công tác xây dựng và thực thi pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới (Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30/4/2025); phát triển kinh tế tư nhân (Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025).

Luật Giá 2023 (số 16/2023/QH15) và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giá (số 140/2025/QH15) là cơ sở pháp lý cốt lõi, tăng cường kiểm soát lạm phát, ổn định vĩ mô thông qua việc quản lý chặt chẽ giá hàng hóa, dịch vụ thiết yếu, xây dựng các kịch bản điều hành

giá chủ động và nghiêm cấm thao túng giá, đặc biệt là trong bối cảnh lạm phát mục tiêu năm 2026 khoảng 4,5%.

Các biện pháp bình ổn giá gồm:

+ Điều hòa cung cầu bao gồm: điều hòa sản xuất hàng hóa trong nước, hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; điều hòa hàng hóa giữa các vùng, các địa phương trong nước thông qua việc tổ chức lưu thông hàng hóa; mua vào hoặc bán ra hàng dự trữ quốc gia, hàng dự trữ lưu thông;

+ Các biện pháp về tài chính, tiền tệ phù hợp với quy định của pháp luật;

+ Định giá cụ thể, giá tối đa, giá tối thiểu hoặc khung giá phù hợp với tính chất của từng loại hàng hóa, dịch vụ; việc định giá hàng hóa, dịch vụ được thực hiện theo các nguyên tắc và căn cứ định giá của Nhà nước, phương pháp định giá;

+ Áp dụng biện pháp hỗ trợ về giá phù hợp với quy định của pháp luật và điều ước quốc tế mà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên;

+ Sử dụng quỹ bình ổn giá trong trường hợp hàng hóa, dịch vụ đã được lập quỹ bình ổn giá.

Quỹ bình ổn giá là quỹ tài chính không nằm trong cân đối ngân sách nhà nước, được trích lập từ giá hàng hóa, dịch vụ và các nguồn tài chính hợp pháp khác và chỉ được sử dụng cho mục đích bình ổn giá.

Chính phủ quyết định việc lập quỹ bình ổn giá đối với hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ bình ổn giá; quy định về quản lý, trích lập, chi sử dụng quỹ bình ổn giá và chịu trách nhiệm bảo đảm tính công khai, minh bạch trong quản lý, sử dụng quỹ.

Thời hạn áp dụng các biện pháp bình ổn giá do cơ quan có thẩm quyền quyết định biện pháp bình ổn giá xác định trên cơ sở xác định nguyên nhân của biến động giá; căn cứ tình hình thực hiện, diễn biến

giá hàng hóa, dịch vụ trong thực tế có thể kết thúc bình ổn giá trước thời hạn hoặc gia hạn thời hạn áp dụng.

11. Quản lý thị trường

Công tác quản lý thị trường tại Việt Nam là hoạt động của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, cụ thể là lực lượng quản lý thị trường trong việc kiểm tra, kiểm soát hoạt động thương mại trên thị trường theo quy định nhằm đấu tranh, phòng, chống, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật, qua đó bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và đảm bảo môi trường kinh doanh lành mạnh.

Tại Điều 7 Pháp lệnh Quản lý thị trường (Văn bản hợp nhất 03/VBHN-VPQH 2019) xác định vị trí và chức năng của lực lượng Quản lý thị trường là lực lượng chuyên trách của Nhà nước, thực hiện chức năng phòng, chống, xử lý các hành vi kinh doanh hàng hóa nhập lậu; sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ; hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về chất lượng, đo lường, giá, an toàn thực phẩm và gian lận thương mại; hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Nhiệm vụ chính bao gồm kiểm tra hàng hóa, xử lý vi phạm hành chính (như hàng giả, nhập lậu), thu thập chứng cứ, tuyên truyền pháp luật và tham mưu cho cấp có thẩm quyền.

Tổ chức và thực hiện kiểm tra hàng hóa, dịch vụ trên thị trường để phát hiện các hành vi vi phạm. Chống lại các hành vi như buôn lậu, sản xuất kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, vi phạm sở hữu trí tuệ, an toàn thực phẩm và gian lận thương mại.

Áp dụng các biện pháp xử lý theo quy định pháp luật đối với các tổ chức, cá nhân vi phạm. Thu thập, phân tích, đánh giá và dự báo tình hình thị trường để tham mưu cho các cơ quan có thẩm quyền. Tuyên truyền, hướng dẫn các quy định pháp luật về thương mại cho tổ chức và cá nhân kinh doanh để nâng cao ý thức tuân thủ. Lực lượng quản lý thị trường được tổ chức thống nhất từ cấp Trung ương đến địa phương.

Bộ Công Thương chịu trách nhiệm lãnh đạo, quản lý thống nhất lực lượng quản lý thị trường về tổ chức, tiêu chuẩn công chức và nghiệp vụ. Các Sở Công Thương chịu trách nhiệm chỉ đạo, kiểm tra hoạt động của lực lượng quản lý thị trường tại địa phương. Hoạt động phối hợp chặt chẽ với các cơ quan, tổ chức và cá nhân khác để thực hiện nhiệm vụ kiểm tra, thanh tra và xử lý vi phạm.

Xây dựng cơ sở dữ liệu về quản lý địa bàn, kết quả kiểm tra, thanh tra và xử lý vi phạm để phục vụ công tác chuyên môn. Để đạt hiệu quả cao, công tác quản lý thị trường cần sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, đặc biệt là sự phối hợp chặt chẽ giữa Nhà nước, doanh nghiệp, nhà quản lý, nhà khoa học và người tiêu dùng.

Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước đối với lực lượng Quản lý thị trường. Bộ Công thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước đối với lực lượng Quản lý thị trường; chủ trì, phối hợp với bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trong việc xây dựng, tổ chức và hoạt động của lực lượng Quản lý thị trường. Bộ, cơ quan ngang bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công thương thực hiện quản lý nhà nước đối với lực lượng Quản lý thị trường. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm tổ chức thực hiện pháp luật liên quan đến quản lý thị trường tại địa phương.

NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM

1. Tổng quan

Ngoại thương Việt Nam đã và đang phát triển mạnh mẽ, trở thành động lực tăng trưởng kinh tế quan trọng, với những dấu mốc đáng chú ý trong năm 2024 và năm 2025. Việt Nam hiện nằm trong top 20 nền kinh tế hàng đầu về quy mô thương mại toàn cầu.

Theo số liệu của Cục Thống kê, năm 2024, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt mức 786,3 tỷ USD, tăng 15,4% so với năm 2023. Năm 2025, kim ngạch hai chiều của Việt Nam với thế giới tiếp tục tăng trưởng mạnh đạt mức kỷ lục 930 tỷ USD, tăng trưởng 18% so với cùng kỳ năm 2024, trong đó xuất khẩu đạt 475 tỷ USD, nhập khẩu đạt 455 tỷ USD.

Hoạt động xuất nhập khẩu đã phục hồi mạnh mẽ sau giai đoạn biến động do đại dịch Covid-19 và những bất ổn kinh tế toàn cầu. Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, tiếp theo là Trung Quốc, Liên minh châu Âu (EU) và ASEAN.

Khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đóng góp tỷ trọng lớn vào tổng kim ngạch xuất khẩu, trong khi khu vực kinh tế trong nước cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể.

Mặc dù đạt nhiều thành tựu, ngoại thương Việt Nam vẫn đối mặt với những thách thức như rủi ro từ các chính sách thương mại toàn cầu, sự biến động của thị trường thế giới và nhu cầu bên ngoài có thể chậm lại.

Với nền kinh tế có khả năng thích ứng, ổn định và linh hoạt (tăng trưởng GDP cao so với khu vực), cùng với việc tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA) đã ký kết, triển vọng ngoại thương của Việt Nam trong thời gian tới vẫn được đánh giá tích cực, hướng tới sự tăng trưởng ổn định và bền vững.

2. Trao đổi xuất nhập khẩu

Trong giai đoạn 2010 - 2025, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ và chuyển đổi cơ cấu đáng kể, từ một quốc gia nhập siêu trở thành quốc gia xuất siêu, với quy mô kim ngạch ngày càng mở rộng và thị trường đa dạng.

Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam tăng trưởng ổn định, có xu hướng gia tăng liên tục về quy mô, kim ngạch năm sau luôn cao hơn năm trước, với nhịp độ tăng trưởng bình quân khá cao. Ví dụ như tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2015 chỉ đạt khoảng 327 tỷ USD, tăng lên 528 tỷ USD năm 2020 và đạt 930 tỷ USD năm 2025.

Bảng 2: Xuất nhập khẩu Việt Nam 2015 - 2025

Đơn vị: Tỷ USD

KN	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
XK	162,11	175,9	213,77	243,48	264,19	282,65	336,3	371,5	354,7	405,5	475
NK	165,65	174,84	211,1	236,69	253,07	245,6	332,2	360,5	327,5	380,8	455

Nguồn: Cục Thống kê

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu chuyển dịch mạnh mẽ sang các mặt hàng công nghiệp chế biến, chế tạo có giá trị gia tăng cao, thay vì chủ yếu là hàng nông sản thô hay khai khoáng như trước đây. Các mặt hàng chủ lực bao gồm điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện khác, dệt may, giày dép, nông sản, thủy sản.

Từ tình trạng nhập siêu trước đây, từ năm 2012 đến nay, Việt Nam đã cân bằng được cán cân thương mại và đạt được thặng dư thương mại.

Việt Nam đã mở rộng thị trường xuất khẩu và nhập khẩu tới hầu hết các quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Các đối tác thương mại chính của Việt Nam bao gồm:

✓ Hoa Kỳ: nổi lên là một trong những thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, đặc biệt đối với các mặt hàng dệt may, giày dép, đồ điện tử.

✓ Trung Quốc: là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam về tổng kim ngạch và là nguồn cung cấp hàng hóa nhập khẩu lớn nhất, đặc biệt là nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị cho sản xuất trong nước.

✓ Hàn Quốc và Nhật Bản: duy trì là những đối tác quan trọng, cả về xuất khẩu và nhập khẩu, trong đó chủ yếu là các mặt hàng điện tử và máy móc.

✓ EU: là thị trường xuất khẩu lớn với nhiều mặt hàng nông sản, thủy sản, dệt may, giày dép.

✓ ASEAN: thương mại nội khối phát triển mạnh mẽ, với Thái Lan và Singapore, là các đối tác nhập khẩu lớn từ Việt Nam.

Tăng trưởng xuất khẩu trong nước vẫn phụ thuộc nhiều vào các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Giai đoạn 2021 - 2023, nền kinh tế chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19, xung đột địa chính trị và lạm phát toàn cầu, làm chậm tốc độ tăng trưởng thương mại thế giới, gây ra những khó khăn nhất định cho xuất nhập khẩu của Việt Nam. Theo giới chuyên gia nhận định, thương mại toàn cầu có xu hướng tăng trưởng trở lại, mở ra cơ hội cho Việt Nam tiếp tục đà phục hồi và phát triển trong những năm tới.

Việt Nam tiếp tục nỗ lực đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu, cải thiện giá trị gia tăng và tham gia sâu hơn vào các chuỗi giá trị toàn cầu để đảm bảo tăng trưởng bền vững.

Bảng 3: Kim ngạch xuất nhập khẩu theo quốc gia đối tác năm 2025

Đơn vị tính: USD	Xuất khẩu			Nhập khẩu			Tổng kim ngạch			Cán cân thương mại	
	XK 12T 2024	XK 12T 2025	Tăng trưởng	NK 12T 2024	NK 12T 2025	Tăng trưởng	XNK 12T 2024	XNK 12T 2025	Tăng trưởng	CCTM 12T 2024	CCTM 12T 2025
Việt Nam với Thế giới	405.935.431.340	475.059.570.223	17,0%	380.990.600.225	455.006.285.669	19,4%	786.926.031.565	930.065.855.892	18,2%	24.944.831.115	20.053.284.554
Cán cân thương mại	Xuất siêu	20.053.284.554									
Khu vực Âu - Mỹ	201.990.735.123	244.899.571.515	21,2%	48.314.812.978	54.077.539.695	11,9%	250.305.548.101	298.977.111.210	19,4%	153.675.922.145	190.822.031.820
<i>Tỉ trọng trên tổng kim ngạch</i>	49,8%	51,6%		12,7%	11,9%		31,8%	32,1%			
Khu vực Á - Phi	199.157.501.966	225.571.107.765	13,3%	324.925.198.148	389.387.275.859	19,8%	524.082.700.114	614.958.383.624	17,3%	125.767.696.182	163.816.168.094
<i>Tỉ trọng trên tổng kim ngạch</i>	49,1%	47,5%		85,3%	85,6%		66,6%	66,1%			
L. CÁC NƯỚC CHÂU ÂU	63.291.787.187	68.708.348.911	8,6%	21.722.103.735	23.282.286.129	7,2%	85.013.890.922	91.990.635.040	8,2%	41.569.683.452	45.426.062.782
<i>Tỉ trọng trên tổng kim ngạch</i>	15,6%	14,5%		5,7%	5,1%		10,8%	9,9%			
EU-27	51.746.062.191	56.176.163.569	8,6%	16.735.348.592	17.637.482.727	5,4%	68.481.410.783	73.813.646.296	7,8%	35.010.713.599	38.538.680.842

Nguồn: Cục Thống kê

Bảng 4: Kim ngạch xuất khẩu theo quốc gia đối tác năm 2025*Đơn vị: USD*

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Indonesia	6.194.435.293	5.736.015.653	-7,4
Thái Lan	7.808.461.931	8.796.883.187	12,7
Malaysia	5.065.975.304	5.327.624.316	5,2
Singapore	5.190.676.226	5.857.721.051	12,9
Campuchia	5.361.444.894	5.667.026.680	5,7
Philippines	6.189.682.783	5.402.073.720	-12,7
Lào	754.935.549	1.080.968.796	43,2
Myanmar	282.108.425	342.524.833	21,4
Brunei	142.557.737	187.530.538	31,5
Trung Quốc	61.371.310.225	70.453.719.171	14,8
Nhật Bản	24.608.370.912	26.766.021.827	8,8
Hàn Quốc	25.676.879.624	28.943.284.315	12,7
Hồng Kông (Trung Quốc)	12.423.972.280	17.557.156.268	41,3
U.A.E	5.619.882.633	5.912.614.003	5,2
Ấn Độ	9.061.689.729	10.351.049.218	14,2
Đài Loan (Trung Quốc)	5.622.197.403	6.657.839.046	18,4
Thổ Nhĩ Kỳ	1.930.227.867	1.811.922.281	-6,1
Bangladesh	977.732.377	1.028.357.205	5,2
Ả-rập Xê-út	1.610.651.411	2.097.285.598	30,2
Israel	794.555.110	865.115.218	8,9
Pakistan	522.107.494	622.260.221	19,2
I-rắc	327.521.183	384.932.571	17,5
Sri Lanka	215.523.637	258.854.906	20,1
Cô-oét	75.134.946	91.650.144	22
Timor Leste	18.201.217	17.995.005	-1,1
Armenia	490.942.763	562.415.379	14,6

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Đức	7.950.702.852	9.533.084.716	19,9
Hà Lan	12.991.294.035	13.478.374.248	3,7
Italy	4.942.716.120	5.298.458.043	7,2
Pháp	3.403.156.012	4.035.493.258	18,6
Ailen	1.009.428.300	768.271.850	-23,9
Áo	1.997.760.104	2.554.976.146	27,9
Tây Ban Nha	4.002.683.248	4.123.977.040	3
Bỉ	3.782.945.925	3.587.037.906	-5,2
Thụy Điển	1.045.433.214	1.310.599.422	25,4
Ba Lan	3.048.969.846	3.472.804.678	13,9
Bồ Đào Nha	539.899.187	540.882.003	0,2
Đan Mạch	444.446.340	426.533.637	-4
Slovakia	1.674.557.900	1.711.534.100	2,2
Slovenia	401.770.805	377.926.842	-5,9
Hy Lạp	391.986.370	465.537.233	18,8
Séc	1.817.703.578	2.044.397.124	12,5
Lát-vi-a	247.197.513	290.109.268	17,4
Lit-va	176.841.851	314.339.436	77,8
Lúc-xăm-bua	161.151.439	109.582.654	-32
Phần Lan	214.565.609	160.833.956	-25
Man-ta	22.877.846	17.047.462	-25,5
Rumani	378.363.797	404.004.840	6,8
Hung-ga-ri	705.240.859	808.655.110	14,7
Bun-ga-ri	187.002.214	147.904.340	-20,9
Síp	66.174.317	59.169.106	-10,6
Croatia	90.248.883	76.725.295	-15
Estonia	50.944.018	57.903.859	13,7
Anh	7.544.292.114	8.392.453.385	11,2
Nga	2.336.686.781	2.261.477.217	-3,2

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Thụy Sĩ	193.696.217	184.007.101	-5
Ukraine	67.832.616	93.176.656	37,4
Na-uy	136.784.040	214.498.119	56,8
Hoa Kỳ	119.523.001.470	153.178.815.358	28,2
Canada	6.371.327.035	7.529.672.990	18,2
Brazil	2.600.440.360	2.736.391.442	5,2
Mexico	5.465.337.221	7.031.804.276	28,7
Chile	1.378.627.688	1.425.633.331	3,4
Argentina	519.800.835	876.746.847	68,7
Colombia	642.332.801	853.495.247	32,9
Panama	390.614.582	462.548.152	18,4
Peru	443.505.273	513.441.502	15,8
Nam Phi	773.290.961	844.652.436	9,2
Ai Cập	472.558.686	574.744.246	21,6
Ghana	510.771.844	637.949.541	24,9
Algeria	192.257.035	536.915.426	179,3
Bờ biển Ngà	349.708.369	698.663.798	99,8
Nigeria	181.608.894	175.637.740	-3,3
Tanzania	71.671.893	79.111.588	10,4
Mozambique	114.971.960	112.894.462	-1,8
Angola	35.252.344	57.920.792	64,3
Senegal	43.904.255	103.600.364	136
Kenya	96.731.006	124.960.209	29,2
Togo	291.520.753	267.971.000	-8,1
Australia	6.447.903.453	6.811.120.429	5,6
New Zealand	686.892.699	710.585.792	3,4

Nguồn: Cục Thống kê

Bảng 5: Kim ngạch nhập khẩu từ các quốc gia đối tác năm 2025*Đơn vị: USD*

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Singapore	5.353.601.364	6.061.632.256	13,2
Thái Lan	12.452.442.667	13.281.919.962	6,7
Malaysia	9.069.889.486	11.004.092.336	21,3
Indonesia	10.517.004.228	11.519.106.439	9,5
Campuchia	4.780.118.827	5.661.990.359	18,4
Philippines	2.476.643.844	2.382.359.894	-3,8
Lào	1.497.072.058	1.906.756.953	27,4
Myanmar	291.831.038	249.252.816	-14,6
Brunei	526.895.618	526.150.549	-0,1
Trung Quốc	144.203.108.225	186.034.851.010	29
Hàn Quốc	55.987.800.082	60.544.573.451	8,1
Nhật Bản	21.622.233.459	24.677.413.863	14,1
Đài Loan (Trung Quốc)	22.746.097.266	33.026.721.936	45,2
Ấn Độ	5.832.214.850	6.112.949.670	4,8
Hồng Kông (Trung Quốc)	1.104.516.068	852.768.675	-22,8
Israel	2.452.157.082	2.763.134.057	12,7
Ả-rập Xê-út	1.463.613.861	1.227.445.175	-16,1
Thổ Nhĩ Kỳ	442.789.178	475.417.920	7,4
U.A.E	849.412.582	633.241.515	-25,4
Pakistan	327.665.821	203.241.761	-38
Qatar	579.754.766	330.252.353	-43
Cô-oét	7.252.187.267	6.339.599.819	-12,6
Bangladesh	123.654.311	128.972.191	4,3

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Kazakhstan	70.881.816	60.525.727	-14,6
Timor Leste	1.057.090	696.228	-
Đức	3.771.009.009	4.132.790.224	9,6
Italy	1.974.413.501	221.600.550	-88,8
Pháp	2.016.420.069	2.272.178.707	12,7
Áo	455.506.431	485.011.177	6,5
Hà Lan	784.137.397	825.183.781	5,2
Bỉ	671.876.891	777.971.872	15,8
Tây Ban Nha	717.893.942	824.760.724	14,9
Phần Lan	217.953.443	214.307.276	-1,7
Thụy Điển	425.770.298	516.920.817	21,4
Ai Len	3.662.770.677	3.291.246.993	-10,1
Ba Lan	387.737.747	472.792.094	21,9
Đan Mạch	231.905.503	294.433.435	27
Hung-ga-ri	226.005.322	241.036.646	6,7
Bồ Đào Nha	169.259.117	154.796.562	-8,5
Séc	229.688.006	263.546.132	14,7
Bun-ga-ri	76.010.727	77.507.335	2
Slovenia	108.027.018	107.788.787	-0,2
Slovakia	59.380.543	70.809.566	19,2
Síp	45.472.916	31.856.459	-29,9
Hy Lạp	112.505.294	121.781.495	8,2
Croatia	44.397.826	84.658.157	90,7
Man-ta	27.773.061	24.263.076	-12,6
Lít-va	30.134.114	38.423.387	27,5
Lát-vi-a	22.904.591	25.981.677	13,4
Lúc-xăm-bua	87.951.936	70.430.050	-19,9

Đối tác	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Estonia	22.896.408	19.160.664	-16,3
Rumani	155.546.807	152.968.522	-1,7
Nga	2.248.938.649	2.509.419.879	11,6
Thụy Sĩ	628.484.121	858.689.464	36,6
Na-uy	516.969.886	640.679.985	23,9
Belarus	31.847.386	54.162.611	70,1
Ukraine	474.628.801	8.444.199	-98,2
Anh	883.513.992	991.360.016	12,2
Iceland	4.423.476	10.067.454	127,6
Hoa Kỳ	15.102.011.820	19.287.515.421	27,7
Brazil	5.371.838.544	5.031.287.537	-6,3
Argentina	3.584.434.665	3.395.142.349	-5,3
Chile	326.544.852	353.793.276	8,3
Canada	863.868.554	1.068.814.831	23,7
Mexico	949.149.207	1.142.421.569	20,4
Peru	73.972.502	81.253.417	9,8
Nam Phi	946.210.419	477.613.298	-49,5
Bờ biển Ngà	878.975.007	1.284.856.477	46,2
Congo	441.506.232	666.119.182	50,9
Ghana	327.857.604	362.235.143	10,5
Nigeria	853.197.422	918.520.764	7,7
Tanzania	228.402.452	317.747.708	39,1
Cameroon	125.600.540	125.333.358	-0,2
Tunisia	14.487.681	1.761.727	-87,8
Australia	7.595.419.267	7.189.988.162	-5,3
New Zealand	604.423.984	784.409.133	29,8

Nguồn: Cục Thống kê

Bảng 6: Kim ngạch xuất khẩu theo nhóm/mặt hàng năm 2025*Đơn vị: Triệu USD*

	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Tổng kim ngạch xuất khẩu	405.935	475.060	17
Thủy sản	10.040	11.286	12,4
Rau quả	7.146	8.562	19,8
Hạt điều	4.343	5.229	20,4
Cà phê	5.620	8.924	58,8
Chè	256	238	-7,2
Hạt tiêu	1.315	1.661	26,3
Gạo	5.666	4.104	-27,6
Sắn và các sản phẩm từ sắn	1.156	1.269	9,8
Sắn	119	216	81,1
Cao su	3.419	3.329	-2,6
Than đá	161	157	-2,5
Dầu thô	1.728	1.394	-19,3
Xăng dầu các loại	1.914	942	-50,8
Quặng và khoáng sản khác	216	214	-0,7
Clanke và xi măng	1.137	1.375	20,8
Bánh kẹo và các SP từ ngũ cốc	1.232	1.290	4,8
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	1.038	1.438	38,5
Hóa chất	2.761	2.778	0,6
Sản phẩm hóa chất	2.709	2.913	7,5
Phân bón các loại	710	845	19
Chất dẻo nguyên liệu	2.631	2.347	-10,8
Sản phẩm chất dẻo	6.726	7.473	11,1
Sản phẩm từ cao su	1.226	1.417	15,6
Túi xách, vali, mũ, ô dù	4.252	4.615	8,5
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	804	900	11,9

	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Gỗ và sản phẩm gỗ	16.280	17.205	5,7
Sản phẩm gỗ	11.264	11.718	4
Giấy và sản phẩm từ giấy	2.098	2.126	1,3
Xơ, sợi dệt các loại	4.408	4.314	-2,1
Hàng dệt, may	37.040	39.642	7
Vải các loại	2.678	2.825	5,5
Vải mảnh, vải kỹ thuật khác	771	744	-3,6
Giày, dép các loại	22.875	24.204	5,8
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	2.229	2.433	9,1
Sản phẩm gốm, sứ	674	666	-1,3
Thủy tinh và các SP thủy tinh	1.186	1.458	23
Đá quý, kim loại quý và SP	637	673	5,6
Sắt thép các loại	9.078	6.627	-27
Sản phẩm từ sắt thép	4.594	5.474	19,2
Kim loại thường khác và sản phẩm	4.194	4.720	12,5
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	72.595	107.748	48,4
Điện thoại các loại và linh kiện	53.891	56.710	5,2
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	8.022	8.302	3,5
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	52.172	59.047	13,2
Dây điện và cáp điện	3.501	4.393	25,5
Phương tiện vận tải và phụ tùng	15.243	17.530	15
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	3.410	3.829	12,3
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	3.757	9.325	148,2
Hàng hóa khác	19.078	23.192	21,6

Nguồn: Cục Thống kê

Bảng 7: Kim ngạch nhập khẩu theo nhóm/mặt hàng năm 2025*Đơn vị: Triệu USD*

Mặt hàng/Nhóm mặt hàng	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Thủy sản	2.637	3.381	28,2
Hạt điều	3.226	4.492	39,3
Lúa mì	1.582	1.459	-7,8
Ngô	3.041	2.954	-2,9
Đậu tương	1.127	1.215	7,8
Sữa và sản phẩm từ sữa	1.129	1.437	27,3
Dầu, mỡ, động thực vật	1.391	1.637	17,7
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	4.898	4.583	-6,4
Nguyên, phụ liệu thuốc lá	506	498	-1,4
Quặng và khoáng sản khác	2.854	3.157	10,6
Than đá	7.619	6.552	-14
Dầu thô	8.116	7.743	-4,6
Xăng dầu các loại	7.887	6.820	-13,5
Khí đốt hoá lỏng	2.043	2.154	5,4
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	1.698	2.051	20,8
Hóa chất	8.285	8.086	-2,4
Sản phẩm hoá chất	7.740	8.114	4,8
Nguyên liệu dược phẩm	480	487	1,4
Dược phẩm	4.400	4.296	-2,4
Phân bón	1.733	2.195	26,6
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	949	993	4,6
Chất dẻo nguyên liệu	11.786	12.532	6,3
Sản phẩm từ chất dẻo	8.856	10.870	22,8
Cao su các loại	3.001	3.081	2,7

Mặt hàng/Nhóm mặt hàng	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Sản phẩm từ cao su	1.090	1.252	14,8
Gỗ và sản phẩm	2.760	3.225	16,9
Giấy các loại	2.243	2.473	10,2
Sản phẩm từ giấy	1.102	1.315	19,3
Bông các loại	2.887	2.880	-0,3
Xơ, sợi dệt các loại	2.716	2.850	4,9
Vải các loại	14.913	15.199	1,9
Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày	7.153	7.390	3,3
Thủy tinh và các sp từ thủy tinh	1.499	1.429	-4,7
Sắt thép các loại	12.584	11.213	-10,9
Sản phẩm từ thép	6.497	8.307	27,9
Kim loại thường khác	9.564	11.374	18,9
Sản phẩm từ kim loại thường khác	3.204	4.844	51,2
Máy tính, sp điện tử và l.kiện	107.119	150.697	40,7
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	48.897	61.027	24,8
Dây điện và dây cáp điện	3.405	4.551	33,7
Ô tô nguyên chiếc các loại (trừ xe dưới 9 chỗ)	469	667	42,1
Phương tiện vận tải khác và PT	1.655	1.734	4,8
Điện thoại các loại và linh kiện	10.404	11.259	8,2
Rau quả	2.427	3.015	24,2
Bánh kẹo và SP từ ngũ cốc	697	732	5
Chế phẩm thực phẩm khác	1.301	1.338	2,8
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	1.434	1.607	12,1
Phế liệu sắt thép	1.812	2.034	12,3

Mặt hàng/Nhóm mặt hàng	Năm 2024	Năm 2025	Tăng/giảm (%)
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	885	1.344	51,9
Ô tô nguyên chiếc dưới 9 chỗ	2.280	2.601	14,1
Linh kiện phụ tùng ô tô	4.884	5.933	21,5
Xe máy và linh kiện, phụ tùng xe gắn máy	643	764	18,9
Hàng điện gia dụng và linh kiện	2.239	2.474	10,5
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	2.208	2.573	16,5
Nhóm hàng hóa khác	23.036	26.122	13,4

Nguồn: Cục Thống kê

3. Các mặt hàng chủ lực

a. Xuất khẩu

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam năm 2025 bao gồm: các sản phẩm điện tử, máy tính và linh kiện (107,7 tỷ USD); điện thoại và linh kiện (56,7 tỷ USD); máy móc, thiết bị và phụ tùng (59 tỷ USD); hàng dệt may (39,6 tỷ USD); giày dép (24,2 tỷ USD); gỗ và sản phẩm từ gỗ (28,9 tỷ USD); hàng thủy sản (11,2 tỷ USD); rau quả (8,5 tỷ USD); cà phê (8,9 tỷ USD)... Nhóm hàng điện tử, máy tính và linh kiện giữ vị trí dẫn đầu trong khi ngành dệt may, giày dép, gỗ, thủy sản và rau quả cũng duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ.

b. Nhập khẩu

Các mặt hàng nhập khẩu chủ lực của Việt Nam năm 2025 bao gồm: than đá (6,5 tỷ USD); dầu thô (7,7 tỷ USD); xăng dầu (6,8 tỷ USD); hóa chất và sản phẩm từ hóa chất (16,1 tỷ USD); chất dẻo và sản phẩm từ chất dẻo (23,3 tỷ USD); vải các loại (15,1 tỷ USD); nguyên phụ liệu dệt may da giày (7,3 tỷ USD); kim loại thường (11,3 tỷ USD); sản phẩm thép (8,3 tỷ USD); máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (150 tỷ USD).

USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (61 tỷ USD);... Các mặt hàng này đóng vai trò thiết yếu, chủ yếu phục vụ cho hoạt động sản xuất, xuất khẩu và công nghiệp của đất nước.

Các mặt hàng nhập khẩu này chiếm phần lớn kim ngạch nhập khẩu, cho thấy Việt Nam phụ thuộc vào nguồn cung bên ngoài để đáp ứng nhu cầu sản xuất.

Nhập khẩu máy móc, thiết bị và nguyên liệu đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì và thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Bên cạnh các mặt hàng truyền thống, xu hướng nhập khẩu các thiết bị công nghệ xanh và sự thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu có thể định hình lại bức tranh nhập khẩu trong tương lai.

4. Các đối tác chính

Các đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam hiện nay, dựa trên số liệu năm 2024 và 2025 là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Hà Lan, Ấn Độ và Nhật Bản (Nguồn: Số liệu thương mại của Cục Thống kê).

Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam, với tổng kim ngạch thương mại hai chiều đạt gần 257 tỷ USD năm 2025, trong đó xuất khẩu đạt 70,4 tỷ USD, tăng 14,8% so với cùng kỳ năm 2024, nhập khẩu đạt 186 tỷ USD, tăng 29% so với cùng kỳ.

Hoa Kỳ là đối tác thương mại lớn thứ hai, với tổng kim ngạch đạt 172,3 tỷ USD, đồng thời là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu đạt 153,1 tỷ USD, tăng 28,2% so với cùng kỳ năm 2024, nhập khẩu đạt 19,2 tỷ USD, tăng 27,7% so với cùng kỳ.

Hàn Quốc là một trong những đối tác thương mại lớn tiếp theo, với tổng kim ngạch đạt 89 tỷ USD, với kim ngạch xuất khẩu đạt 28,9 tỷ USD, tăng 12,7% so với cùng kỳ năm 2024, nhập khẩu đạt 60,5 tỷ USD, tăng 8,1% so với cùng kỳ.

Nhật Bản cũng là một đối tác lớn và duy trì hợp tác hiệu quả trong nhiều cơ chế thương mại đa phương.

Các quốc gia khác trong khu vực ASEAN như Singapore, Thái Lan, Malaysia, và Indonesia cũng là những đối tác quan trọng, với quan hệ đối tác chiến lược toàn diện được tăng cường.

Bảng 8: Các đối tác có kim ngạch hai chiều với Việt Nam vượt 01 tỷ USD năm 2025

Tên đối tác	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tăng/giảm (%) so với năm 2024
Trung Quốc	256,4	24,8
Hoa Kỳ	172,4	18,1
Đức	13,6	16,6
Hà Lan	14,3	3,8
Ý	7,3	6,2
Pháp	6,3	16,4
Tây Ban Nha	4,94	4,8
Nga	4,77	4
Anh	9,38	11,3
Canada	8,59	18,8
Mexico	8,17	27,4
Argentina	4,27	4,1
Brazil	7,76	-2,6
Campuchia	11,33	11,7
Indonesia	17,2	3,3
Malaysia	16,33	15,5
Philippines	7,78	-10,2
Singapore	11,9	13
Thái Lan	22	9
Ấn Độ	16,46	10,5
Coét	6,43	-12,2
Ả rập Xê út	3,32	8,1
Thổ Nhĩ Kỳ	2,28	-3,6

Tên đối tác	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tăng/giảm (%) so với năm 2024
UAE	6,54	1,2
Hồng Kông (Trung Quốc)	18,4	36,1
Đài Loan (Trung Quốc)	39,6	39,9
Nhật Bản	51,4	11,3
Hàn Quốc	89,4	9,6
Bờ Biển Ngà	1,98	61,4
Ghana	1	19,3
Nam Phi	1,32	-23,1
Australia	14	-0,3
New Zealand	1,49	15,8
Bỉ	4,36	-2
Ba Lan	3,94	14,8
Áo	3	23,9

Nguồn: Cục Thống kê

Việt Nam cũng là thành viên tích cực của nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA) và các cơ chế hợp tác kinh tế - thương mại đa phương, qua đó góp phần mở rộng và đa dạng hóa mạng lưới đối tác ngoại thương, như: Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) và 17 hiệp định thương mại tự do đã ký kết và đang triển khai, trong đó có những FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP...

5. Vì sao nên chọn Việt Nam làm đối tác ngoại thương và đầu tư

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã trở thành một trong những địa điểm đầu tư hấp dẫn hàng đầu tại châu Á, đặc biệt đối với các nhà đầu tư nước ngoài.

Việc đầu tư tại Việt Nam đem lại nhiều lợi ích đáng kể, trong đó đặc biệt là những chính sách ưu đãi về thuế.

+ Ưu đãi thuế

Trước tiên, nhà đầu tư cần có những hiểu biết cơ bản về các loại thuế đối với hoạt động kinh doanh và đầu tư tại Việt Nam.

Đáng chú ý, nhà đầu tư có thể nhận được một số lợi thế về thuế, các dự án đầu tư mới có thể được hưởng các ưu đãi này tùy theo lĩnh vực ưu tiên, địa bàn đầu tư và quy mô dự án.

Khi nhà đầu tư tiến hành các dự án mở rộng sẽ được ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện cụ thể theo quy định.

+ Nền kinh tế tăng trưởng cao cộng với thị trường tiềm năng

Việt Nam là một thị trường năng động với tiềm năng to lớn. Bất chấp ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, Việt Nam vẫn chứng kiến tốc độ mở rộng ấn tượng, nổi bật trong số các nền kinh tế phát triển nhanh ở châu Á.

Tỷ lệ lạm phát của Việt Nam được duy trì trong tầm kiểm soát từ 3 - 4% là một kết quả tốt giúp ổn định giá cả thị trường trong nước. Với quy mô dân số hơn 100 triệu dân, Việt Nam nằm trong nhóm các quốc gia có dân số đông nhất thế giới. Việt Nam là thị trường tiêu dùng tiềm năng.

Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do, trong đó có nhiều FTA thế hệ mới đã tạo ra nhiều cơ hội lớn trong việc mở rộng thị trường và thu hút đầu tư.

+ Giá nhân công cạnh tranh

Nhà đầu tư nước ngoài muốn kinh doanh ở các quốc gia khác, chi phí lao động có thể là một trong những mối quan tâm, nhưng nếu đầu tư tại Việt Nam, giá nhân công khá thấp và cạnh tranh.

Việt Nam có lực lượng lao động trẻ và thị trường lớn, tiềm năng. Đáng chú ý, chi phí lương trung bình cạnh tranh hơn so với các nước láng giềng như Trung Quốc, Thái Lan, Singapore...

+ Chính phủ Việt Nam đã có những nỗ lực đáng kể để cải thiện khuôn khổ pháp lý, ưu tiên thu hút đầu tư nước ngoài.

Hệ thống quản lý tại Việt Nam được hỗ trợ bởi môi trường kinh doanh thông thoáng, chính sách đầu tư minh bạch và các ưu đãi dựa trên lợi nhuận cho doanh nghiệp. Luật Doanh nghiệp 2020 và Luật Đầu tư năm 2025 là những luật cơ bản điều chỉnh việc thành lập và hoạt động của các công ty tại Việt Nam.

Các luật này đã cắt giảm thủ tục hành chính, minh bạch hóa quản trị và mở rộng ưu đãi đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường bảo vệ nhà đầu tư và khuyến khích đổi mới sáng tạo. Việc cải thiện cơ chế quản lý của Việt Nam đã góp phần nâng cao thứ hạng của Việt Nam trên trường quốc tế.

+ Vị trí chiến lược

Việt Nam có vị trí chiến lược, nằm ở trung tâm Đông Nam Á, phía Bắc giáp Trung Quốc, phía Tây giáp Lào và Campuchia, phía Đông và Nam giáp biển Đông và vịnh Thái Lan. Việt Nam là cầu nối giữa các nền kinh tế phát triển năng động tại Đông Bắc Á, Đông Nam Á, châu Á - Thái Bình Dương, thuận lợi giao thông, vận tải logistics và kết nối kinh tế, thuận lợi cho Việt Nam trong vận chuyển và thương mại quốc tế.

Việt Nam cũng được hưởng lợi từ sự chuyển dịch và tái cấu trúc chuỗi cung ứng, trong đó có sự dịch chuyển một phần sản xuất từ Trung Quốc với lợi thế nằm gần trung tâm sản xuất và thương mại miền Nam Trung Quốc - một trong những trung tâm lớn của thế giới. Nhờ vậy, Việt Nam đã trở thành điểm đến hấp dẫn cho các nhà đầu tư muốn tiếp cận chuỗi cung ứng từ Trung Quốc.

