

CANADA

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG



TRUNG TÂM HỖ TRỢ HỘI NHẬP QUỐC TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tháng 11/2022

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	3
I. THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG	4
1.1. Thông tin chung về quốc gia Canada.....	4
1.2. Về tình hình kinh tế	5
1.3. Về tình hình thương mại:	6
1.4. Cơ hội và thách thức của thị trường	10
II. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA GIỮA CANADA VỚI VIỆT NAM	11
2.1. Tình hình chung.....	11
2.2. Nhóm các mặt hàng xuất nhập khẩu chủ lực giữa Việt Nam và Canada.....	13
III. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ HIỆP ĐỊNH CPTPP.....	16
3.1. Lộ trình giảm thuế chung.....	17
3.2. Lộ trình giảm thuế của Canada đối với nhóm hàng tiềm năng của Việt Nam.....	17
3.3. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan	19
3.4. Quy tắc xuất xứ (QTXX) trong CPTPP.....	20
IV. MỘT SỐ LƯU Ý DÀNH CHO DOANH NGHIỆP	24
4.1. Các tiêu chuẩn kỹ thuật theo Hiệp định CPTPP	24
4.2. Xu hướng và thị hiếu của thị trường:	27
4.3. Môi trường và tập quán kinh doanh	28
4.4. Kênh phân phối.....	28
V. CÁC ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH.....	29
5.1. Tra cứu thông tin thị trường Canada thông qua các công cụ	29
5.2. Các đầu mối thông tin về thị trường Canada.....	29
5.3. Trang web của các cơ quan bộ ngành của Canada	30
TÀI LIỆU THAM KHẢO:	31

LỜI MỞ ĐẦU

Canada là quốc gia có diện tích lớn thứ hai thế giới, giàu tài nguyên thiên nhiên, đa dạng về chủng tộc và thành phần dân cư, thuộc nhóm các nước phát triển nhất trên toàn cầu; là thành viên sáng lập của G7, G20, WB, WTO và nhiều tổ chức quốc tế khác.

Tuy có lãnh thổ rộng lớn, kinh tế phát triển, nhưng tổng số dân của Canada chỉ bằng hơn 1/3 dân số của Việt Nam; đây là một điều kiện thuận lợi để nước này có thể tập trung nguồn lực thực hiện các chính sách phúc lợi rộng rãi đối với người dân cũng như thúc đẩy tự do hóa kinh tế và thương mại. Bên cạnh đó, với vị trí địa lý giáp Hoa Kỳ, nền kinh tế lớn nhất thế giới, đồng thời là quốc gia thành viên của Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ (NAFTA) - hiện nay đang được thay thế bởi Hiệp định USMCA, thị trường Canada không mang tính đơn lẻ mà có sự gắn kết với thị trường khu vực Bắc Mỹ với hơn 500 triệu người tiêu dùng nói chung.

Ngoài ra, là một quốc gia có nền khoa học kỹ thuật tiên tiến, liên tục nhiều năm liền nằm trong số 5 quốc gia có chất lượng nghiên cứu khoa học tốt nhất thế giới đặc biệt trong các ngành vật lý, hóa học và công nghệ vũ trụ, do vậy, phát triển mối quan hệ hợp tác với Canada sẽ tạo ra tiềm năng to lớn thúc đẩy lĩnh vực nghiên cứu khoa học của Việt Nam, qua đó tạo ra sức lan tỏa về khoa học, công nghệ đóng góp chung cho sự phát triển kinh tế và xã hội của nước ta trước bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang tới rất gần.

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp có được thông tin toàn diện, nổi bật, hiểu rõ quy định chung của Canada liên quan đến các tiêu chuẩn và điều kiện để xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này (nhất là trong bối cảnh Hiệp định CPTPP - thỏa thuận tự do thương mại mà Canada và Việt Nam đều là thành viên đang thực thi bài viết dưới đây sẽ cung cấp những kiến thức hữu ích nhất giúp quý doanh nghiệp có thể tự tin và thuận lợi hơn khi tiến hành các hoạt động xuất khẩu, kinh doanh tại thị trường Canada.



I. THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

1.1. Thông tin chung về quốc gia Canada

Tên nước:	Canada
Thủ đô:	Ottawa
Quốc khánh:	1/7 (dành độc lập từ Vương quốc Anh năm 1867)
Diện tích:	9.984.670 km ² đứng thứ 3 thế giới sau Nga và Antarctica
Dân số:	38.232.593 người (ước tính năm 2022), trong đó Gốc Canada 32,3%, Anh 18,3%, gốc Scotlen 13,9%, gốc Pháp 13,6%, và các nhóm khác 21,9%.
Khu vực hành chính:	Canada là một liên bang bao gồm 10 tỉnh bang và 3 lãnh thổ*: Alberta, British Columbia, Manitoba, New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Northwest Territories*, Nova Scotia, Nunavut*, Ontario, Prince Edward Island, Quebec, Saskatchewan, Yukon Territory* (* : vùng lãnh thổ)
Khí hậu:	Khí hậu biến đổi từ ôn hòa ở phía Nam đến cận bắc cực và bắc cực ở phía Bắc.
Ngôn ngữ:	Tiếng Anh (chính thức) 58,7% , tiếng Pháp (chính thức) 22%, tiếng Punjabi 1,4%, tiếng Ý 1,3%, tiếng Tây Ban Nha 1,3%, tiếng Đức 1,3%, tiếng Quảng Đông 1,2%, tiếng Tagalog 1,2%, tiếng Ả Rập 1,1%, 10,5% khác (ước tính năm 2011)
Tôn giáo:	Cơ đốc giáo 42,6%, Tin lành 23,3%, các tôn giáo khác 34,1%
Đơn vị tiền tệ:	Đôla Canada (CAD), 1USD = 1,2538 CAD (2021)
Múi giờ	GMT – 5 (Ottawa)
Thể chế Liên bang	Canada là một liên bang dựa lên nền quân chủ lập hiến và chế độ dân chủ nghị viện.
Thủ tướng:	Chính phủ của Canada được lập bởi Quốc hội do dân bầu lên. Đứng đầu Chính phủ là Thủ tướng. Thủ tướng và nội các do Đảng nắm đa số hoặc liên minh đa số ghế tại Hạ viện cử ra. Thủ tướng hiện nay là Justin Pierre James TRUDEAU (từ 4/11/2015). Thủ tướng điều khiển Chính phủ và là chủ tọa của một Nội các bao gồm nhiều Bộ trưởng và những người cố vấn.
Thể chế nhà nước, đảng và đoàn thể:	Canada hiện có 4 chính đảng lớn nhất: Đảng Bảo Thủ, Đảng Tự Do, Đảng Tân Dân Chủ và Khối Québec. Nguyên thủ quốc gia của Canada là Nữ hoàng Elizabeth Đệ Nhị 6/2/1952, ngự trị tại Anh. Với đề nghị của chính phủ Canada, Nữ hoàng cử một người dân Canada làm đại diện cho mình gọi là Toàn Quyền, hay tôn trọng gọi Đại diện Nữ hoàng.
Quốc hội:	Thượng Viện (105 ghế) đại diện các vùng, các tỉnh bang và các sắc thái văn hóa khác nhau trong xã hội. Thượng nghị sĩ do Toàn quyền cử theo khuyến nghị của Thủ tướng, làm việc đến 75 tuổi. Hạ Viện (338 ghế) đại diện toàn thể dân chúng. Hạ nghị sĩ được dân bầu trực tiếp, nhiệm kỳ 5 năm. Nhiệm vụ của Quốc hội là soạn thảo và ban hành các sắc luật đề Chính phủ thi hành.

Đường lối đối ngoại Canada:

Canada là nước ủng hộ mạnh mẽ cho Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và các khu vực thương mại tự do mở rộng. Một phần trong chính sách đối ngoại của Canada là xúc tiến hòa bình và an ninh quốc tế thông qua các cơ quan hợp tác đa biên và tôn trọng nhân quyền/an ninh nhân loại.

Quan hệ chính trị - ngoại giao giữa Canada với Việt Nam:

Việt Nam và Canada thiết lập quan hệ ngoại giao vào ngày 21/8/1973; từ thời điểm đó, hai nước đã ký kết nhiều văn bản hợp tác trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội, tạo đà để nâng tầm quan hệ lên Đối tác toàn diện vào năm 2017.