+ Các hiệp định thương mại tự do (FTA):

Trong nền kinh tế toàn cầu, Việt Nam đã tích cực tham gia các hiệp định thương mại tự do. Việt Nam đã ký 17 hiệp định FTA với một số đối tác thương mại chính, xây dựng quan hệ ngoại giao với 194 quốc gia trên toàn thế giới. Các FTA này đã và đang tạo động lực mạnh mẽ cho các nhà đầu tư nước ngoài tham gia vào thị trường Việt Nam.

6. Thông quan hàng hóa

Khoản 21, Điều 4 Văn bản hợp nhất số 95/VBHN-VPQH hợp nhất Luật Hải quan năm 2025, theo đó, thông quan là việc thực hiện các thủ tục hải quan để hàng hóa được xuất khẩu, nhập khẩu hoặc đặt dưới chế độ nghiệp vụ hải quan khác. Đây là một bước quan trọng không thể thiếu trong quá trình xuất nhập khẩu hàng hóa. Nhà xuất, nhập khẩu sau khi mở tờ khai hải quan, được phân luồng tờ khai thì sẽ tiến hành đóng thuế và thông quan hàng hóa.

Thông quan hàng hóa là nghĩa vụ mà nhà xuất/nhập khẩu hàng hóa phải thông báo cho chính phủ của quốc gia nhận vận chuyển hoặc xuất đi biết. Việc thông quan hàng hóa là công việc bắt buộc phải làm khi thực hiện giao dịch hàng hóa quốc tế.

a. Các trường hợp thông quan hàng hóa

Hàng hóa được thông quan sau khi đã hoàn thành thủ tục hải quan.

Trường hợp người khai hải quan đã hoàn thành thủ tục hải quan nhưng chưa nộp, nộp chưa đủ số thuế phải nộp trong thời hạn quy định thì hàng hóa được thông quan khi được tổ chức tín dụng bảo lãnh về số tiền thuế phải nộp hoặc được áp dụng thời hạn nộp thuế theo quy định của pháp luật về thuế.

Trường hợp chủ hàng hóa bị xử phạt vi phạm hành chính về hải quan bằng hình thức phạt tiền và hàng hóa đó được phép xuất khẩu, nhập khẩu thì hàng hóa có thể được thông quan nếu đã nộp phạt hoặc được tổ chức tín dụng bảo lãnh về số tiền phải nộp để thực hiện quyết định xử phạt của cơ quan hải quan hoặc cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Đối với hàng hóa phải kiểm tra, phân tích, giám định để xác định có đủ điều kiện được xuất khẩu, nhập khẩu, cơ quan hải quan chỉ thực hiện thông quan hàng hóa sau khi xác định hàng hóa được xuất khẩu, nhập khẩu trên cơ sở kết luận kiểm tra, phân tích, giám định hoặc thông báo miễn kiểm tra của cơ quan kiểm tra chuyên ngành theo quy định của pháp luật.

Hàng hóa phục vụ yêu cầu khẩn cấp; hàng hóa chuyên dùng phục vụ an ninh, quốc phòng; túi ngoại giao, túi lãnh sự, hành lý của cơ quan, tổ chức, cá nhân được hưởng quyền ưu đãi, miễn trừ được thông quan theo quy định tại Điều 50 và Điều 57 của Luật Hải quan.

b. Các bước cơ bản trong quy trình thông quan hàng hóa xuất nhập khẩu

Hàng hóa, phương tiện vận tải phải được làm thủ tục hải quan, chịu sự kiểm tra, giám sát hải quan; vận chuyển đúng tuyến đường, đúng thời gian qua cửa khẩu hoặc các địa điểm khác theo quy định của pháp luật.

Kiểm tra, giám sát hải quan được thực hiện trên cơ sở áp dụng quản lý rủi ro nhằm bảo đảm hiệu quả, hiệu lực quản lý nhà nước về hải quan và tạo thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh.

Hàng hóa được thông quan, phương tiện vận tải được xuất cảnh, nhập cảnh sau khi đã hoàn thành thủ tục hải quan.

Thủ tục hải quan phải được thực hiện công khai, nhanh chóng, thuận tiện và theo đúng quy định của pháp luật.

Việc bố trí nhân lực, thời gian làm việc phải đáp ứng yêu cầu hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh.

✓ Bước 1: Xác định loại hàng nhập khẩu: Nếu là loại thông thường thì không cần lưu ý gì tuy nhiên, nếu hàng hóa bạn định nhập khẩu thuộc loại phải công bố hợp chuẩn hợp quy thì cá nhân/doanh nghiệp phải làm thủ tục công bố hợp quy trước khi hàng cập bến cảng.

✓ Bước 2: Kiểm tra bộ hồ sơ chứng từ hàng hóa. Doanh nghiệp cần chuẩn bị gồm có: Hợp đồng thương mại (Sale Contract), phiếu đóng gói hàng hóa (Packing List), giấy chứng nhận xuất xứ lô hàng (C/O), vận đơn lô hàng (Bill of Lading), hóa đơn thương mại (Commercial Invoice).

✓ Bước 3: Khai tờ khai hải quan và truyền đi. Sau khi nhận được giấy báo hàng, doanh nghiệp cần khai tờ khai hải quan và truyền đi, hệ thống sẽ tự động cấp số nếu thông tin đầy đủ và chính xác.

✓ Bước 4: Lấy lệnh giao hàng. Để lấy được lệnh giao hàng, doanh nghiệp cần chuẩn bị đủ bộ hồ sơ sau: bản sao căn cước, bản sao vận đơn và bản gốc vận đơn có con dấu.

✓ Bước 5: Chuẩn bị bộ hồ sơ hải quan. Sau khi doanh nghiệp truyền tờ khai hải quan đi, hệ thống sẽ tự phân luồng hàng hóa thành luồng xanh (doanh nghiệp in tờ khai và đóng thuế), đỏ (hàng bị kiểm hóa) hoặc vàng (đơn vị hải quan kiểm tra hồ sơ giấy của lô hàng).

✓ Bước 6: Hoàn tất nghĩa vụ thuế và thủ tục hải quan. Doanh nghiệp phải nộp hai loại thuế là thuế VAT và thuế nhập khẩu, ngoài ra, còn tùy vào loại hàng hóa nhập khẩu mà có thể sẽ nộp thêm thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) và thuế môi trường.

✓ Bước 7: Vận chuyển hàng hóa về kho và bảo quản.

c. Hồ sơ hải quan

Hồ sơ hải quan cơ bản gồm:

+ Tờ khai hải quan hoặc chứng từ thay thế tờ khai hải quan;

+ Chứng từ có liên quan.

Tùy từng trường hợp, người khai hải quan phải nộp hoặc xuất trình hợp đồng mua bán hàng hóa, hóa đơn thương mại, chứng từ vận tải, chứng từ chứng nhận xuất xứ hàng hóa, giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu, văn bản thông báo kết quả kiểm tra hoặc miễn kiểm tra chuyên ngành, các chứng từ liên quan đến hàng hóa theo quy định của pháp luật có liên quan.

Chứng từ thuộc hồ sơ hải quan là chứng từ giấy hoặc chứng từ điện tử. Chứng từ điện tử phải bảo đảm tính toàn vẹn và khuôn dạng theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử.

d. Khai hải quan

Người khai hải quan phải khai đầy đủ, chính xác, rõ ràng các tiêu chí thông tin tờ khai hải quan.

Khai hải quan được thực hiện theo phương thức điện tử, trừ trường hợp người khai hải quan được khai trên tờ khai hải quan giấy theo quy định của Chính phủ.

Tờ khai hải quan đã đăng ký có giá trị làm thủ tục hải quan. Chính sách quản lý hàng hóa, chính sách thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được áp dụng tại thời điểm đăng ký tờ khai hải quan, trừ trường hợp pháp luật về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu có quy định khác.

Người khai hải quan xác định có sai sót trong việc khai hải quan được thực hiện khai bổ sung trong các trường hợp sau:

Đối với hàng hóa đang làm thủ tục hải quan: trước thời điểm cơ quan hải quan thông báo việc kiểm tra trực tiếp hồ sơ hải quan.

Đối với hàng hóa đã được thông quan: trong thời hạn 60 ngày kể từ ngày thông quan và trước thời điểm cơ quan hải quan quyết định kiểm tra sau thông quan, thanh tra, trừ trường hợp nội dung khai bổ sung liên quan đến giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu; kiểm tra chuyên ngành về chất lượng hàng hóa, y tế, văn hóa, kiểm dịch động vật, thực vật, an toàn thực phẩm.

Quá thời hạn quy định tại điểm a và điểm b khoản này, người khai hải quan mới phát hiện sai sót trong việc khai hải quan thì thực hiện khai bổ sung và xử lý theo quy định của pháp luật về thuế, pháp luật về xử lý vi phạm hành chính.

Người khai hải quan được nộp tờ khai hải quan chưa hoàn chỉnh hoặc chứng từ thay thế tờ khai hải quan để thông quan và hoàn chỉnh tờ

khai hải quan trong thời hạn quy định tại Điều 43 và Điều 50 của Luật này, khai một lần để xuất khẩu, nhập khẩu nhiều lần trong một thời gian nhất định đối với mặt hàng nhất định.

Hàng hóa đang được làm thủ tục hải quan hoặc đã hoàn thành thủ tục hải quan nhưng vẫn đang chịu sự giám sát hải quan, người khai hải quan được thay đổi loại hình xuất khẩu, nhập khẩu theo quy định của pháp luật về hải quan.

Phương thức đăng ký tờ khai hải quan được quy định như sau:

Tờ khai hải quan điện tử được đăng ký theo phương thức điện tử;

Tờ khai hải quan giấy được đăng ký trực tiếp tại cơ quan hải quan.

Tờ khai hải quan được đăng ký sau khi cơ quan hải quan chấp nhận việc khai của người khai hải quan. Thời điểm đăng ký được ghi trên tờ khai hải quan.

Trường hợp không chấp nhận đăng ký tờ khai hải quan, cơ quan hải quan thông báo lý do bằng văn bản giấy hoặc qua phương thức điện tử cho người khai hải quan biết.

7. Các loại thuế

+ Thuế giá trị gia tăng (VAT)

Thuế giá trị gia tăng là thuế tính trên giá trị tăng thêm của hàng hóa, dịch vụ phát sinh trong quá trình từ sản xuất, lưu thông đến tiêu dùng. Hàng hóa, dịch vụ sử dụng cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng ở Việt Nam là đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng.

Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam mua dịch vụ (kể cả trường hợp mua dịch vụ gắn với hàng hóa) của tổ chức nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam, cá nhân ở nước ngoài là đối tượng không cư trú tại Việt Nam; tổ chức sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam mua hàng hóa, dịch vụ để tiến hành hoạt động tìm kiếm thăm dò, phát triển mỏ dầu khí và khai thác dầu khí của tổ chức nước ngoài

không có cơ sở thường trú tại Việt Nam, cá nhân ở nước ngoài là đối tượng không cư trú tại Việt Nam.

Nhà cung cấp nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam có hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số với tổ chức, cá nhân tại Việt Nam; tổ chức là nhà quản lý nền tảng số nước ngoài thực hiện khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế phải nộp của nhà cung cấp nước ngoài; tổ chức kinh doanh tại Việt Nam áp dụng phương pháp tính thuế giá trị gia tăng là phương pháp khấu trừ thuế mua dịch vụ của nhà cung cấp nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam thông qua kênh thương mại điện tử hoặc các nền tảng số thực hiện khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế phải nộp của nhà cung cấp nước ngoài.

Tổ chức là nhà quản lý sàn giao dịch thương mại điện tử, nhà quản lý nền tảng số có chức năng thanh toán thực hiện khấu trừ, nộp thuế thay, kê khai số thuế đã khấu trừ cho hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh trên sàn thương mại điện tử, nền tảng số. (Nguồn: Luật Thuế VAT).

+ Thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB)

Căn cứ tính thuế tiêu thụ đặc biệt là giá tính thuế của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế và thuế suất. Số thuế tiêu thụ đặc biệt phải nộp bằng giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt nhân với thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt.

Giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt đối với hàng hoá, dịch vụ là giá bán ra, giá cung ứng dịch vụ chưa có thuế tiêu thụ đặc biệt và chưa có thuế giá trị gia tăng được quy định như sau:

- Đối với hàng hóa sản xuất trong nước là giá do cơ sở sản xuất bán ra.

- Đối với hàng hóa nhập khẩu là giá tính thuế nhập khẩu cộng với thuế nhập khẩu. Trường hợp hàng hóa nhập khẩu được miễn, giảm thuế nhập khẩu thì giá tính thuế không bao gồm số thuế nhập khẩu được miễn, giảm.

- Đối với hàng hóa gia công là giá tính thuế của hàng hóa bán ra của cơ sở gia công hoặc giá bán của sản phẩm cùng loại hoặc tương đương tại cùng thời điểm bán hàng.

- Đối với hàng hóa bán theo phương thức trả góp, trả chậm là giá bán theo phương thức bán trả tiền một lần của hàng hóa đó không bao gồm khoản lãi trả góp, lãi trả chậm.

- Đối với dịch vụ là giá cung ứng dịch vụ của cơ sở kinh doanh. Giá cung ứng dịch vụ đối với một số trường hợp được quy định như sau:

✓ Đối với kinh doanh gôn là giá bán thẻ hội viên, giá bán vé chơi gôn bao gồm cả tiền phí chơi gôn và tiền ký quỹ (nếu có).

✓ Đối với kinh doanh ca-si-nô, trò chơi điện tử có thưởng, kinh doanh đặt cược là doanh thu từ hoạt động này trừ số tiền đã trả thưởng cho khách.

✓ Đối với kinh doanh vũ trường, mát-xa, ka-ra-ô-kê là doanh thu của các hoạt động kinh doanh trong vũ trường, cơ sở kinh doanh mát-xa, ka-ra-ô-kê.

- Đối với hàng hóa, dịch vụ dùng để trao đổi hoặc tiêu dùng nội bộ, biếu, tặng cho là giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt của hàng hóa, dịch vụ cùng loại hoặc tương đương tại thời điểm phát sinh các hoạt động này.

- Giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt đối với hàng hóa, dịch vụ quy định tại Điều này bao gồm cả khoản thu thêm, được thu (nếu có) mà cơ sở kinh doanh được hưởng.

- Giá tính thuế được tính bằng Đồng Việt Nam. Trường hợp người nộp thuế có doanh thu bằng ngoại tệ thì phải quy đổi ngoại tệ ra Đồng Việt Nam theo tỷ giá giao dịch bình quân trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng do Ngân hàng nhà nước Việt Nam công bố tại thời điểm phát sinh doanh thu để xác định giá tính thuế. (Nguồn: Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt).

+ Thuế xuất nhập khẩu (XNK)

Đối tượng chịu thuế

- ✓ Hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu qua cửa khẩu, biên giới Việt Nam.
- ✓ Hàng hóa xuất khẩu từ thị trường trong nước vào khu phi thuế quan, hàng hóa nhập khẩu từ khu phi thuế quan vào thị trường trong nước.
- ✓ Hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu tại chỗ và hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu của doanh nghiệp thực hiện quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu, quyền phân phối.

Đối tượng chịu thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu không áp dụng đối với các trường hợp sau:

- ✓ Hàng hóa quá cảnh, chuyển khẩu, trung chuyển;
- ✓ Hàng hóa viện trợ nhân đạo, hàng hóa viện trợ không hoàn lại;
- ✓ Hàng hóa xuất khẩu từ khu phi thuế quan ra nước ngoài; hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài vào khu phi thuế quan và chỉ sử dụng trong khu phi thuế quan; hàng hóa chuyển từ khu phi thuế quan này sang khu phi thuế quan khác;
- ✓ Phân dầu khí được dùng để trả thuế tài nguyên cho Nhà nước khi xuất khẩu.

Người nộp thuế

- ✓ Chủ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.
- ✓ Tổ chức nhận ủy thác xuất khẩu, nhập khẩu.
- ✓ Người xuất cảnh, nhập cảnh có hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, gửi hoặc nhận hàng hóa qua cửa khẩu, biên giới Việt Nam.

Người được ủy quyền, bảo lãnh và nộp thuế thay cho người nộp thuế, bao gồm:

✓ Đại lý làm thủ tục hải quan trong trường hợp được người nộp thuế ủy quyền nộp thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu;

✓ Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ bưu chính, dịch vụ chuyên phát nhanh quốc tế trong trường hợp nộp thuế thay cho người nộp thuế;

✓ Tổ chức tín dụng hoặc tổ chức khác hoạt động theo quy định của Luật các tổ chức tín dụng trong trường hợp bảo lãnh, nộp thuế thay cho người nộp thuế;

✓ Người được chủ hàng hóa ủy quyền trong trường hợp hàng hóa là quà biếu, quà tặng của cá nhân; hành lý gửi trước, gửi sau chuyến đi của người xuất cảnh, nhập cảnh;

✓ Chi nhánh của doanh nghiệp được ủy quyền nộp thuế thay cho doanh nghiệp;

✓ Người khác được ủy quyền nộp thuế thay cho người nộp thuế theo quy định của pháp luật.

Người thu mua, vận chuyển hàng hóa trong định mức miễn thuế của cư dân biên giới nhưng không sử dụng cho sản xuất, tiêu dùng mà đem bán tại thị trường trong nước và thương nhân nước ngoài được phép kinh doanh hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu ở chợ biên giới theo quy định của pháp luật.

Người có hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu thuộc đối tượng không chịu thuế, miễn thuế nhưng sau đó có sự thay đổi và chuyển sang đối tượng chịu thuế theo quy định của pháp luật.

Trường hợp khác theo quy định của pháp luật. (Nguồn: Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu).

+ Thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN)

Người nộp thuế thu nhập doanh nghiệp là tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có thu nhập chịu thuế theo quy định của Luật này (sau đây gọi là doanh nghiệp), bao gồm:

- ✓ Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam;
- ✓ Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật nước ngoài (sau đây gọi là doanh nghiệp nước ngoài) có cơ sở thường trú hoặc không có cơ sở thường trú tại Việt Nam;
- ✓ Hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã được thành lập theo quy định của Luật Hợp tác xã;
- ✓ Đơn vị sự nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam;
- ✓ Tổ chức khác có hoạt động sản xuất, kinh doanh có thu nhập.

Doanh nghiệp có thu nhập chịu thuế quy định tại Điều 3 của Luật này phải nộp thuế thu nhập doanh nghiệp như sau:

- ✓ Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam nộp thuế đối với thu nhập chịu thuế phát sinh tại Việt Nam và thu nhập chịu thuế phát sinh ngoài Việt Nam;
- ✓ Doanh nghiệp nước ngoài có cơ sở thường trú tại Việt Nam nộp thuế đối với thu nhập chịu thuế phát sinh tại Việt Nam và thu nhập chịu thuế phát sinh ngoài Việt Nam liên quan đến hoạt động của cơ sở thường trú đó;
- ✓ Doanh nghiệp nước ngoài có cơ sở thường trú tại Việt Nam nộp thuế đối với thu nhập chịu thuế phát sinh tại Việt Nam mà khoản thu nhập này không liên quan đến hoạt động của cơ sở thường trú;

Doanh nghiệp nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam, bao gồm cả các doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số, nộp thuế đối với thu nhập chịu thuế phát sinh tại Việt Nam.

Cơ sở thường trú của doanh nghiệp nước ngoài là cơ sở sản xuất, kinh doanh mà thông qua cơ sở này, doanh nghiệp nước ngoài tiến hành

một phần hoặc toàn bộ hoạt động sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam, bao gồm:

✓ Chi nhánh, văn phòng điều hành, nhà máy, công xưởng, phương tiện vận tải, mỏ dầu, mỏ khí, mỏ hoặc địa điểm khai thác tài nguyên thiên nhiên khác tại Việt Nam;

✓ Địa điểm xây dựng, công trình xây dựng, lắp đặt, lắp ráp;

✓ Cơ sở cung cấp dịch vụ, bao gồm cả dịch vụ tư vấn thông qua người làm công hoặc tổ chức, cá nhân khác;

✓ Đại lý cho doanh nghiệp nước ngoài;

✓ Đại diện tại Việt Nam trong trường hợp là đại diện có thẩm quyền ký kết hợp đồng đứng tên doanh nghiệp nước ngoài hoặc đại diện không có thẩm quyền ký kết hợp đồng đứng tên doanh nghiệp nước ngoài nhưng thường xuyên thực hiện việc giao hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ tại Việt Nam;

✓ Nền tảng thương mại điện tử, nền tảng số mà thông qua đó doanh nghiệp nước ngoài tiến hành cung cấp hàng hóa, dịch vụ tại Việt Nam.

Thu nhập chịu thuế

Thu nhập chịu thuế thu nhập doanh nghiệp bao gồm thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và thu nhập khác quy định tại khoản 2 Điều này.

Thu nhập khác bao gồm:

✓ Thu nhập từ chuyển nhượng vốn, chuyển nhượng quyền góp vốn, chuyển nhượng chứng khoán;

✓ Thu nhập từ chuyển nhượng bất động sản, trừ thu nhập từ chuyển nhượng bất động sản của doanh nghiệp kinh doanh bất động sản;

✓ Thu nhập từ chuyển nhượng dự án đầu tư, chuyển nhượng quyền tham gia dự án đầu tư, chuyển nhượng quyền thăm dò, khai thác, chế biến khoáng sản;

✓ Thu nhập từ chuyển nhượng, cho thuê, thanh lý tài sản, trong đó có các loại giấy tờ có giá, trừ bất động sản;

✓ Thu nhập từ quyền sử dụng, quyền sở hữu tài sản, bao gồm cả thu nhập từ quyền sở hữu trí tuệ, chuyển giao công nghệ;

✓ Thu nhập từ lãi tiền gửi, lãi cho vay vốn, bán ngoại tệ, trừ thu nhập từ hoạt động tín dụng của tổ chức tín dụng;

✓ Khoản trích trước vào chi phí nhưng không sử dụng hoặc sử dụng không hết mà doanh nghiệp không hạch toán điều chỉnh giảm chi phí được trừ; khoản nợ khó đòi đã xóa nay đòi được; khoản nợ phải trả không xác định được chủ nợ; khoản thu nhập từ kinh doanh của những năm trước bị bỏ sót nay phát hiện ra;

✓ Chênh lệch giữa thu về tiền phạt, tiền bồi thường do vi phạm hợp đồng kinh tế hoặc thưởng do thực hiện tốt cam kết theo hợp đồng;

✓ Các khoản tài trợ, tặng cho bằng tiền hoặc hiện vật nhận được;

✓ Chênh lệch do đánh giá lại tài sản theo quy định của pháp luật để góp vốn, điều chuyển khi sáp nhập, hợp nhất, chia, tách, chuyển đổi chủ sở hữu, chuyển đổi loại hình doanh nghiệp;

✓ Thu nhập từ hợp đồng hợp tác kinh doanh;

✓ Thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh ở nước ngoài;

✓ Thu nhập của đơn vị sự nghiệp công lập đối với các hoạt động cho thuê tài sản công;

✓ Các khoản thu nhập khác, trừ các khoản thu nhập được miễn thuế quy định tại Điều 4 của Luật thuế thu nhập doanh nghiệp.

Doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ở nước ngoài có phát sinh thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh tại nước ngoài trong kỳ tính thuế được trừ số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp theo quy định của nước tiếp nhận đầu tư vào số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp ở Việt Nam, nhưng không được vượt quá số thuế thu nhập doanh nghiệp tính theo quy định của pháp luật về thuế thu nhập doanh nghiệp của Việt Nam.

Doanh nghiệp phải nộp thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung về tổng hợp thu nhập chịu thuế tối thiểu (IIR) theo quy định của pháp luật thì thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung phải nộp được trừ vào số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp tại Việt Nam theo quy định của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp. (Nguồn: Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp).

+ Thuế thu nhập cá nhân (TNCN)

Người nộp thuế

Người nộp thuế thu nhập cá nhân là cá nhân cư trú có thu nhập chịu thuế quy định tại Điều 3 của Luật này phát sinh trong và ngoài lãnh thổ Việt Nam và cá nhân không cư trú có thu nhập chịu thuế quy định tại Điều 3 của Luật Thuế thu nhập cá nhân phát sinh trong lãnh thổ Việt Nam.

Cá nhân cư trú là người đáp ứng một trong các điều kiện sau đây:

✓ Có mặt tại Việt Nam từ 183 ngày trở lên tính trong 01 năm dương lịch hoặc tính theo 12 tháng liên tục kể từ ngày đầu tiên có mặt tại Việt Nam;

✓ Có nơi ở thường xuyên tại Việt Nam, bao gồm có nơi ở đăng ký thường trú hoặc có nhà thuê để ở tại Việt Nam theo hợp đồng thuê có thời hạn.

Cá nhân không cư trú là người không đáp ứng điều kiện quy định tại khoản 2 Điều này.

Thu nhập chịu thuế

Thu nhập chịu thuế thu nhập cá nhân gồm các loại thu nhập sau đây, trừ thu nhập được miễn thuế quy định tại Điều 4 của Luật này:

- Thu nhập từ kinh doanh, bao gồm:

- ✓ Thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hoá, dịch vụ;
- ✓ Thu nhập từ hoạt động hành nghề độc lập của cá nhân có giấy phép hoặc chứng chỉ hành nghề theo quy định của pháp luật;
- ✓ Thu nhập từ hoạt động đại lý, môi giới, hợp tác kinh doanh với tổ chức;
- ✓ Thu nhập từ hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số.

- Thu nhập từ tiền lương, tiền công, bao gồm:

- ✓ Tiền lương, tiền công và các khoản có tính chất tiền lương, tiền công;
- ✓ Tiền thù lao, các khoản lợi ích bằng tiền hoặc không bằng tiền dưới mọi hình thức;

✓ Các khoản phụ cấp, trợ cấp, thu nhập khác trừ các khoản: phụ cấp, trợ cấp theo quy định của pháp luật về ưu đãi người có công; phụ cấp quốc phòng, an ninh; phụ cấp độc hại, nguy hiểm đối với ngành, nghề hoặc công việc ở nơi làm việc có yếu tố độc hại, nguy hiểm; phụ cấp thu hút, phụ cấp khu vực theo quy định của pháp luật; phụ cấp, trợ cấp, sinh hoạt phí do cơ quan Việt Nam ở nước ngoài chi trả; trợ cấp khó khăn đột xuất, trợ cấp tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, trợ cấp một lần khi sinh con hoặc nhận nuôi con nuôi, trợ cấp do suy giảm khả năng lao động, trợ cấp hưu trí một lần, trợ cấp tuất hàng tháng và các khoản trợ cấp khác theo quy định của pháp luật về bảo hiểm xã hội; trợ cấp thôi việc, trợ cấp mất việc làm; trợ cấp mang tính chất bảo trợ xã hội và các khoản phụ cấp, trợ cấp, thu nhập khác không mang tính chất tiền lương, tiền công do Chính phủ quy định. (Nguồn: Luật thuế thu nhập cá nhân).

+ Thuế tài nguyên

Đối tượng chịu thuế

- ✓ Khoáng sản kim loại.
- ✓ Khoáng sản không kim loại.
- ✓ Dầu thô.
- ✓ Khí thiên nhiên, khí than.
- ✓ Sản phẩm của rừng tự nhiên, trừ động vật.
- ✓ Hải sản tự nhiên, bao gồm động vật và thực vật biển.
- ✓ Nước thiên nhiên, bao gồm nước mặt và nước dưới đất.
- ✓ Yên sào thiên nhiên.
- ✓ Tài nguyên khác do Ủy ban thường vụ Quốc hội quy định.

Người nộp thuế

✓ Người nộp thuế tài nguyên là tổ chức, cá nhân khai thác tài nguyên thuộc đối tượng chịu thuế tài nguyên.

✓ Người nộp thuế tài nguyên trong một số trường hợp được quy định cụ thể như sau:

✓ Doanh nghiệp khai thác tài nguyên được thành lập trên cơ sở liên doanh thì doanh nghiệp liên doanh là người nộp thuế;

✓ Bên Việt Nam và bên nước ngoài tham gia hợp đồng hợp tác kinh doanh khai thác tài nguyên thì trách nhiệm nộp thuế của các bên phải được xác định cụ thể trong hợp đồng hợp tác kinh doanh;

✓ Tổ chức, cá nhân khai thác tài nguyên nhỏ, lẻ bán cho tổ chức, cá nhân làm đầu mối thu mua và tổ chức, cá nhân làm đầu mối thu mua cam kết chấp thuận bằng văn bản về việc kê khai, nộp thuế thay cho tổ chức, cá nhân khai thác thì tổ chức, cá nhân làm đầu mối thu mua là người nộp thuế. (Nguồn: Luật Thuế tài nguyên).

+ Thuế nhà đất

Đất là tài sản của quốc gia. Tất cả các tổ chức, cá nhân thuê quyền sử dụng đất của Nhà Nước đều phải nộp tiền thuê đất theo quy định. Mức thuế sử dụng đất căn cứ theo khung giá quy định của Nhà Nước.

Thuế nhà, đất là thuế thu đối với nhà và đối với đất ở, đất xây dựng công trình.

Trong tình hình hiện nay, tạm thời chưa thu thuế nhà và chưa quy định về thuế nhà.

Tổ chức, cá nhân có quyền sử dụng đất ở, đất xây dựng công trình là đối tượng nộp thuế đất quy định tại Pháp lệnh này.

Trong trường hợp còn có sự tranh chấp hoặc chưa xác định được quyền sử dụng đất, thì tổ chức, cá nhân đang trực tiếp sử dụng đất là đối tượng nộp thuế đất.

Trường hợp bên Việt Nam tham gia xí nghiệp liên doanh được Nhà nước cho góp vốn pháp định bằng quyền sử dụng đất theo quy định tại Điều 7 của Luật đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, thì tổ chức hoặc người đại diện cho bên Việt Nam dùng đất để góp vốn theo hợp đồng đã ký kết là đối tượng nộp thuế đất.

Không thu thuế đất đối với:

✓ Đất sử dụng vì lợi ích công cộng, phúc lợi xã hội hoặc từ thiện không vì mục đích kinh doanh.

✓ Đất chuyên dùng vào việc thờ cúng của các tôn giáo, các tổ chức không vì mục đích kinh doanh hoặc để ở.

Cơ quan ngoại giao, tổ chức quốc tế, cá nhân nước ngoài sử dụng đất ở, đất xây dựng công trình nộp thuế đất theo Pháp lệnh này, trừ trường hợp điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia có quy định khác. (Nguồn: Pháp lệnh về thuế nhà đất).

+ Lệ phí trước bạ

Đối tượng chịu lệ phí trước bạ

- ✓ Nhà, đất.
- ✓ Súng săn; súng dùng để tập luyện, thi đấu thể thao.
- ✓ Tàu theo quy định của pháp luật về giao thông đường thủy nội địa và pháp luật về hàng hải (sau đây gọi là tàu thủy), kể cả sà lan, ca nô, tàu kéo, tàu đẩy, tàu ngầm, tàu lặn; trừ ụ nổi, kho chứa nổi và giàn di động.
- ✓ Thuyền, kể cả du thuyền.
- ✓ Tàu bay.
- ✓ Xe mô tô hai bánh, xe mô tô ba bánh, xe gắn máy, các loại xe tương tự xe mô tô, xe gắn máy phải đăng ký và gắn biển số do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp (sau đây gọi chung là xe máy).
- ✓ Ô tô, rơ moóc hoặc sơ mi rơ moóc được kéo bởi ô tô, các loại xe tương tự xe ô tô phải đăng ký và gắn biển số do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp.
- ✓ Vỏ, tổng thành khung, tổng thành máy, thân máy của một số tài sản. (Nguồn: Nghị định số 10/2022/NĐ-CP).

+ Thuế bảo vệ môi trường

Thuế bảo vệ môi trường là loại thuế gián thu, thu vào sản phẩm, hàng hóa (sau đây gọi chung là hàng hóa) khi sử dụng gây tác động xấu đến môi trường.

Mức thuế tuyệt đối là mức thuế được quy định bằng số tiền tính trên một đơn vị hàng hóa chịu thuế.

Túi ni lông thuộc diện chịu thuế là loại túi, bao bì được làm từ màng nhựa đơn polyetylen, tên kỹ thuật là túi nhựa xếp.

Dung dịch hydro-chloro-fluoro-carbon (HCFC) là nhóm chất gây suy giảm tầng ô dôn dùng làm môi chất lạnh.

Đối tượng chịu thuế

✓ Xăng, dầu, mỡ nhờn, bao gồm: xăng, trừ etanol; nhiên liệu bay; dầu diesel; dầu hỏa; dầu mazut; dầu nhờn; mỡ nhờn.

✓ Than đá, bao gồm: than nâu; than an-tra-xít (antraxit); than mỡ; than đá khác.

✓ Dung dịch hydro-chloro-fluoro-carbon (HCFC).

✓ Túi ni lông thuộc diện chịu thuế.

✓ Thuốc diệt cỏ thuộc loại hạn chế sử dụng.

✓ Thuốc trừ mối thuộc loại hạn chế sử dụng.

✓ Thuốc bảo quản lâm sản thuộc loại hạn chế sử dụng.

✓ Thuốc khử trùng kho thuộc loại hạn chế sử dụng.

✓ Trường hợp xét thấy cần thiết phải bổ sung đối tượng chịu thuế khác cho phù hợp với từng thời kỳ thì Ủy ban thường vụ Quốc hội xem xét, quy định. (Nguồn: Luật Thuế bảo vệ môi trường).

+ Các loại thuế, phí khác.

ĐẦU TƯ

1. Chính sách đầu tư Việt Nam

Chính sách đầu tư của Việt Nam hiện nay đang tập trung vào việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài (FDI) chất lượng cao, có chọn lọc, hướng tới các ngành công nghệ cao và bền vững.

Các điểm chính trong chính sách đầu tư của Việt Nam bao gồm:

a. Khung pháp lý và định hướng chung

Khung pháp lý điều chỉnh hoạt động đầu tư được quy định chủ yếu trong Luật đầu tư và các văn bản pháp luật có liên quan.

Tại thời điểm biên soạn cuốn sách này, Luật Đầu tư 2020 vẫn là văn bản pháp lý quy định về hoạt động đầu tư kinh doanh tại Việt Nam và từ Việt Nam ra nước ngoài. Luật này nhằm mục đích tạo sự minh bạch, thông thoáng hơn cho các nhà đầu tư.

Tuy nhiên, Luật Đầu tư 2025 đã được Quốc hội thông qua và chính thức có hiệu lực từ ngày 01/3/2026, thay thế phần lớn các quy định của Luật Đầu tư 2020 (trừ Điều 7, quy định về ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện tại Phụ lục IV, hết hiệu lực kể từ ngày 01/7/2026).

Việt Nam không chỉ chú trọng vào số lượng vốn FDI mà còn ưu tiên chất lượng dự án. Mục tiêu là thu hút các đại bàng công nghệ, các nhà đầu tư chiến lược, có khả năng tạo ra giá trị gia tăng cao, kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu và đóng góp vào sự phát triển bền vững.

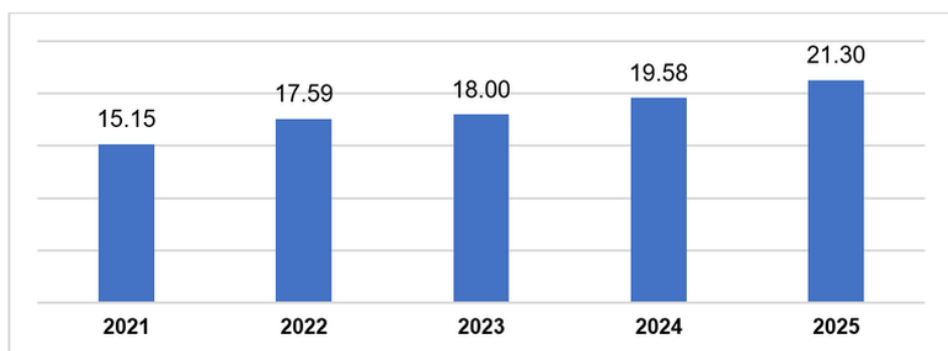
Chính phủ đang nỗ lực rà soát và hoàn thiện hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách nhằm cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, giảm bớt các rào cản hành chính.

b. Vốn đầu tư

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) thực hiện tại Việt Nam 10 tháng năm 2025 ước đạt 21,3 tỷ USD, tăng 8,8% so với cùng kỳ năm trước. Đây là số vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện cao nhất của 10 tháng trong 5 năm qua, thể hiện niềm tin của doanh nghiệp nước ngoài vào chính sách và môi trường đầu tư tại Việt Nam.

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện mười tháng các năm 2021 - 2025

Đơn vị: tỷ USD



Nguồn: Cục Thống kê, Bộ Tài chính.

Tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam tính đến ngày 31/10/2025 (bao gồm: Vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài) đạt 31,52 tỷ USD, tăng 15,6% so với cùng kỳ năm trước.

Vốn đăng ký cấp mới chiếm tỷ lệ lớn nhất, với 3.321 dự án được cấp phép số vốn đăng ký đạt 14,07 tỷ USD, tăng 21,1% so với cùng kỳ năm trước về số dự án, tuy nhiên giá trị giảm 7,6% về số vốn đăng ký.

Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo được cấp phép mới đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất với số vốn đăng ký đạt 7,97 tỷ USD, chiếm

56,7% tổng vốn đăng ký cấp mới; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 2,75 tỷ USD, chiếm 19,5%; các ngành còn lại đạt 3,35 tỷ USD, chiếm 23,8%.

Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo được cấp phép mới đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất.

Trong số 87 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư được cấp phép mới tại Việt Nam trong 10 tháng qua, Singapore là nhà đầu tư lớn nhất với 3,76 tỷ USD, chiếm 26,7% tổng vốn đăng ký cấp mới; tiếp đến là Trung Quốc 3,21 tỷ USD, chiếm 22,8%; đặc khu hành chính Hồng Kông (Trung Quốc) 1,38 tỷ USD, chiếm 9,8%; Nhật Bản 1,17 tỷ USD, chiếm 8,3%; Thụy Điển 1,0 tỷ USD, chiếm 7,1%; Đài Loan (Trung Quốc) 901,2 triệu USD, chiếm 6,4%; Hàn Quốc 627,0 triệu USD, chiếm 4,5%.

Về vốn đăng ký điều chỉnh, tính đến nay có 1.206 lượt dự án đã cấp phép từ các năm trước đăng ký điều chỉnh vốn đầu tư tăng thêm 12,11 tỷ USD, tăng 45,0% so với cùng kỳ năm trước.

Theo đại diện Cục Thống kê, nếu tính cả vốn đăng ký mới và vốn đăng ký điều chỉnh của các dự án đã cấp phép từ các năm trước thì vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đăng ký vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 16,37 tỷ USD, chiếm 62,5% tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng thêm; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 5,32 tỷ USD, chiếm 20,3%; các ngành còn lại đạt 4,49 tỷ USD, chiếm 17,2%.

2. Các lĩnh vực và ngành nghề ưu tiên

Việt Nam đặc biệt khuyến khích và dành nhiều ưu đãi cho các lĩnh vực sau:

✓ Công nghệ cao: Công nghệ thông tin, kỹ thuật phần mềm, trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), bán dẫn.