Trong nhiều năm qua, ngoài quan hệ thương mại, đầu tư đã trở thành trọng tâm, hoạt động giáo dục-đào tạo, an ninh-quốc phòng, ứng phó với biến đổi khí hậu, công nghệ sạch, bền vững đang trở thành những lĩnh vực hợp tác mới đầy tiềm năng giữa hai quốc gia. Canada luôn trong nhóm 20 nước đầu tư lớn nhất vào Việt Nam. Canada cũng xếp thứ hạng cao về viện trợ phát triển cho Việt Nam. Bên cạnh đó, sự kết nối giữa Việt Nam-Canada còn được tăng cường thông qua việc hai nước đều là thành viên chính thức của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP).

Các chuyến thăm cấp cao giữa hai nước:

- Thủ tướng Canada thăm Việt Nam vào các năm 1994, 1997, 2017
- Lãnh đạo Việt Nam thăm Canada : Thủ tướng Chính phủ Phan Văn Khải (2005), các Phó Thủ tướng Bộ trưởng ngoại giao Nguyễn Mạnh Cầm (1998), Phạm Gia Khiêm (2009), Phạm Bình Minh (2014), các Phó Chủ tịch Quốc hội Ưng Chu Lưu, Nguyễn Thị Kim Ngân (2012), Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc (6/2018)

1.2. Về tình hình kinh tế

Canada là quốc gia có nền kinh tế hỗn hợp phát triển cao. Năm 2021, Canada là quốc gia có nền kinh tế lớn thứ 9 thế giới theo GDP danh nghĩa và thứ 15 theo sức mua tương đương. Dịch vụ là lĩnh vực chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu GDP và tạo ra 3/4 tổng việc làm cho người dân Canada (*theo ước tính năm 2017, dịch vụ chiếm 70,2%, công nghiệp: 28,2%, và nông nghiệp: 1,6%*).

Canada cũng là quốc gia có giàu tài nguyên thiên nhiên. Tổng trữ lượng tài nguyên thiên nhiên của Canada năm 2019 được ước tính có giá trị vào khoảng 31 nghìn tỷ USD, xếp thứ 3 thế giới. Ngoài ra, Canada còn có trữ lượng dầu khí đã được thăm dò lớn thứ 3 và là nhà xuất khẩu dầu lớn thứ 4 thế giới.

Về quan hệ hợp tác thương mại, Canada duy trì quan hệ thương mại mở với tất cả quốc gia trên thế giới. Là thành viên của hai trong số các Hiệp định thương mại tự do lớn nhất toàn cầu: Hiệp định thương mại tự do Canada-EU (CETA), và Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ (NAFTA) - hiện nay được thay thế bởi Hiệp định USMCA. Tuy nhiên hoạt động thương mại của Canada có tính định hướng cao khi phần lớn hàng hóa và dịch vụ của nước này có điểm đến là thị trường Mỹ.

Sau khi trải qua giai đoạn tăng trưởng âm vào năm 2009 do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, nền kinh tế Canada đã có sự phục hồi nhẹ. Trong giai đoạn 2010-2015, Canada vẫn đạt mức tăng trưởng thấp dù tình hình thế giới vẫn còn nhiều biến động. Nền kinh tế Canada có mức tăng trưởng mạnh trong năm 2017 ở mức 3%, tuy nhiên đến năm 2018 thì có sự sụt giảm nhẹ (2,8%).

Đại dịch Covid-19 cũng ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế của cả thế giới nói chung và Canada nói riêng, tốc độ tăng trưởng GDP của Canada đã giảm 5,2% năm 2020. Tuy nhiên, nền kinh tế Canada nhanh chóng phục hồi hồi vào năm 2021, ước tính tăng trưởng GDP đạt 4,6%.

Các chỉ số kinh tế của Canada từ giai đoạn 2017-2021

Ước tính theo tỷ giá USD năm 2017

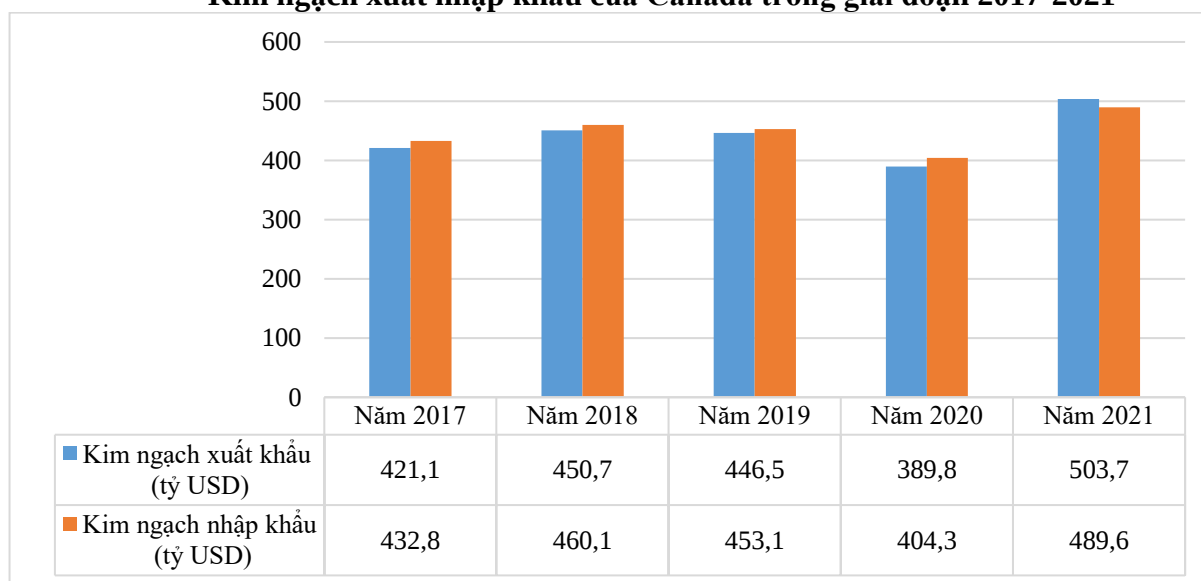
	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
GDP (ppp)	1.770 tỷ USD	1.810 tỷ USD	1.850 tỷ USD	1.750 tỷ USD	1.830 tỷ USD
Tăng trưởng GDP	3%	2,8%	1,9%	-5,2%	4,6%
GDP theo đầu người	48.317 USD	48.692 USD	49.172 USD	46.064 USD	47.903 USD
Tỷ lệ thất nghiệp	5,9%	5,8%	5,7%	9,7%	6%
Tỷ lệ lạm phát	2,6%	1,6%	1,5%	0,7%	8,2%

Nguồn: Nguồn: World Bank, IMF

1.3. Về tình hình thương mại:

Canada sớm phục hồi thương mại hàng hóa một cách mạnh mẽ sau các cuộc khủng hoảng và đại dịch Covid-19, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2021 đạt 993,3 tỷ USD, tăng hơn 199 tỷ USD so với năm 2020 và cao hơn 93,7 tỷ USD so với trước đại dịch năm 2019.

Kim ngạch xuất nhập khẩu của Canada trong giai đoạn 2017-2021



Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

- Đối tác xuất khẩu chính của Canada:

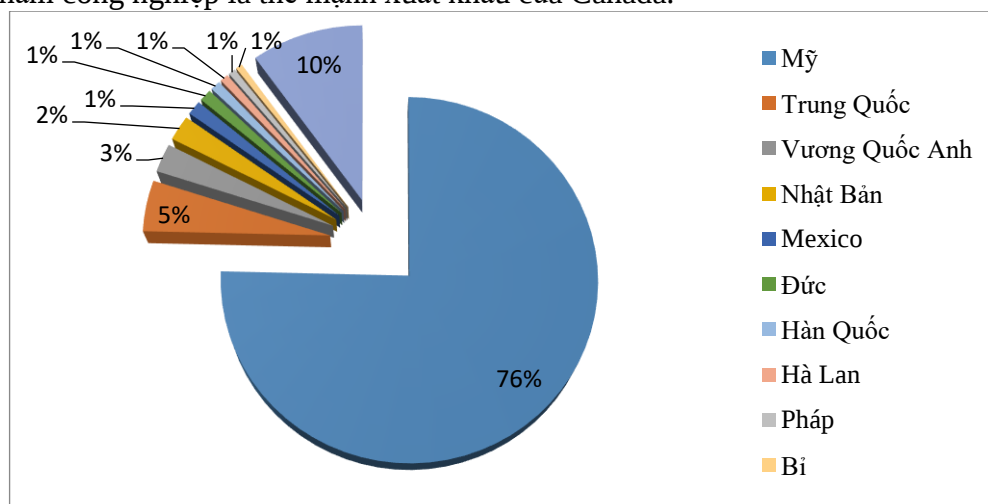
ĐVT: triệu USD

Đối tác	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Tổng giá trị xuất khẩu	446.562	389.850	503.726
Mỹ	336.833	286.378	380.589
Trung Quốc	17.521	18.776	22.988