✓ Năng lượng sạch, năng lượng tái tạo: Năng lượng xanh, năng lượng mặt trời, năng lượng gió.

✓ Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo: Sản xuất thông minh, công nghiệp phụ trợ.

✓ Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao: Nông nghiệp thông minh, bền vững.

✓ Y tế và chăm sóc sức khỏe: Các dự án liên quan đến sức khỏe, tâm lý học.

✓ Phát triển hạ tầng: Các dự án đầu tư theo hình thức hợp đồng đối tác công tư (PPP).

✓ Giáo dục và đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

3. Chính sách ưu đãi đầu tư

Để thu hút đầu tư vào các lĩnh vực ưu tiên, Việt Nam áp dụng nhiều biện pháp ưu đãi, bao gồm:

✓ Ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN): Miễn, giảm thuế TNDN trong một số năm đầu hoạt động hoặc áp dụng mức thuế suất ưu đãi thấp hơn mức chung.

✓ Thuế tối thiểu toàn cầu: Từ ngày 1/1/2024, Việt Nam đã áp dụng thuế tối thiểu toàn cầu. Điều này dẫn đến việc Chính phủ đang xem xét chuyển đổi hình thức ưu đãi từ ưu đãi thuế trực tiếp sang các hình thức hỗ trợ khác (ví dụ: hỗ trợ chi phí đào tạo nhân lực, chi phí nghiên cứu và phát triển...) để vẫn giữ chân và thu hút nhà đầu tư FDI.

✓ Miễn, giảm tiền thuê đất, tiền sử dụng đất: Tùy thuộc vào địa bàn và lĩnh vực đầu tư.

✓ Hỗ trợ về thủ tục hành chính: Cải cách thủ tục đăng ký đầu tư, đăng ký doanh nghiệp để tạo điều kiện thuận lợi nhất cho nhà đầu tư.

4. Kết quả và triển vọng

Năm 2024 và 2025 chứng kiến những tín hiệu tích cực về thu hút vốn FDI vào Việt Nam, với vốn thực hiện đạt mức cao kỷ lục trong những năm gần đây. Điều này cho thấy sự tin tưởng của cộng đồng

doanh nghiệp quốc tế vào môi trường đầu tư và chính sách ổn định của Việt Nam.

5. Đối tác đầu tư của Việt Nam

Các đối tác đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) hàng đầu của Việt Nam, dựa trên số liệu thống kê mới nhất của Cục Thống kê trong 10 tháng đầu năm 2025, bao gồm:

Các đối tác lớn nhất (tính theo vốn đăng ký cấp mới):

✓ Singapore: là nhà đầu tư lớn nhất với 3,76 tỷ USD, chiếm 26,7% tổng vốn đăng ký cấp mới.

✓ Trung Quốc: đứng thứ hai với 3,21 tỷ USD, chiếm 22,8%.

✓ Đặc khu hành chính Hồng Kông (Trung Quốc): cũng là một trong những nhà đầu tư lớn tiếp theo.

✓ Hàn Quốc: trong năm 2024, Hàn Quốc là nhà đầu tư lớn thứ hai, và vẫn duy trì vị thế là một trong những đối tác quan trọng hàng đầu của Việt Nam.

✓ Nhật Bản: cũng là một đối tác đầu tư truyền thống và quan trọng của Việt Nam.

Việt Nam đã thu hút đầu tư từ 87 quốc gia và vùng lãnh thổ trong 10 tháng đầu năm 2025. Các quốc gia châu Á vẫn là những nhà đầu tư chính, tuy nhiên, Việt Nam cũng đang tăng cường quan hệ hợp tác kinh tế và đầu tư với các đối tác khác như châu Âu và Hoa Kỳ.

Chính phủ Việt Nam cam kết tạo điều kiện thuận lợi để thu hút và hỗ trợ các nhà đầu tư nước ngoài, coi thành công của họ là thành công của chính mình.

6. Tình hình đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam

Theo số liệu của Cục Thống kê, tính đến hết 10 tháng năm 2025, tổng vốn đầu tư (cấp mới và điều chỉnh) đạt khoảng 1,1 tỷ USD, gấp 2,3 lần so với cùng kỳ năm trước. Con số này cho thấy sự gia tăng mạnh mẽ trong hoạt động đầu tư ra thị trường quốc tế của các doanh nghiệp Việt Nam.

Sau giai đoạn có phần chững lại hoặc giảm nhẹ vào năm 2024 (ví dụ, 9 tháng năm 2024 đạt 189,6 triệu USD, giảm 54,5% so với cùng kỳ), hoạt động đầu tư ra nước ngoài đã phục hồi và tăng tốc ấn tượng vào năm 2025.

Indonesia là một trong những điểm đến thu hút đầu tư lớn nhất của Việt Nam. Hoạt động đầu tư ra nước ngoài được coi là "cánh tay nối dài" của nền kinh tế tự chủ, giúp doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường, đa dạng hóa nguồn thu và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế.

Tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam, tổng đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài cho đến tháng 10 năm 2025 là 1,1 tỷ USD, tăng gấp 2,3 lần so với cùng kỳ năm trước. Về tổng lũy kế, tính đến ngày 20/8/2023, tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam là gần 22,1 tỷ USD với 1.665 dự án còn hiệu lực. Tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam trong 10 tháng năm 2025 đạt 1,1 tỷ USD, bao gồm 742,8 triệu USD vốn cấp mới và 358,2 triệu USD vốn điều chỉnh tăng. Trong đó, quý I/2025 lũy kế hơn 22,83 tỷ USD với 1.855 dự án còn hiệu lực, và trong 7 tháng đầu năm 2025 là 528,5 triệu USD (gấp 3,5 lần cùng kỳ).

10 tháng đầu năm 2025: Tổng vốn đầu tư là 1,1 tỷ USD. Vốn cấp mới: 742,8 triệu USD (tăng 72,8% so với cùng kỳ). Vốn điều chỉnh: 358,2 triệu USD (tăng 8,3 lần so với cùng kỳ). 7 tháng đầu năm 2025: Tổng vốn đầu tư đạt 528,5 triệu USD, gấp 3,5 lần so với cùng kỳ năm trước.

Lũy kế đến hết tháng 3/2025: Tổng vốn đầu tư ra nước ngoài còn hiệu lực là hơn 22,83 tỷ USD, với 1.855 dự án.

Tính đến 24/12/2025, tình hình đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam như sau:

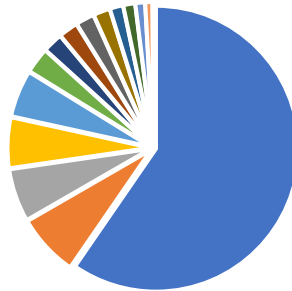
Bảng 9: Tình hình đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam năm 2025

TT	Địa bàn	Số dự án mới	Vốn Việt Nam đăng ký (USD)	Lượt điều chỉnh vốn	Vốn điều chỉnh (USD)	Tổng vốn đăng ký (USD)	Tăng/giảm (%)
1	Lào	20	588.684.398	5	185.029.638	773.714.036	56,8
2	Philippines	8	92.048.287			92.048.287	6,8
3	Đức	1	38.718	2	78.063.573	78.102.291	5,7
4	Mỹ	22	46.493.100	3	28.025.000	74.518.100	5,5
5	Indonesia	9	69.598.776			69.598.776	5,1
6	Ấn Độ	9	35.300.966	1	2.745.926	38.046.891	2,8
7	Hungary	2	29.441.201			29.441.201	2,2
8	Gibraltar (vùng lãnh thổ hải ngoại thuộc Vương quốc liên hiệp Anh và Bắc Ireland)	2	27.083.574	1	1.422.613	28.506.188	2,1
9	Nhật Bản	9	760.936	7	26.548.956	27.309.892	2,0
10	Thái Lan	2	24.630.770	2	9.095	24.639.865	1,8
11	British Virgin Islands (BVI)	1	21.000.000			21.000.000	1,5
12	Singapore	20	17.875.015	2	1.676.753	19.551.768	1,4
13	Hà Lan	3	880.371	1	16.583.120	17.463.491	1,3
14	Nga	1	30.815	2	14.233.253	14.264.068	1,0
15	Cuba	3	6.632.678	1	3.951.103	10.583.781	0,8
16	Ba Lan	1	6.934.874			6.934.874	0,5
17	Kazakhstan	3	5.560.000			5.560.000	0,4
18	A-rập-xê-út	1	5.000.000			5.000.000	0,4
19	Campuchia	9	4.367.900			4.367.900	0,3

TT	Địa bàn	Số dự án mới	Vốn Việt Nam đăng ký (USD)	Lượt điều chỉnh vốn	Vốn điều chỉnh (USD)	Tổng vốn đăng ký (USD)	Tăng/giảm (%)
20	Trung Quốc	7	3.981.032			3.981.032	0,3
21	Canada	2	3.687.375			3.687.375	0,3
22	Hồng Kông	4	2.055.000			2.055.000	0,2
23	Úc	5	2.044.428	1	1.027.877	3.072.305	0,2
24	Kyrgyzstan	2	2.004.403			2.004.403	0,1
25	Hàn Quốc	7	625.781	1	1.000.000	1.625.781	0,1
26	Tây Ban Nha	1	2.079.270	1	(500.000)	1.579.270	0,1
27	Pháp	2	917.969			917.969	0,1
28	Đan mạch	0	-	1	750.000	750.000	0,1
29	Đài Loan	7	736.427			736.427	0,1
30	Mozambique	2	313.000			313.000	0,0
31	UAE	3	200.000			200.000	0,0
32	Malaysia	0	-	1	189.256	189.256	0,0
33	Kenya	1	98.000			98.000	0,0
34	Bangladesh	1	50.000			50.000	0,0
35	Myanmar	2	44.750			44.750	0,0
36	Ai Cập	1	22.000			22.000	0,0
	Tổng	173	1.001.221.814	32	360.756.162	1.361.977.976	

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài

Tỷ trọng đối tác đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam



■ Lào 773,7	■ Philippines 92	■ Đức 78,1	■ Mỹ 74,5
■ Indo 69,5	■ Ấn Độ 38	■ Hungary 29,4	■ Gibraltar 28,5
■ Nhật Bản 27,3	■ Thái Lan 24,6	■ Singapore 19,5	■ Hà Lan 17,4
■ Nga 14,2	■ Cuba 10,58	■ Các nước khác 1	

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài (Đơn vị: Triệu USD)

7. Tình hình thu hút đầu tư

Trong khi đầu tư ra nước ngoài tăng, Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Số liệu từ Cục Thống kê - Bộ Tài chính cho thấy 10 tháng đầu năm 2025, Việt Nam đã thu hút hơn 31,5 tỷ USD vốn FDI đăng ký, với vốn thực hiện đạt mức cao kỷ lục 21,3 tỷ USD trong 5 năm qua. Singapore là nhà đầu tư lớn nhất với 3,76 tỷ USD, chiếm 26,7% tổng vốn đăng ký cấp mới. Điều này cho thấy sự phát triển song song của cả hai luồng vốn.

Đáng chú ý, vốn thực hiện cũng ước đạt 21,3 tỷ USD, cao nhất 5 năm qua. Xét về vốn đăng ký cấp mới, 3.321 dự án được cấp phép với số vốn đăng ký đạt 14 tỷ USD, tăng 21% so với cùng kỳ năm trước về số dự án và giảm 7,6% về số vốn đăng ký.

Bên cạnh đó, 1.206 lượt dự án đã cấp phép từ các năm trước đăng ký điều chỉnh vốn đầu tư tăng thêm 12,1 tỷ USD, tăng 45% so với cùng kỳ năm trước.

Ngoài ra, đăng ký góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài có 2.918 lượt, tổng giá trị góp vốn 5,34 tỷ USD, tăng 45% so với cùng kỳ năm trước.

Lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài lớn nhất tiếp tục là công nghiệp chế biến, chế tạo. Nếu tính cả vốn đăng ký mới và vốn đăng ký điều chỉnh của các dự án đã cấp phép từ các năm trước thì vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đăng ký vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 16,37 tỷ USD, chiếm 62,5% tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng thêm.

Hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 5,3 tỷ USD, chiếm 20,3%; các ngành còn lại đạt 4,49 tỷ USD, chiếm hơn 17%.

Singapore là nhà đầu tư lớn nhất với 3,76 tỷ USD, chiếm 26,7% tổng vốn đăng ký cấp mới. Tiếp đến là Trung Quốc 3,2 tỷ USD, chiếm 22,8%. Hồng Kông (Trung Quốc), Nhật Bản, Thụy Điển đều đầu tư hơn 1 tỷ USD.

Về địa bàn đầu tư, Bắc Ninh dẫn đầu về thu hút vốn FDI cấp mới, đạt hơn 1,7 tỷ USD, với 321 dự án. Địa phương này ưu tiên các dự án công nghệ cao, có khả năng nộp ngân sách lớn. Để đẩy mạnh thu hút đầu tư, Bắc Ninh tiếp tục đôn đốc, đẩy nhanh tiến độ giải phóng mặt bằng các khu công nghiệp, cụm công nghiệp được chấp thuận chủ trương đầu tư năm 2024, 2025; chỉ đạo hoàn thiện đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật các khu công nghiệp nhằm tạo quỹ đất sạch.

Đứng thứ hai là TP. Hồ Chí Minh với tổng vốn FDI cấp mới đạt trên 1,6 tỷ USD. Hải Phòng ở vị trí thứ 3, với hơn 1,5 tỷ USD, tiếp đến có Hưng Yên, Gia Lai, Đồng Nai, Ninh Bình lần lượt là các địa phương có tổng vốn FDI cấp mới trên 1 tỷ USD trong 10 tháng.

Liên quan đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài, 10 tháng có 148 dự án được cấp mới giấy chứng nhận đầu tư với tổng số vốn của phía Việt Nam là 742,8 triệu USD, tăng 72,8% so với cùng kỳ năm trước. 28 lượt dự án điều chỉnh vốn với số vốn điều chỉnh tăng 358,2 triệu USD, gấp 8,3 lần.

Tính chung tổng vốn đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài (vốn cấp mới và điều chỉnh) đạt 1,1 tỷ USD, gấp 2,3 lần so với cùng kỳ năm trước.

Bảng 10. Thu hút đầu tư nước ngoài Việt Nam theo lĩnh vực năm 2025

TT	Ngành	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
1	Công nghiệp chế biến, chế tạo	1.381	9.795,05	843	8.790,14	602	2.429,54	21.014,73	↓17,8
2	Hoạt động kinh doanh bất động sản	107	3.676,95	50	2.583,67	95	851,77	7.112,39	↑12,7
3	Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy	1.412	471,90	243	1.558,20	1.413	987,39	3.017,50	↑114,4
4	Hoạt động chuyên môn, khoa học công nghệ	464	402,47	89	281,92	568	1.289,91	1.974,29	↑55,6
5	Cấp nước và xử lý chất thải	6	1.075,04	5	137,35	10	45,33	1.257,72	↑5996,8
6	Sản xuất, phân phối điện, khí, nước, điều hòa	9	746,71	3	31,81	22	305,75	1.084,28	↓23,7
7	Dịch vụ lưu trú và ăn uống	102	417,68	17	219,42	245	307,76	944,87	↑664,1
8	Xây dựng	57	220,52	31	70,03	49	141,54	432,09	↓32,8
9	Vận tải kho bãi	142	265,46	19	26,24	133	82,08	373,77	↓23,4
10	Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	5	2,76	1	0,02	20	218,31	221,09	↑78,9
11	Giáo dục và đào tạo	42	95,18	15	74,39	48	44,59	214,16	↑440,8
12	Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	88	33,92	21	124,59	84	36,01	194,52	↑21,3
13	Thông tin và truyền thông	217	43,80	57	6,49	232	142,97	193,27	↓31,4

TT	Ngành	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
14	Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	3	12,65	2	85,53	11	76,84	175,01	↑83,5
15	Khai khoáng	1	15,00	2	85,35	5	1,30	101,65	↑2554,5
16	Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	6	41,12	6	- 5,64	22	24,82	60,31	↓22,3
17	Hoạt động dịch vụ khác	8	4,16	-	-	15	32,94	37,10	↓78,1
18	Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	4	0,91	-	-	13	8,41	9,32	↓34,8
Tổng số		4.054	17.321,28	1.404	14.069,51	3.587	7.027,26	38.418,06	↑0,5

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài

Bảng 11. Thu hút đầu tư nước ngoài của Việt Nam năm 2025 theo nước đối tác

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
1	Singapore	542	4.836,20	190	2.144,89	370	2.414,08	9.395,16	↑10,6
2	Trung Quốc	1.275	3.635,89	270	1.555,84	687	504,06	5.695,80	↑33,4
3	Hàn Quốc	451	895,92	263	3.299,89	838	1.096,40	5.292,21	↑46,9
4	Nhật Bản	296	1.620,97	133	1.457,53	232	653,32	3.731,82	↑4,5
5	Hồng Kông	470	1.725,13	178	1.226,71	137	177,78	3.129,62	↑4,3
6	Malaysia	40	239,07	15	1.595,56	53	228,32	2.062,95	↓0,2
7	Đài Loan	173	965,77	94	425,18	244	332,29	1.723,23	↑3,3
8	Thái Lan	43	276,35	24	523,89	37	353,35	1.153,58	↑19,4
9	Thụy Điển	4	1.000,30	4	20,24	7	0,58	1.021,12	

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
10	British Virgin Islands	31	317,37	32	294,44	26	300,14	911,95	↓0,4
11	Cayman Islands	7	280,86	6	338,71	12	45,11	664,68	↑0,0
12	Hoa Kỳ	127	467,07	32	- 9,94	149	206,99	664,12	↑5,8
13	Samoa	46	170,80	24	224,98	21	200,51	596,29	↑5,2
14	Thụy Sĩ	18	161,64	11	301,23	14	121,84	584,71	↑9,0
15	Vương quốc Anh	36	37,46	11	196,48	52	8,19	242,12	↑1,8
16	Hà Lan	21	70,60	9	43,88	23	92,93	207,41	↑15,2
17	CHLB Đức	36	155,58	11	13,65	37	18,81	188,03	↑0,1
18	Seychelles	24	90,91	13	29,25	12	50,20	170,35	↑4,2
19	Italy	12	7,33	7	127,03	17	3,20	137,56	↑3,2
20	Pháp	42	33,22	14	43,84	55	8,95	86,01	↑1,7
21	Đan Mạch	8	72,17	1	0,00	7	12,80	84,97	↑0,0
22	Luxembourg	3	72,07	1	2,36	3	5,26	79,69	↑5,7
23	United States Virgin Islands	1	4,00	2	62,50	1	4,85	71,35	
24	Canada	28	34,29	4	13,81	31	17,18	65,28	↑3,6
25	Australia	55	32,77	10	19,48	59	6,72	58,97	↑7,4
26	British Isles	1	0,10	-	-	1	52,20	52,30	
27	Bi	10	7,70	3	38,77	7	5,09	51,57	↑1,2
28	Ấn Độ	53	3,19	7	15,13	84	17,06	35,38	↑33,3
29	Lào	1	30,30	1	- 0,30	-	-	29,99	
30	Liên bang Nga	19	2,39	6	15,50	71	4,39	22,27	↑6,3
31	Thổ Nhĩ Kỳ	9	0,92	1	19,69	9	1,65	22,27	↑0,1

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
32	Philippines	10	0,53	1	0,01	20	20,83	21,36	↑1,0
33	Belize	1	1,00	1	14,20	1	4,10	19,30	
34	Cu Ba	1	18,72	-	-	1	0,00	18,72	
35	Tây Ban Nha	6	14,45	2	- 0,01	13	2,87	17,30	↑0,1
36	Indonesia	22	8,66	-	-	17	3,48	12,15	↑6,0
37	Nigeria	2	0,02	-	-	39	9,74	9,75	↑1,2
38	Brunei Darussalam	1	4,66	1	3,03	-	-	7,69	
39	Mauritius	2	6,35	1	0,05	1	0,40	6,80	
40	Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất	9	1,98	2	3,18	6	1,33	6,49	↑20,4
41	Campuchia	8	1,16	-	-	9	4,98	6,13	↑2,7
42	Cộng hòa Moldova	1	0,70	1	4,16	-	-	4,86	
43	Pakistan	3	0,06	-	-	24	3,97	4,03	↑16,8
44	Bangladesh	11	1,09	-	-	8	2,92	4,02	↑16,6
45	Anguilla	1	2,50	1	1,03	1	0,13	3,66	
46	Ireland	7	2,35	-	-	4	0,58	2,93	↑0,3
47	Áo	4	1,92	2	0,68	5	0,28	2,88	
48	Cộng hòa Séc	5	0,49	1	0,23	4	2,13	2,85	↑250,6
49	Ma Cao	1	1,30	-	-	1	0,80	2,10	
50	Ai Cập	3	0,17	-	-	7	1,82	1,99	↓0,2
51	Đảo Nevis	-	-	1	1,8030	-	-	1,8030	
52	Hy Lạp	1	0,05	1	1,75	1	0,00	1,80	
53	New Zealand	4	0,31	-	-	5	1,46	1,77	↑21,3

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
54	Kyrgyzstan	2	0,02	-	-	6	1,67	1,69	↑58,6
55	Afghanistan	2	0,03	-	-	12	1,64	1,67	↑72,6
56	Cộng hòa Síp	4	0,36	-	-	2	1,14	1,50	
57	Georgia	-	-	-	-	2	1,47	1,47	
58	Israel	3	0,05	-	-	5	1,30	1,36	
59	Lithuania	3	1,11	-	-	1	0,12	1,23	↑12,1
60	Kazakhstan	3	0,12	-	-	4	1,10	1,22	↑42,5
61	Nauy	3	0,16	2	0,68	3	0,37	1,21	
62	Phần Lan	2	0,17	1	1,00	1	0,03	1,20	
63	Yemen	1	0,02	-	-	4	1,12	1,14	↑130,7
64	Congo	-	-	-	-	3	1,10	1,10	
65	Vanuatu	2	0,26	1	0,04	5	0,78	1,08	↑81,2
66	Marshall Islands	-	-	-	-	1	0,89	0,89	
67	Rumani	4	0,09	1	0,30	4	0,45	0,85	↑3,7
68	Myanmar	6	0,30	-	-	4	0,41	0,70	↑26,3
69	Cộng hoà Trung Phi	1	0,50	1	0,20	-	-	0,70	
70	Đảo Saint Kitts and Nevis	2	0,16	2	0,45	-	-	0,61	↑48,4
71	Ukraina	1	0,01	-	-	6	0,55	0,56	
72	Argentina	-	-	1	0,53	2	0,02	0,55	
73	Libăng	1	0,01	1	0,27	3	0,25	0,54	
74	Slovakia	1	0,01	-	-	1	0,49	0,50	
75	Angola	-	-	-	-	1	0,48	0,48	
76	Uruguay	-	-	-	-	1	0,48	0,48	

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
77	Syrian Arab Republic	-	-	-	-	4	0,48	0,48	↑31,5
78	Iceland	-	-	-	-	1	0,45	0,45	↓50,0
79	Ghana	-	-	-	-	3	0,44	0,44	
80	Mông Cổ	1	0,01	-	-	1	0,39	0,40	
81	Sri Lanka	1	0,01	-	-	4	0,38	0,39	
82	Palestine	-	-	-	-	2	0,35	0,35	
83	Uzbekistan	1	0,01	-	-	2	0,34	0,35	
84	Ả Rập Xê Út	-	-	-	-	4	0,34	0,34	↑54,2
85	Nam Phi	2	0,02	-	-	3	0,27	0,28	
86	Ba Lan	1	0,10	-	-	3	0,16	0,26	
87	Jordan	-	-	-	-	1	0,24	0,2391	↓62,0
88	Mexico	3	0,21	-	-	2	0,02	0,23	↑513,6
89	Serbia	2	0,2065	-	-	-	-	0,2065	
90	Panama	1	0,20	-	-	-	-	0,20	
91	Tajikistan	-	-	-	-	1	0,20	0,20	
92	Iran	2	0,02	-	-	3	0,12	0,14	
93	Libya	-	-	-	-	1	0,13	0,1341	
94	Turkmenistan	-	-	-	-	1	0,12	0,12	
95	Niger	-	-	-	-	1	0,12	0,12	
96	Latvia	-	-	-	-	3	0,12	0,12	
97	Oman	1	0,10	-	-	-	-	0,10	
98	Cameroon	-	-	1	0,00	2	0,09	0,09	
99	Colombia	-	-	-	-	2	0,09	0,09	
100	Belarus	1	0,01	-	-	2	0,06	0,07	
101	Brazil	1	0,07	-	-	1	0,00	0,07	

TT	Đối tác	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
102	Armenia	1	0,02	-	-	1	0,04	0,06	
103	Tanzania	1	0,05	-	-	-	-	0,05	
104	Hungary	-	-	-	-	2	0,04	0,04	
105	Kenya	-	-	-	-	1	0,03	0,0303	
106	Estonia	2	0,03	-	-	-	-	0,03	↑50,0
107	Chile	1	0,02	-	-	-	-	0,02	
108	Peru	2	0,0140	-	-	-	-	0,0140	
109	Bosnia and Herzegovina	1	0,0100	-	-	-	-	0,0100	
110	Maroc	1	0,01	-	-	-	-	0,01	
111	Uganda	1	0,01	-	-	-	-	0,01	
112	Sudan	1	0,01	-	-	-	-	0,01	
113	Bulgaria	-	-	1	- 4,3000	2	0,32	- 3,9780	
Tổng số		4.054	17.321	1.404	14.069,51	3.587	7.027,26	38.418,06	↑0,5

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài

8. Những ưu đãi đầu tư của Việt Nam

Việt Nam cung cấp nhiều ưu đãi cho nhà đầu tư nước ngoài, tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực và địa bàn được khuyến khích đầu tư nhằm thu hút vốn FDI chất lượng cao.

Ưu đãi đầu tư và hỗ trợ đầu tư (theo Điều 14, Luật Đầu tư 2025):

- Đối tượng được hưởng ưu đãi đầu tư bao gồm:

✓ Dự án đầu tư thuộc ngành, nghề ưu đãi đầu tư quy định tại Điều 15 của Luật này;

✓ Dự án đầu tư tại địa bàn ưu đãi đầu tư quy định tại Điều 15 của Luật này;

✓ Dự án đầu tư có quy mô vốn lớn, dự án đầu tư sử dụng nhiều lao động hoặc dự án đầu tư trọng điểm, quan trọng quốc gia phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội trong từng thời kỳ theo quy định của Chính phủ.

- Hình thức ưu đãi đầu tư bao gồm:

✓ Ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, bao gồm áp dụng mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp thấp hơn mức thuế suất thông thường có thời hạn hoặc toàn bộ thời gian thực hiện dự án đầu tư; miễn thuế, giảm thuế và các ưu đãi khác theo quy định của pháp luật về thuế thu nhập doanh nghiệp;

✓ Miễn thuế nhập khẩu đối với hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định; nguyên liệu, vật tư, linh kiện nhập khẩu để sản xuất theo quy định của pháp luật về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu;

✓ Miễn, giảm tiền sử dụng đất, tiền thuê đất, thuế sử dụng đất;

✓ Khấu hao nhanh, tăng mức chi phí được trừ khi tính thu nhập chịu thuế;

✓ Hình thức ưu đãi đầu tư khác theo quy định của Chính phủ.

- Hình thức hỗ trợ đầu tư bao gồm:

✓ Hỗ trợ phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội trong và ngoài hàng rào dự án đầu tư;

✓ Hỗ trợ đào tạo, phát triển nguồn nhân lực;

✓ Hỗ trợ tín dụng;

✓ Hỗ trợ tiếp cận mặt bằng sản xuất, kinh doanh; hỗ trợ cơ sở sản xuất, kinh doanh di dời theo quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

- ✓ Hỗ trợ khoa học, kỹ thuật, chuyển giao công nghệ;
- ✓ Hỗ trợ phát triển thị trường, cung cấp thông tin;
- ✓ Hỗ trợ nghiên cứu và phát triển;
- ✓ Hỗ trợ chuyển đổi xanh, giảm phát thải, thích ứng biến đổi khí hậu và chuyển đổi số;
- ✓ Hình thức hỗ trợ đầu tư khác theo quy định của Chính phủ.

Căn cứ định hướng phát triển kinh tế - xã hội và khả năng cân đối ngân sách nhà nước trong từng thời kỳ, Chính phủ quy định chi tiết các hình thức hỗ trợ đầu tư quy định tại khoản 3 Điều này đối với doanh nghiệp công nghệ cao, doanh nghiệp khoa học và công nghệ, tổ chức khoa học và công nghệ, doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn, doanh nghiệp đầu tư vào giáo dục và y tế, phổ biến pháp luật, doanh nghiệp trực tiếp phục vụ quốc phòng, an ninh và các đối tượng khác.

Ưu đãi đầu tư được áp dụng đối với dự án đầu tư mới và dự án đầu tư mở rộng.

Mức ưu đãi cụ thể đối với từng loại ưu đãi đầu tư được áp dụng theo quy định của pháp luật về thuế, kế toán và đất đai.

Ưu đãi đầu tư quy định tại điểm b khoản 1 Điều này không áp dụng đối với các dự án đầu tư sau đây:

- ✓ Dự án đầu tư khai thác khoáng sản theo quy định của pháp luật về địa chất và khoáng sản;
- ✓ Dự án đầu tư sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thuộc đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt theo quy định của Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt, trừ dự án sản xuất ô tô, tàu bay, du thuyền;
- ✓ Dự án đầu tư xây dựng nhà ở thương mại theo quy định của pháp luật về nhà ở.

✓ Ưu đãi đầu tư được áp dụng có thời hạn và trên cơ sở kết quả thực hiện dự án của nhà đầu tư. Nhà đầu tư phải đáp ứng điều kiện hưởng ưu đãi theo quy định của pháp luật trong thời gian hưởng ưu đãi đầu tư.

Dự án đầu tư đáp ứng điều kiện hưởng các mức ưu đãi đầu tư khác nhau, bao gồm cả ưu đãi đầu tư theo quy định tại Điều 17 của Luật này thì được áp dụng mức ưu đãi đầu tư cao nhất.

Ngành nghề ưu đãi đầu tư và địa bàn ưu đãi đầu tư (theo Điều 15, Luật Đầu tư 2025):

- Ngành, nghề ưu đãi đầu tư là các ngành, nghề được ưu tiên thu hút đầu tư để thực hiện các mục tiêu sau đây:

✓ Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyên đổi số, công nghiệp công nghệ số và công nghiệp bán dẫn;

✓ Phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế chia sẻ, kinh tế số, phát triển các mô hình kinh tế mới;

✓ Phát triển cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị, thu hút đầu tư quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao, có tác động lan toả, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu;

✓ Phát triển năng lượng tái tạo, năng lượng mới, năng lượng sạch; bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia;

✓ Phát triển nông nghiệp, lâm nghiệp; bảo vệ môi trường, tài nguyên thiên nhiên, kinh tế biển;

✓ Xây dựng và phát triển kết cấu hạ tầng;

✓ Phát triển sự nghiệp giáo dục, đào tạo, y tế, thể dục, thể thao thành tích cao và văn hóa dân tộc;

✓ Phát triển công nghiệp hóa chất trọng điểm, cơ khí trọng điểm và công nghiệp hỗ trợ; phát triển công nghiệp dược;

✓ Thực hiện các mục tiêu khác theo quy định của Chính phủ.

- Địa bàn ưu đãi đầu tư bao gồm:

✓ Địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn;

✓ Khu công nghiệp, cụm công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao, khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, khu công nghệ số tập trung, khu thương mại tự do, trung tâm tài chính quốc tế, khu kinh tế.

✓ Căn cứ ngành, nghề, địa bàn ưu đãi đầu tư quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này, Chính phủ ban hành, sửa đổi, bổ sung Danh mục ngành, nghề ưu đãi đầu tư và Danh mục địa bàn ưu đãi đầu tư; xác định ngành, nghề đặc biệt ưu đãi đầu tư trong Danh mục ngành, nghề ưu đãi đầu tư.

Các chính sách cụ thể có thể thay đổi dựa trên Luật Đầu tư và các Nghị định hướng dẫn hiện hành. Nhà đầu tư nên tham khảo các văn bản pháp luật mới nhất hoặc tìm kiếm tư vấn pháp lý để biết chi tiết các ưu đãi áp dụng cho dự án cụ thể.

9. Các lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài

Các lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài (FDI) mạnh nhất và tiềm năng nhất tại Việt Nam hiện nay tập trung vào các ngành có giá trị gia tăng cao, công nghệ tiên tiến và phát triển bền vững. (Nguồn: Báo Đầu tư).

✓ Công nghiệp chế biến, chế tạo: Đây là lĩnh vực luôn dẫn đầu về vốn FDI đăng ký mới, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn đầu tư. Các nhà đầu tư bị thu hút bởi môi trường kinh doanh thuận lợi và lực lượng lao động cần cù, sáng tạo.

✓ Kinh doanh bất động sản: Lĩnh vực này cũng thu hút một lượng vốn đáng kể, với nhiều dự án lớn từ các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt ở các thành phố lớn và các khu vực kinh tế trọng điểm.

✓ Công nghệ cao và công nghệ tương lai: Việt Nam đang chủ động thu hút các dự án có hàm lượng công nghệ cao.

Trong thời gian tới, Việt Nam sẽ tiếp tục thu hút FDI có chọn lọc, hướng tới chất lượng, hiệu quả và bảo vệ môi trường. Mục tiêu là thu hút các dự án có giá trị gia tăng cao, có sự liên kết với doanh nghiệp trong nước, và kết nối vào chuỗi sản xuất, cung ứng toàn cầu.

10. Kinh nghiệm đầu tư tại Việt Nam

Để đầu tư hiệu quả tại Việt Nam, nhà đầu tư cần kết hợp sự hiểu biết về các nguyên tắc đầu tư cơ bản với việc nghiên cứu kỹ lưỡng môi trường kinh doanh và pháp lý đặc thù của Việt Nam. Dưới đây là những kinh nghiệm và lưu ý quan trọng:

Trước khi bắt đầu, hãy xác định rõ mục tiêu tài chính (ví dụ: lợi nhuận 8%), thời gian đầu tư và mức độ rủi ro bạn có thể chịu đựng. Điều này giúp định hình chiến lược đầu tư phù hợp.

Đừng vội vàng tham gia thị trường nếu không có kiến thức nền tảng. Cần quan tâm tìm hiểu cách thị trường vận hành, các thuật ngữ chuyên môn và các hình thức đầu tư phổ biến (chứng khoán, bất động sản, v.v.). Học hỏi từ các chuyên gia, nguyên tắc cốt lõi là “không bao giờ để mất tiền”. Luôn ưu tiên bảo vệ vốn đầu tư ban đầu của bạn.

Trải rộng vốn đầu tư vào nhiều lĩnh vực hoặc tài sản khác nhau để giảm thiểu rủi ro. Tránh để những biến động ngắn hạn ảnh hưởng tới hoạt động đầu tư. Tuân thủ kế hoạch đầu tư đã đặt ra.

Nếu thiếu kinh nghiệm, đừng ngại tìm kiếm lời khuyên từ các chuyên gia tài chính hoặc công ty tư vấn uy tín.

11. Lưu ý đặc thù khi đầu tư tại Việt Nam

a. Hiểu rõ môi trường pháp lý

+ Quy định về sở hữu vốn: Nhà đầu tư, đặc biệt là nhà đầu tư nước ngoài, cần nắm rõ các quy định về tỷ lệ sở hữu vốn điều lệ trong các ngành, lĩnh vực kinh doanh tại Việt Nam.

+ Thủ tục hành chính: Mặc dù môi trường đầu tư đang được cải thiện, việc tìm hiểu kỹ các thủ tục hành chính, giấy phép kinh doanh là rất quan trọng để tránh vướng mắc.

+ Tham vấn pháp lý: Sử dụng dịch vụ tư vấn pháp lý chuyên nghiệp để đảm bảo tuân thủ đầy đủ các quy định và tránh rủi ro pháp lý.

b. Nghiên cứu thị trường sâu rộng

Hiểu biết về văn hóa và phong cách làm việc tại Việt Nam sẽ giúp việc đàm phán và hợp tác dễ dàng hơn.

Việt Nam được đánh giá là điểm đến hấp dẫn với nhiều tiềm năng trong các lĩnh vực công nghệ cao, năng lượng tái tạo, y tế, giáo dục và logistics. Tuy nhiên, cũng cần nhận thức rõ các rủi ro thị trường và sự biến động.

Chính phủ Việt Nam có các chính sách ưu đãi đầu tư vào các ngành, nghề, lĩnh vực ưu tiên như công nghệ cao, nông nghiệp thông minh. Tập trung vào những lĩnh vực này có thể mang lại lợi thế về chính sách và cơ hội phát triển.

c. Quản trị rủi ro chủ động

Nhận thức được các loại rủi ro và xây dựng chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả. Sẵn sàng thích nghi và đổi mới để nắm bắt cơ hội trong bối cảnh thị trường thay đổi.

12. Địa phương nào thuận lợi cho đầu tư

Các tỉnh, thành phố như Hà Nội, Hồ Chí Minh, Bắc Ninh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Bình Dương, Đồng Nai... là những địa phương thuận lợi nhất cho đầu tư tại Việt Nam, dựa trên lượng vốn thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và môi trường kinh doanh được đánh giá cao.

Sự thuận lợi phụ thuộc vào nhiều yếu tố, có thể phân theo các vùng kinh tế trọng điểm:

a. Vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc

✓ Bắc Ninh: Thường xuyên dẫn đầu hoặc nằm trong nhóm các tỉnh thu hút FDI cao nhất cả nước trong năm 2024 và 2025, đặc biệt trong lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo công nghệ cao.

✓ Hà Nội: Với vai trò là thủ đô, Hà Nội có lợi thế về cơ sở hạ tầng đồng bộ, nguồn nhân lực chất lượng cao và là trung tâm kinh tế, chính trị, thu hút lượng vốn FDI lớn, thường bám sát top đầu.

✓ Hải Phòng: Nổi bật với lợi thế cảng biển và chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) cao, môi trường đầu tư kinh doanh được cải thiện mạnh mẽ.

b. Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam

✓ TP. Hồ Chí Minh: Là đầu tàu kinh tế lớn nhất cả nước, thu hút đa dạng các ngành nghề, đặc biệt là dịch vụ, công nghệ và công nghiệp hỗ trợ, với lượng vốn FDI ấn tượng. Có thế mạnh về kinh tế biển, logistics, năng lượng và công nghiệp nặng, thường nằm trong nhóm dẫn đầu về thu hút vốn đầu tư.

✓ Bình Dương và Đồng Nai: Đây là các trung tâm công nghiệp lớn của TP. Hồ Chí Minh, có hệ thống khu công nghiệp phát triển, hạ tầng giao thông kết nối vùng đồng bộ, thu hút mạnh mẽ vốn đầu tư vào sản xuất.