Vương Quốc Anh	14.927	14.859	12.942
Nhật Bản	9.437	9.220	11.448
Mexico	5.516	4.575	6.531
Đức	4.743	4.751	5.471
Hàn Quốc	4.134	3.503	4.534
Hà Lan	3.906	4.036	3.809
Pháp	2.740	2.768	3.228
Bỉ	2.350	1.877	3.017

Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2021 của Canada là 503.726 triệu USD. Các thị trường xuất khẩu hàng hóa chính của Canada là Mỹ, Trung Quốc, Vương quốc Anh, Nhật Bản, Mexico. Trong năm 2021, Mỹ (chiếm thị phần 76%), Trung Quốc (5%), Vương Quốc Anh (3%), Nhật Bản (2%). Các sản phẩm xuất khẩu của Canada rất đa dạng, từ các sản phẩm là tài nguyên thiên nhiên đến các sản phẩm nông nghiệp, công nghiệp. Trong năm 2020-2021, nguyên nhiên liệu và các sản phẩm công nghiệp là thế mạnh xuất khẩu của Canada.



Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Top 10 mặt hàng xuất khẩu lớn của Canada năm 2020-2021

ĐVT: triệu USD

Nhóm Sản phẩm Xuất khẩu	Năm 2020		Năm 2021		So với 2020
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị
Tổng	389.850		503.726		
Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các chất chứa bitum; các loại sáp khoáng chất	68.869	18%	120.195	24%	51.326

Chương 87: Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng	46.173	12%	45.798	9%	-375
Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	28.814	7%	32.976	7%	4.162
Chương 71: Ngọc trai tự nhiên...	22.931	6%	24.427	5%	1.496
Chương 44: Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ	13.422	3%	22.495	4%	9.073
Chương 39: Nhựa và các sản phẩm bằng nhựa	12.424	3%	16.883	3%	4.459
Chương 26: Quặng, Xi và Tro	9.913	3%	13.252	3%	3.339
Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng...	11.000	3%	12.604	3%	1.604
Chương 76: Nhôm và các sản phẩm bằng Nhôm	8.342	2%	12.181	2%	3.839
Chương 88: Phương tiện máy bay, tàu vũ trụ, và các bộ phận của chúng	9.648	2%	10.511	2%	863

Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

- Đối tác nhập khẩu chính của Canada:

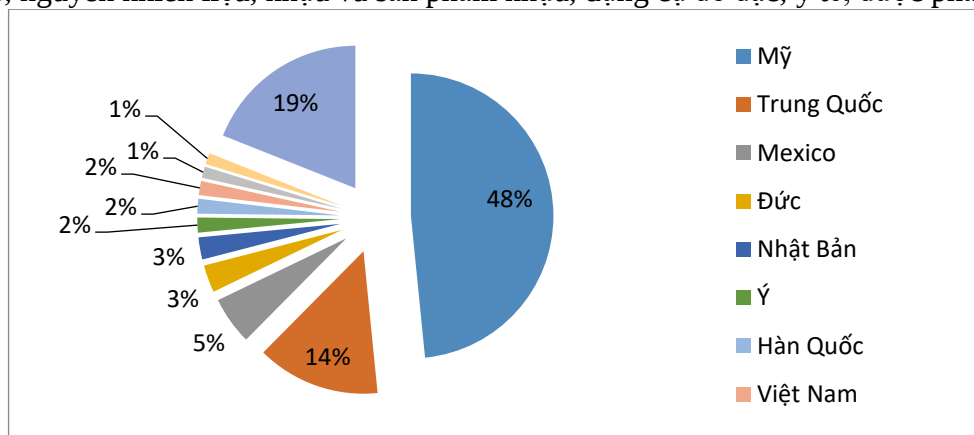
ĐVT: triệu USD

Đối tác	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
<i>Tổng giá trị nhập khẩu của Canada</i>	<i>453.157</i>	<i>404.275</i>	<i>489.583</i>
Mỹ	229.739	197.085	237.358
Trung Quốc	56.516	57.044	68.654
Mexico	27.818	22.252	26.668
Đức	14.488	12.890	15.245
Nhật Bản	12.448	10.121	12.323
Ý	7.124	6.711	8.354
Hàn Quốc	7.250	7.150	8.250
Việt Nam	5.265	6.078	7.850
Vương quốc Anh	6.927	5.807	6.282