**Bảng 12. Tình hình thu hút đầu tư của Việt Nam năm 2025
theo địa phương**

TT	Địa phương	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
1	TP. Hồ Chí Minh	1.994	2.113,47	401	1.460,82	2.562	3.515,41	7.089,70	↑5,8
2	Bắc Ninh	384	2.016,67	279	3.440,14	89	232,12	5.688,93	↓10,3
3	Hà Nội	445	383,36	148	3.484,09	385	569,07	4.436,52	↑105,3
4	Đồng Nai	198	1.781,94	79	1.102,61	96	1.344,28	4.228,83	↑65,1
5	Tây Ninh	209	978,90	156	1.552,03	101	389,55	2.920,48	↑98,1
6	Hải Phòng	220	1.777,28	82	336,04	69	219,35	2.332,68	↓59,5
7	Hưng Yên	148	1.461,19	31	162,30	23	152,92	1.776,41	↓35,6
8	Ninh Bình	92	1.120,78	53	485,23	24	45,00	1.651,01	↑47,0
9	Gia Lai	16	1.501,40	2	3,92	7	4,21	1.509,53	↑1329,9
10	Phú Thọ	48	731,06	22	404,09	15	34,28	1.169,43	↑124,4
11	Nghệ An	24	324,01	18	690,23	2	6,46	1.020,70	↓41,7
12	Thanh Hóa	16	565,61	9	161,22	22	101,17	828,00	↑70,6
13	Quảng Ninh	27	555,05	9	72,23	8	125,53	752,81	↓73,8
14	Thái Nguyên	17	154,40	47	342,28	8	21,26	517,93	↓22,4
15	Vĩnh Long	8	217,95	18	116,96	10	85,40	420,30	
16	Cần Thơ	2	316,13	2	16,56	4	1,60	334,29	↑2246,6
17	Khánh Hòa	13	256,06	1	60,85	35	2,59	319,50	↓71,2
18	Đà Nẵng	130	201,10	21	17,59	51	99,81	318,50	↓10,6
19	Quảng Trị	10	260,05	4	15,14	6	26,58	301,78	↑199,7
20	Đồng Tháp	14	228,16	1	45,00	5	6,93	280,09	↓10,2
21	Quảng Ngãi	4	67,15	9	122,66	-	-	189,81	↑41,0
22	Tuyên Quang	3	144,23	-	-	-	-	144,23	↑743,2
23	Lâm Đồng	12	89,05	2	1,74	13	5,77	96,56	↓18,9
24	Thừa Thiên Huế	11	39,27	3	- 3,73	3	0,25	35,78	↑53,2

TT	Địa phương	Số dự án mới	Vốn đăng ký mới (triệu USD)	Số lượt dự án điều chỉnh vốn	Vốn đăng ký điều chỉnh (triệu USD)	Số giao dịch góp vốn mua cổ phần	Giá trị góp vốn, mua cổ phần (triệu USD)	Tổng vốn đăng ký (triệu USD)	Tăng/Giảm so với cùng kỳ (%)
25	Hà Tĩnh	5	22,86	-	-	3	2,11	24,97	↑312,3
26	Đắk Lắk	-	-	3	5,73	9	8,28	14,01	↓97,3
27	Lào Cai	2	7,11	1	0,40	3	4,44	11,95	↓91,4
28	An Giang	1	0,04	-	-	31	8,48	8,52	
29	Son La	1	7,00	-	-	1	0,96	7,96	
30	Điện Biên	-	-	-	-	1	2,54	2,54	
31	Cà Mau	-	-	3	- 26,61	1	10,92	- 15,70	↓155,3
Tổng số		4.054	17.321,28	1.404	14.069,51	3.587	7.027,26	38.418,06	↑0,5

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài

13. Vốn đầu tư

Theo Bộ Tài chính, tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam tính đến ngày 31/10/2025 bao gồm vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt 31,52 tỷ USD, tăng 15,6% so với cùng kỳ năm trước.

Việt Nam đã thu hút một lượng đáng kể vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong giai đoạn 2010 - 2025. Các dữ liệu hàng năm và tích lũy cho thấy sự tăng trưởng liên tục.

+ Tổng quan về vốn FDI vào Việt Nam giai đoạn 2010 - 2025:

✓ Vốn đăng ký tích lũy: Tính đến cuối năm 2024, tổng vốn FDI đăng ký lũy kế cả nước đạt khoảng 502,8 tỷ USD.

✓ Vốn thực hiện (giải ngân) tích lũy: Đến cuối năm 2024, vốn FDI thực hiện đạt mức cao kỷ lục khoảng 25,35 tỷ USD chỉ trong năm đó.

✓ Xu hướng hàng năm: Vốn FDI đăng ký và giải ngân có xu hướng tăng trưởng ổn định qua các năm, với một số điểm nhấn như vốn giải ngân năm 2025 đạt mức cao nhất trong 5 năm trở lại đây.

✓ Số liệu gần nhất (năm 2025): Trong 10 tháng đầu năm 2025, tổng vốn FDI đăng ký đạt khoảng 31,52 tỷ USD, tăng 15,6% so với cùng kỳ, và vốn giải ngân đạt 21,3 tỷ USD, tăng 8,8% so với cùng kỳ.

14. Lĩnh vực nhiều nhà đầu tư quan tâm tại Việt Nam

a. Dệt may

Sản xuất các mặt hàng dệt may là một trong những ngành kinh doanh tốt tại Việt Nam. Người nước ngoài hoặc nhà đầu tư có khả năng kiếm được lợi nhuận từ lĩnh vực này vì nó được coi là một trong những lĩnh vực hoạt động tích cực trong các mặt hàng xuất khẩu.

Ngoài ra, trong giai đoạn chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, đồng Nhân dân tệ mất giá so với USD Mỹ cũng như giá cả cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam đã khiến hàng dệt may Việt Nam giành được thị phần từ Trung Quốc.

Theo Công ty Cổ phần Chứng khoán Quốc tế Việt Nam, việc Mỹ áp thuế xuất khẩu 25% đối với hàng dệt may từ Trung Quốc mang lại cho các nước lợi thế rất lớn để xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ.

Nên bắt đầu kinh doanh trong ngành này bằng cách tạo một cửa hàng quần áo may sẵn trực tuyến hoặc trở thành một nhà buôn vải. Việc thành lập cơ sở sản xuất hàng dệt may tại Việt Nam có thể quá tốn kém đối với một doanh nghiệp nhỏ, nhưng chắc chắn đáng đồng tiền.

b. Kinh doanh bất động sản

Kể từ khi mở cửa bất động sản và tài sản cho các nhà đầu tư nước ngoài vào năm 2015, Việt Nam đã có tốc độ phát triển nhanh chóng.

Nhiều người nước ngoài từ Singapore, Hàn Quốc, Trung Quốc và Hồng Kông coi bất động sản ở Việt Nam như một ngành kinh doanh

sinh lời cao để tham gia - đặc biệt là với số lượng người nhập cư và người nhập cư ngày càng tăng.

Mặc dù bạn cần một số tiền tương đối lớn để bắt đầu thành công, nhưng đây là một công việc kinh doanh mà bạn cũng sẽ thấy lợi tức đầu tư lớn hơn .

Ví dụ, bạn có thể mua một bất động sản cũ, sau đó cải tạo và bán lại. Bên cạnh đó, bạn cũng có thể xây dựng các cao ốc văn phòng hoặc nhà ở giá rẻ cho thuê - để bạn có thu nhập thụ động ổn định và tài sản vẫn là của bạn.

c. Du lịch và khách sạn

Một ý tưởng kinh doanh mang lại nhiều lợi nhuận khác cho các doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam chắc chắn là du lịch và khách sạn - do cảnh quan đẹp, thiên nhiên kỳ thú, văn hóa và ẩm thực tinh tế của đất nước. Nhờ đó, ngành du lịch và khách sạn tại Việt Nam cũng đã tạo ra hàng triệu việc làm trong những năm qua.

Như bạn thấy, ở đây hoàn toàn không thiếu khách du lịch đến với đất nước vào mỗi mùa. Do đó, cùng với các ưu đãi về chỗ ở tuyệt vời và các bữa ăn có chất lượng tốt, bạn cũng có thể thành lập một công ty du lịch - một cách khôn khéo để thu được lợi nhuận.

d. Xuất khẩu, kinh doanh bán buôn bán lẻ

Việt Nam xuất khẩu rất nhiều thứ và đó là lý do tại sao xuất khẩu được xếp vào danh sách những ý tưởng kinh doanh nhỏ có lợi nhất ở Việt Nam.

Các mặt hàng thường được xuất khẩu bởi các doanh nghiệp nhỏ bao gồm cà phê, giày dép và may mặc, phụ kiện và điện tử - những mặt hàng có nhu cầu cao ở các nước khác.

Trên thực tế, có những mặt hàng khác như thiết bị sản xuất, nhiên liệu khoáng và dầu mỏ, sắt thép, thực tế đứng ở vị trí hàng đầu khi xét

về tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, tuy nhiên, phần lớn các mặt hàng này lại do các công ty toàn cầu đại diện.

Ngoài việc trở thành nhà xuất khẩu và người bán, bạn thậm chí có thể là nhà tư vấn tìm nguồn cung ứng sản phẩm. Một nhà tư vấn tìm nguồn cung ứng sản phẩm kết nối khách hàng quốc tế tiềm năng và người bán ở Việt Nam với nhau.

Tuyệt vời hơn, bạn thậm chí có thể kết nối người bán quốc tế và khách hàng Việt Nam, sau đó nhập khẩu các mặt hàng từ các quốc gia khác vào Việt Nam. Bằng cách kết hợp cả xuất nhập khẩu, bạn cũng có thể trở thành một nhà giao nhận hàng hóa.

Ngoài ra lĩnh vực gia công, sản xuất, logistic, thương mại điện tử cũng là những ngành nghề được đầu tư nhiều tại Việt Nam.

15. Lý do thất bại tại Việt Nam

Khung pháp lý và quy định của Việt Nam không ngừng phát triển và được cập nhật thường xuyên. Kinh nghiệm và sự hiểu biết của một nhà đầu tư có thể đem đến sự khác biệt nhất định.

Các nhà đầu tư nước ngoài thường gặp khó khăn trong việc nắm bắt và tuân thủ luật pháp cũng như thông lệ địa phương khi họ muốn thực hiện một giao dịch, thường dẫn đến các vấn đề tuân thủ nghiêm trọng có thể làm hỏng giao dịch.

Chìa khóa ở đây là tìm cách hiểu các yêu cầu pháp lý trong thời gian sớm nhất và sau đó nỗ lực giải quyết mọi vấn đề không rõ ràng hoặc không chắc chắn phát sinh. Điều này có thể liên quan đến việc làm việc với các bộ/ bộ liên quan để làm rõ hoặc hỗ trợ hoặc làm việc với các nhà cung cấp để phát triển các chiến lược giao dịch thay thế.

Chúng ta thường thấy các nhà đầu tư tỏ ra cam kết thực hiện một giao dịch nếu xét đến thời gian và khoản đầu tư mà họ đã bỏ ra để có cơ hội, và kết quả là họ có thể bỏ qua tầm quan trọng hoặc những tác động phát sinh từ quy trình thẩm định chính thức.

Việc tiến hành giao dịch mà không có sự thẩm định toàn diện có thể dẫn đến các khoản nợ không lường trước được và các khoản nợ tiềm ẩn, sự phụ thuộc đáng kể vào bên liên quan, các vấn đề pháp lý hoặc quy định chưa được giải quyết, tài sản được định giá quá cao và lợi nhuận bị phóng đại.

Một quy trình thẩm định chính thức (tối thiểu là pháp lý, thuế và tài chính) do các bên bên ngoài thực hiện mà không có mối liên hệ tình cảm hoặc đầu tư là cần thiết để tránh thất bại trong giao dịch vào phút cuối khi có bất ngờ xảy ra. Quy trình thẩm định tại Việt Nam nên được bắt đầu ngay từ giai đoạn đầu và có sự hợp tác giữa bên bán và bên mua.

Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam coi trọng mối quan hệ và sự tin cậy. Những hiểu lầm hoặc thông tin sai lệch, thường do rào cản ngôn ngữ hoặc sự khác biệt về văn hóa, có thể dẫn đến sự ngờ vực và đàm phán thất bại, bất kể cả hai bên có đầu tư vào giao dịch như thế nào.

Có kế hoạch giải quyết các rào cản về văn hóa và ngôn ngữ là một phần quan trọng của giao dịch và điều này có thể cần thiết để áp dụng cho nhiều cấp quản lý chứ không chỉ với hội đồng quản trị hoặc nhóm nhà đầu tư. Khi các vấn đề phức tạp nảy sinh trong quá trình giao dịch, việc lập kế hoạch này là vô giá để ngăn chặn sự thất bại trong thỏa thuận văn hóa làm chệch hướng các nỗ lực.

Việc xây dựng một thỏa thuận phù hợp với các quy định của Việt Nam, các mục tiêu chiến lược của các nhà đầu tư nước ngoài và cơ cấu sở hữu lịch sử của nhà cung cấp hiện tại có thể rất phức tạp. Sự không phù hợp có thể dẫn đến việc không tuân thủ quy định hoặc không phù hợp giữa các kỳ vọng của các đối tác.

Cần phải hợp tác chặt chẽ ngay từ giai đoạn đầu để phát triển cơ cấu thỏa thuận (hoặc tái cơ cấu nhiều giai đoạn) có tính đến các tác động về thuế đối với tất cả các bên, các yêu cầu pháp lý và mục tiêu chiến lược dài hạn.

Chuẩn mực kế toán và thông lệ báo cáo tài chính tại Việt Nam khác với chuẩn mực quốc tế. Hơn nữa, các doanh nghiệp tư nhân thường duy

trì nhiều sở cái với các phiên bản dành cho cơ quan thuế, tổ chức cho vay và phiên bản cá nhân. Điều này có thể dẫn đến sự không chính xác đáng kể trong báo cáo tài chính, khiến việc đánh giá tình hình tài chính thực sự của một doanh nghiệp trở nên khó khăn, đặc biệt là khi có sự thay đổi về quyền kiểm soát phát sinh.

Mặc dù kiểm toán có thể hỗ trợ nhưng bản thân chúng không phải là một giải pháp hoàn chỉnh. Làm việc với nhà cung cấp để hiểu các quy trình tài chính thực sự được áp dụng, sau đó đưa ra các biện pháp kiểm soát và báo cáo tài chính phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, sẽ giúp đảm bảo tính minh bạch và chính xác trước khi kết thúc giao dịch.

Cách tiếp cận tốt nhất là không hạ thấp các tiêu chuẩn đạo đức và doanh nghiệp của nhà đầu tư bất kể vị trí kinh tế và xã hội mà mục tiêu nắm giữ ở Việt Nam. Việc áp dụng chính sách không khoan nhượng đối với tham nhũng và các hành vi phi đạo đức sẽ cho phép có một sự chuyển đổi. Việc thực hiện kiểm tra lý lịch đối với các đối tác tiềm năng và nhân mạnh tính minh bạch và liêm chính trong mọi giao dịch kinh doanh phải là điều bắt buộc ở tất cả các giai đoạn thảo luận.

Nền kinh tế Việt Nam, trong khi đang phát triển, phải chịu sự biến động và áp lực kinh tế bên ngoài. Biến động tỷ giá hối đoái, lạm phát, chi phí đầu vào và những thay đổi trong chính sách kinh tế hoặc chính phủ có thể tác động đến khả năng tồn tại của các khoản đầu tư trong các lĩnh vực. Một thỏa thuận có vẻ hấp dẫn có thể nhanh chóng trở nên không hấp dẫn và các nhà đầu tư cần lưu ý những điều này khi bắt đầu đàm phán.

16. Một số quy định về đăng ký doanh nghiệp

- Hồ sơ đăng ký doanh nghiệp tư nhân (theo Điều 19, Luật Doanh nghiệp 2020):

- ✓ Giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp.
- ✓ Bản sao giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với chủ doanh nghiệp tư nhân.

- Hồ sơ đăng ký công ty hợp danh (Điều 20, Luật Doanh nghiệp 2020):

- ✓ Giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp.
- ✓ Điều lệ công ty.
- ✓ Danh sách thành viên.
- ✓ Bản sao giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với thành viên.
- ✓ Bản sao Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của Luật Đầu tư 2020.

- Hồ sơ đăng ký công ty trách nhiệm hữu hạn (theo Điều 21, Luật Doanh nghiệp 2020 và Khoản 8, Điều 1, Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025):

- ✓ Giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp.
- ✓ Điều lệ công ty.
- ✓ Danh sách thành viên; danh sách chủ sở hữu hưởng lợi của doanh nghiệp (nếu có).

✓ Bản sao các giấy tờ sau đây: Giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với thành viên là cá nhân, người đại diện theo pháp luật; Giấy tờ pháp lý của tổ chức đối với thành viên là tổ chức và văn bản cử người đại diện theo ủy quyền; giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với người đại diện theo ủy quyền của thành viên là tổ chức. Đối với thành viên là tổ chức nước ngoài thì bản sao giấy tờ pháp lý của tổ chức phải được hợp pháp hóa lãnh sự; Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của Luật Đầu tư Doanh nghiệp 2020.

- Hồ sơ đăng ký công ty cổ phần (theo Điều 22, Luật Doanh nghiệp 2020 và Khoản 9, Điều 1, Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025):

- ✓ Giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp.
- ✓ Điều lệ công ty.

✓ Danh sách cổ đông sáng lập; danh sách cổ đông là nhà đầu tư nước ngoài; danh sách chủ sở hữu hưởng lợi của doanh nghiệp (nếu có).

✓ Bản sao các giấy tờ sau đây: Giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với cổ đông sáng lập và cổ đông là nhà đầu tư nước ngoài là cá nhân, người đại diện theo pháp luật; Giấy tờ pháp lý của tổ chức đối với cổ đông là tổ chức và văn bản cử người đại diện theo ủy quyền; giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với người đại diện theo ủy quyền của cổ đông sáng lập và cổ đông là nhà đầu tư nước ngoài là tổ chức. Đối với cổ đông là tổ chức nước ngoài thì bản sao giấy tờ pháp lý của tổ chức phải được hợp pháp hóa lãnh sự; Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của Luật Đầu tư 2020.

- Nội dung giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp (theo Điều 23, Luật Doanh nghiệp 2020 và Khoản 10, Điều 1, Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025):

Giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp bao gồm các nội dung chủ yếu sau đây:

- ✓ Tên doanh nghiệp;
- ✓ Địa chỉ trụ sở chính của doanh nghiệp, số điện thoại; số fax, thư điện tử (nếu có);
- ✓ Ngành, nghề kinh doanh;
- ✓ Vốn điều lệ; vốn đầu tư của chủ doanh nghiệp tư nhân;
- ✓ Các loại cổ phần, mệnh giá mỗi loại cổ phần và tổng số cổ phần được quyền chào bán của từng loại cổ phần đối với công ty cổ phần;
- ✓ Thông tin đăng ký thuế;
- ✓ Số lượng lao động dự kiến;
- ✓ Họ, tên, chữ ký, địa chỉ liên lạc, quốc tịch, thông tin giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với chủ doanh nghiệp tư nhân và thành viên hợp danh của công ty hợp danh;

✓ Họ, tên, chữ ký, địa chỉ liên lạc, quốc tịch, thông tin giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với người đại diện theo pháp luật của công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần.

✓ Thông tin về chủ sở hữu hưởng lợi của doanh nghiệp (nếu có).

- Trình tự, thủ tục đăng ký doanh nghiệp (theo Điều 26, Luật Doanh nghiệp 2026 và Khoản 12, Điều 1, Luật Doanh nghiệp 2025):

Người thành lập doanh nghiệp hoặc người được ủy quyền thực hiện đăng ký doanh nghiệp với Cơ quan đăng ký kinh doanh theo phương thức sau đây:

✓ Đăng ký doanh nghiệp trực tiếp tại Cơ quan đăng ký kinh doanh;

✓ Đăng ký doanh nghiệp qua dịch vụ bưu chính;

✓ Đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử.

✓ Đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử là việc người thành lập doanh nghiệp nộp hồ sơ đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử tại Cổng thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp. Hồ sơ đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử bao gồm các dữ liệu theo quy định của Luật này và được thể hiện dưới dạng văn bản điện tử. Hồ sơ đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử có giá trị pháp lý tương đương hồ sơ đăng ký doanh nghiệp bằng bản giấy.

Trong thời hạn 03 ngày làm việc kể từ ngày nhận hồ sơ, Cơ quan đăng ký kinh doanh có trách nhiệm xem xét tính hợp lệ của hồ sơ đăng ký doanh nghiệp và cấp đăng ký doanh nghiệp; trường hợp hồ sơ chưa hợp lệ, Cơ quan đăng ký kinh doanh phải thông báo bằng văn bản nội dung cần sửa đổi, bổ sung cho người thành lập doanh nghiệp. Trường hợp từ chối đăng ký doanh nghiệp thì phải thông báo bằng văn bản cho người thành lập doanh nghiệp và nêu rõ lý do.

Chính phủ quy định về hồ sơ, trình tự, thủ tục, liên thông trong đăng ký doanh nghiệp, việc đăng ký doanh nghiệp qua mạng thông tin điện tử.

- Cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp (theo Điều 27, Luật Doanh nghiệp 2020)

Doanh nghiệp được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp khi có đủ các điều kiện sau đây:

✓ Ngành, nghề đăng ký kinh doanh không bị cấm đầu tư kinh doanh;

✓ Tên của doanh nghiệp được đặt theo đúng quy định tại các điều 37, 38, 39 và 41 của Luật Doanh nghiệp 2020;

✓ Có hồ sơ đăng ký doanh nghiệp hợp lệ;

✓ Nộp đủ lệ phí đăng ký doanh nghiệp theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí.

Trường hợp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp bị mất, bị hư hỏng hoặc bị hủy hoại dưới hình thức khác, doanh nghiệp được cấp lại Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp và phải nộp lệ phí theo quy định của pháp luật.

- Đăng ký hoạt động chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp; thông báo địa điểm kinh doanh (theo Điều 45, Luật Doanh nghiệp 2020):

Doanh nghiệp có quyền thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện ở trong nước và nước ngoài. Doanh nghiệp có thể đặt một hoặc nhiều chi nhánh, văn phòng đại diện tại một địa phương theo địa giới đơn vị hành chính.

Trường hợp thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện trong nước, doanh nghiệp gửi hồ sơ đăng ký hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện đến Cơ quan đăng ký kinh doanh nơi doanh nghiệp đặt chi nhánh, văn phòng đại diện. Hồ sơ bao gồm:

✓ Thông báo thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện;

✓ Bản sao quyết định thành lập và bản sao biên bản họp về việc thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp; bản sao giấy tờ pháp lý của cá nhân đối với người đứng đầu chi nhánh, văn phòng đại diện.

Trong thời hạn 03 ngày làm việc kể từ ngày nhận hồ sơ, Cơ quan đăng ký kinh doanh có trách nhiệm xem xét tính hợp lệ của hồ sơ và cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh, văn phòng đại diện; trường hợp hồ sơ chưa hợp lệ, Cơ quan đăng ký kinh doanh phải thông báo bằng văn bản nội dung cần sửa đổi, bổ sung cho doanh nghiệp. Trường hợp từ chối cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh, văn phòng đại diện thì phải thông báo bằng văn bản cho doanh nghiệp và nêu rõ lý do.

Doanh nghiệp chịu trách nhiệm đăng ký thay đổi nội dung Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh, văn phòng đại diện trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày có thay đổi.

Trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày quyết định địa điểm kinh doanh, doanh nghiệp thông báo địa điểm kinh doanh đến Cơ quan đăng ký kinh doanh.

Doanh nghiệp nên tham khảo thêm các văn bản pháp luật hiện hành như Luật Doanh nghiệp 2020, Nghị định 01/2021/NĐ-CP và Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025 để có thông tin chi tiết và cập nhật nhất.

Việc mở văn phòng đại diện có thể là bước đầu tiên hữu ích và tiết kiệm để khám phá các cơ hội kinh doanh tại Việt Nam. Văn phòng đại diện không thể thực hiện các hoạt động thương mại hoặc tạo doanh thu trực tiếp như thực hiện hợp đồng, nhận tiền, mua bán hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ. Đây là hình thức hiện diện phổ biến tại Việt Nam của các công ty nước ngoài, đặc biệt là những công ty đang trong giai đoạn đầu của chiến lược thâm nhập thị trường.

17. Nhượng quyền thương mại

Nhượng quyền thương mại cho phép chủ doanh nghiệp duy trì một mức độ kiểm soát nhất định trong khi vẫn khai thác được năng lực của quyền thương mại.

Thành công tại Việt Nam đòi hỏi các doanh nghiệp phải điều chỉnh sản phẩm hoặc dịch vụ của mình cho phù hợp với thị trường. Điều này cần được dựa trên phân tích chi tiết về xu hướng tiêu dùng, nhận thức về giá cả, xây dựng thương hiệu, tiếp thị và quảng cáo, cũng như phương thức thanh toán. Thu nhập khả dụng tăng dự kiến sẽ đưa hơn một nửa dân số Việt Nam gia nhập tầng lớp trung lưu toàn cầu vào năm 2035.

Việc hiểu rõ đặc điểm, nguyện vọng và thói quen chi tiêu của nhóm người tiêu dùng mới nổi này là rất quan trọng đối với các doanh nghiệp đang tìm cách khai thác phân khúc này. Người tiêu dùng thuộc tầng lớp trung lưu Việt Nam trẻ, am hiểu công nghệ và kết nối. Họ ngày càng có trình độ học vấn cao, thành thị hóa và am hiểu thương hiệu - trải nghiệm tiêu dùng bên cạnh hàng hóa, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán hàng trực tuyến.

Mặc dù nhiều người đang thận trọng trong việc chi tiêu, nhưng các sản phẩm cao cấp đang ngày càng phổ biến. Thị trường bán lẻ của Việt Nam vẫn bị chi phối bởi các cửa hàng tạp hóa và chợ truyền thống, nhưng sự trỗi dậy của tầng lớp người tiêu dùng sẽ củng cố sự phát triển của các kênh bán hàng hiện đại như cửa hàng bách hóa và thương mại điện tử.

Các doanh nghiệp thâm nhập thị trường Việt Nam nên điều chỉnh các đề xuất giá trị của mình để đáp ứng xu hướng tiêu dùng của tầng lớp trung lưu.

Việc giới thiệu các dòng sản phẩm cao cấp, tập trung phân phối tại các trung tâm đô thị mới nổi, và điều chỉnh sản phẩm và dịch vụ cho người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và tính bền vững, có thể mang lại cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh.

18. Vấn đề giá cả, xây dựng thương hiệu và tiếp thị

Mặc dù nền kinh tế Việt Nam đang tăng trưởng nhanh chóng, mức thu nhập trung bình quân đầu người vẫn còn thấp so với các nước có nền kinh tế phát triển hơn trong khu vực Đông Nam Á.

Các doanh nghiệp cần nhớ rằng mức giá được thiết kế cho tầng lớp trung lưu ở một thị trường có thể vượt quá tầm với của tầng lớp trung lưu ở một thị trường khác - việc điều chỉnh giá nhẹ cho một sản phẩm vốn đã thành công có thể thúc đẩy đáng kể doanh số.

Xây dựng thương hiệu đóng vai trò quan trọng ở Việt Nam cũng như ở bất kỳ thị trường nào khác, và các công ty cần nghiên cứu và hiểu thị hiếu cụ thể của người tiêu dùng để đạt được thành công.

Tại Việt Nam, cũng như ở nhiều nơi khác tại châu Á, các thương hiệu chất lượng cao nổi tiếng đang được săn đón. Mặc dù điều này có thể là một bất lợi cho các thương hiệu mới, nhưng vẫn có thể tạo dựng được danh tiếng tại thị trường Việt Nam thông qua các chiến dịch quảng bá có mục tiêu. Doanh nghiệp nước ngoài trong một số lĩnh vực được hưởng lợi thế về thương hiệu chỉ đơn giản nhờ sản phẩm của họ được sản xuất tại nước ngoài.

Tiếp thị thương mại cho các nhà phân phối và nhà bán lẻ là cách phổ biến và hiệu quả để các doanh nghiệp thu hút sự chú ý tại thị trường Việt Nam. Triển lãm thương mại có thể là một điểm khởi đầu hữu ích. Đây là những cách hiệu quả để tiếp cận các nhóm khách hàng mới và khách hàng tiềm năng, đồng thời cung cấp thông tin chi tiết về hoạt động của các đối thủ cạnh tranh.

Các chương trình khuyến mãi bán hàng cũng có thể giúp xây dựng thương hiệu của bạn bằng các chiến dịch có tác động lớn. Việc cung cấp các chương trình giảm giá và sự kiện đặc biệt tập trung vào thương hiệu của bạn có thể là một cách hiệu quả để xây dựng lòng trung thành của người tiêu dùng và nhận thức về sản phẩm, đặc biệt là trong các lĩnh vực có nhiều doanh nghiệp lớn.

Các phương pháp tiếp thị kỹ thuật số đang ngày càng phổ biến khi tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh ngày càng tăng. Email, tin nhắn văn bản, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm và mạng xã hội hiện là những phần không thể thiếu của một chiến dịch tiếp thị toàn diện. Các nỗ lực tiếp thị và quảng cáo tại các hội chợ thương mại, chương trình khuyến mãi hoặc bất kỳ nơi nào khác, nên được chuyển ngữ thông tin sang tiếng Việt để đảm bảo phạm vi tiếp cận lớn nhất.

MỘT SỐ NGÀNH, LĨNH VỰC KINH TẾ

1. Lĩnh vực công nghiệp

Sự phát triển công nghiệp tại Việt Nam là một quá trình chuyển đổi mạnh mẽ từ nền kinh tế nông nghiệp sang công nghiệp, đạt được nhiều thành tựu quan trọng nhưng cũng đối mặt với một số thách thức đáng kể.

Sau gần 40 năm thực hiện đường lối Đổi mới, khu vực công nghiệp và xây dựng đã tăng tỷ trọng trong cơ cấu GDP, ước đạt 37,65% vào năm 2025 (theo Cục Thống kê), đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế chung.

Việt Nam đã và đang triển khai nhiều chính sách nhằm thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa, với mục tiêu đến năm 2030 cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại, tầm nhìn đến năm 2045. Các chính sách này tập trung vào việc cơ cấu lại ngành công nghiệp, phát triển công nghiệp hỗ trợ, và thúc đẩy các ngành công nghiệp mũi nhọn.

Công nghiệp đóng vai trò là động lực chính cho tăng trưởng kinh tế bền vững, giúp Việt Nam chuyển dịch cơ cấu kinh tế một cách mạnh mẽ.

Nhiều ngành công nghiệp đã phát triển vượt bậc, bao gồm:

- ✓ Công nghiệp chế biến, chế tạo.
- ✓ Năng lượng (điện, dầu khí, năng lượng tái tạo).
- ✓ Công nghiệp công nghệ cao và công nghiệp hỗ trợ.

✓ Sự phát triển công nghiệp đã giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, thu hút lượng lớn vốn đầu tư nước ngoài (FDI).

Mặc dù có nhiều thành tựu, ngành công nghiệp Việt Nam vẫn đối mặt với các thách thức chính như: năng lực sản xuất nội tại, đặc biệt là công nghiệp hỗ trợ, còn hạn chế, dẫn đến sự phụ thuộc vào nguyên liệu và công nghệ nhập khẩu.

Thiếu hụt lao động có tay nghề cao, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ mới. Vẫn còn những lo ngại về hiệu quả sử dụng tài nguyên, vấn đề môi trường và phát triển bền vững trong quá trình công nghiệp hóa. Một số chính sách phát triển công nghiệp còn bị phân tán và chưa đồng bộ.

2. Lĩnh vực nông nghiệp

Theo báo cáo của Cục Thống kê về tình hình kinh tế xã hội quý IV/2025, lĩnh vực nông nghiệp dự kiến đóng góp 11,64% vào GDP của Việt Nam năm 2025. Phát triển nông nghiệp Việt Nam đã có những bước chuyển đổi mạnh mẽ, từ một nền nông nghiệp truyền thống sang sản xuất hàng hóa hiện đại, hội nhập quốc tế. Ngành này hiện là trụ đỡ quan trọng của nền kinh tế, đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng, đóng góp vào tăng trưởng GDP, đảm bảo an ninh lương thực và thúc đẩy xuất khẩu.

Các thành tựu nổi bật bao gồm việc trở thành nước xuất khẩu nông sản hàng đầu thế giới với các mặt hàng chủ lực như gạo, cà phê, thủy sản, đồng thời đang chuyển đổi sang các mô hình sản xuất hiệu quả, bền vững hơn, theo hướng sinh thái và ứng phó với biến đổi khí hậu.

Tốc độ tăng trưởng GDP nông nghiệp khá cao, duy trì ở mức ổn định qua các năm. Ngành nông nghiệp đã khẳng định vai trò trụ đỡ cho nền kinh tế.

Nhiều mặt hàng nông sản như gạo, cà phê, thủy sản, hạt tiêu, hạt điều có kim ngạch xuất khẩu lớn. Nông nghiệp giúp đảm bảo nguồn cung lương thực đủ cho tiêu dùng trong nước và trên thế giới.

Từ nước từng bị nạn đói đe dọa, Việt Nam đã trở thành một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Việt Nam tích cực chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi, thủy sản theo hướng nâng cao hiệu quả kinh tế. Tập trung phát triển các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu thị trường. Đẩy mạnh sản xuất nông nghiệp hữu cơ, sinh thái, bền vững. Đổi mới mạnh mẽ, hướng tới phát triển nền nông nghiệp hiện đại, hiệu quả, bền vững, sinh thái. Tập trung vào nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp thông minh để nâng cao năng suất và chất lượng. Phát triển chuỗi giá trị, nâng cao giá trị gia tăng cho nông sản.

Sự phát triển nông nghiệp tại Việt Nam là một quá trình chuyển đổi mạnh mẽ từ nền nông nghiệp tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hóa tập trung, quy mô lớn, hướng tới nông nghiệp thông minh, bền vững và tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Nông nghiệp luôn đóng vai trò trụ cột, chiến lược trong nền kinh tế Việt Nam.

Chuyển đổi sang các phương thức canh tác thân thiện môi trường, sử dụng phân bón hữu cơ, giảm hóa chất và tái sử dụng phụ phẩm, phế thải.

Thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp, liên kết sản xuất theo chuỗi từ trang trại đến bàn ăn để đảm bảo đầu ra ổn định và chất lượng sản phẩm.

Có thể khẳng định rằng nông nghiệp Việt Nam đã đạt được những thành tựu to lớn và đang trong quá trình chuyển đổi mạnh mẽ để trở thành ngành kinh tế tiên phong, hiện đại, đóng góp quan trọng vào sự phát triển chung của đất nước.

3. Lĩnh vực dịch vụ

Năm 2025, lĩnh vực dịch vụ dự kiến đóng góp 42,75% vào cơ cấu GDP của Việt Nam (Nguồn: Báo cáo tình hình kinh tế-xã hội Quý IV/2025 của Cục Thống kê). Phát triển dịch vụ tại Việt Nam trong giai đoạn gần đây cho thấy sự tăng trưởng ổn định, với tốc độ cao hơn mức trung bình của nền kinh tế, góp phần quan trọng vào cơ cấu GDP.

Chiến lược quốc gia đến năm 2030 đặt mục tiêu tốc độ tăng trưởng 7 - 8% và tỷ trọng dịch vụ đạt khoảng 50% GDP, nhấn mạnh việc tái cơ cấu ngành và phát triển theo vùng lãnh thổ.

Các lĩnh vực như bán lẻ, du lịch, logistics và công nghệ số đang cho thấy sự phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ, được hỗ trợ bởi các chính sách kích cầu, ứng dụng công nghệ và phát triển bền vững.

Đạt tốc độ tăng trưởng 7 - 8% cho giai đoạn 2021 - 2030, cao hơn tốc độ tăng trưởng chung của nền kinh tế.

Tỷ trọng GDP đạt khoảng 50% GDP vào năm 2030 và khoảng 60% GDP trong giai đoạn 2030 - 2050. Đẩy mạnh cơ cấu lại các ngành dịch vụ và phát triển theo định hướng vùng lãnh thổ. Phát triển hệ tri thức số, cung cấp dịch vụ công trực tuyến cấp độ 4 và ứng dụng công nghệ hiện đại trong các lĩnh vực dịch vụ.

Doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng tăng trưởng mạnh, cho thấy sự phục hồi của thị trường sau đại dịch.

Du lịch phục hồi mạnh mẽ, đặc biệt là du lịch lữ hành, với định hướng đa dạng hóa thị trường khách và tăng cường ứng dụng công nghệ số.

Logistics được chú trọng phát triển, tập trung vào vận tải đa phương thức, xuyên biên giới và xây dựng các trung tâm logistics.

Tài chính - Ngân hàng tiếp tục phát triển, hiện đại hóa, với nợ xấu giảm và thị trường chứng khoán mở rộng.

Ngành dịch vụ tại Việt Nam đã phát triển nhanh chóng và trở thành một động lực tăng trưởng kinh tế chính, đóng góp đáng kể vào GDP cả nước.

Khu vực dịch vụ duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định và có xu hướng tăng qua các năm. Trong giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 6,31%/năm, chỉ đứng sau khu vực công nghiệp. Tỷ trọng ngành dịch vụ trong GDP đã vượt mốc 40% và tiếp tục tăng.

Ngành dịch vụ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng chung và hỗ trợ các lĩnh vực khác như công nghiệp và nông nghiệp. Ngành dịch vụ Việt Nam đa dạng, bao gồm nhiều lĩnh vực như du lịch, logistics, tài chính - ngân hàng, công nghệ thông tin, v.v..

Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, đặc biệt là chuyển đổi số, là động lực chính thúc đẩy sự phát triển của ngành dịch vụ. Các dịch vụ số, thương mại điện tử và tài chính số đang bùng nổ.

Việt Nam tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, tham gia các hiệp định thương mại, tạo điều kiện cho thương mại dịch vụ phát triển và thu hút đầu tư nước ngoài.

Chính phủ đã và đang triển khai các đề án cơ cấu lại ngành dịch vụ nhằm phát triển nhanh và bền vững hơn, nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh.

Ngành dịch vụ Việt Nam đang trong quá trình chuyển đổi mạnh mẽ, hướng tới các lĩnh vực có hàm lượng công nghệ cao và giá trị gia tăng lớn, đóng góp ngày càng quan trọng vào sự phát triển kinh tế chung của đất nước.

4. Lĩnh vực du lịch

Du lịch Việt Nam được Đảng và Nhà nước xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Việt Nam sở hữu tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú

Du lịch Việt Nam đang phát triển nhanh chóng, thể hiện qua việc phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch, thu hút hàng triệu lượt khách quốc tế và nội địa, đóng góp đáng kể vào nền kinh tế.

Ngành tập trung vào phát triển bền vững, chuyển đổi từ du lịch tham quan sang trải nghiệm chất lượng cao, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao tính cạnh tranh và thương hiệu. Các yếu tố thúc đẩy bao gồm tiềm năng tài nguyên phong phú, di sản văn hóa đa dạng, chính sách hỗ trợ từ chính phủ, và sự phát triển của cơ sở hạ tầng du lịch.

Việt Nam sở hữu nhiều cảnh quan thiên nhiên đa dạng như vịnh Hạ Long, Sapa, Phú Quốc và di sản văn hóa được UNESCO công nhận như Cố đô Huế, Phố cổ Hội An, Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng.

Du lịch Việt Nam đang phát triển các loại hình đa dạng từ nghỉ dưỡng, sinh thái đến văn hóa, ẩm thực, golf.

Ngành du lịch có sự phát triển mạnh mẽ về số lượng cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành và đội ngũ hướng dẫn viên.

Ngành du lịch đã phục hồi nhanh chóng, vượt cả mục tiêu đề ra. Theo số liệu từ Cơ quan quản lý du lịch quốc gia và các báo cáo chính thức, năm 2024, Việt Nam đón hơn 17,5 triệu lượt khách quốc tế, 110 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ du lịch đạt 840.000 tỷ đồng. Chính sách thị thực thông thoáng, hoạt động xúc tiến quảng bá hiệu quả và sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng.

Cũng theo các báo cáo chính thức, năm 2025, du lịch Việt Nam đạt kết quả kỷ lục với khoảng 21.2 - 21.5 triệu lượt khách quốc tế (tăng hơn 20% so với 2024), đón vị khách thứ 20 triệu vào tháng 12, và khoảng 135.5 triệu lượt khách nội địa, vượt cả mức trước dịch, với tổng thu du lịch ước đạt 1 triệu tỷ đồng, khẳng định sự phục hồi mạnh mẽ, đóng góp nhiều vào ngân sách.

Ngành du lịch tập trung vào cân bằng giữa kinh tế, xã hội và môi trường, đồng thời bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, tài nguyên thiên nhiên. Chuyển dịch từ tham quan sang trải nghiệm sâu sắc hơn, đảm bảo chất lượng dịch vụ, nâng cao sức cạnh tranh và khẳng định thương hiệu du lịch Việt Nam. Phát triển đa dạng hóa doanh nghiệp, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng du lịch toàn cầu.

5. Lúa gạo

Ngành lúa gạo tại Việt Nam là một ngành truyền thống, giữ vai trò quan trọng trong đảm bảo an ninh lương thực quốc gia và đưa Việt Nam

trở thành một trong những nước xuất khẩu hàng đầu thế giới. Ngành này đã chứng kiến sự tăng trưởng ấn tượng cả về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu, nhờ vào việc tái cơ cấu nông nghiệp thành công, chuyển đổi sang sản xuất giống lúa chất lượng cao và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, ngành cũng đối mặt với những thách thức từ biến động thị trường, thời tiết và cạnh tranh quốc tế.

Lúa gạo là nền tảng của an ninh lương thực quốc gia, đảm bảo lương thực cho hơn 3 tỷ người trên thế giới và Việt Nam luôn đảm bảo tự túc hoàn toàn.

Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới, với kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng liên tục trong những năm qua. Là mặt hàng nông sản chủ lực, lúa gạo đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế, tạo sinh kế cho hàng triệu nông dân.

Theo báo cáo của Hiệp hội Lương thực, ngành đã thực hiện tái cơ cấu thành công, nâng cao tỷ lệ giống lúa chất lượng cao từ 35 - 40% lên 75 - 80%. Kim ngạch xuất khẩu tăng cả về khối lượng và giá trị, đặc biệt đạt kỷ lục vào năm 2024. Sản phẩm gạo của Việt Nam hiện đã có mặt tại hơn 135 quốc gia và vùng lãnh thổ, đồng thời thâm nhập vào các thị trường yêu cầu chất lượng cao như Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, và EU.

Năm 2025, xuất khẩu gạo Việt Nam đạt kết quả tích cực với sản lượng 8,06 triệu tấn, thu về hơn 4,1 tỷ USD, nhưng giảm về cả lượng và giá trị so với năm 2024 do giá gạo thế giới giảm mạnh, nguồn cung tăng và sự cạnh tranh mạnh từ các nước.

Hiện nay, có cơ hội để nâng cao giá trị gạo Việt thông qua các chuỗi giá trị bền vững và công nghệ hiện đại. Chính sách nhà nước hỗ trợ để xây dựng thương hiệu và đẩy mạnh xúc tiến thương mại.

6. Phân bón

Ngành phân bón Việt Nam có giai đoạn phải đối mặt với cung dư thừa ở một số loại (như Urea, phân đạm) trong khi thiếu hụt ở các loại

khác (như Kali, SA, DAP) do năng lực sản xuất nội địa chưa đáp ứng hoàn toàn nhu cầu.

Thị trường chịu ảnh hưởng mạnh từ biến động giá nguyên liệu quốc tế, sự phụ thuộc vào nhập khẩu và các quy định chính sách. Bên cạnh phân bón vô cơ, ngành đang hướng tới phát triển mạnh phân bón hữu cơ để đảm bảo nông nghiệp bền vững và xanh.

Việt Nam sản xuất dư thừa một số loại phân bón (Urea, NPK) nhưng lại phụ thuộc nhập khẩu nhiều đối với các loại phân bón thiết yếu khác như SA, Kali, DAP.

Nhu cầu tổng thể khoảng 11 triệu tấn/năm, trong đó sản xuất nội địa đạt khoảng 8 triệu tấn, còn lại là nhập khẩu. Giá phân bón chịu ảnh hưởng lớn từ biến động giá nguyên liệu thế giới, chính sách thuế và nhu cầu của thị trường. Sự phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu khiến giá phân bón trong nước thiếu ổn định.

Theo các chính sách thuế hiện hành được quy định tại Luật Thuế giá trị gia tăng số 13/2008/QH 12 và Luật số 71/2014/ QH13, phân bón thuộc đối tượng không áp dụng thuế VAT. Do đó, doanh nghiệp không được khấu trừ thuế đầu vào, làm tăng giá thành sản phẩm khi đến tay người nông dân và giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nội địa. Ngành đang tập trung phát triển phân bón hữu cơ nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và quốc tế, cũng như hướng tới nông nghiệp xanh và bền vững.

Các doanh nghiệp cần đầu tư vào công nghệ hiện đại để nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất và hạn chế ô nhiễm môi trường. Cần có kế hoạch điều chỉnh cơ cấu sản xuất để giảm tình trạng dư cung ở một số mặt hàng và đảm bảo nguồn cung đầy đủ cho các loại phân bón thiết yếu.

7. Hóa chất

Ngành hóa chất tại Việt Nam là một ngành công nghiệp quan trọng, cung cấp nguyên liệu cho nhiều ngành sản xuất khác như dệt may, nhựa, xây dựng, nông nghiệp và dược phẩm.

Ngành này đa dạng sản phẩm, bao gồm hóa chất cơ bản, phân bón, hóa chất bảo vệ thực vật, cao su, sơn, và khí công nghiệp. Dù đã đạt mức tăng trưởng ấn tượng, ngành vẫn đối mặt với các thách thức như phụ thuộc nhập khẩu và cần phát triển bền vững hơn, theo các chiến lược phát triển đến năm 2030.

Ngành công nghiệp hóa chất Việt Nam bao gồm nhiều phân ngành chính:

- ✓ Hóa dầu và hóa chất cơ bản cung cấp nguyên liệu đầu vào thiết yếu.
- ✓ Phân bón đáp ứng nhu cầu sản xuất nông nghiệp.
- ✓ Hóa chất bảo vệ thực vật cung cấp các sản phẩm bảo vệ cây trồng.
- ✓ Cao su, sơn, mực in phục vụ cho nhiều ngành sản xuất và tiêu dùng.
- ✓ Chất tẩy rửa cung cấp sản phẩm cho nhu cầu tiêu dùng và công nghiệp.
- ✓ Khí công nghiệp cung cấp khí cho các ngành công nghiệp và y tế.

Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 6,5% giai đoạn 2018 - 2024.

Thị trường hóa chất Việt Nam đạt 3,7 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến đạt 3,72 tỷ USD vào năm 2025. (Nguồn: Virac.com.vn)

Theo chiến lược phát triển đến năm 2030, ngành hóa chất đặt mục tiêu tăng trưởng 10 - 11% mỗi năm. Ngành hóa chất là ngành kinh tế chủ lực, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế, đặc biệt là trong giai đoạn công nghiệp hóa. Cung cấp nguyên liệu đầu vào cho rất nhiều ngành công nghiệp khác như phân bón, dệt may, nhựa, cao su, giấy, v.v..

Việt Nam định hướng ưu tiên phát triển theo hướng công nghệ cao, sản phẩm xanh, an toàn và bền vững. Mục tiêu là giảm thiểu tác động môi trường và tăng cường hiệu quả khai thác tài nguyên trong nước.

Tuy vậy, ngành này vẫn còn phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu, đặc biệt là các hóa chất cơ bản và hóa chất đặc biệt có giá trị gia tăng cao. Cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp trong khu vực và quốc tế. Sản xuất hóa chất đối mặt với những thách thức lớn về xử lý chất thải và bảo vệ môi trường, đòi hỏi các biện pháp quản lý chặt chẽ hơn.

Lĩnh vực hóa chất tại Việt Nam đang trong quá trình chuyển dịch mạnh mẽ, hướng tới mục tiêu trở thành ngành công nghiệp hiện đại, bền vững, khắc phục dần sự phụ thuộc vào nhập khẩu và phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng cao hơn.

8. Thủy sản

Theo Hiệp hội Thủy sản, lĩnh vực thủy sản Việt Nam đang phát triển toàn diện, với sản lượng đạt hơn 9,5 triệu tấn năm 2024, hơn 10 triệu tấn năm 2025 và kim ngạch xuất khẩu cao (10,04 tỷ USD năm 2024 và 11,28 tỷ USD năm 2025), giữ vững vị trí số 3 thế giới về xuất khẩu thủy sản.

Ngành giữ vai trò quan trọng trong kinh tế, tập trung mạnh vào xuất khẩu tôm và cá tra, hướng tới xuất khẩu sang nhiều thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản và Trung Quốc.

Nuôi trồng và khai thác ngày càng được cơ giới hóa, nâng cao giá trị gia tăng và hướng tới phát triển bền vững, an toàn thực phẩm.

Năm 2024, tổng sản lượng thủy sản của Việt Nam đạt hơn 9,5 triệu tấn, bao gồm hơn 5,68 triệu tấn từ nuôi trồng và 3,82 triệu tấn từ khai thác.

Chủ lực là tôm (chiếm hơn một nửa kim ngạch xuất khẩu), mực và cá tra. Về phân bố khu vực Đồng bằng sông Cửu Long là trung tâm chủ lực chiếm khoảng 95% sản lượng cá tra và 80% sản lượng tôm, trong khi khu vực Miền Trung tập trung vào nuôi tôm sú và cá lồng biển.

Ngành thủy sản đang chuyển dịch theo hướng cơ giới hóa, tăng cường khai thác xa bờ, đồng thời ổn định khai thác vùng ven bờ để bảo vệ nguồn lợi. Thủy sản Việt Nam hiện đã có mặt tại hơn 160 thị trường trên thế giới, trong đó Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc và ASEAN. Ngành ngày càng chú trọng đến an toàn thực phẩm, trách nhiệm môi trường - xã hội và các chứng nhận quốc tế như ASC, GLOBAL GAP, MSC, VietGAP.

Năm 2025, xuất khẩu thủy sản Việt Nam đạt trên 11 tỷ USD, tăng khoảng 13% so với năm 2024, vượt mục tiêu đề ra. Kim ngạch này đến từ sự tăng trưởng mạnh mẽ của các mặt hàng chủ lực như tôm và cá tra, cũng như nhờ vào khả năng xoay trục sang các thị trường tiềm năng (EU, Nhật Bản, ASEAN) và chuyển dịch cơ cấu sản phẩm.

Ngành thủy sản Việt Nam phấn đấu đạt mục tiêu tăng trưởng giá trị sản xuất 3 - 4%/năm, sản lượng đạt 9,8 triệu tấn (7 triệu tấn nuôi trồng và 2,8 triệu tấn khai thác) và kim ngạch xuất khẩu 14 -16 tỷ USD. Trở thành trung tâm chế biến thủy sản sâu, thuộc nhóm ba nước sản xuất và xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới.

9. Lâm nghiệp

Ngành lâm nghiệp Việt Nam là một ngành kinh tế bao gồm quản lý, bảo vệ, phát triển, sử dụng rừng và chế biến, thương mại lâm sản. Ngành này đang trong quá trình chuyển đổi từ mô hình truyền thống sang hướng hiện đại, bền vững và đa mục đích để trở thành nguồn lực kinh tế - sinh thái - xã hội quan trọng, đóng góp vào sự phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu.

Trong đó, các hoạt động chủ yếu của ngành bao gồm việc quản lý, bảo vệ rừng tự nhiên, rừng trồng và phục hồi rừng bị suy thoái; trồng rừng tập trung, trồng cây phân tán, chăm sóc và làm giàu rừng. Bên cạnh đó, ngành lâm nghiệp còn thực hiện việc khai thác gỗ, lâm sản ngoài gỗ và phát triển các dịch vụ môi trường rừng như du lịch sinh thái, dịch vụ hấp thụ và lưu giữ carbon, cũng như chế biến và kinh doanh các sản phẩm từ rừng, bao gồm cả gỗ và lâm sản ngoài gỗ. Ngoài ra,

các hoạt động hỗ trợ như tưới, tiêu, gieo trồng, chăm sóc, phòng chống sâu bệnh, và các dịch vụ liên quan đến động thực vật rừng cũng đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị của ngành.

10. Xây dựng

Ngành xây dựng Việt Nam bao gồm các hoạt động thiết kế, thi công, giám sát và quản lý các công trình dân dụng và công nghiệp, đóng vai trò chiến lược trong phát triển kinh tế và xã hội.

Ngành này có hai chuyên ngành chính là Kỹ thuật xây dựng (thiết kế và thi công) và Kinh tế xây dựng (quản lý chi phí và dự án). Với sự phát triển nhanh chóng của đất nước, ngành xây dựng ngày càng có nhu cầu nhân lực cao, tập trung vào phát triển hạ tầng, đô thị hóa và các công trình công cộng.

Ngành xây dựng là tổng hợp các hoạt động thiết kế, thi công và quản lý các công trình từ nhà ở, tòa nhà, cho đến các công trình hạ tầng phức tạp như cầu, đường, sân bay, cảng biển.

Với sự phát triển nhanh chóng, ngành xây dựng đang rất cần nhân lực chất lượng cao. Ngành được kỳ vọng trở thành một trụ cột tăng trưởng mạnh mẽ cho nền kinh tế Việt Nam.

Trên thực tế, ngành xây dựng Việt Nam là một ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp đáng kể vào sự phát triển chung của đất nước, được định hướng phát triển theo hướng hiện đại, minh bạch và bền vững, bao gồm nhiều phân khúc chính:

- ✓ Quy hoạch xây dựng và kiến trúc: Định hình không gian và thẩm mỹ cho các công trình.

- ✓ Hoạt động đầu tư xây dựng: Triển khai các dự án thực tế.

- ✓ Phát triển đô thị: Xây dựng và nâng cấp hạ tầng các khu vực thành thị, đóng vai trò quan trọng trong quá trình đô thị hóa đang diễn ra mạnh mẽ.

✓ Hạ tầng kỹ thuật: Xây dựng các công trình thiết yếu như đường sá, cầu cống, bến cảng, bệnh viện, trường học, v.v.. Đáp ứng nhu cầu nhà ở cho người dân, bao gồm cả nhà ở thương mại và nhà ở xã hội. Sản xuất và cung ứng vật liệu đạt tiêu chuẩn kỹ thuật cho các dự án.

Ngành xây dựng Việt Nam được dự báo sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định trong những năm tới. Năm 2024, ngành này đã đạt mức tăng trưởng cao, đáp ứng tốt chỉ tiêu Chính phủ giao.

Ngành đang bước vào chu kỳ tăng trưởng có chọn lọc, tập trung vào chất lượng và hiệu quả. Chính phủ đang nỗ lực hoàn thiện các cơ chế, chính sách nhằm thúc đẩy sự phát triển minh bạch và bền vững của ngành.

Các xu hướng phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang được đẩy mạnh áp dụng trong ngành xây dựng. Sự quan tâm và các chính sách thúc đẩy của Chính phủ, đặc biệt trong lĩnh vực nhà ở xã hội và đầu tư công, là động lực quan trọng cho ngành.

11. Bất động sản

Thị trường bất động sản Việt Nam là một lĩnh vực kinh tế năng động nhưng cũng đầy thách thức, có mối liên hệ chặt chẽ với sự phát triển kinh tế vĩ mô và các chính sách pháp luật của Nhà nước. Lĩnh vực bất động sản (BDS) bao gồm các hoạt động đầu tư, xây dựng, mua bán, cho thuê, chuyển nhượng và quản lý các tài sản liên quan đến đất đai và công trình xây dựng.

Các loại hình bất động sản chính tại Việt Nam có thể kể tên như:

✓ Bất động sản nhà ở: Chiếm tỷ trọng lớn nhất, bao gồm căn hộ chung cư (bình dân, trung cấp, cao cấp), nhà liền kề, biệt thự và đất nền.

✓ Bất động sản thương mại: Văn phòng cho thuê, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ.

✓ Bất động sản công nghiệp: Khu công nghiệp, nhà xưởng, kho bãi, là điểm sáng nhờ dòng vốn FDI.

✓ Bất động sản nghỉ dưỡng: Khách sạn, resort, condotel, biệt thự nghỉ dưỡng, thường tập trung ở các khu vực ven biển.

Thị trường bất động sản Việt Nam đang trong quá trình điều chỉnh và phục hồi sau giai đoạn khó khăn. Lượng giao dịch thành công đã tăng đáng kể so với năm 2023, cho thấy tín hiệu tích cực về thanh khoản. Vẫn tồn tại tình trạng thiếu hụt nguồn cung nhà ở bình dân, giá cả phân khúc cao cấp lại neo ở mức cao, vượt khả năng chi trả của đại đa số người dân, dẫn đến tình trạng lệch pha cung - cầu.

Lãi suất cho vay mua nhà đang giảm xuống mức hấp dẫn hơn, cùng với sự ổn định kinh tế vĩ mô, là những động lực thúc đẩy sự phục hồi của thị trường. Các vướng mắc pháp lý trong phê duyệt dự án và tiếp cận nguồn vốn (cả tín dụng và trái phiếu doanh nghiệp) vẫn là rào cản lớn đối với một số doanh nghiệp bất động sản.

Nhu cầu về các dự án xanh, thân thiện môi trường và thông minh ngày càng tăng. Bất động sản công nghiệp là điểm sáng tiếp tục thu hút đầu tư mạnh mẽ nhờ lợi thế về vị trí địa lý và các hiệp định thương mại.

Những thay đổi trong chính sách và pháp luật như Luật Đất đai sửa đổi... đòi hỏi doanh nghiệp và nhà đầu tư phải thích ứng nhanh chóng. Thị trường BĐS Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ, đối mặt với cả cơ hội và thách thức, đòi hỏi sự điều chỉnh từ phía cung và cầu cũng như sự hỗ trợ từ các chính sách vĩ mô để phát triển bền vững hơn.

Trong năm 2025, Chính phủ Việt Nam đã có nhiều chủ trương chính sách mới nhằm ổn định và minh bạch hóa thị trường bất động sản, theo hướng đảm bảo quản lý hiệu quả hơn, trong đó vấn đề cải cách thủ tục hành chính, nghiên cứu quản lý theo mã định danh sản phẩm bất động sản đang được tích cực nghiên cứu triển khai.

Ngoài ra, việc điều chỉnh bảng giá đất tiệm cận theo thị trường và đồng nhất bảng giá đất trên toàn quốc sẽ làm cho các giao dịch bất động sản trên cả nước an toàn và minh bạch hơn trong thời gian tới.

Mục tiêu quan trọng Chính phủ đề ra là hướng tới phát triển nhà ở xã hội cho các đối tượng thu nhập thấp, đảm bảo an sinh về lâu dài cho người lao động.

12. Tài chính ngân hàng

Tài chính ngân hàng Việt Nam là một cấu phần quan trọng của nền kinh tế, đang trong quá trình chuyển đổi mạnh mẽ với sự điều hành linh hoạt của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước (NHNN). Hệ thống tài chính ngân hàng Việt Nam bao gồm nhiều thành phần, với hệ thống ngân hàng đóng vai trò chủ đạo:

✓ Ngân hàng trung ương, chịu trách nhiệm quản lý nhà nước về tiền tệ, hoạt động ngân hàng và ngoại hối.

✓ Ngân hàng thương mại chiếm đa số, bao gồm các ngân hàng thương mại nhà nước (như Vietcombank, Agribank), ngân hàng thương mại cổ phần (như Techcombank, MB, ACB), ngân hàng liên doanh và ngân hàng 100% vốn nước ngoài.

✓ Tổ chức phi ngân hàng: Công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính.

✓ Tổ chức tài chính vi mô, quỹ tín dụng nhân dân.

Thị trường tài chính Việt Nam bao gồm thị trường tiền tệ (do NHNN điều tiết), thị trường vốn (thị trường chứng khoán, trái phiếu doanh nghiệp, v.v.) và thị trường bảo hiểm. Các ngân hàng thương mại vẫn là kênh huy động và cung ứng vốn chủ yếu cho nền kinh tế Việt Nam.

Ngành tài chính ngân hàng tại Việt Nam đã trải qua và đang tiếp tục quá trình tái cơ cấu, xử lý nợ xấu và tăng cường an toàn tài chính, với các biện pháp như chuyển giao bắt buộc các "ngân hàng 0 đồng". Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu. Các ngân hàng đang đầu tư mạnh vào công nghệ, ngân hàng số (digital banking), và thanh toán không dùng tiền mặt.

Hoàn thiện thể chế và chính sách tài khóa linh hoạt thúc đẩy ngành tài chính phát triển. An ninh mạng và bảo mật thông tin đang là vấn đề được đặt ra cấp bách và có giải pháp kịp thời do việc phụ thuộc vào công nghệ đem đến những thách thức về bảo mật.

Tóm lại, lĩnh vực tài chính ngân hàng Việt Nam đang có những bước phát triển tích cực, là một ngành năng động và có nhiều tiềm năng tăng trưởng trong tương lai, mặc dù vẫn phải đối mặt với nhiều biến động kinh tế và thách thức về quản lý rủi ro.

13. Thương mại điện tử

Thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam là một lĩnh vực năng động, đang phát triển mạnh mẽ và đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế số quốc gia, được xếp vào nhóm các quốc gia có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất thế giới.

Thị trường TMĐT Việt Nam liên tục ghi nhận mức tăng trưởng vượt bậc, ước tính quy mô doanh thu bán lẻ trực tuyến đạt khoảng 25 tỷ USD vào năm 2024, tăng 20% so với năm 2023, và có mục tiêu đạt 35 tỷ USD vào năm 2025. Tốc độ tăng trưởng hàng năm duy trì ở mức cao (khoảng 16% - 30%). TMĐT chiếm khoảng 9% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước, và đóng góp tới 2/3 giá trị của nền kinh tế số Việt Nam.

Thị trường đã hình thành hệ sinh thái dịch vụ thứ cấp phong phú, bao gồm nền tảng công nghệ, dịch vụ marketing trực tuyến, và dịch vụ chuyển phát, giúp tối ưu hóa quy trình từ sản xuất đến người tiêu dùng.

Các sàn thương mại điện tử lớn tại Việt Nam đóng vai trò chủ đạo trong việc thúc đẩy doanh số, với tổng doanh số của 4 sàn hàng đầu vượt mốc 202 nghìn tỷ đồng trong năm 2024.

Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và các công nghệ mới trong TMĐT đang trở thành xu hướng quan trọng để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và vận hành doanh nghiệp. Đây là một lĩnh vực tiềm năng

với nhiều cơ hội mới cho các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường quốc tế.

Các chính sách và văn bản pháp luật mới, như Kế hoạch tổng thể Phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2026 - 2030, hướng đến sự phát triển nhanh và bền vững của thị trường. Doanh nghiệp chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng TMĐT theo hướng dài hạn để đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng tăng.

Quy mô thị trường lớn, tốc độ tăng trưởng nhanh, dân số trẻ và am hiểu công nghệ là những lợi thế lớn. Các hiệp định thương mại quốc tế (CPTPP, EVFTA, RCEP) cũng tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển TMĐT.

Tuy vậy, cạnh tranh gay gắt, vấn đề an toàn thông tin, bảo vệ người tiêu dùng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao vẫn là những thách thức đòi hỏi sự điều chỉnh linh hoạt từ các doanh nghiệp và sự hỗ trợ từ các cơ quan quản lý nhà nước.

Lĩnh vực thương mại điện tử Việt Nam đang phát triển nhanh chóng, với quy mô thị trường bán lẻ ước tính đạt 20,5 tỷ USD vào năm 2023, tăng trưởng 25% so với năm 2022. Các ngành hàng mua sắm trực tuyến phổ biến là quần áo, mỹ phẩm, đồ điện tử và đồ dùng gia đình, với các mô hình chính bao gồm các sàn giao dịch, website của thương hiệu, ứng dụng đặt đồ ăn và các dịch vụ số.

Tăng trưởng đơn hàng: Năm 2023, 5 sàn TMĐT lớn tại Việt Nam ghi nhận 2,2 tỷ đơn vị sản phẩm được giao thành công, tăng 52,3% so với năm trước.

Các ngành hàng phổ biến: Quần áo, giày dép và mỹ phẩm (69%), Thiết bị đồ dùng gia đình (64%), Đồ công nghệ và điện tử (51%), Các nền tảng phổ biến như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok Shop.

Bán hàng trực tiếp qua website/ứng dụng: Các website riêng của thương hiệu hoặc ứng dụng như Zara, Nike, GrabFood...

14. Hậu cần, dịch vụ logistics

Ngành logistics ở Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, bao gồm các hoạt động quản lý, điều phối và tối ưu hóa dòng chảy hàng hóa từ khâu sản xuất đến tay người tiêu dùng, với các dịch vụ chính như vận chuyển, kho bãi, khai thuê hải quan và giao nhận.

Ngành này có vai trò quan trọng trong nền kinh tế, được thúc đẩy bởi vị trí địa lý chiến lược, hội nhập kinh tế quốc tế và sự phát triển của thương mại điện tử. Mặc dù đã đạt được nhiều kết quả, ngành vẫn cần cải thiện về hạ tầng, công nghệ và nguồn nhân lực để nâng cao năng lực cạnh tranh. Bao gồm vận chuyển nội địa và quốc tế, quản lý đội tàu, xe, container. Nhận, lưu kho, bảo quản và quản lý hàng hóa tồn kho. Xử lý các thủ tục về hải quan, thông quan nhập khẩu, xuất khẩu. Nhận hàng, đóng gói, phân loại, dán mã hiệu và giao hàng tận nơi cho người nhận. Quản lý thông tin, xử lý các vấn đề phát sinh như hàng hóa bị trả lại, lỗi mốt, hoặc cho thuê, thuê mua container...

Năm 2023, Việt Nam xếp thứ 43/139 quốc gia và vùng lãnh thổ về chỉ số năng lực quốc gia về logistics (LPI), đứng thứ 5 trong ASEAN.

Việt Nam đang nỗ lực cải thiện để bắt kịp trình độ phát triển của các nước trong khu vực và trên thế giới. Lĩnh vực logistics tại Việt Nam là một ngành dịch vụ tiềm năng, đang phát triển nhanh và ổn định, được quốc tế đánh giá cao, đóng vai trò then chốt trong nền kinh tế, đặc biệt là thúc đẩy xuất nhập khẩu.

Việt Nam được xếp vào Top 10 thị trường logistics mới nổi và đứng thứ 43/139 về Chỉ số Hiệu quả Logistics (LPI) (số liệu 2023), cho thấy sự cải thiện đáng kể về năng lực và tiềm năng. Ngành Logistic Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định, là một trong những ngành dịch vụ phát triển nhanh nhất tại Việt Nam.

Hiện nay, có hơn 34.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics trên cả nước, phần lớn là doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam, trong khi các doanh nghiệp nước ngoài có tiềm lực mạnh hơn, thường hoạt động dưới hình thức liên doanh hoặc thuê lại cơ sở hạ tầng.

Chính phủ có nhiều chính sách và chiến lược nhằm phát triển ngành logistics, coi đây là ngành dịch vụ quan trọng.

Năm 2025 đánh dấu bước ngoặt quan trọng của ngành logistics Việt Nam với Chiến lược Phát triển Giai đoạn 2025-2035, tầm nhìn 2050, tập trung vào mục tiêu trở thành trung tâm logistics khu vực thông qua chuyển đổi số, logistics xanh, nâng cao chất lượng nhân lực và phát triển hạ tầng, đồng thời giải quyết thách thức về chi phí cao và thiếu hụt nhân lực.

15. Outsourcing (thuê ngoài)

Lĩnh vực outsourcing tại Việt Nam rất phát triển, đặc biệt là trong ngành Công nghệ thông tin (CNTT) và gia công sản xuất. Việt Nam được xem là điểm đến hấp dẫn cho các doanh nghiệp nước ngoài muốn thuê ngoài dịch vụ do chi phí lao động thấp, chất lượng ngày càng được nâng cao và tiềm năng nhân lực dồi dào.

Các dịch vụ chính bao gồm phát triển phần mềm, thiết kế website, ứng dụng di động, cùng với các lĩnh vực khác như sản xuất nội dung, kế toán, nhân sự và nghiên cứu thị trường.

Công nghệ thông tin (IT) là lĩnh vực sôi động nhất, bao gồm phát triển phần mềm, ứng dụng, thiết kế website, gia công phần mềm, và các dịch vụ kỹ thuật số khác. Bên cạnh lĩnh vực công nghệ thông tin, gia công sản xuất hàng hóa cũng đóng vai trò quan trọng, đặc biệt là khi nhu cầu tăng đột biến, giúp doanh nghiệp đảm bảo sản lượng và giảm chi phí đào tạo, quản lý nhân sự.

Dịch vụ quy trình kinh doanh (BPO) bao gồm các dịch vụ như kế toán, nhân sự, chăm sóc khách hàng, nghiên cứu thị trường và sản xuất nội dung. Việc thuê ngoài các chức năng quản lý nhân sự như tuyển dụng, đào tạo và các hoạt động liên quan khác là hình thức phổ biến trong mô hình BPO hiện nay.

Việt Nam có lợi thế về chi phí lao động thấp so với nhiều quốc gia khác, đồng thời sở hữu nguồn nhân lực trẻ, có trình độ chuyên môn ngày càng được nâng cao, đặc biệt là trong lĩnh vực CNTT.

Nhiều công ty tại Việt Nam đã khẳng định được năng lực cung cấp dịch vụ chất lượng cao, thu hút các dự án lớn từ các quốc gia như Nhật Bản, Mỹ và châu Âu. Chính sách thu hút đầu tư nước ngoài và sự phát triển của hạ tầng công nghệ cũng góp phần thúc đẩy ngành Outsourcing.

16. Công nghiệp ô tô

Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam hiện nay bao gồm lắp ráp, sản xuất linh kiện, với hơn 377 doanh nghiệp tham gia, bao gồm bao gồm hơn 40 doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô; 45 doanh nghiệp sản xuất khung gầm, thân xe và thùng xe; và 214 doanh nghiệp sản xuất linh kiện, phụ tùng. Tuy nhiên, ngành vẫn chủ yếu tập trung vào lắp ráp và còn phụ thuộc nhiều vào linh kiện nhập khẩu, tỷ lệ nội địa hóa còn thấp so với các nước trong khu vực, và chủ yếu chỉ sản xuất các bộ phận đơn giản như kính, săm.

Các doanh nghiệp FDI đóng vai trò quan trọng trong ngành, nhưng còn hạn chế về chuyển giao công nghệ và phát triển chuỗi cung ứng. Ngành lắp ráp ô tô đáp ứng hơn 70% nhu cầu thị trường nội địa, với công suất lắp ráp thiết kế khoảng 680.000 xe/năm.

Doanh nghiệp FDI chiếm tỷ lệ đáng kể (169/377 doanh nghiệp), nhưng chủ yếu tập trung vào lắp ráp, chưa tạo ra sự chuyển giao công nghệ sâu rộng. Tỷ lệ nội địa hóa vẫn còn thấp, chủ yếu là các phụ tùng lao động và công nghệ đơn giản. Ngành đang tìm cách tăng cường năng lực nội địa hóa để giảm phụ thuộc vào nhập khẩu.

Thị trường tiêu thụ ô tô trong nước có tiềm năng lớn với nhu cầu dự kiến đạt 800.000 - 900.000 xe vào năm 2025. Xu hướng chuyển dịch sang ô tô điện mở ra hướng đi mới cho ngành, đặc biệt là sự phát triển của các thương hiệu xe điện của Việt Nam như VinFast.

Ngành này có khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, không chỉ xuất khẩu linh kiện mà còn cả ô tô nguyên chiếc. Ngành đóng góp hàng tỷ USD cho ngân sách nhà nước thông qua thuế. Tạo ra hàng trăm ngàn việc làm trực tiếp cũng như gián tiếp, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Bên cạnh đó, ngành còn thúc đẩy chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực cơ khí, tự động hóa, vật liệu và kỹ năng quản lý sản xuất.

17. Dầu khí

Lĩnh vực dầu khí Việt Nam là ngành kinh tế trọng điểm, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, bao gồm các hoạt động thăm dò, khai thác, chế biến, vận chuyển và kinh doanh sản phẩm dầu khí.

Ngành có vai trò trụ cột trong việc cung cấp năng lượng, đóng góp lớn cho ngân sách nhà nước, kim ngạch xuất khẩu và phát triển công nghiệp. Tuy nhiên, ngành đang đối mặt với thách thức như trữ lượng giảm tại các mỏ lớn, chi phí đầu tư cao và rủi ro trong hoạt động khai thác.

Ngành dầu khí là nguồn thu lớn cho ngân sách nhà nước và chiếm tỷ trọng cao trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) giữ vai trò "đầu tàu" kinh tế, đóng góp đáng kể vào GDP quốc gia, khoảng 16 - 18% trong giai đoạn 2008 - 2015.

Cung cấp năng lượng và nguyên liệu: Cung cấp năng lượng thiết yếu cho sản xuất điện, nhiên liệu cho giao thông vận tải và là nguyên liệu đầu vào quan trọng cho nhiều ngành công nghiệp khác như sản xuất nhựa, phân bón, hóa chất.

Việt Nam có trữ lượng dầu thô và khí thiên nhiên đáng kể. Theo ước tính, trữ lượng dầu khoảng 4,4 tỷ thùng và khí thiên nhiên khoảng 23,8 tỷ m³. Các mỏ dầu khí chủ yếu phân bố ở các khu vực trọng điểm ở miền Trung và miền Nam, bao gồm các lưu vực Cửu Long, Nam Côn Đảo.

Các mỏ dầu lớn như Bạch Hổ, Sư Tử, Rồng Đông đã qua giai đoạn khai thác đỉnh, dẫn đến suy giảm sản lượng khai thác. Bên cạnh đó, việc tìm kiếm các mỏ dầu khí mới đang gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi đầu tư công nghệ cao và chi phí lớn. Việc đưa các mỏ mới đưa vào khai thác cũng diễn ra chậm do thiếu vốn và vướng mắc thủ tục đầu tư.

Luật Dầu khí (sửa đổi) được đánh giá là có nhiều nội dung đột phá, giúp làm rõ trách nhiệm và vai trò của các bên liên quan. Bên cạnh đó, ngành công nghiệp dầu khí Việt Nam đạt những tiến bộ đáng kể trong ứng dụng khoa học, kỹ thuật và công nghệ, đặc biệt trong lĩnh vực lọc hóa dầu.

Ngành dầu khí đóng góp to lớn vào ngân sách nhà nước, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và là hạt nhân cho phát triển kinh tế biển bền vững.

Ngành bao gồm đầy đủ các hoạt động từ thượng nguồn (tìm kiếm, thăm dò, khai thác), trung nguồn (vận chuyển, tàng trữ, phân phối) đến hạ nguồn (chế biến dầu khí, sản xuất các sản phẩm từ dầu khí).

Việt Nam xếp thứ 28 thế giới về trữ lượng dầu thô (khoảng 4,4 tỷ thùng), và đứng thứ 4 Đông Nam Á về xuất khẩu dầu mỏ, với sản lượng khai thác ổn định. Các mỏ dầu lớn tập trung ở thềm lục địa phía Nam, đặc biệt tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.

Nhiều mỏ dầu khí đã qua giai đoạn khai thác đỉnh cao và đang có xu hướng suy giảm sản lượng, đòi hỏi nỗ lực tìm kiếm và thăm dò các mỏ mới. Ngành dầu khí đối mặt với thách thức to lớn từ xu hướng chuyển dịch năng lượng toàn cầu sang các nguồn năng lượng tái tạo, đòi hỏi phải có những chiến lược và chính sách phát triển bền vững trong dài hạn.

Petrovietnam đang kiên định mục tiêu duy trì nhịp độ tăng trưởng, dịch chuyển cơ cấu và mô hình kinh doanh để đảm bảo phát triển bền vững trên cơ sở giữ vững các lĩnh vực cốt lõi, hướng tới xây dựng một tập đoàn công nghiệp - năng lượng quốc gia hùng mạnh. Ngành cũng

đang đầu tư vào các dự án hạ tầng quan trọng như kho cảng nhập khẩu LNG Thị Vải và các cơ sở chế biến dầu khí khác.

18. Công nghiệp phụ trợ

Công nghiệp phụ trợ Việt Nam là lĩnh vực sản xuất linh kiện, phụ tùng, nguyên vật liệu và dịch vụ hỗ trợ cho các ngành công nghiệp chính như ô tô, điện tử, dệt may. Các ngành con chính bao gồm sản xuất linh kiện nhựa, kim loại, hóa chất và cung cấp nguyên liệu thô.

Ngành này đóng vai trò xương sống cho nền kinh tế, tạo nền tảng cho sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh và giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình sản xuất.

Thông qua cung cấp các bộ phận, linh kiện, nguyên vật liệu và dịch vụ kỹ thuật thiết yếu, ngành hỗ trợ các ngành sản xuất chính hoàn thiện sản phẩm, giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao sức cạnh tranh trong chuỗi cung ứng toàn cầu và nội địa. Đồng thời, ngành tạo ra giá trị gia tăng, thúc đẩy công nghiệp hóa, tạo việc làm và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu nguyên liệu đầu vào.

Ngành công nghiệp phụ trợ Việt Nam có nhiều tiềm năng phát triển nhưng vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức. Phần lớn các doanh nghiệp CNPT Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ, hạn chế về quy mô vốn, công nghệ và trình độ quản lý. Giá trị xuất khẩu và giá trị gia tăng của nền kinh tế phụ thuộc nhiều vào khối doanh nghiệp FDI, trong khi tỷ lệ kết nối giữa doanh nghiệp nội địa và FDI còn thấp. Năng lực công nghệ còn yếu kém, thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu khắt khe của các tập đoàn đa quốc gia.