Đài Loan	4.498	4.200	6.244
----------	-------	-------	-------

Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa năm 2021 đạt 489.583 triệu USD, tăng hơn so với các năm trước. Canada cũng nhập khẩu hàng hóa từ các thị trường trọng yếu như Mỹ (chiếm hơn 48%), Trung Quốc (14%), Mexico (5%), và Việt Nam đứng vị trí 8 chiếm khoảng 2% thị phần của Canada. Những sản phẩm nhập khẩu chủ yếu phương tiện vận tải, máy móc-dụng cụ cơ khí, đồ điện tử, nguyên nhiên liệu, nhựa và sản phẩm nhựa, dụng cụ đo đạc, y tế, dược phẩm.



Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Top 10 mặt hàng nhập khẩu lớn của Canada năm 2020-2021

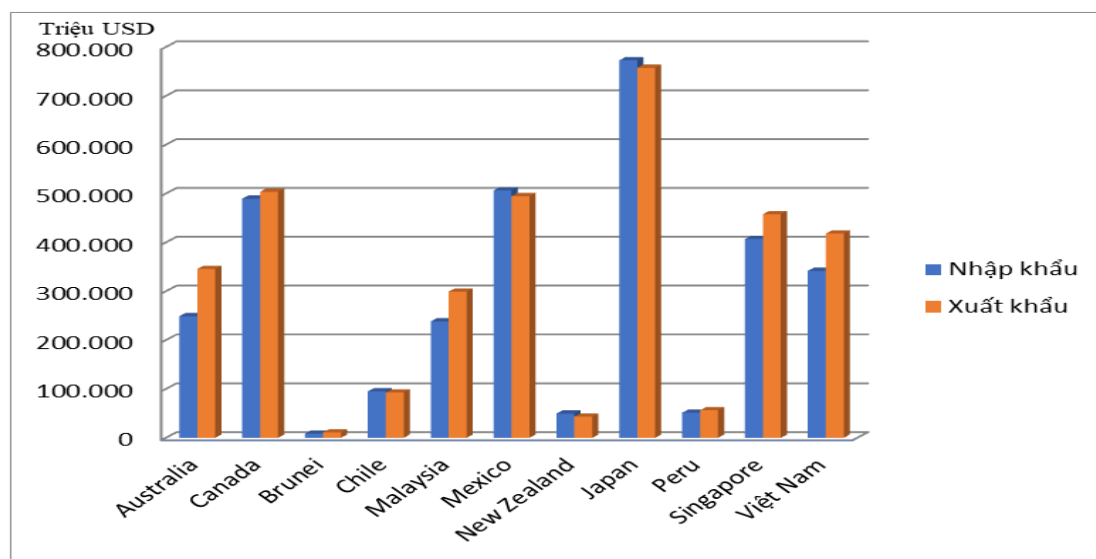
Nhóm sản phẩm Nhập khẩu	Năm 2020		Năm 2021		So với năm 2020
	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng	Giá trị (triệu USD)
Tổng	404.275		489.583		
Chương 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	61.090	15%	70.744	14%	9.655
Chương 87: Xe trù phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng	55.946	14%	67.409	14%	11.463
Chương 85: Máy điện và thiết bị điện....	39.523	10%	46.337	9%	6.814
Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng...	20.099	5%	30.296	6%	10.197
Chương 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic	15.976	4%	20.494	4%	4.518
Chương 71: Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy...	17.384	4%	18.699	4%	1.316
Chương 30: Dược phẩm	14.303	4%	18.556	4%	4.253

Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học....	11.440	3%	13.349	3%	1.908
Chương 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	8.821	2%	11.373	2%	2.552
Chương 72: Sắt và Thép	5.281	1%	10.473	2%	5.192

Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Trong các thành viên CPTPP, Canada có tổng giá trị xuất nhập khẩu đứng thứ 2 sau Nhật Bản.