Các doanh nghiệp phụ trợ nội địa phải cạnh tranh gay gắt với các nhà cung ứng nước ngoài, kể cả những doanh nghiệp FDI đầu tư sản xuất ngay tại Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam đang là điểm đến của nhiều tập đoàn công nghệ và sản xuất lớn trên thế giới, tạo ra nhu cầu rất lớn về linh kiện và phụ tùng, mở ra cơ hội mở rộng thị trường cho doanh nghiệp nội địa.

Bên cạnh đó, nhu cầu đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu sau các cú sốc (như COVID-19) tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị khu vực và thế giới.

Chính phủ Việt Nam đã và đang ban hành nhiều chính sách, quyết định sửa đổi bổ sung nhằm thúc đẩy, phát triển công nghiệp hỗ trợ có trọng tâm, tạo điều kiện tối đa cho doanh nghiệp, nâng cao năng lực sản xuất và cạnh tranh.

Chính phủ đặt mục tiêu đến năm 2030, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam sẽ đáp ứng khoảng 45% nhu cầu sản xuất, tiêu dùng nội địa, với kim ngạch xuất khẩu chiếm 25% tổng giá trị sản xuất công nghiệp.

19. Gia công

Gia công là một ngành công nghiệp lớn tại Việt Nam, chủ yếu dựa vào việc thực hiện các công đoạn sản xuất theo yêu cầu của đối tác nước ngoài, với các ngành tiêu biểu là cơ khí, dệt may, điện tử.

Đặc điểm của ngành này là sử dụng lao động giá rẻ, sản xuất theo phương thức lắp ráp hoặc chế biến và phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu từ các hợp đồng gia công quốc tế.

Phần lớn các doanh nghiệp chỉ tham gia vào khâu gia công, lắp ráp thay vì tự phát triển sản phẩm, điều này khiến công nghiệp hỗ trợ và phát triển công nghệ còn hạn chế.

Hoạt động theo các hợp đồng gia công, trong đó bên thuê có thể cung cấp nguyên vật liệu, thiết bị, chuyên gia, hoặc bên nhận gia công tự cung cấp.

✓ Cơ khí: Gia công kim loại với nhiều quy trình từ tạo hình, cắt, hàn đến lắp ráp các bộ phận máy móc, ô tô, tàu thuyền.

✓ Dệt may: Một ngành gia công lớn, sản xuất các sản phẩm may mặc theo đơn đặt hàng nước ngoài.

✓ Điện tử: Gia công linh kiện điện tử, lắp ráp sản phẩm điện tử theo yêu cầu.

Nhìn chung, ngành gia công phụ thuộc lớn vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, dẫn đến thâm hụt thương mại. Công nghiệp hỗ trợ, cung cấp linh kiện, phụ tùng trong nước còn phát triển chậm. Phần lớn các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và trình độ kỹ thuật còn thấp.

Xu hướng hiện nay, gia công là một phần quan trọng của nền kinh tế Việt Nam, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng xuất khẩu và GDP, tuy nhiên phần lớn hoạt động vẫn ở mức độ gia công, lắp ráp đơn giản và giá trị gia tăng chưa cao. Gia công xuất khẩu là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, tạo ra kim ngạch xuất khẩu lớn, đặc biệt trong các lĩnh vực như dệt may, da giày, điện tử và cơ khí. Hoạt động gia công, lắp ráp đóng góp phần lớn vào sự tăng trưởng của ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, ngành chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu GDP của cả nước.

Các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu tham gia vào các công đoạn gia công theo đơn đặt hàng của đối tác nước ngoài (làm thuê), từ nguyên liệu nhập khẩu. Việt Nam có lực lượng lao động dồi dào, nhân công giá rẻ, là một trong những điểm mạnh thu hút các hoạt động gia công từ nước ngoài. Nền công nghiệp Việt Nam vẫn còn phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu và công nghệ từ các quốc gia khác, dẫn đến giá trị gia tăng thu về cho doanh nghiệp trong nước chưa cao.

Hoạt động gia công liên quan chặt chẽ đến thủ tục hải quan cho hàng hóa nhập khẩu nguyên liệu và xuất khẩu thành phẩm, đây là một khía cạnh pháp lý quan trọng của lĩnh vực này.

Việt Nam tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), tạo cơ hội tiếp cận các thị trường lớn. Ngành gia công cơ khí và điện tử đang phát triển mạnh mẽ, có tiềm năng nâng cao chuỗi giá trị. Môi trường đầu tư thuận lợi giúp Việt Nam tiếp tục thu hút các dự án gia công, sản xuất lớn từ các tập đoàn đa quốc gia.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi nâng cao trình độ công nghệ và kỹ năng lao động, gây áp lực lên các doanh nghiệp gia công truyền thống. Gia công Việt Nam đang trong quá trình chuyển dịch, từ mô hình gia công đơn giản sang hướng tăng cường nội địa hóa và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, dù vẫn còn nhiều thách thức cần tiếp tục nỗ lực vượt qua.

20. Công nghiệp chế biến, chế tạo

Công nghiệp chế biến tại Việt Nam là động lực tăng trưởng quan trọng, bao gồm nhiều ngành chính như chế biến thực phẩm và đồ uống, dệt may, da giày, điện tử, cơ khí, hóa chất, sản xuất vật liệu xây dựng và chế biến lâm sản.

Ngành này đóng vai trò then chốt trong việc chuyển đổi nguyên liệu thô thành sản phẩm có giá trị, góp phần quan trọng vào tăng trưởng GDP, tạo việc làm và thúc đẩy phát triển kinh tế.

Một số lĩnh vực thuộc công nghiệp chế biến của Việt Nam:

✓ Chế biến thực phẩm và đồ uống: Bao gồm chế biến lương thực, thực phẩm, đồ uống từ nguồn nguyên liệu nông, lâm, thủy sản dồi dào của Việt Nam.

✓ Dệt may, da giày: Sản xuất vải, quần áo, giày dép và các sản phẩm từ da.

✓ Cơ khí chế tạo: Sản xuất thiết bị, máy móc, ô tô, xe máy.

✓ Điện tử và công nghệ thông tin: Sản xuất thiết bị điện tử, máy tính, điện thoại di động.

✓ Hóa chất, cao su, nhựa: Bao gồm hóa chất cơ bản, phân bón, thuốc trừ sâu, dược phẩm.

✓ Sản xuất kim loại: Luyện kim, chế tạo sắt thép.

✓ Sản xuất vật liệu xây dựng: Sản xuất xi măng và các vật liệu xây dựng khác.

✓ Chế biến lâm sản: Chế biến gỗ, tre, nứa, cói.

Công nghiệp chế biến chế tạo đóng góp lớn vào GDP và là động lực chính cho sự tăng trưởng của nền kinh tế Việt Nam. Ngành công nghiệp này tạo ra nguồn việc làm ổn định và đa dạng, giúp cải thiện đời sống người dân. Chuyển đổi nguyên liệu thô thành các sản phẩm hoàn chỉnh hoặc bán thành phẩm, gia tăng giá trị cho nền kinh tế.

Công nghiệp chế biến, chế tạo được coi là chìa khóa để Việt Nam chuyển đổi mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất và thu nhập quốc dân. Ngành này đóng góp tới hơn 89% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, khẳng định vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Việt Nam đang hướng tới phát triển công nghiệp chế biến, chế tạo theo hướng bền vững, tăng cường ứng dụng công nghệ cao và đẩy mạnh công nghiệp hỗ trợ để nâng cao giá trị gia tăng, tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Công nghiệp chế tạo Việt Nam là ngành cốt lõi, bao gồm nhiều lĩnh vực như cơ khí, điện tử, chế biến thực phẩm, dệt may, hóa chất và vật liệu xây dựng. Ngành này đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng GDP, tạo việc làm và là động lực cho xuất khẩu.

Công nghiệp chế tạo có đóng góp lớn vào GDP, là động lực quan trọng cho sự phát triển của nền kinh tế. Ngành này tạo ra nhiều cơ hội việc làm, giúp nâng cao thu nhập cho người lao động. Đây là lĩnh vực trực tiếp tạo ra sản phẩm vật chất, đóng vai trò quan trọng trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Việt Nam đang có nhiều cơ hội để phát triển, đặc biệt trong bối cảnh chuỗi cung ứng toàn cầu có nhiều biến động và các doanh nghiệp tìm kiếm nguồn cung mới. Ngành còn đối mặt với các thách thức như cần các chính sách hỗ trợ đặc thù để nâng cao năng lực cạnh tranh, chủ động tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu và thích ứng với các xu hướng mới như công nghiệp 4.0.

Nhiều sản phẩm chế tạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước, như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, dệt may, da giày, gỗ và sản phẩm từ gỗ. Lĩnh

vực này có sức hấp dẫn lớn đối với vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), tạo điều kiện tiếp cận công nghệ và thị trường quốc tế.

Mặc dù phát triển mạnh, nhiều phân ngành công nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa thấp, phụ thuộc nhiều vào việc nhập khẩu nguyên vật liệu, sản phẩm trung gian và máy móc thiết bị. Công nghiệp hỗ trợ vẫn là một điểm yếu, cần các chính sách đặc thù để phát triển mạnh mẽ hơn nhằm giảm sự phụ thuộc vào chuỗi cung ứng nước ngoài.

Để tận dụng cơ hội trong thời kỳ dân số vàng, cần chú trọng đến chất lượng việc làm, tức là những việc làm tạo ra năng suất và thu nhập cao, đòi hỏi lao động có trình độ và kỹ năng cao.

21. Vận tải

Vận tải Việt Nam bao gồm các phương thức chính là đường bộ, đường thủy (sông và biển), đường sắt và hàng không, đóng vai trò là mạch máu kết nối các ngành kinh tế, vận chuyển hàng hóa và hành khách.

Ngành này đang phát triển mạnh mẽ với sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng và hệ thống kho bãi, tuy nhiên vẫn còn những thách thức cần giải quyết.

Vận tải đường bộ phổ biến nhất, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong vận chuyển hàng hóa nội địa nhờ tính linh hoạt và khả năng tiếp cận trực tiếp.

Bên cạnh đó, Việt Nam có hệ thống sông ngòi dày đặc, tạo lợi thế cho vận tải đường thủy nội địa. Vận tải biển đóng vai trò quan trọng trong thương mại quốc tế.

Vận tải đường sắt kết nối các vùng miền, đặc biệt hiệu quả cho các tuyến vận tải dài.

Vận tải hàng không phát triển nhanh chóng, Việt Nam có nhiều tiềm năng trở thành trung tâm hậu cần hàng không của châu Á.

Vận tải giúp kết nối các vùng sản xuất với tiêu dùng, tạo sự gắn kết cho nền kinh tế. Nhà nước đang tập trung đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông, kho bãi để nâng cao năng lực vận tải. Ngành vận tải là một phần không thể thiếu của dịch vụ logistics, bao gồm cả vận chuyển, lưu kho, bốc dỡ hàng hóa.

Lĩnh vực vận tải Việt Nam đóng vai trò xương sống của nền kinh tế, đảm bảo lưu thông hàng hóa và hành khách, và đang trong quá trình phát triển mạnh mẽ với nhiều cơ hội nhưng cũng không ít thách thức.

Ngành logistics và vận tải Việt Nam duy trì đà tăng trưởng khả quan, với mục tiêu tăng sản lượng vận tải hành khách khoảng 8% và hàng hóa khoảng 7% trong năm 2025 so với năm trước.

Thị phần vận tải nội địa chủ yếu do các doanh nghiệp trong nước nắm giữ, trong khi phần lớn thị phần vận tải quốc tế (đường biển, hàng không) thuộc về các hãng nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh và mạng lưới toàn cầu.

Tóm lại, lĩnh vực vận tải Việt Nam là một ngành kinh tế năng động, có nhiều tiềm năng phát triển nhờ vị trí địa lý chiến lược và nền kinh tế đang tăng trưởng, nhưng cần khắc phục các điểm yếu về hạ tầng và hiệu quả hoạt động để nâng cao năng lực cạnh tranh.

22. Dệt may

Ngành dệt may Việt Nam là một ngành kinh tế trọng điểm, đóng vai trò trụ cột xuất khẩu và tạo việc làm cho hàng triệu lao động. Tuy nhiên, ngành đang đối mặt với thách thức lớn do phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu, lợi nhuận thấp và áp lực từ thị trường biến động nhanh chóng.

Để duy trì và phát triển, ngành đang tập trung chuyển đổi sang sản xuất xanh, đầu tư công nghệ số và tăng cường liên kết chuỗi để nâng cao giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh. Là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực, đóng góp đáng kể vào GDP và kim ngạch xuất khẩu quốc gia.

Việt Nam thuộc Top 3 nước xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới, với kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 44 tỷ USD năm 2024. Tạo việc làm cho khoảng 2,5 - 3 triệu lao động, góp phần ổn định đời sống xã hội. Thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp phụ trợ liên quan.

Năm 2025, xuất khẩu dệt may Việt Nam ước tính đạt kim ngạch khoảng 46 tỷ USD, tăng 5,6% so với năm 2024, khẳng định vị thế Top 3 thế giới nhờ lợi thế từ việc tận dụng các Hiệp định FTA, sự dịch chuyển chuỗi cung ứng và nhu cầu tiêu dùng cuối năm tăng cao, đặc biệt từ các thị trường như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Việc tham gia các FTA như CPTPP và EVFTA tạo lợi thế cạnh tranh và mở rộng thị trường xuất khẩu sang nhiều quốc gia. Yêu cầu chuyển đổi sang sản xuất xanh, bền vững là tất yếu để đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế và giữ vững lợi thế cạnh tranh. Tăng cường tự động hóa, áp dụng công nghệ số để nâng cao năng suất, giảm chi phí.

23. Giày dép

Ngành giày dép Việt Nam là một ngành kinh tế mũi nhọn, đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu và tạo việc làm, đồng thời khẳng định vị thế là một trong những quốc gia sản xuất và xuất khẩu lớn thứ hai thế giới.

Việt Nam là quốc gia xuất khẩu giày dép lớn thứ hai thế giới, chiếm khoảng 10,2% tổng lượng xuất khẩu toàn cầu. Ngành này đóng góp đáng kể vào kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Mục tiêu xuất khẩu của ngành da giày trong năm 2024 đạt khoảng 26 - 27 tỷ USD và phấn đấu đạt 29 tỷ USD vào năm 2025. (Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội Dệt may)

Sản phẩm giày dép Việt Nam được xuất khẩu đến khoảng 50 quốc gia, với các thị trường truyền thống và trọng điểm là Mỹ, EU và các quốc gia trong khối CPTPP. Giày thể thao chiếm thị phần lớn trong tổng sản lượng, chủ yếu phục vụ xuất khẩu. Nhiều thương hiệu quốc tế lớn như Nike, Adidas, Puma đặt nhà máy sản xuất tại Việt Nam.

Các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) như EVFTA và CPTPP tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào các thị trường lớn với thuế quan ưu đãi.

Nhu cầu toàn cầu về các sản phẩm thân thiện với môi trường mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp “xanh hóa” sản xuất, nâng cao thương hiệu và khả năng cạnh tranh. Nhiều doanh nghiệp đã ký được đơn hàng năm 2025, cho thấy sự phục hồi và triển vọng tăng trưởng tích cực sau những giai đoạn khó khăn.

Sự cạnh tranh khốc liệt giữa các thương hiệu giày dép ngoại và hàng nội địa ngay tại thị trường trong nước là một thách thức lớn. Doanh nghiệp phải đối mặt với các rào cản kỹ thuật, các biện pháp phòng vệ thương mại và những quy định ngày càng nghiêm ngặt từ các thị trường nhập khẩu (ví dụ: Hoa Kỳ, EU) về tính bền vững và minh bạch chuỗi cung ứng.

Nhìn chung, ngành da giày Việt Nam đang phát triển mạnh và có tiềm năng lớn, nhưng đòi hỏi sự nỗ lực trong việc nâng cấp công nghệ, đa dạng hóa thị trường và phát triển bền vững để vượt qua các thách thức hiện tại.

24. Ngành điều

Ngành điều Việt Nam là ngành xuất khẩu chủ lực, giữ vị trí số 1 thế giới về chế biến và xuất khẩu nhân điều. Tuy nhiên, ngành đang đối mặt với thách thức thiếu hụt nguyên liệu thô trong nước, buộc phải nhập khẩu từ các nước như Campuchia, Bờ Biển Ngà và Ghana, chiếm tỷ trọng lớn để phục vụ công suất chế biến cho xuất khẩu.

Kim ngạch xuất khẩu của ngành đạt khoảng 4,37 tỷ USD trong năm 2024, với giá trị gia tăng nhờ cải thiện chất lượng sản phẩm và xu hướng tiêu dùng lành mạnh toàn cầu.

Năm 2025, xuất khẩu điều Việt Nam lần đầu tiên vượt mốc 5 tỷ USD, đạt kim ngạch 5,229 tỷ USD, tăng trưởng ấn tượng cả về giá trị

và sản lượng. Trung Quốc trở thành thị trường lớn nhất, vượt Mỹ, trong khi Mỹ giảm nhập khẩu nhân điều do lo ngại thuế đối ứng, nhưng lại tăng mua sản phẩm chế biến sâu.

Việt Nam dẫn đầu thế giới về xuất khẩu nhân điều, với thị phần toàn cầu lên đến hơn 60% giá trị. Hạt điều Việt Nam đã có mặt trên hơn 90 quốc gia và vùng lãnh thổ. Ngành điều là một trong những ngành hàng nông sản chủ lực của Việt Nam, đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu.

Hơn 300 doanh nghiệp tham gia chế biến và xuất khẩu, tập trung ở các tỉnh như Bình Phước, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu. Sản lượng điều thô trong nước chỉ đáp ứng được khoảng 28% nhu cầu chế biến, còn lại phải nhập khẩu. Công suất chế biến của các doanh nghiệp hiện nay khoảng 3 triệu tấn/năm, lớn hơn nhiều so với sản lượng trong nước.

Nguồn nguyên liệu thô trong nước không đủ để đáp ứng nhu cầu chế biến, dẫn đến việc phải phụ thuộc vào nhập khẩu. Giá nguyên liệu thô nhập khẩu biến động, ảnh hưởng đến lợi nhuận của các doanh nghiệp. Việt Nam hiện nhập khẩu nguyên liệu từ các nước châu Phi, Campuchia...

Nhu cầu tiêu thụ hạt điều toàn cầu được dự báo tăng, thúc đẩy xuất khẩu và kim ngạch. Cải thiện chất lượng sản phẩm và chế biến sâu (rang muối, đóng gói nhỏ) giúp tăng giá trị gia tăng, duy trì sự phát triển ổn định của ngành hạt điều, góp phần ổn định đời sống bà con nông dân.

25. Ngành hồ tiêu

Ngành hồ tiêu Việt Nam là một ngành nông nghiệp chủ lực, giữ vị thế xuất khẩu lớn hàng đầu thế giới, với sản lượng và kim ngạch xuất khẩu đáng kể.

Ngành đã trải qua nhiều thăng trầm lịch sử, hiện đang chuyển đổi theo hướng bền vững, tập trung vào sản xuất xanh, nâng cao giá trị gia tăng và chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của các thị trường quốc tế khó tính như Mỹ và EU.

Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 40% tổng sản lượng và 55% kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu toàn cầu. Sản phẩm hồ tiêu Việt Nam được xuất khẩu đến nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, đặc biệt là thị trường Mỹ và EU.

Hồ tiêu đen nguyên hạt là chủng loại xuất khẩu chủ lực, tiếp theo là tiêu đen xay, tiêu trắng nguyên hạt, tiêu trắng xay và một số loại khác như tiêu ngâm giấm, đầu đinh, xanh, hồng. Ngành có khoảng 200 doanh nghiệp chế biến và kinh doanh hồ tiêu, với 15 doanh nghiệp hàng đầu chiếm 70% lượng xuất khẩu.

Giá tiêu có nhiều biến động và có xu hướng giảm trong những năm gần đây. Các yếu tố như biến đổi khí hậu, xung đột chính trị và chiến tranh thương mại cũng ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng ngành.

Nhu cầu về các loại gia vị tự nhiên và hữu cơ trên thế giới ngày càng tăng. Ngành có cơ hội phát triển theo hướng bền vững, nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Để tận dụng cơ hội này, ngành cần tập trung xây dựng vùng nguyên liệu bền vững, đạt các chứng chỉ quốc tế (EU, Mỹ, Nhật Bản) và phát triển hồ tiêu hữu cơ.

Việt Nam chú trọng chế biến sâu, sản xuất các mặt hàng có giá trị gia tăng cao hơn như tiêu trắng để đáp ứng nhu cầu thị trường. Đẩy mạnh hợp tác công tư trong nghiên cứu, phát triển giống cây trồng mới và công nghệ chế biến hiện đại. Xây dựng mối liên kết hiệu quả giữa nhà nước, nhà khoa học, doanh nghiệp và nông dân để nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất.

Năm 2025, xuất khẩu hạt tiêu Việt Nam ước đạt hơn 1.6 tỷ USD, tăng 24 - 26%, dù sản lượng giảm nhẹ (khoảng 247.000 tấn), nhờ giá xuất khẩu bình quân tăng mạnh lên mức ~6.700 USD/tấn. Các thị trường chính bao gồm Hoa Kỳ, UAE, Trung Quốc, Ấn Độ, Đức... (Nguồn: Vneconomy.vn, doanhnghieptiepthi.vn).

26. Ngành cao su

Ngành cao su Việt Nam đứng thứ ba thế giới về sản xuất cao su thiên nhiên, với quy mô lớn về cả diện tích và sản lượng (khoảng 1,1 triệu ha, 1,2 triệu tấn/năm). Ngành này nổi bật với sản xuất đa dạng, tập trung chủ yếu ở các tỉnh Đông Nam Bộ, và xuất khẩu mạnh ra thị trường quốc tế.

Việt Nam cũng đang hướng tới phát triển bền vững thông qua đổi mới mô hình tăng trưởng, chuyển đổi số, phát triển kinh tế xanh và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Việt Nam đứng thứ ba thế giới về sản xuất cao su thiên nhiên, chiếm khoảng 8% sản lượng toàn cầu. Diện tích trồng cao su khoảng 1,1 triệu ha, tập trung chủ yếu ở các tỉnh Đông Nam Bộ. Sản lượng khoảng 1,2 triệu tấn/năm. Bao gồm cả cao su đại điền (doanh nghiệp lớn) và cao su tiểu điền (hộ nông dân). Sản phẩm cao su của Việt Nam khá đa dạng, từ cao su thô đến các sản phẩm công nghiệp như lốp xe, găng tay y tế, băng tải, đệm....

Với tốc độ tăng trưởng nhanh, Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu cao su hàng đầu thế giới với thị trường xuất khẩu rộng khắp bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Mỹ và Châu Âu.

Trong bối cảnh đó, ngành cao su Việt Nam đang hướng tới mô hình tăng trưởng xanh, bền vững, kết hợp khai thác mỏ cao su với phát triển cây công nghiệp. Đồng thời, ngành đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất nhằm nâng cao giá trị sản phẩm và xây dựng thương hiệu cao su Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Năm 2025, xuất khẩu cao su Việt Nam có sản lượng giảm nhẹ (khoảng 1.91 triệu tấn) nhưng kim ngạch đạt gần 3.33 tỷ USD nhờ giá cao hơn. Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất nhưng dần giảm phụ thuộc, trong khi các nước Đông Nam Á như Malaysia, Indonesia tăng trưởng mạnh. Tổng ngành cao su bao gồm chế biến sâu và gỗ ước đạt 11 - 11.6 tỷ USD. (Nguồn: Vinanet).

27. Ngành sàu riêng

Ngành sàu riêng Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, trở thành một trong những nước xuất khẩu hàng đầu thế giới, với sản lượng lớn và thị trường xuất khẩu chính là Trung Quốc. Tuy nhiên, ngành đang đối mặt với nhiều thách thức lớn như cạnh tranh từ các nước khác, vấn đề an toàn thực phẩm, và sự mất cân đối giữa tăng trưởng diện tích/sản lượng với năng lực tổ chức sản xuất.

Từ khoảng 32.000 ha năm 2015, diện tích sàu riêng cả nước đã tăng lên hơn 150.000 ha vào năm 2025, sản lượng ước tính đạt 1,9 triệu tấn.

Mặc dù tiêu thụ nội địa lớn, xuất khẩu mới là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ lớn nhất, chiếm tới 90% lượng xuất khẩu. Tây Nguyên là vùng trồng lớn nhất, tiếp theo là Đồng bằng sông Cửu Long và Đông Nam Bộ.

Cạnh tranh về nguồn cung với các nước khác như Thái Lan và Malaysia. Năng lực quản lý, tổ chức sản xuất và kiểm soát mã số vùng trồng còn nhiều bất cập.

Khuyến cáo nông dân tuân thủ nguyên tắc "4 đúng" khi sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, sử dụng vật tư nông nghiệp rõ nguồn gốc. Nhà nước đang chú trọng nâng cao công nghệ bảo quản sau thu hoạch, đảm bảo sàu riêng đạt tiêu chuẩn an toàn thực phẩm khi xuất khẩu.

Xuất khẩu sàu riêng Việt Nam năm 2025 ước đạt 4 tỷ USD mặc dù trải qua một năm nhiều khó khăn của ngành. (Nguồn: Báo Nhân dân điện tử).

28. Ngành chăn nuôi

Ngành chăn nuôi Việt Nam là một cấu phần quan trọng của nền kinh tế nông nghiệp quốc gia, đóng góp đáng kể vào GDP và an ninh lương thực. Ngành này đang trong quá trình chuyển dịch mạnh mẽ từ chăn nuôi nhỏ lẻ, phân tán sang mô hình sản xuất hàng hóa tập trung, quy mô lớn, ứng dụng công nghệ cao và an toàn sinh học.

Ngành chăn nuôi chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng giá trị sản xuất nông nghiệp, ước đạt trên 26% GDP nông nghiệp. Năm 2024, giá trị sản xuất của ngành tăng khoảng 5,4% so với năm 2023, cho thấy đà tăng trưởng ổn định.

Các vật nuôi chủ lực bao gồm lợn, gia cầm (gà, vịt) và gia súc lớn (bò thịt, bò sữa). Đàn lợn đã phục hồi và tăng trưởng trở lại sau ảnh hưởng của dịch tả lợn châu Phi (ASF). Xu hướng phát triển rõ nét nhất là chuyển đổi sang chăn nuôi công nghiệp, bán công nghiệp, liên kết chuỗi giá trị khép kín (từ sản xuất thức ăn, con giống đến chế biến và tiêu thụ).

Thị trường trong nước lớn, nhu cầu tiêu thụ thịt và các sản phẩm chăn nuôi khác ổn định. Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi cũng ghi nhận sự tăng trưởng tích cực, đạt 533,6 triệu USD vào năm 2024 và gần 1 tỷ USD vào năm 2025.

Nhu cầu thực phẩm trong nước và tiềm năng xuất khẩu (đặc biệt là các sản phẩm Halal) tạo ra dư địa lớn cho ngành phát triển. Việc áp dụng công nghệ cao, tự động hóa, và các quy trình chăn nuôi bền vững giúp nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh. Các chính sách khuyến khích phát triển nông nghiệp, miễn giảm thuế nhập khẩu nguyên liệu thức ăn chăn nuôi tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, ngành chăn nuôi Việt Nam vẫn phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt từ hàng nhập khẩu, đặc biệt là các sản phẩm thịt giá rẻ từ các nước khác. Bên cạnh đó, ngành chăn nuôi vẫn đối mặt với tình trạng nhập siêu sản phẩm chăn nuôi, cho thấy năng lực cạnh tranh ở một số phân khúc còn hạn chế. Ngành chăn nuôi Việt Nam đặt mục tiêu tăng trưởng giá trị sản xuất hàng năm khoảng 4 - 5% và hướng tới phát triển bền vững, nâng cao chất lượng, an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường và tăng cường năng lực xuất khẩu.

29. Thủ công mỹ nghệ

Ngành thủ công mỹ nghệ Việt Nam là một ngành kinh tế quan trọng, có bề dày lịch sử hàng trăm năm, gắn liền với văn hóa dân tộc. Đây là ngành sản xuất ra những sản phẩm mang giá trị thẩm mỹ và văn hóa cao, chủ yếu bằng phương pháp thủ công với sự hỗ trợ của các công cụ đơn giản.

Ngành thủ công mỹ nghệ Việt Nam hình thành và phát triển qua nhiều thế kỷ, phản ánh tinh hoa văn hóa, sự khéo léo của người Việt. Mỗi sản phẩm là một tác phẩm nghệ thuật, chứa đựng bản sắc địa phương và kỹ thuật truyền thống.

Ngành này đóng góp đáng kể vào nền kinh tế quốc dân, đặc biệt trong việc đa dạng hóa kinh tế nông thôn, tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo và thúc đẩy xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu luôn nằm trong nhóm 10 ngành hàng có giá trị cao nhất của Việt Nam. Giúp bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, duy trì sinh kế cho hàng triệu lao động tại các làng nghề trên cả nước.

Việt Nam có hàng nghìn làng nghề với đa dạng các loại hình sản phẩm, như: Gốm sứ: Nổi tiếng với các làng Bát Tràng (Hà Nội), Lái Thiêu (Bình Dương). Chạm khắc đá, gỗ: Làng đá Non Nước (Đà Nẵng), các làng nghề điêu khắc gỗ Đồng Kỵ (Bắc Ninh)...

Sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ, đặc biệt được ưa chuộng tại các thị trường khó tính như Mỹ, EU, Ấn Độ.

Nhu cầu sử dụng các sản phẩm thân thiện môi trường, vật liệu tự nhiên (mây, tre, cói) ngày càng tăng trên thế giới, là lợi thế lớn cho hàng Việt Nam.

Chính phủ và các tổ chức đang nỗ lực hỗ trợ quảng bá hình ảnh, xây dựng thương hiệu và tìm kiếm thị trường tiêu thụ. Ngành thủ công mỹ nghệ Việt Nam phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu 4 tỷ USD vào năm 2025 và cao hơn vào những năm tiếp theo, khẳng định vị thế là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc. Trên thực tế, kim ngạch xuất khẩu theo thống kê năm 2025 của ngành đạt khoảng 4,6 tỷ USD.

GIẢI PHÁP VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

1. Khó khăn thách thức đối với kinh tế Việt Nam

Nền kinh tế Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức như nguy cơ tụt hậu thu nhập trung bình, sự phụ thuộc vào bên ngoài do độ mở cao và khó khăn trong việc bắt kịp Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4, cùng với các rủi ro toàn cầu như bất ổn địa chính trị và suy thoái kinh tế.

Các thách thức khác bao gồm áp lực lạm phát, vấn đề về thị trường tài chính, năng lượng, nguồn nhân lực chất lượng cao, và biến đổi khí hậu. Tốc độ tăng trưởng GDP và thu nhập bình quân đầu người chậm lại so với các quốc gia trong khu vực, cho thấy nguy cơ bị tụt hậu về kinh tế.

Thiếu hụt nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực công nghệ số như trí tuệ nhân tạo, an ninh mạng, khoa học dữ liệu là một trở ngại lớn cho phát triển kinh tế số.

Còn tồn tại nhiều vấn đề như xử lý nợ xấu, các ngân hàng yếu kém, áp lực đáo hạn trái phiếu doanh nghiệp, và cần tháo gỡ vướng mắc cho các dự án bất động sản. Cung ứng điện, đặc biệt là điện xanh và năng lượng tái tạo, vẫn là mối lo ngại cho các doanh nghiệp.

Nền kinh tế có độ mở cao nên dễ bị ảnh hưởng bởi suy thoái kinh tế, lạm phát cao, bất ổn chính trị và xu hướng bảo hộ thương mại ở các nước lớn. Khi các cam kết quốc tế có hiệu lực, sự phụ thuộc vào thị trường thế giới ngày càng gia tăng, dễ bị tổn thương bởi các tác động bên ngoài như biến động giá dầu, dịch chuyển dòng vốn.

Việc bắt kịp và chủ động tham gia cuộc cách mạng này đòi hỏi điều kiện và yêu cầu cao, nếu không Việt Nam có nguy cơ tụt hậu. Ngoài ra, thiên tai, dịch bệnh, thiếu nước, xâm nhập mặn, biến đổi khí hậu diễn biến phức tạp, gây khó khăn cho phát triển kinh tế - xã hội.

Mặc dù Ngân hàng Nhà nước có thể điều chỉnh giảm lãi suất, vấn đề nằm ở năng lực hấp thụ vốn của doanh nghiệp và nền kinh tế, cho thấy những điểm nghẽn trong việc chuyển hóa chính sách tiền tệ thành động lực tăng trưởng thực tế.

Những khó khăn trên các thị trường này kéo dài, tiềm ẩn nhiều rủi ro và áp lực đối với sự ổn định kinh tế vĩ mô và hệ thống tài chính.

Trình độ của người lao động trong một số lĩnh vực còn chưa cao và thách thức trong việc phát triển kinh tế tri thức trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 là những rào cản nội tại cần khắc phục để thúc đẩy tăng trưởng bền vững.

Vẫn còn những điểm nghẽn trong việc thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công, ảnh hưởng đến việc thúc đẩy tổng cầu và phát triển hạ tầng kinh tế.

2. Thách thức trong phát triển sản xuất và thị trường

Khó khăn thách thức đối với phát triển sản xuất và mở rộng thị trường của Việt Nam bao gồm môi trường pháp lý, sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại điện tử và sự cần thiết phải nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam để đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

Các thách thức này đòi hỏi Việt Nam phải cải thiện môi trường kinh doanh, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tiếp cận thị trường mới, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, cũng như xây dựng nền tảng công nghệ số vững mạnh.

Các doanh nghiệp Việt Nam đối mặt với thách thức trong việc nâng cao chất lượng, đổi mới công nghệ và quản lý để cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ quốc tế.

Thiếu hụt lao động có kỹ năng chuyên môn cao, đặc biệt trong các ngành công nghệ cao và các ngành dịch vụ đòi hỏi trình độ chuyên môn sâu, là một rào cản lớn cho sự phát triển sản xuất.

Các sàn thương mại điện tử nước ngoài đang chiếm lĩnh thị trường Việt Nam, khiến các doanh nghiệp Việt Nam gặp nhiều khó khăn trong việc mở rộng thị trường trong nước và quốc tế.

Doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải đối mặt với nhiều rào cản về kỹ thuật, tiêu chuẩn, thuế quan và các biện pháp bảo hộ từ các thị trường xuất khẩu. Doanh nghiệp Việt Nam thiếu kinh nghiệm và nguồn lực để xây dựng và mở rộng các kênh phân phối quốc tế, dẫn đến hạn chế trong việc tiếp cận thị trường mục tiêu.

Việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu trên các nền tảng thương mại điện tử đang còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tình trạng lạm phát, suy thoái kinh tế toàn cầu và lượng hàng tồn kho cao ở các thị trường lớn dẫn đến sụt giảm đơn hàng xuất khẩu, đặc biệt là các ngành hàng chủ lực như dệt may, da giày và đồ gỗ.

Nền sản xuất Việt Nam vẫn phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu và các thị trường xuất khẩu truyền thống, khiến cho khả năng chủ động trong sản xuất bị hạn chế khi chuỗi cung ứng toàn cầu gặp gián đoạn.

Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, có trình độ công nghệ chưa cao, năng lực sản xuất còn hạn chế, khó đáp ứng được các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường quốc tế.

Sức ép từ chi phí đầu vào (nguyên vật liệu, năng lượng, nhân công) cùng với biến động tỷ giá hối đoái làm tăng gánh nặng cho doanh nghiệp, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh.

Điều kiện khí hậu khắc nghiệt và thiên tai thường xuyên (bão, lũ, hạn hán) ảnh hưởng đến sản xuất nông nghiệp và cơ sở hạ tầng, đặc biệt là các ngành hàng nông sản.

3. Đề xuất giải pháp phát triển sản xuất và thị trường

Cải cách môi trường kinh doanh: Hoàn thiện khung pháp lý, tạo môi trường đầu tư ngày càng minh bạch hơn nữa, giảm thiểu thủ tục hành chính rườm rà để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp.

Tăng cường đào tạo, tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm và xây dựng thương hiệu.

Xây dựng và phát triển hạ tầng công nghệ số, các sàn giao dịch thương mại điện tử, dịch vụ logistics chất lượng cao để hỗ trợ doanh nghiệp trong nước cạnh tranh hiệu quả trên môi trường trực tuyến.

Khuyến khích hợp tác giữa các doanh nghiệp Việt Nam với nhau và với các đối tác quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm, mở rộng thị trường và tiếp cận công nghệ tiên tiến.

Để phát triển sản xuất và mở rộng thị trường, Việt Nam cần tập trung vào các giải pháp như tái cấu trúc sản xuất và xuất khẩu, nâng cao chất lượng sản phẩm và chuỗi cung ứng, phát triển thị trường nội địa, và tận dụng các hiệp định thương mại tự do. Các giải pháp này đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa doanh nghiệp, chính phủ và các hiệp hội ngành hàng để thúc đẩy tăng trưởng xanh, bền vững và gia tăng giá trị gia tăng.

Chuyển dịch cơ cấu theo hướng ưu tiên các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, hàm lượng công nghệ và chất xám lớn. Xây dựng hệ sinh thái chuỗi cung ứng tự chủ, giảm phụ thuộc vào nhập khẩu nguyên liệu thông qua việc tăng tỷ lệ nội địa hóa. Khuyến khích doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm rõ nguồn gốc và đạt chuẩn công nghệ xanh, ESG. Nâng cao chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế và từng thị trường cụ thể, thay vì chỉ chạy đua về số lượng.

Mở rộng mạng lưới bán lẻ tại nông thôn, miền núi; đầu tư và hiện đại hóa các chợ đầu mối, áp dụng công nghệ trong giao dịch và kiểm soát chất lượng. Giữ vững và mở rộng các thị trường truyền thống, đồng thời tích cực tìm kiếm và khai thác các thị trường mới thông qua việc tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA).

Tập trung phát triển xuất khẩu dịch vụ, bao gồm du lịch số hóa và dịch vụ công nghệ. Xây dựng hành lang pháp lý minh bạch và phát triển hạ tầng thương mại hiện đại, bao gồm cả các sàn giao dịch nông sản B2B đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Cung cấp các gói tín dụng ưu đãi, giảm thuế, phí cho các doanh nghiệp ưu tiên. Tăng cường phối hợp giữa doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia và cơ quan quản lý nhà nước để tạo sức mạnh tổng hợp.

Xây dựng cơ sở dữ liệu thống nhất và trung tâm thông tin để hỗ trợ phát triển kinh tế, đặc biệt là kinh tế số, đồng thời nâng cao khả năng đối phó với các rủi ro an ninh mạng.

Thúc đẩy các chiến lược phát triển thương mại biên giới với các nước có chung đường biên nhằm tận dụng tiềm năng.

4. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp

Các giải pháp nhằm phát triển sản xuất và mở rộng thị trường của Việt Nam được khái quát qua các nhóm biện pháp chính sau đây:

a. Phát triển sản xuất hàng hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh

✓ Tạo ra khối lượng hàng hóa lớn, đáp ứng cả nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu.

✓ Tăng cường năng lực tiếp nhận, làm chủ công nghệ cao để nâng cao chất lượng sản phẩm và năng suất lao động.

✓ Doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược dài hạn, tạo ra các giá trị độc đáo và chất lượng cao cho sản phẩm, đồng thời tận dụng yếu tố tốc độ trong kinh doanh để vượt qua thách thức cạnh tranh.

✓ Đào tạo đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và năng lực công nghệ, đặc biệt trong các ngành kinh tế trọng điểm.

b. Mở rộng và đa dạng hóa thị trường

✓ Đẩy mạnh các giải pháp kích cầu tiêu dùng nội địa, phát triển mạnh mẽ thị trường nội địa để làm nền tảng vững chắc cho sự phát triển.

✓ Chủ động tìm kiếm và mở rộng thêm các thị trường tiềm năng, tránh phụ thuộc quá mức vào một số thị trường nhất định. Khai thác hiệu quả các cơ hội từ các FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA... để tiếp cận các thị trường lớn, nâng cao năng lực cạnh tranh trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

✓ Chú trọng liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp để cùng tạo nên sức mạnh thương hiệu quốc gia, nâng cao vị thế hàng Việt trên trường quốc tế.

5. Hỗ trợ từ Chính phủ nhằm cải thiện môi trường kinh doanh

✓ Tạo điều kiện thuận lợi, thông thoáng hơn cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp tư nhân, để thúc đẩy đầu tư và sản xuất.

✓ Hình thành các chuỗi liên kết hàng hóa vững chắc, gắn kết hoạt động sản xuất với hệ thống phân phối hiệu quả.

✓ Cung cấp thông tin, hỗ trợ pháp lý để doanh nghiệp chủ động đối phó với các biện pháp phòng vệ thương mại và thuế đối ứng từ các quốc gia khác.

✓ Có các chính sách ưu đãi về thuế, hỗ trợ tài chính và xúc tiến thương mại cho các ngành hàng, sản phẩm chủ lực và tiềm năng.

6. Khuyến nghị chính sách

Các khuyến nghị chính sách nhằm phát triển sản xuất và mở rộng thị trường Việt Nam bao gồm: hỗ trợ tài chính, thuế và hạ tầng cho doanh nghiệp; đẩy mạnh đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; xây dựng

hành lang pháp lý minh bạch và hiện đại; và thúc đẩy tiêu dùng nội địa và xuất khẩu.

Các chính sách này tập trung vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, từ đó thúc đẩy sản xuất nội địa và mở rộng thị trường trong nước cũng như quốc tế.

Cung cấp gói tín dụng ưu đãi, giảm thuế, phí cho các doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm rõ nguồn gốc, đạt chuẩn xanh và ESG.

Khuyến khích khởi nghiệp trong lĩnh vực khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo; hỗ trợ hình thành các doanh nghiệp công nghệ số chiến lược quy mô lớn.

Thúc đẩy doanh nghiệp tái đầu tư vào hạ tầng, nghiên cứu và phát triển (R&D), đồng thời đầu tư vào sản xuất thông minh trong các ngành chủ chốt như nông nghiệp, thương mại, tài chính, y tế, giáo dục và giao thông.

Khuyến khích doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm đạt chuẩn quốc tế, có nguồn gốc rõ ràng và thân thiện với môi trường.

Xây dựng hạ tầng thương mại hiện đại, phát triển sàn giao dịch nông sản B2B cho các mặt hàng chủ lực như gạo, cà phê, hạt tiêu, tôm, cá, trái cây nhiệt đới, đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Khuyến khích mở rộng mạng lưới bán lẻ Việt tại nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa; đẩy mạnh tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ trên môi trường số và nâng cao niềm tự hào hàng Việt.

Xây dựng và hoàn thiện hành lang pháp lý minh bạch, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh và thương mại. Tích hợp các giải pháp để doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận các thị trường quốc tế, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế cao hơn.

Các khuyến nghị chính sách nhằm phát triển sản xuất và mở rộng thị trường của Việt Nam tập trung vào việc nâng cao năng lực nội tại của nền

kinh tế, thúc đẩy liên kết chuỗi giá trị và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, đồng thời tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA).

Cung cấp các ưu đãi về thuế, tín dụng và hỗ trợ kỹ thuật cho các dự án sản xuất sản phẩm CNHT ưu tiên (dệt may, da giày, điện tử, ô tô, cơ khí chế tạo, công nghệ cao) nhằm giảm sự phụ thuộc vào nhập khẩu và tăng tỷ lệ nội địa hóa.

Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số và áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất xanh để nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng yêu cầu mới của thị trường toàn cầu.

Tạo điều kiện thuận lợi, ban hành các cơ chế, chính sách ưu đãi cụ thể, khả thi để kinh tế tư nhân trở thành động lực quan trọng cho tăng trưởng sản xuất.

Tập trung hỗ trợ DNNVV tham gia vào các cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

Đẩy mạnh phát triển thị trường nội địa, kích cầu tiêu dùng, xây dựng thương hiệu sản phẩm Việt Nam để khai thác tối đa tiềm năng thị trường gần 100 triệu dân.

Tránh phụ thuộc vào một số thị trường nhất định. Chủ động tìm kiếm và mở rộng thêm các thị trường mới, tiềm năng, đặc biệt là các thị trường mà Việt Nam đã ký kết FTA.

Hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp khai thác các ưu đãi thuế quan, quy tắc xuất xứ và các cơ hội tiếp cận thị trường từ các hiệp định như EVFTA, CPTPP, RCEP.

Hỗ trợ doanh nghiệp đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử quốc tế để tiếp cận mạng lưới phân phối toàn cầu một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Tăng cường vai trò của các Hiệp hội ngành hàng trong việc cung cấp thông tin, cảnh báo sớm về các biện pháp phòng vệ thương mại, rào cản kỹ thuật tại thị trường nước ngoài, và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp trong tranh chấp thương mại quốc tế.

MỘT SỐ LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

1. Mỗi quan hệ

Sức mạnh của các mối quan hệ sẽ có tác động đáng kể đến kết quả thương mại tại Việt Nam. Các mối quan hệ kinh doanh thường mang tính xã hội và cá nhân hơn, điều này có nghĩa là sự phù hợp cho một quan hệ đối tác kinh doanh có thể được đánh giá dựa trên điều này.

Trong những lần giao tiếp ban đầu, hãy lường trước những câu hỏi không liên quan trực tiếp đến kinh doanh, chẳng hạn như thông tin gia đình và sở thích. Hãy đón nhận những lời mời ăn uống với đối tác và, khi thích hợp, hãy đáp lại.

Tránh thúc ép quá sớm hoặc quá mạnh để bắt đầu các cuộc trò chuyện kinh doanh nghiêm túc; hãy xây dựng mối quan hệ trước.

Kinh doanh tại Việt Nam có thể liên quan đến việc xây dựng mối quan hệ với những chủ sở hữu lớn tuổi của các doanh nghiệp đã thành lập lâu đời.

Việc tận dụng các thành viên khác trong gia đình hoặc các thành viên trẻ hơn trong nhóm kinh doanh có thể giúp ích, nhưng cần lưu ý duy trì sự tôn trọng thứ bậc. Học các cụm từ tiếng Việt cơ bản, bao gồm đại từ chỉ thứ bậc cho nam và nữ, có thể giúp tạo dựng một mối quan hệ kinh doanh tích cực.

Hệ thống cấp bậc có thể có liên quan khi điều hướng văn hóa kinh doanh Việt Nam, đặc biệt là khi liên quan đến địa vị và tuổi tác. Các doanh nhân Việt Nam có thể mong đợi gặp gỡ và tương tác với các đối tác cùng cấp bậc thân niên. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh các cuộc họp có sự tham gia của nhân sự ở các cấp bậc khác nhau. Việc

hiểu rõ vai trò và cấp bậc của từng cá nhân trong một tổ chức - và cách những vai trò đó ảnh hưởng đến sự tương tác có thể hữu ích.

Tầm quan trọng của quan hệ đối tác: Việc điều hướng thành công bối cảnh kinh doanh Việt Nam thường đòi hỏi nhân tài, kiến thức và chuyên môn tại địa phương, và quan hệ đối tác tạo thành một mô hình quan trọng cho việc kinh doanh.

Xây dựng quan hệ đối tác đòi hỏi phải có các mối quan hệ sẵn có để tạo điều kiện thuận lợi cho việc giới thiệu. Sau khi xác định được một đối tác tiềm năng, điều cần thiết là phải tiến hành thẩm định. Điều này bao gồm việc hiểu rõ khách hàng và khách hàng của họ, phạm vi hoạt động trên khắp Việt Nam, hỗ trợ nội địa hóa sản phẩm và danh tiếng trên thị trường. Điều cần thiết là phải thực hiện kiểm tra tham chiếu và đánh giá rủi ro trước khi chính thức hóa bất kỳ quan hệ đối tác địa phương nào.

Các doanh nghiệp có thể xem xét Cổng thông tin Đăng ký Thuế tập trung của Việt Nam và Cơ quan Đăng ký Quốc gia về Giao dịch Bảo đảm của Bộ Tư pháp như một phần của quy trình kiểm tra lý lịch doanh nghiệp toàn diện.

Sức mạnh của quan hệ đối tác địa phương mang lại lợi thế trên nhiều khía cạnh của hoạt động thương mại - từ mua sắm và ký kết hợp đồng đến việc vay vốn.

Quan trọng là, một đối tác địa phương thường có thể hỗ trợ các yêu cầu hành chính, bao gồm quy trình đăng ký cụ thể cho từng công ty và sản phẩm. Việc xây dựng một mối quan hệ đối tác lâu dài và bền vững cần có thời gian và sự kiên nhẫn.

2. Visa Việt Nam

Chính sách thị thực (visa) và hộ chiếu của Việt Nam được cập nhật thường xuyên, đặc biệt có nhiều thay đổi đáng chú ý trong năm 2023 và 2024 nhằm thúc đẩy du lịch và phát triển kinh tế.

- Đối với người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam

Chính sách thị thực Việt Nam được chia thành các diện chính: miễn thị thực, thị thực điện tử (e-visa) và thị thực thông thường.

+ Miễn thị thực (Visa Exemption)

Việt Nam áp dụng chính sách miễn thị thực cho công dân một số quốc gia.

✓ Miễn thị thực đơn phương: Công dân 13 quốc gia được miễn thị thực với thời hạn tạm trú lên đến 45 ngày. Các quốc gia này bao gồm Đức, Pháp, Ý, Tây Ban Nha, Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ireland, Nga, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đan Mạch, Thụy Điển, Na Uy, Phần Lan và Belarus. Chính sách này áp dụng đến tháng 3/2025 và có thể được gia hạn. (Nguồn: Nghị quyết 128/NQ-CP năm 2023).

✓ Miễn thị thực song phương: Công dân các nước ASEAN như Thái Lan, Malaysia, Singapore, Indonesia, Lào, Campuchia, Philippines... được miễn thị thực với thời gian lưu trú khác nhau theo điều ước quốc tế ký kết giữa Việt Nam và từng quốc gia.

Yêu cầu chung: Hộ chiếu phải còn hiệu lực ít nhất 6 tháng kể từ ngày nhập cảnh.

+ Thị thực điện tử (E-visa)

Từ ngày 15/8/2023, Việt Nam cấp thị thực điện tử cho công dân tất cả các quốc gia và vùng lãnh thổ.

E-visa có thời hạn tối đa 90 ngày, cho phép nhập cảnh một lần hoặc nhiều lần. Có thể xin e-visa qua Cổng Dịch vụ công của Bộ Công an hoặc Cổng thông tin cấp thị thực điện tử chính thức.

+ Thị thực thông thường (Visa)

Công dân các nước không được miễn thị thực hoặc muốn lưu trú lâu hơn e-visa có thể xin thị thực tại Đại sứ quán/Lãnh sự quán Việt Nam ở nước ngoài hoặc xin công văn nhập cảnh.

- Đối với công dân Việt Nam

✓ Hộ chiếu: Lệ phí cấp mới hộ chiếu phổ thông là 180.000 đồng/lần cấp, có thể thay đổi.

✓ Miễn thị thực cho người Việt Nam định cư ở nước ngoài: Có thể được cấp giấy miễn thị thực để lưu trú dài hơn tại Việt Nam.

Hộ chiếu Việt Nam cho phép đi đến một số quốc gia và vùng lãnh thổ mà không cần visa trước, ví dụ: Barbados, Belarus, Dominica, Iran, Malaysia, Singapore....

3. Quy định kiểm dịch nhập cảnh

Quy định kiểm dịch nhập cảnh Việt Nam được chia thành quy định đối với con người và đối với hàng hóa (động vật, thực vật, sản phẩm liên quan). Các biện pháp này được điều chỉnh bởi các cơ quan chức năng như Bộ Y tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

+ Đối với con người (Kiểm dịch y tế)

Hiện tại, các quy định về kiểm dịch y tế đã được nới lỏng đáng kể so với giai đoạn đỉnh điểm của đại dịch COVID-19. Việc khai báo y tế tại cửa khẩu được áp dụng trong các trường hợp có quyết định công bố dịch bệnh truyền nhiễm của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền hoặc có thông báo về tình hình dịch bệnh ở nước ngoài có nguy cơ ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng do Bộ Y tế ban hành.

Người nhập cảnh có thể bị kiểm tra thực tế nếu bị nghi ngờ mắc bệnh hoặc mang tác nhân gây bệnh truyền nhiễm. Các biện pháp có thể bao gồm áp dụng các biện pháp dự phòng lây truyền bệnh hoặc chuyển đến khu vực cách ly y tế tại cửa khẩu.

Các yêu cầu cụ thể sẽ tuân theo hướng dẫn của Bộ Y tế tùy thuộc vào tình hình dịch bệnh thực tế tại thời điểm nhập cảnh.

+ Đối với hàng hóa (Động vật, thực vật, sản phẩm liên quan)

Việc kiểm dịch đối với động vật, thực vật và các sản phẩm của chúng là bắt buộc và được thực hiện chặt chẽ theo các thông tư, nghị định của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Tất cả các vật thể thuộc diện kiểm dịch thực vật khi nhập khẩu, xuất khẩu, quá cảnh và sau nhập khẩu đều phải tuân thủ trình tự, thủ tục kiểm dịch theo quy định.

Chủ hàng hoặc người đại diện phải nộp hồ sơ đăng ký kiểm dịch cho cơ quan kiểm dịch thực vật tại cửa khẩu hoặc nơi gần nhất.

Động vật sống và các sản phẩm từ động vật nhập khẩu phải đăng ký kiểm dịch và kiểm tra xác nhận chất lượng tại cơ quan chức năng.

Việt Nam có thể tạm dừng nhập khẩu một số sản phẩm (ví dụ: bông thô từ Ghana) nếu phát hiện nguy cơ dịch bệnh.

Để có thông tin chi tiết và cập nhật nhất, bạn nên kiểm tra trực tiếp trên Cổng thông tin điện tử của Cục Quản lý xuất nhập cảnh Việt Nam (xuatnhapcanh.gov.vn) hoặc các cơ quan kiểm dịch chuyên ngành.

4. Nghỉ lễ

Việt Nam có tổng cộng 11 ngày nghỉ lễ chính thức được hưởng nguyên lương trong năm theo Bộ luật Lao động 2019. Các ngày nghỉ lễ này bao gồm:

- ✓ Tết Dương lịch: 1 ngày (ngày 1 tháng 1 dương lịch).
- ✓ Tết Nguyên đán: 5 ngày (thời gian cụ thể theo lịch âm từng năm, thường kéo dài hơn do nghỉ cuối tuần và nghỉ bù, hoán đổi).
- ✓ Giỗ Tổ Hùng Vương: 1 ngày (ngày 10 tháng 3 âm lịch).
- ✓ Ngày Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước: 1 ngày (ngày 30 tháng 4 dương lịch).
- ✓ Ngày Quốc tế Lao động: 1 ngày (ngày 1 tháng 5 dương lịch).

✓ Quốc khánh: 2 ngày (ngày 2 tháng 9 dương lịch và 1 ngày liền kề trước hoặc sau).

Ngoài ra, còn có các ngày lễ và kỷ niệm khác trong năm nhưng người lao động không được nghỉ làm hưởng nguyên lương theo luật, chẳng hạn như Ngày Nhà giáo Việt Nam (20/11) hay Ngày Thương binh Liệt sĩ Việt Nam (27/7)...

5. Lưu ý văn hóa

Truyền thống đoàn kết dân tộc và lòng thương người được thể hiện rõ nét trong các mối quan hệ cộng đồng. Tinh thần coi trọng việc học hành, tôn sư trọng đạo là một giá trị quan trọng.

Trên mâm cơm, không gắp liên tục một món để thể hiện sự công bằng. Ăn hết phần cơm trong bát để thể hiện sự trân trọng. Chờ người lớn tuổi ăn trước khi bắt đầu. Không chê bai món ăn trực tiếp để giữ không khí bữa ăn. Khi gắp thức ăn cho người khác, cần nhường nhịn và không lấy phần nhiều về mình. Khi nhai phải sạn hay xương, nên lấy ra một cách tế nhị thay vì nhè ra bàn.

Trong giao tiếp, nói năng từ tốn, nhã nhặn, tránh ăn nói khoa trương. Tôn trọng người lớn tuổi và người có kinh nghiệm hơn.

Áo dài là biểu tượng đẹp, tinh hoa của văn hóa Việt Nam. Phở, bánh mì, bún chả, cà phê, rượu gạo, nước mắm là những nét đặc sắc của ẩm thực Việt Nam đã được thế giới biết đến.

Việt Nam có kho tàng văn hóa dân gian phong phú như hát xoan, quan họ, ca trù, đờn ca tài tử, nhã nhạc cung đình Huế.

6. Phương tiện di chuyển

Tại Việt Nam, các phương tiện di chuyển phổ biến gồm xe máy, ô tô, và dịch vụ taxi. Trong đó, taxi truyền thống và các hãng taxi công nghệ như Grab, Be đang cạnh tranh nhau, với xe công nghệ chiếm ưu thế nhờ sự tiện lợi và chi phí cạnh tranh, đặc biệt ở thành phố lớn.

Xe máy và ô tô là phương tiện cá nhân phổ biến nhất ở Việt Nam, thuộc nhóm phương tiện giao thông đường bộ.

Bao gồm xe buýt, tàu hỏa, tàu bay, tàu thủy chạy theo tuyến cố định.

Taxi truyền thống vẫn tồn tại, đặc biệt phục vụ phân khúc khách hàng cao cấp và các dịch vụ chuyên nghiệp hơn.

Các dịch vụ như Grab rất phổ biến, đặc biệt là ở các thành phố lớn, nhờ sự tiện lợi, nhanh chóng và giá cả cạnh tranh, trở thành lựa chọn hàng đầu của nhiều người.

7. Ẩm thực Việt Nam

Ẩm thực Việt Nam là sự kết hợp hài hòa giữa nhiều hương vị, nguyên liệu và phương pháp chế biến, có đặc trưng là sự đa dạng theo ba miền Bắc - Trung - Nam, chú trọng cân bằng âm dương và tính cộng đồng.

Nền ẩm thực Việt sử dụng nhiều rau xanh, ít dầu mỡ, với nước mắm làm gia vị chủ đạo, kết hợp đa dạng các loại thực phẩm để tạo ra các món ăn đậm đà, ngon và lành.

Các món ăn thường có sự kết hợp hài hòa của vị ngọt, mặn, chua, cay và đắng, tạo nên sự đa dạng. Triết lý âm dương được áp dụng triệt để, cân bằng giữa các yếu tố nóng - lạnh trong thực phẩm và gia vị, ví dụ món lạnh như hải sản thường ăn kèm gia vị nóng như gừng, sả, ớt.

Ẩm thực Việt Nam dùng nhiều rau, củ, quả, các loại thảo mộc, và nước mắm làm gia vị nêm nếm chính, kết hợp với các loại rau thơm như húng quế, tía tô, ngò. Các món ăn thường được chế biến thanh đạm hơn, ít sử dụng thịt và dầu mỡ so với một số nền ẩm thực khác.

Đặc trưng ẩm thực ba miền:

✓ Miền Bắc: Vị thanh đạm, ít mặn, chua nhẹ, điển hình như phở, bún chả.

✓ Miền Trung: Vị cay nồng và đậm đà, cầu kỳ hơn trong chế biến, như bún bò Huế.

✓ Miền Nam: Ưa vị ngọt, sử dụng đường, nước dừa, nước cốt dừa, ví dụ cơm tấm, các món chè.

Ẩm thực Việt Nam có sự giao thoa với các nền văn hóa khác, đặc biệt là ẩm thực Trung Quốc và Pháp, nhưng đã được biến tấu để phù hợp với khẩu vị người Việt. Ẩm thực đường phố là một phần không thể thiếu, thể hiện nét văn hóa và lối sống đặc trưng.

Bữa ăn gia đình là nơi mọi thế hệ quây quần, thể hiện sự gắn kết. Người Việt thường thể hiện sự hiếu khách thông qua việc chia sẻ thức ăn và mời gọi mọi người dùng bữa. Các món ăn thường được dọn lên cùng một lúc thay vì lần lượt theo từng món. Trước khi ăn, người Việt thường mời nhau theo thứ tự từ cao xuống thấp, từ người già tới trẻ nhỏ. Người già và trẻ nhỏ thường được ưu tiên gắp những món ăn ngon hay những phần ngon của món ăn nào đó. Gắp thức ăn cho nhau là một cách thể hiện tình cảm và sự hiếu khách của người Việt Nam.

8. Dịch vụ chăm sóc y tế

Chăm sóc y tế tại Việt Nam có hệ thống phân cấp từ trung ương đến xã, cung cấp các dịch vụ phòng ngừa, chẩn đoán, điều trị và phục hồi sức khỏe. Hệ thống này bao gồm cả y tế công cộng và y tế tư nhân ngày càng phát triển, với sự gia tăng các bệnh viện tư nhân và các dịch vụ y tế tại nhà. Mặc dù có những nỗ lực mở rộng độ bao phủ, hệ thống này vẫn đối mặt với thách thức về ngân sách và nguồn nhân lực.

Hệ thống y tế Việt Nam được tổ chức theo bốn cấp: trung ương, tỉnh, xã, với mục tiêu bao phủ chăm sóc sức khỏe cộng đồng rộng rãi.

Cung cấp các dịch vụ y tế cơ bản và chuyên sâu, bao gồm tiêm chủng, chăm sóc sức khỏe bà mẹ và trẻ em, phòng chống dịch bệnh, giáo dục sức khỏe.

Y tế tư nhân đang phát triển mạnh mẽ, thu hút người dân lựa chọn do sự tiện lợi và dịch vụ nhanh chóng hơn. Các bệnh viện tư nhân và phòng khám tư nhân ngày càng nhiều, đặc biệt ở các thành phố lớn.

Chăm sóc tại nhà là mô hình ngày càng phổ biến, cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, điều trị bệnh mạn tính, phục hồi chức năng ngay tại nhà bệnh nhân.

9. Danh lam thắng cảnh

Việt Nam là một quốc gia sở hữu hệ thống danh lam thắng cảnh đa dạng và phong phú, nổi bật với sự kết hợp hài hòa giữa vẻ đẹp thiên nhiên hùng vĩ, độc đáo và các di tích lịch sử, văn hóa lâu đời.

Những điểm đến này trải dài từ Bắc vào Nam, mang đến nhiều trải nghiệm khác nhau cho du khách. Danh lam thắng cảnh Việt Nam bao gồm cả cảnh quan thiên nhiên (biển, núi, hang động, sông ngòi) và các công trình văn hóa, lịch sử.

Nhiều địa điểm được UNESCO công nhận là Di sản Thế giới, khẳng định giá trị vượt trội về mặt lịch sử, văn hóa và thiên nhiên.

Hầu hết các danh thắng đều chứa đựng những câu chuyện lịch sử, truyền thuyết hoặc phản ánh nét văn hóa độc đáo của các dân tộc Việt Nam. Từ miền núi phía Bắc đến đồng bằng sông Cửu Long, du khách có thể tìm thấy những điểm tham quan hấp dẫn ở mọi miền đất nước.

Các danh lam thắng cảnh tiêu biểu:

+ Thiên nhiên:

✓ Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh): Một trong những kỳ quan thiên nhiên thế giới được UNESCO công nhận, nổi tiếng với hàng nghìn đảo đá vôi và các hang động trên mặt nước biển xanh ngọc bích.

✓ Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng: Nơi có hệ thống hang động đá vôi lớn nhất và đẹp nhất thế giới, bao gồm cả hang Sơn Đoòng, hang động lớn nhất thế giới.

✓ Sapa (Lào Cai): Nổi tiếng với khung cảnh núi non hùng vĩ, những thửa ruộng bậc thang uốn lượn và bản sắc văn hóa độc đáo của các dân tộc thiểu số.

✓ Quần thể danh thắng Tràng An (Ninh Bình): Được mệnh danh là “Hạ Long trên cạn”, là di sản hỗn hợp (thiên nhiên và văn hóa) đầu tiên của Việt Nam và Đông Nam Á.

+ Di tích lịch sử và văn hóa:

✓ Quần thể di tích Cố đô Huế (Thừa Thiên Huế): Kinh đô xưa của triều Nguyễn, với kiến trúc cung đình, lăng tẩm và chùa chiền mang đậm dấu ấn phong kiến Việt Nam.

✓ Phố cổ Hội An (Đà Nẵng): Một thương cảng sầm uất từ thế kỷ 16, nổi bật với kiến trúc cổ kính, đèn lồng rực rỡ và nhịp sống bình yên.

✓ Hoàng thành Thăng Long (Hà Nội): Di tích trung tâm của kinh thành Thăng Long xưa, là minh chứng cho lịch sử nghìn năm văn hiến của dân tộc Việt Nam.

✓ Địa đạo Củ Chi (Thành phố Hồ Chí Minh): Một hệ thống đường hầm quân sự lớn, phản ánh lịch sử chiến đấu anh dũng của người Việt Nam trong chiến tranh.

Hệ thống danh lam thắng cảnh này không chỉ là tài sản quý giá của Việt Nam mà còn là điểm đến hấp dẫn du khách quốc tế, góp phần quan trọng vào sự phát triển du lịch bền vững của đất nước.

Việt Nam có nhiều di sản văn hóa thế giới được UNESCO công nhận, bao gồm 5 di sản văn hóa vật thể (Quần thể di tích Cố đô Huế, Phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, Hoàng thành Thăng Long, Thành nhà Hồ), 2 di sản thiên nhiên (Vịnh Hạ Long, Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng) và 1 di sản hỗn hợp duy nhất là Quần thể danh thắng Tràng An. Ngoài ra, Việt Nam còn có 12 di sản văn hóa phi vật thể và nhiều di sản tư liệu thế giới khác.

+ Di sản văn hóa vật thể

✓ Quần thể di tích Cố đô Huế: Di sản được công nhận năm 1993, bao gồm các công trình kiến trúc và cảnh quan của triều Nguyễn.

✓ Phố cổ Hội An: Được công nhận năm 1999, là một thị trấn cảng cổ với kiến trúc độc đáo.

✓ Thánh địa Mỹ Sơn: Được công nhận năm 1999, là quần thể đền tháp Chăm Pa.

✓ Khu di tích Trung tâm Hoàng thành Thăng Long: Được công nhận năm 2010, là quần thể di tích lịch sử ở trung tâm Hà Nội.

✓ Thành nhà Hồ: Được công nhận năm 2011, là tòa thành kiên cố xây bằng đá từ thế kỷ 14 ở Thanh Hóa.

+ Di sản thiên nhiên

✓ Vịnh Hạ Long: Được công nhận năm 1994, nổi tiếng với cảnh quan hàng nghìn đảo đá vôi kỳ vĩ (sau đó được mở rộng thành Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà).

✓ Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng: Được công nhận năm 2003, là “Vương quốc hang động” với hệ thống hang động karst khổng lồ và đa dạng sinh học phong phú.

+ Di sản quan trọng khác:

Nhã Nhạc Cung Đình Huế, Không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên, Quan họ Bắc Ninh, Ca trù, Hát xoan, Đờn ca tài tử Nam Bộ, Dân ca Ví, Giặm Nghệ Tĩnh, Lễ Hội Gióng, Tín ngưỡng Thờ cúng Hùng Vương, Nghi lễ và trò chơi Kéo co, Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ, Nghệ thuật Bài chòi Trung Bộ Việt Nam...

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Luật Thương mại

Ngày 14/06/2005, Quốc hội Việt Nam ban hành Luật Thương mại số 36/2005/QH11 (gọi tắt là Luật Thương mại 2005) có hiệu lực từ ngày 01/01/2006.

Theo đó, Luật Thương mại 2005 được xây dựng thành 09 Chương với 324 Điều luật quy định về hoạt động thương mại trên lãnh thổ Việt Nam và ngoài lãnh thổ Việt Nam.

Tính đến thời điểm hiện nay, Luật Thương mại 2005 vẫn còn hiệu lực và chưa bị thay thế bởi một Luật thương mại nào khác. Do đó, trong năm 2025, Luật Thương mại 2005 vẫn được tiếp tục áp dụng.

Luật Thương mại Việt Nam là hệ thống pháp luật điều chỉnh các hoạt động thương mại trên lãnh thổ Việt Nam, xác định địa vị pháp lý của thương nhân và quy định các nguyên tắc, chuẩn mực trong hoạt động kinh doanh.

Luật Thương mại 2005 là luật hiện hành, quy định về hoạt động mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, xúc tiến thương mại và các hoạt động sinh lợi khác. Luật này đặt ra 6 nguyên tắc cơ bản cho hoạt động thương mại, như bình đẳng của thương nhân trước pháp luật, tự do hợp đồng và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng.

+ Các nguyên tắc cơ bản

✓ Bình đẳng: Thương nhân bình đẳng trước pháp luật trong hoạt động thương mại.

✓ Tự do và tự nguyện: Hợp đồng được hình thành trên cơ sở tự do và tự nguyện thỏa thuận.

✓ Áp dụng thực tiễn: Các bên được áp dụng tập quán thương mại đã được thiết lập giữa họ.

✓ Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Luật bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

✓ Công nhận thông điệp dữ liệu: Công nhận tính hợp lệ của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại.

+ Mục đích

Tạo cơ sở pháp lý và khuôn khổ cho các thỏa thuận trong hoạt động thương mại.

Giải quyết các tranh chấp phát sinh trong hoạt động thương mại.

Khái quát chung về Luật Thương mại Việt Nam bao gồm các nội dung chính sau:

+ Phạm vi và Đối tượng điều chỉnh

Luật Thương mại 2005 điều chỉnh các hoạt động thương mại được thực hiện trên lãnh thổ Việt Nam, các hoạt động thương mại ngoài Việt Nam nhưng luật Việt Nam được áp dụng, và một số hoạt động không nhằm mục đích sinh lợi nhưng có một bên là thương nhân.

+ Đối tượng:

Thương nhân hoạt động thương mại (tổ chức, cá nhân có đăng ký kinh doanh hợp pháp).

Các tổ chức, cá nhân khác có hoạt động liên quan đến thương mại.

Trong một số trường hợp, Chính phủ quy định cụ thể việc áp dụng luật này đối với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.

Thương nhân nước ngoài được phép hoạt động tại Việt Nam thông qua văn phòng đại diện, chi nhánh hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

+ Nguyên tắc cơ bản trong hoạt động thương mại

Các hoạt động thương mại tại Việt Nam tuân thủ một số nguyên tắc cốt lõi, bao gồm:

Nguyên tắc tự do, tự nguyện thoả thuận: Các bên có quyền tự do thoả thuận, không bên nào được áp đặt, cản trở hoặc đe dọa bên kia, miễn là không vi phạm pháp luật.

Nguyên tắc bình đẳng trước pháp luật: Mọi thương nhân thuộc các thành phần kinh tế đều bình đẳng trong hoạt động thương mại.

Nguyên tắc bảo hộ của Nhà nước: Nhà nước tôn trọng và bảo hộ quyền, lợi ích hợp pháp của thương nhân.

Nguyên tắc tuân thủ pháp luật Việt Nam và điều ước quốc tế: Hoạt động thương mại phải tuân thủ Hiến pháp, Luật Thương mại và các quy định pháp luật khác của Việt Nam, cũng như các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Các tập quán thương mại, kể cả tập quán thương mại quốc tế, có thể được áp dụng nếu không trái với các nguyên tắc cơ bản của pháp luật Việt Nam.

+ Nội dung điều chỉnh chính

Luật Thương mại 2005 quy định cụ thể các nội dung sau:

✓ Mua bán hàng hóa: Quy định chi tiết về hợp đồng mua bán hàng hóa, quyền và nghĩa vụ các bên, chuyển rủi ro, bảo hành...

✓ Cung ứng dịch vụ thương mại: Các quy định về hợp đồng dịch vụ, quyền và nghĩa vụ của bên cung ứng và bên sử dụng dịch vụ.

✓ Hoạt động xúc tiến thương mại: Quy định về quảng cáo, khuyến mại, trưng bày, giới thiệu hàng hóa, hội chợ, triển lãm thương mại.

✓ Các hoạt động thương mại khác: Bao gồm đại diện, môi giới, ủy thác, đại lý thương mại, thuê mua, gia công, đấu giá, v.v.

✓ Chế tài trong thương mại và giải quyết tranh chấp: Quy định các biện pháp xử lý vi phạm như phạt vi phạm, bồi thường thiệt hại, và các phương thức giải quyết tranh chấp như thương lượng, hòa giải, trọng tài thương mại (theo Luật Trọng tài thương mại 2010) và Tòa án.

Tóm lại, Luật Thương mại Việt Nam tạo ra một môi trường pháp lý minh bạch, thống nhất nhằm điều chỉnh các quan hệ kinh doanh, đảm bảo quyền tự chủ kinh doanh của các thương nhân và thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế.

Mặc dù Luật Thương mại 2005 chưa được sửa đổi bổ sung trực tiếp bằng một Luật riêng, song đã được hoàn thiện thông qua việc ban hành các luật chuyên ngành điều chỉnh những lĩnh vực cụ thể:

- Luật Quản lý ngoại thương 2017 quy định về biện pháp quản lý ngoại thương, phát triển hoạt động ngoại thương; giải quyết tranh chấp về áp dụng biện pháp quản lý ngoại thương (có hiệu lực từ ngày 01/01/2018);

- Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia 2019 quy định biện pháp giảm mức tiêu thụ rượu, bia; biện pháp quản lý việc cung cấp rượu, bia; biện pháp giảm tác hại của rượu, bia; điều kiện bảo đảm cho hoạt động phòng, chống tác hại của rượu, bia; quản lý nhà nước và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong phòng, chống tác hại của rượu, bia (có hiệu lực từ ngày 01/01/2020).

Theo đó, để tạo sự tiện lợi trong việc tra cứu, sử dụng Luật thương mại hiện hành, ngày 05/07/2019, Văn phòng Quốc hội đã ban hành Văn bản hợp nhất 17/VBHN-VPQH năm 2019.

Tổng hợp văn bản hướng dẫn Luật thương mại vẫn còn hiệu lực như sau:

- Nghị định 128/2024/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 81/2018/NĐ-CP hướng dẫn Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại

- Nghị định 17/2022/NĐ-CP sửa đổi các Nghị định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hóa chất và vật liệu nổ công nghiệp;

điện lực, an toàn đập thủy điện, sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả; hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; hoạt động dầu khí, kinh doanh xăng dầu và khí;

- Nghị định 111/2021/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 43/2017/NĐ-CP về nhãn hàng hóa;

- Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử;

- Nghị định 98/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Nghị định 17/2020/NĐ-CP sửa đổi Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công thương;

- Nghị quyết 01/2019/NQ-HĐTP hướng dẫn áp dụng một số quy định của pháp luật về lãi, lãi suất, phạt vi phạm do Hội đồng Thẩm phán Tòa án nhân dân tối cao ban hành;

- Nghị định 81/2018/NĐ-CP hướng dẫn Luật thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại;

- Nghị định 69/2018/NĐ-CP hướng dẫn Luật Quản lý ngoại thương;

- Nghị định 51/2018/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 158/2006/NĐ-CP hướng dẫn Luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở Giao dịch hàng hóa;

- Nghị định 08/2018/NĐ-CP về sửa đổi Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công thương;

- Nghị định 09/2018/NĐ-CP về quy định chi tiết Luật thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các

hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam;

- Nghị định 163/2017/NĐ-CP quy định về kinh doanh dịch vụ logistics;

- Nghị định 43/2017/NĐ-CP về nhãn hàng hóa;

- Nghị định 22/2017/NĐ-CP về hòa giải thương mại;

- Nghị định 07/2016/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về Văn phòng đại diện, Chi nhánh của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam;

- Nghị định 125/2014/NĐ-CP sửa đổi quy định về dịch vụ giám định thương mại tại Nghị định 120/2011/NĐ-CP và 20/2006/NĐ-CP;

- Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử;

- Nghị định 39/2007/NĐ-CP về việc cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh;

- Nghị định 158/2006/NĐ-CP Hướng dẫn Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở Giao dịch hàng hóa;

- Nghị định 35/2006/NĐ-CP Hướng dẫn Luật Thương mại về hoạt động nhượng quyền thương mại;

- Nghị định 20/2006/NĐ-CP Hướng dẫn Luật Thương mại về kinh doanh dịch vụ giám định thương mại.

Phụ lục 2: Luật Đầu tư

Luật Đầu tư Việt Nam hiện hành (Luật Đầu tư 2025) là khuôn khổ pháp lý chính điều chỉnh hoạt động đầu tư trong và ngoài nước, tập trung vào việc bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của nhà đầu tư, cụ thể hóa các quy định về điều kiện tiếp cận thị trường, quy định các ngành nghề cấm và có điều kiện đầu tư.

Luật mới này đã rà soát, rút gọn số lượng ngành nghề kinh doanh có điều kiện, đồng thời cho phép nhiều trường hợp đầu tư không cần quyết định chủ trương đầu tư.

Mục đích: Điều chỉnh hoạt động đầu tư kinh doanh tại Việt Nam và từ Việt Nam ra nước ngoài, bao gồm cả đầu tư công.

Hiệu lực: Luật Đầu tư 2025 có hiệu lực từ ngày 01/3/2026.

+ Các điểm nổi bật

✓ Ngành nghề đầu tư: Rút gọn danh sách ngành nghề kinh doanh có điều kiện và bổ sung các ngành nghề bị cấm đầu tư, như dịch vụ đòi nợ.

✓ Điều kiện đầu tư: Cụ thể hóa các điều kiện để nhà đầu tư nước ngoài có thể tiếp cận thị trường Việt Nam.

✓ Thủ tục đầu tư: Cho phép thực hiện nhiều hoạt động đầu tư mà không cần phải xin quyết định chủ trương đầu tư.

+ Quyền lợi nhà đầu tư:

Bảo đảm quyền sở hữu tài sản, bao gồm bảo toàn vốn và tài sản hợp pháp, và bảo đảm quyền chuyển tài sản ra nước ngoài sau khi thực hiện nghĩa vụ tài chính.

Bảo đảm quyền lợi khi pháp luật có thay đổi: Nhà đầu tư sẽ được hưởng các ưu đãi cao hơn theo pháp luật mới hoặc hưởng phần ưu đãi còn lại của luật cũ cho đến hết thời hạn.

+ Các biện pháp bảo đảm đầu tư

✓ Bảo đảm bằng pháp luật: Biện pháp bảo vệ quyền lợi nhà đầu tư đáng tin cậy nhất.

✓ Bảo đảm bằng tài chính: Biện pháp đảm bảo quyền sở hữu tài sản, ví dụ như đền bù khi nhà nước trưng mua tài sản vì lý do an ninh quốc gia.

✓ Bảo đảm hoạt động kinh doanh: Bao gồm các quy định về mua hàng hóa nội địa, xuất khẩu, nhập khẩu, đặt trụ sở và các biện pháp khác.

Luật áp dụng đối với cả nhà đầu tư trong nước và nhà đầu tư nước ngoài thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh trên lãnh thổ Việt Nam. Hoạt động đầu tư công, đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) được điều chỉnh bởi các luật riêng biệt có liên quan.

+ Nguyên tắc và chính sách

✓ Bình đẳng: Nhà đầu tư thuộc mọi thành phần kinh tế đều bình đẳng trong hoạt động đầu tư kinh doanh, được bảo hộ quyền và lợi ích hợp pháp.

✓ Khuyến khích và thu hút đầu tư: Nhà nước khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư kinh doanh.

✓ Tiếp cận thị trường: Quy định rõ các điều kiện tiếp cận thị trường cho nhà đầu tư nước ngoài, đảm bảo sự minh bạch và có thể dự đoán được.

+ Ngành, nghề cấm và có điều kiện

✓ Ngành, nghề cấm đầu tư kinh doanh: Luật quy định một danh mục cụ thể các ngành, nghề mà hoạt động đầu tư kinh doanh bị cấm (ví dụ: kinh doanh chất ma túy, hóa chất, khoáng vật nguy hiểm, mẫu vật động vật, thực vật hoang dã nguy cấp, quý hiếm).

✓ Ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện: Đây là danh mục các ngành, nghề mà khi đầu tư phải đáp ứng các điều kiện cụ thể do pháp luật quy định để đảm bảo trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường...

+ Thủ tục đầu tư

✓ Quy trình đơn giản hóa: Luật hướng tới việc đơn giản hóa thủ tục hành chính liên quan đến đầu tư.

✓ Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư (IRC): Quy định các trường hợp cần và không cần cấp IRC, đặc biệt là đối với nhà đầu tư nước ngoài hoặc các dự án lớn, có yếu tố nhạy cảm.

✓ Chấp thuận chủ trương đầu tư: Yêu cầu đối với một số dự án lớn, quan trọng hoặc sử dụng đất đai, tài nguyên theo quy định của pháp luật.

+ Ưu đãi và hỗ trợ đầu tư

Luật quy định các hình thức ưu đãi đầu tư nhằm thu hút vốn và công nghệ, bao gồm ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhập khẩu, miễn giảm tiền thuê đất... cho các ngành, lĩnh vực hoặc địa bàn ưu tiên. Ngoài ra còn có các cơ chế hỗ trợ và ưu đãi đặc biệt cho các dự án lớn, có ý nghĩa chiến lược.

+ Đảm bảo đầu tư và giải quyết tranh chấp

Nhà nước cam kết đảm bảo quyền sở hữu tài sản, quyền tự do kinh doanh và các lợi ích hợp pháp khác của nhà đầu tư. Các tranh chấp liên quan đến hoạt động đầu tư có thể được giải quyết thông qua thương lượng, hòa giải, trọng tài hoặc tòa án theo quy định của pháp luật.

Phụ lục 3: Luật Doanh nghiệp

Luật Doanh nghiệp Việt Nam là hệ thống các quy phạm pháp luật điều chỉnh các mối quan hệ liên quan đến việc thành lập, tổ chức quản lý, tổ chức lại, giải thể và hoạt động có liên quan của doanh nghiệp.

Luật này áp dụng cho tất cả các loại hình doanh nghiệp tại Việt Nam, bao gồm công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần, công ty hợp danh, doanh nghiệp tư nhân.

Phiên bản hiện hành là Luật Doanh nghiệp số 76/2025/QH15, được ban hành ngày 17/6/2025, sửa đổi bổ sung một số điều của Luật Doanh nghiệp số 59/2020/QH14, được ban hành ngày 17/6/2020.

Khái quát về Luật doanh nghiệp

Mục đích: Hoàn thiện khung pháp lý về quản trị doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh, thu hút đầu tư và cải thiện môi trường kinh doanh.

Đối tượng áp dụng: Bao gồm các doanh nghiệp được thành lập và hoạt động tại Việt Nam, cùng các cá nhân, tổ chức có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp.

Các loại hình doanh nghiệp được điều chỉnh: Công ty trách nhiệm hữu hạn, Công ty cổ phần, Công ty hợp danh, Doanh nghiệp tư nhân.

Một số điểm mới quan trọng của Luật Doanh nghiệp 2025

Dưới đây là 04 điểm mới nổi bật của Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025 và các văn bản hướng dẫn mà doanh nghiệp cần quan tâm trong thời gian tới:

1. Quy định mới về Chủ sở hữu hưởng lợi (CSHHL) và nghĩa vụ thông báo của doanh nghiệp

Nhằm tăng cường minh bạch và thực thi các cam kết quốc tế của Việt Nam về phòng, chống rửa tiền, Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025 lần đầu tiên đưa ra khái niệm về CSHHL.

CSHHL là “cá nhân có quyền sở hữu trên thực tế vốn điều lệ hoặc có quyền chi phối đối với doanh nghiệp đó”.

Tiêu chí xác định CSHHL: Điều 17 Nghị định 168, một cá nhân được xem là CSHHL nếu đáp ứng một trong các tiêu chí sau:

(i) Sở hữu trực tiếp hoặc gián tiếp từ 25% vốn điều lệ hoặc cổ phần có quyền biểu quyết trở lên.

Trong đó, tiêu chí sở hữu gián tiếp sẽ áp dụng cho cá nhân sở hữu từ 25% vốn điều lệ hoặc 25% tổng số cổ phần có quyền biểu quyết trở lên của doanh nghiệp thông qua tổ chức khác.

(ii) Có quyền chi phối việc thông qua ít nhất một trong các vấn đề sau:

Bổ nhiệm, miễn nhiệm hoặc bãi nhiệm đa số hoặc tất cả thành viên hội đồng quản trị, chủ tịch hội đồng quản trị, chủ tịch hội đồng thành viên; người đại diện theo pháp luật, giám đốc hoặc tổng giám đốc của doanh nghiệp;

Sửa đổi, bổ sung điều lệ của doanh nghiệp; thay đổi cơ cấu tổ chức quản lý công ty;

Tổ chức lại, giải thể công ty.

- Nghĩa vụ kê khai và lưu giữ thông tin CSHHL:

Doanh nghiệp có trách nhiệm kê khai thông tin về CSHHL khi đăng ký thành lập mới hoặc khi đăng ký thay đổi nội dung đăng ký doanh nghiệp theo các biểu mẫu mới ban hành theo Thông tư 68.

Thông tin và danh sách CSHHL phải được lưu giữ tại trụ sở chính của doanh nghiệp.

2. Chuyển đổi phương thức đăng ký doanh nghiệp qua mạng sang tài khoản định danh điện tử

Trước đây, doanh nghiệp có thể nộp hồ sơ đăng ký doanh nghiệp trực tuyến bằng chữ ký số công cộng hoặc tài khoản đăng ký kinh doanh. Tuy nhiên, việc sử dụng các phương thức này đã bị loại bỏ.

Kể từ thời điểm bây giờ, tài khoản định danh điện tử sẽ là phương thức duy nhất được chấp nhận để thực hiện các thủ tục đăng ký doanh nghiệp trực tuyến. Theo cơ chế mới, danh tính của cả người ủy quyền và người được ủy quyền nộp hồ sơ sẽ phải được xác thực điện tử qua hệ thống định danh điện tử quốc gia (VNeID) khi nộp hồ sơ đăng ký doanh nghiệp.

Giai đoạn chuyển tiếp (đến hết ngày 31/12/2025): Từ đây cho đến hết năm 2025, các doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng song song tài khoản đăng ký kinh doanh cũ và tài khoản định danh điện tử mức độ 2. Cụ thể bắt đầu từ ngày 01/01/2026, chỉ tài khoản định danh điện tử VNeID (áp dụng cho doanh nghiệp hoặc cá nhân được ủy quyền) mới được chấp nhận để đăng ký doanh nghiệp qua mạng điện tử.

Những việc doanh nghiệp cần làm:

Đảm bảo người đại diện theo pháp luật của công ty đăng ký tài khoản định danh điện tử mức độ 2 (VNeID).

Đăng ký tài khoản định danh điện tử hợp lệ cho doanh nghiệp của mình.

Hướng dẫn chi tiết về xác thực điện tử và đăng ký doanh nghiệp thông qua tài khoản định danh điện tử sẽ được cập nhật và triển khai theo các thông báo trên Cổng Thông tin Quốc gia về Đăng ký Doanh nghiệp.

3. Bổ sung và điều chỉnh quy định về giảm vốn điều lệ của Công ty Cổ phần

Luật Doanh nghiệp sửa đổi 2025 đã điều chỉnh chặt chẽ hơn các điều kiện giảm vốn điều lệ đối với công ty cổ phần tại Điều 112. Trước đây, công ty có thể hoàn trả một phần vốn cho cổ đông sau hai năm hoạt

động liên tục. Hiện tại, bất kỳ khoảng thời gian nào công ty tạm ngừng kinh ngừng đều sẽ không được tính vào khoảng thời gian hai năm hoạt động này.

Ví dụ: Nếu công ty tạm ngừng hoạt động 6 tháng, công ty đó phải đợi sau 2,5 năm kể từ khi thành lập thì mới có thể đăng ký giảm vốn điều lệ.

Đồng thời, quy định cũng bổ sung thêm một trường hợp giảm vốn điều lệ của công ty cổ phần là khi công ty mua lại cổ phần ưu đãi hoàn lại theo yêu cầu của cổ đông sở hữu loại cổ phần này.

4. Quy định rõ hơn về cách xác định giá thị trường của phần vốn góp và cổ phần

Trước đây, luật không có định nghĩa rõ ràng về thế nào là “giá thị trường” của cổ phần hoặc phần vốn góp. LDN sửa đổi 2025 hiện nay đã quy định rõ các phương pháp cụ thể để xác định giá trị này.

Theo đó, giá trị này sẽ được xác định như sau:

Đối với cổ phần đã niêm yết/đăng ký giao dịch, giá thị trường được xác định dựa trên một trong các cơ sở sau:

(i) Giá giao dịch bình quân trên hệ thống giao dịch chứng khoán trong vòng 30 ngày liền kề;

(ii) Giá do các bên thỏa thuận; hoặc

(iii) Giá do một tổ chức thẩm định giá xác định.

Đối với phần vốn góp, cổ phần chưa niêm yết/đăng ký giao dịch, giá thị trường được xác định dựa trên một trong các cơ sở sau:

(i) Giá giao dịch trên thị trường tại thời điểm liền kề trước đó;

(ii) Giá thỏa thuận giữa người bán và người mua; hoặc

(iii) Giá do một tổ chức thẩm định giá xác định.

Dưới đây là khái quát những điểm chính của Luật Doanh nghiệp Việt Nam:

+ Mục tiêu và phạm vi điều chỉnh

Nhằm tạo lập môi trường pháp lý thông thoáng, thuận lợi, giảm bớt thủ tục hành chính, bảo đảm quyền tự do kinh doanh của công dân, thúc đẩy phát triển kinh tế.

Điều chỉnh các vấn đề liên quan đến doanh nghiệp, bao gồm:

- ✓ Thành lập, đăng ký doanh nghiệp.
- ✓ Tổ chức quản lý, quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp và chủ sở hữu.
- ✓ Tổ chức lại, giải thể và các hoạt động liên quan khác của doanh nghiệp.

+ Các loại hình doanh nghiệp chính

Theo Luật Doanh nghiệp 2025, tại Việt Nam có 5 loại hình doanh nghiệp phổ biến:

✓ Doanh nghiệp tư nhân (DNTN): Chỉ do một cá nhân làm chủ, chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình, không có tư cách pháp nhân.

✓ Công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH):

✓ TNHH một thành viên: Do một tổ chức hoặc một cá nhân làm chủ sở hữu.

✓ TNHH hai thành viên trở lên: Có từ 02 đến 50 thành viên là tổ chức, cá nhân.

✓ Chủ sở hữu/thành viên chịu trách nhiệm hữu hạn trong phạm vi số vốn đã góp.

✓ Công ty cổ phần (CTCP): Vốn điều lệ được chia thành các cổ phần, cổ đông có thể là tổ chức hoặc cá nhân (tối thiểu 03 cổ đông, không giới hạn tối đa). Cổ đông chịu trách nhiệm hữu hạn.

✓ Công ty hợp danh (CTHD): Phải có ít nhất 02 thành viên hợp danh chịu trách nhiệm vô hạn; ngoài ra có thể có thành viên góp vốn chịu trách nhiệm hữu hạn.

+ Những điểm nổi bật của Luật Doanh nghiệp 2025

✓ Đơn giản hóa thủ tục hành chính: Giảm bớt các điều kiện và thủ tục đăng ký kinh doanh, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ.

✓ Nâng cao quyền tự do kinh doanh: Đáng chú ý là việc bỏ quy định về con dấu doanh nghiệp (doanh nghiệp có quyền quyết định sử dụng dấu tròn hay không).

✓ Bảo vệ quyền lợi cổ đông, nhà đầu tư: Tăng cường cơ chế bảo vệ cổ đông thiểu số và quản trị công ty theo các thông lệ quốc tế.

✓ Bổ sung đối tượng không được thành lập, quản lý doanh nghiệp: Quy định rõ các trường hợp cán bộ, công chức, viên chức và một số đối tượng khác bị cấm tham gia quản lý doanh nghiệp.

✓ Quy định về doanh nghiệp nhà nước: Có những quy định cụ thể hơn về tổ chức quản lý và hoạt động của doanh nghiệp do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ.

Luật Doanh nghiệp đóng vai trò nền tảng trong hệ thống pháp luật kinh tế Việt Nam, thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân và thu hút đầu tư trong và ngoài nước.

Phụ lục 4: Địa chỉ hữu ích

Bộ Quốc phòng

Địa chỉ: Số 1 Nguyễn Tri Phương, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: +84-69.553215

Fax: +84-4.37334163

Email: info@mod.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.mod.gov.vn>

Bộ Công an

Địa chỉ: Số 44 Yết Kiêu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: 069.2343647 - 069.2341165

Địa chỉ website: <http://mps.gov.vn>

Bộ Ngoại giao

Địa chỉ: Số 01 Tôn Thất Đàm, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 024.37992000

Fax: 024.37992682

Email: ttll.mfa@mofa.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.mofa.gov.vn>

Bộ Nội vụ

Địa chỉ: Số 8 Tôn Thất Thuyết - phường Cầu Giấy - Hà Nội

Điện thoại: (84-024)62821016

Fax: (84-024)62821020

Email: websitemaster@moha.gov.vn

Địa chỉ website: <https://moha.gov.vn>

Bộ Tư pháp

Địa chỉ: Số 60 Trần Phú, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 024.62739718

Fax: 024.62739359

Email: banbientap@moj.gov.vn; cntt@moj.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.moj.gov.vn>

Bộ Tài chính

Địa chỉ: Số 28 Trần Hưng Đạo, phường Cửa Nam, Hà Nội

Điện thoại: (84-24)2220.2828-2888

Fax: (84-24)2220.8091

Email: support@mof.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.mof.gov.vn>

Bộ Công Thương

Địa chỉ: Số 23 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (024) 22202133

Fax: (024) 22202525

Địa chỉ website: <https://moit.gov.vn>

Bộ Nông nghiệp và Môi trường

Địa chỉ: Số 10 Tôn Thất Thuyết - Hà Nội

Điện thoại: (0243) 7956868 Fax: (0243) 8359221

Email: portal@mae.gov.vn

Địa chỉ website: <https://mae.gov.vn/>

Bộ Xây dựng

Địa chỉ: Số 80 Trần Hưng Đạo, phường Cửa Nam, Hà Nội

Điện thoại: 0243.9424015 Fax: 0243.9760271

Email: boxaydung@moc.gov.vn

Địa chỉ website: <https://moc.gov.vn>

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Địa chỉ: Số 51 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 3.9438231 - 3.9439232

Fax: (84-24) 3.9439009

Email: bovanhoathethaodulich@chinhphu.vn;

bovanhoathethaodulich@bvhttdl.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.bvhttdl.gov.vn>

Bộ Khoa học và Công nghệ

Địa chỉ: Số 18 Nguyễn Du, phường Cửa Nam, Hà Nội

Điện thoại: (024) 39437097

Email: stc@mst.gov.vn

Địa chỉ website: <https://mst.gov.vn>

Bộ Giáo dục và Đào tạo

Địa chỉ: Số 35 Đại Cồ Việt, phường Bạch Mai, Hà Nội

Điện thoại: 024.38695144 Fax: 024.38694085

Email: bogddt@moet.gov.vn

Địa chỉ website: <https://moet.gov.vn/Pages/home.aspx>

Bộ Y tế

Địa chỉ: Số 138A Giảng Võ, phường Giảng Võ, Hà Nội

Điện thoại: 0246.273.2.140 Fax: 0243.8464.051

Email: banbientap@moh.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.moh.gov.vn>

Bộ Dân tộc và Tôn giáo

Địa chỉ: 349 Phố Đội Cấn, phường Ngọc Hà, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: 024 37332092

Email: bdtg@moera.gov.vn

Địa chỉ website: <https://bdtg.gov.vn>

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Địa chỉ: Số 49 Lý Thái Tổ - Hoàn Kiếm - Hà Nội

Điện thoại: (84 - 243) 266.9435

Email: thuongtrucweb@sbv.gov.vn

Địa chỉ website: <http://www.sbv.gov.vn>

Thanh tra Chính phủ

Địa chỉ: Số 20 đường Hoàng Quán Chi - phường Cầu Giấy - Hà Nội

Điện thoại: 024 38333976

Email: ttcp@thanhtra.gov.vn

Địa chỉ website: <https://thanhtra.gov.vn/>

Văn phòng Chính phủ

Địa chỉ: Số 01 Hoàng Hoa Thám, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 080 43100 - 080 43569

Fax: 080 44130

Email: vpcp@chinhphu.vn

Địa chỉ website: <http://vpcp.chinhphu.vn>

Phụ lục 5: Các văn bản quy định liên quan đến lao động và sử dụng lao động

Số hiệu văn bản	Trích yếu nội dung	Ngày có hiệu lực
Nghị định 219/2025/NĐ-CP	Quy định về người lao động nước ngoài làm việc tại Việt Nam	07/8/2025
Nghị định 99/2024/NĐ-CP	Sửa đổi Điểm p Khoản 1 Điều 2 Nghị định 83/2022/NĐ-CP quy định về nghỉ hưu ở tuổi cao hơn đối với cán bộ, công chức giữ chức vụ lãnh đạo, quản lý	26/7/2024
Nghị định 74/2024/NĐ-CP	Quy định về mức lương tối thiểu đối với người lao động làm việc theo hợp đồng lao động (Nghị định này được sửa đổi bởi Nghị định 128/2025/NĐ-CP)	01/7/2024
Nghị định 70/2023/NĐ-CP	Sửa đổi Nghị định 152/2020/NĐ-CP quy định về người lao động nước ngoài làm việc tại Việt Nam và tuyển dụng, quản lý người lao động Việt Nam làm việc cho tổ chức, cá nhân nước ngoài tại Việt Nam (Nghị định này được sửa đổi bởi Nghị định 128/2025/NĐ-CP)	18/9/2023
Nghị định 83/2022/NĐ-CP	Quy định về nghỉ hưu ở tuổi cao hơn đối với cán bộ, công chức giữ chức vụ lãnh đạo, quản lý	20/10/2022
Nghị định 12/2022/NĐ-CP	Về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực lao động, bảo hiểm xã hội, người lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng	17/01/2022
Nghị định 152/2020/NĐ-CP	Quy định về người lao động nước ngoài làm việc tại Việt Nam và tuyển dụng, quản lý người lao động Việt Nam làm việc cho tổ chức, cá nhân nước ngoài tại Việt Nam (Nghị định này được sửa đổi bởi Nghị định 128/2025/NĐ-CP, Nghị định 70/2023/NĐ-CP, Nghị định 35/2022/NĐ-CP)	15/02/2021

Nghị định 145/2020/NĐ-CP	Hướng dẫn Bộ luật Lao động về điều kiện lao động và quan hệ lao động (Nghị định này được sửa đổi bởi Nghị định 129/2025/NĐ-CP, Nghị định 10/2024/NĐ-CP, Nghị định 35/2022/NĐ-CP)	01/02/2021
Nghị định 135/2020/NĐ-CP	Quy định về tuổi nghỉ hưu (Nghị định này được sửa đổi bởi Nghị định 158/2025/NĐ-CP)	01/01/2021
Thông tư 20/2023/TT-BCT	Quy định về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi đối với người lao động làm các công việc có tính chất đặc biệt trong lĩnh vực thăm dò, khai thác dầu khí trên biển do Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành	25/12/2023
Thông tư 09/2020/TT- BLĐTBXH	Hướng dẫn Bộ luật Lao động về lao động chưa thành niên (Thông tư này được sửa đổi bởi Thông tư 08/2023/TT-BLĐTBXH)	15/3/2021
Thông tư 10/2020/TT- BLĐTBXH	Hướng dẫn Bộ luật Lao động về nội dung của hợp đồng lao động, Hội đồng thương lượng tập thể và nghề, công việc có ảnh hưởng xấu tới chức năng sinh sản, nuôi con	01/01/2021
Thông tư 11/2020/TT- BLĐTBXH	Ban hành Danh mục nghề, công việc nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm và nghề, công việc đặc biệt nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm (Thông tư này được sửa đổi bởi Thông tư 19/2023/TT-BLĐTBXH)	01/3/2021
Quyết định 992/QĐ-TTg năm 2025	Kiện toàn Hội đồng tiền lương quốc gia do Thủ tướng Chính phủ ban hành	22/5/2025

Thông tin về đơn vị cộng tác

1. Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Campuchia - Đơn vị thành viên của BIDV tại thị trường Campuchia (BIDC BANK)



Năm 2009, thực hiện chủ trương của Chính phủ 2 nước Việt Nam - Campuchia về việc thiết lập một định chế tài chính có nhiệm vụ kết nối 2 nền kinh tế nhằm thúc đẩy hoạt động đầu tư - thương mại - du lịch song phương lên một tầm cao mới, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã xúc tiến thành lập Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Campuchia (BIDC) trên cơ sở mua lại và tái cơ cấu toàn diện Ngân hàng Đầu tư Thịnh vượng Campuchia (PIB). Ngày 01/9/2009, BIDC chính thức đi vào hoạt động và ngày càng khẳng định được vai trò quan trọng tại thị trường Campuchia

Sau hơn 15 năm hoạt động, đến nay, BIDC trở thành một trong những định chế tài chính có uy tín, thương hiệu tại Campuchia với vốn điều lệ là 100 triệu đô la Mỹ; vốn chủ sở hữu đạt gần 120 triệu đô la Mỹ; tổng tài sản trên 1,1 tỷ đô la Mỹ; dư nợ tín dụng 725 triệu đô la Mỹ; huy động vốn từ dân cư 558 triệu đô la Mỹ; trong đó phân khúc ngân hàng bán lẻ chiếm hơn 50%, cho thấy sự chuyển đổi thành công và bền vững trong cơ cấu khách hàng của BIDC; hàng năm đều có hiệu quả kinh doanh và chất lượng tài sản tốt.

BIDC tiếp tục tập trung thúc đẩy phát triển quan hệ Campuchia - Việt Nam, là ngân hàng hàng đầu thúc đẩy hoạt động thanh toán và giao dịch thương mại giữa Campuchia và Việt Nam thông qua các kênh thanh toán kết nối trực tuyến với trên 50 Ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Năm 2025, tổng khối lượng thanh toán giữa hai nước Việt Nam - Campuchia thông qua hệ thống BIDC đạt 1,2 tỷ USD (Tổng doanh số thanh toán quốc tế năm 2025 thông qua hệ thống BIDC đạt gần 2 tỷ USD).

Với trọng tâm tiếp tục đẩy mạnh phát triển các sản phẩm ngân hàng số, ngân hàng công nghệ hiện đại cùng sự hỗ trợ của BIDV, BIDC cũng đã và đang đẩy mạnh hoàn thiện một số sản phẩm số, chuyển đổi số nội bộ như: Hoàn thành triển khai giải pháp Smart POS hỗ trợ thanh toán bằng quét mã Bakong QR; Triển khai mở rộng kênh chuyển tiền về Việt Nam bằng quét mã Viet QR; Triển khai tính năng thanh toán QR Code kết nối với 45 kết nối trực tuyến với 45 ngân hàng thương mại tại Campuchia, phát triển hơn 4000 merchant QRcode/năm, hỗ trợ thúc đẩy kết nối thanh toán giữa Campuchia và Việt Nam, được Lãnh đạo Ngân hàng Trung ương hai nước ghi nhận và đánh giá cao. Triển khai kết nối chuyển tiền nhanh 24/7 Hàn Quốc - Campuchia với ngân hàng KEB Hana; Nâng cấp công nghệ, giao diện UI/UX hệ thống Mobile Banking mới; Hệ thống quản lý theo dõi phê duyệt tín dụng (RLOS), Nâng cấp hạ tầng mạng, bảo mật, hệ thống email của BIDC; Đẩy nhanh tiến độ triển khai tiến độ triển khai dự án nâng cấp, chuyển đổi hệ thống Core Thê; Triển khai thay đổi nhận diện thương hiệu để nâng tầm vị thế, sẵn sàng cho giai đoạn phát triển mới... Trong đó giao dịch trên kênh số đã có mức tăng trưởng trên 20% so với năm 2024.

Hiện tại, mạng lưới hoạt động của BIDC gồm 10 chi nhánh hoạt động tại các địa bàn trọng điểm của Campuchia và Việt Nam với trên 450 cán bộ nhân viên. BIDC đã thu xếp nguồn vốn và cung ứng dịch vụ ngân hàng cho nhiều dự án lớn của Campuchia, cũng như một số dự án trọng điểm của Việt Nam đầu tư tại Campuchia và phục vụ đa dạng khách hàng dân sinh; góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế Campuchia, tích cực đóng góp cho hoạt động an sinh xã hội tại Campuchia và hoạt động giao thương Campuchia - Việt Nam. Bên cạnh hoạt động kinh doanh, trong 15 năm qua, BIDC luôn dành tâm sức của mình đóng góp cho hoạt động an sinh xã hội tại Campuchia, Tổng ngân sách BIDV/BIDC đóng góp cho hoạt động này đạt khoảng 10 triệu USD, góp phần giúp người dân Campuchia khắc phục khó khăn, nâng cao chất lượng cuộc sống.

Những nỗ lực không ngại nhĩ, những kết quả nổi bật và những đóng góp tích cực của BIDC đã được Quốc vương Campuchia; Nhà nước, Chính phủ và ngành ngân hàng 2 nước Campuchia - Việt Nam

đánh giá cao và phong tặng nhiều phần thưởng, danh hiệu cao quý. Và nhân dịp kỷ niệm 15 năm ngày thành lập (tháng 9/2024), hệ thống BIDC tiếp nối niềm tự hào khi được Quốc vương Campuchia trao tặng Huân chương Monisaraphon hạng Mohasena - Huân chương cao quý nhất của Vương quốc Campuchia. Có thể khẳng định rằng, đây là một dấu mốc quan trọng trên hành trình phát triển của hệ thống BIDC.

Thời gian sắp tới, BIDC tiếp tục khẳng định gắn bó lâu dài và sẽ đẩy mạnh tăng cường phát triển quy mô, cung cấp đa dạng các sản phẩm ngân hàng, nhất là sản phẩm bán lẻ gắn liền định hướng chuyển đổi số, áp dụng công nghệ hiện đại trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động, qua đó phục vụ tốt hơn, mang lại nhiều lợi ích hơn cho các khách hàng tại Campuchia.

2. Ngân hàng Agribank Cambodia Branch



AGRIBANK CAMBODIA BRANCH

AGRIBANK CHI NHÁNH CAMPUCHIA - MANG PHÒN THỊNH ĐẾN VỚI KHÁCH HÀNG

1. Giới thiệu về Agribank Chi nhánh Campuchia

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) được thành lập theo Nghị định số 53-HĐBT ngày 26/03/1988 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ). Trải qua mỗi thời kỳ phát triển với những tên gọi khác nhau, xuyên suốt 38 năm xây dựng và phát triển, Agribank luôn khẳng định vị thế, vai trò của một trong những Ngân hàng Thương mại hàng đầu Việt Nam, chủ lực đầu tư phát triển “Tam nông”, đi đầu thực hiện chính sách tiền tệ, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng và bảo đảm an sinh xã hội.

Đến nay, Agribank là ngân hàng thương mại duy nhất Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ, có quy mô và mạng lưới hoạt động lớn nhất hệ thống các tổ chức tín dụng Việt Nam với 2.300 chi nhánh, phòng giao dịch có mặt khắp mọi vùng, miền, huyện đảo; gần 40.000 cán bộ, người lao động.

Agribank Chi nhánh Campuchia là Chi nhánh nước ngoài của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) - một trong những ngân hàng thương mại hàng đầu Việt Nam. Với sứ mệnh kết nối giao thương, hỗ trợ tài chính và thúc đẩy hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Campuchia, Agribank Chi nhánh Campuchia cam kết mang đến các sản phẩm, dịch vụ tài chính an toàn, hiệu quả cho khách hàng.

2. Sản phẩm và dịch vụ nổi bật

- Dịch vụ ngân hàng: Mở tài khoản thanh toán, gửi tiền, gửi tiền tiết kiệm, chuyển tiền, thanh toán quốc tế, tài trợ thương mại.
- Sản phẩm tín dụng: Hỗ trợ tài chính cho cá nhân, doanh nghiệp và nhà đầu tư tại Campuchia.

Agribank Chi nhánh Campuchia kế thừa uy tín và thương hiệu vững mạnh của Agribank đồng hành cùng sự phát triển của khách hàng và kinh tế Việt Nam - Campuchia.

3. Cam kết với khách hàng

- An toàn - Minh bạch - Hiệu quả trong mọi giao dịch.
- Mở rộng kết nối, thúc đẩy hợp tác thương mại song phương Việt Nam - Campuchia.

4. Kết nối với chúng tôi

 Địa chỉ: Số 364 đường Monivong, phường Boeng Keng Kang 1, quận Boeng Keng Kang, thủ đô Phnom Penh.

 Số điện thoại: 023 223 750

MỤC LỤC

Lời nói đầu	3
Chương I. Tổng quan về Việt Nam	5
1. Thông tin cơ bản.....	5
2. Lịch sử kinh tế Việt Nam	12
3. Đường lối và định hướng phát triển kinh tế hiện nay.....	14
4. Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô cơ bản	15
5. GDP Việt Nam và tăng trưởng	18
6. Đối ngoại.....	19
7. Đặc điểm văn hóa	20
8. Nền giáo dục	21
9. Ngành Công Thương	22
10. Hội nhập quốc tế	23
11. Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên mới	24
Chương II. Môi trường kinh doanh.....	26
1. Khái quát chung	26
2. Triển vọng kinh tế Việt Nam.....	27
3. Chính sách lao động	31
4. Kho ngoại quan	32
5. Cơ sở hạ tầng.....	34
6. Công nghiệp	36
7. Nông nghiệp.....	38
8. Dịch vụ.....	40
9. Viễn thông	41
10. Vùng nguyên liệu	43
11. Quy định hải quan	46
12. Luật lao động.....	48
13. Quy định chuyển tiền.....	50
14. Tòa án và pháp lý	53
15. Sở hữu trí tuệ.....	55

16. Quy định về xuất xứ hàng hóa	57
17. Nhãn hiệu	59
18. Chỉ dẫn địa lý	61
19. Bao bì.....	61
20. Quy định về bảo vệ môi trường.....	64
21. Quy định kiểm dịch động thực vật	67
22. Hàng quá cảnh.....	71
23. Hàng tạm nhập tái xuất	72
24. Giải quyết tranh chấp thương mại	74
25. Khu công nghiệp	77
26. Phòng chống buôn lậu, hàng giả	79
27. Bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng	81
28. Thuế	84
29. Hệ thống tài chính ngân hàng	88
30. Giao thông vận tải	89
31. Năng lượng.....	91
32. Y tế và chăm sóc sức khỏe.....	93
33. Công nghệ	93
34. Văn hóa doanh nghiệp	94
35. Giao tiếp.....	95
36. Kinh doanh bán hàng trực tuyến	95
37. Doanh nghiệp nước ngoài	96

Chương III. Một số đặc điểm thị trường Việt Nam..... 99

1. Khái quát đặc điểm thị trường Việt Nam.....	99
2. Quá trình phát triển thị trường	100
3. Các yếu tố tác động đến thị trường Việt Nam.....	101
4. Thương mại hàng hóa truyền thống	103
5. Thương mại điện tử	104
6. Tập quán kinh doanh	105
7. Thị hiếu tiêu dùng	107
8. Cách tiếp cận thị trường kinh doanh và đầu tư	110
9. Chỉ số giá tiêu dùng.....	113
10. Lạm phát và biện pháp kiểm soát lạm phát.....	113

11. Quản lý thị trường	116
Chương IV. Ngoại thương Việt Nam	118
1. Tổng quan	118
2. Trao đổi xuất nhập khẩu	119
3. Các mặt hàng chủ lực	132
4. Các đối tác chính	133
5. Vì sao nên chọn Việt Nam làm đối tác ngoại thương và đầu tư ...	135
6. Thông quan hàng hóa	138
7. Các loại thuế	142
Chương V. Đầu tư	156
1. Chính sách đầu tư Việt Nam	156
2. Các lĩnh vực và ngành nghề ưu tiên	158
3. Chính sách ưu đãi đầu tư	159
4. Kết quả và triển vọng	159
5. Đối tác đầu tư Việt Nam	160
6. Tình hình đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam.....	161
7. Tình hình thu hút đầu tư	164
8. Những ưu đãi đầu tư của Việt Nam.....	172
9. Các lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài.....	176
10. Kinh nghiệm đầu tư tại Việt Nam.....	177
11. Lưu ý đặc thù khi đầu tư tại Việt Nam.....	178
12. Địa phương nào thuận lợi cho đầu tư	179
13. Vốn đầu tư.....	181
14. Lĩnh vực nhiều nhà đầu tư quan tâm tại Việt Nam.....	182
15. Lý do thất bại tại Việt Nam.....	184
16. Một số quy định về đăng ký doanh nghiệp.....	186
17. Nhượng quyền thương mại	192
18. Vấn đề giá cả, xây dựng thương hiệu và tiếp thị.....	193
Chương VI. Một số ngành, lĩnh vực kinh tế.....	195
1. Lĩnh vực công nghiệp	195
2. Lĩnh vực nông nghiệp.....	196

3. Lĩnh vực dịch vụ	197
4. Lĩnh vực du lịch	199
5. Lúa gạo	200
6. Phân bón	201
7. Hóa chất	203
8. Thủy sản.....	204
9. Lâm nghiệp	205
10. Xây dựng.....	206
11. Bất động sản.....	207
12. Tài chính ngân hàng	209
13. Thương mại điện tử	210
14. Hậu cần, dịch vụ logistics	212
15. Outsourcing (thuê ngoài)	213
16. Công nghiệp ô tô	214
17. Dầu khí.....	215
18. Công nghiệp phụ trợ	217
19. Gia công.....	218
20. Công nghiệp chế biến, chế tạo	220
21. Vận tải.....	222
22. Dệt may.....	223
23. Giày dép.....	224
24. Ngành điều	225
25. Ngành hồ tiêu	226
26. Ngành cao su	228
27. Ngành sàu riêng.....	229
28. Ngành chăn nuôi.....	229
29. Thủ công mỹ nghệ	231
Chương VII. Giải pháp và khuyến nghị chính sách.....	232
1. Khó khăn thách thức đối với kinh tế Việt Nam.....	232
2. Thách thức trong phát triển sản xuất và thị trường	233
3. Đề xuất giải pháp phát triển sản xuất và thị trường	235
4. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp	236
5. Hỗ trợ từ Chính phủ nhằm cải thiện môi trường kinh doanh.....	237

6. Khuyến nghị chính sách.....	237
Chương VIII. Một số lưu ý khi kinh doanh tại thị trường Việt Nam.....	240
1. Mối quan hệ	240
2. Visa Việt Nam	241
3. Quy định kiểm dịch nhập cảnh	243
4. Nghi lễ	244
5. Lưu ý văn hóa.....	245
6. Phương tiện di chuyển.....	245
7. Ẩm thực Việt Nam.....	246
8. Dịch vụ chăm sóc y tế.....	247
9. Danh lam thắng cảnh	248
PHỤ LỤC	251
Phụ lục 1: Luật Thương mại	251
Phụ lục 2: Luật Đầu tư.....	257
Phụ lục 3: Luật Doanh nghiệp	260
Phụ lục 4: Địa chỉ hữu ích	266
Phụ lục 5: Các văn bản quy định liên quan đến lao động và sử dụng lao động	269
Thông tin về đơn vị cộng tác	271
MỤC LỤC	275

MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ KINH DOANH VÀ THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Trụ sở: 655 Phạm Văn Đồng, Phường Nghĩa Đô, TP. Hà Nội

Điện thoại: (024) 3934 1562 **Fax:** (024) 3938 7163

Website: <https://nxbcongtuong.vn>

Email: nxbct@moit.gov.vn

Chịu trách nhiệm xuất bản

Giám đốc - Tổng biên tập

Trương Thu Hiền

Biên tập nội dung

Tôn Nữ Thanh Bình - Lương Thị Ngọc Bích - Hồ Thị Phương Trang

Chế bản

Nguyễn Thị Thanh Hải

Thiết kế bìa

Nguyễn Hữu Vương

In 150 cuốn, khổ 16 × 24 cm tại Công ty Cổ phần Đầu tư và Hợp tác Quốc tế

Địa chỉ: Số 32 đường Hoàng Quốc Việt, phường Nghĩa Đô, TP. Hà Nội

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 1230-2026/CXBIPH/14-50/CT

Số QĐ xuất bản: 266/QĐ - NXBCT ngày 02 tháng 4 năm 2026

Mã số ISBN: 978-632-630-513-5

In xong và nộp lưu chiểu năm 2026.