Kim ngạch xuất nhập khẩu các thành viên CPTPP năm 2021



Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

1.4. Cơ hội và thách thức của thị trường

Cơ hội

- Quy mô thị trường của Canada rất lớn với tổng GDP năm 2021 đạt hơn 1.830 tỷ USD (đứng thứ 9 thế giới, đứng thứ 2 trong CPTPP sau Nhật Bản (5.120 tỷ USD)). Với hơn 38 triệu dân năm 2021, mức sống cao (với tổng thu nhập bình quân đầu người của Canada năm 2021 đạt khoảng 47.903 USD/năm) và tỉ lệ đô thị hóa khoảng 80%. Theo các chuyên gia, Canada được đánh giá là thị trường xuất khẩu đầy tiềm năng cho nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

- Trong những năm qua, chính phủ Canada có một số điều chỉnh chính sách đối với nền kinh tế, áp dụng các biện pháp giảm thuế GST (thuế liên bang), thuế thu nhập cá nhân....để kích thích tăng mức tiêu dùng trong nước. Đối với doanh nghiệp, chính phủ đã tiến hành chương trình theo quan hệ quốc tế cắt giảm thuế thu nhập doanh nghiệp từ 22,1% xuống còn 15% vào năm 2012. Việc này đưa Canada trở thành nước G7 có mức thuế thu nhập doanh nghiệp thấp nhất vào năm 2012, tạo nhiều cơ hội thu hút hợp tác đầu tư và phát triển thương mại tại Canada.

- Tiềm năng phát triển thị trường và kết nối chuỗi sản xuất hai nền kinh tế Việt Nam - Canada đang có những yếu tố thuận lợi do Canada có nhu cầu đa dạng hóa nguồn cung. Chính phủ Canada đang chuẩn bị công bố Chiến lược Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương đặt trọng tâm phát triển quan hệ thương mại và đầu tư với châu Á, trong đó Việt Nam được xem là điểm sáng. Canada đang rất nỗ lực hỗ trợ các DN của họ quốc tế hóa thông qua kết nối trực tiếp các cảng nước sâu của Việt Nam với Vancouver và Montreal của Canada để giảm chi phí vận tải.

- Người châu Á nói chung và Việt Nam nói riêng sang định cư tại Canada ngày càng nhiều. Lượng người tiêu dùng này sử dụng nhiều các sản phẩm châu Á trong đó có sản phẩm Việt Nam.

- Người tiêu dùng Canada không quá bảo thủ, họ sẵn sàng thử sử dụng sản phẩm mới nếu giá cả cạnh tranh; Việt Nam có nhiều sản phẩm có thể mạnh mẽ mà người tiêu dùng Canada có nhu cầu cao hoặc đang gia tăng nhu cầu như điện thoại, đồ gỗ, may mặc, giày dép, trà, cà phê, rau quả nhiệt đới; Nhiều sản phẩm của Việt Nam đã chinh phục được các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản nên cũng có thể đáp ứng được các yêu cầu cao của thị trường Canada.

- Việt Nam là một trong số rất ít các nước châu Á đã có FTA với Canada, do đó hàng hóa Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn các đối thủ cạnh tranh từ nhiều nước khác (Trung Quốc, các nước ASEAN...).

Thách thức

- Theo dự báo của WTO trong thời gian tới do khủng hoảng kinh tế, các vụ kiện chống bán phá giá sẽ xảy ra nhiều hơn. Các quốc gia sẽ áp dụng rào cản kỹ thuật nhiều hơn nhằm bảo hộ cho hàng hóa sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ ngày càng khó khăn hơn bởi bị kiện phòng vệ thương mại. Hơn nữa hệ thống pháp luật về thương mại của Canada khá phức tạp, bao gồm luật liên bang và nội bang. Hàng hóa nhập khẩu vào Canada phải tuân thủ đồng thời cả 2 loại luật này. Trong khi trình độ hiểu biết của doanh nghiệp Việt Nam về pháp luật còn hạn chế nên sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc hiểu và đáp ứng.

- Canada là một thị trường tiêu chuẩn cao, có nhiều đối thủ cạnh tranh, khoảng cách địa lý xa, giá cước vận chuyển cao, đòi hỏi năng lực cung ứng hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam phải tốt, linh hoạt; chi phí đi lại ở Canada đắt đỏ, số vụ việc liên quan tranh chấp về thanh toán và chất lượng hàng hóa của Canada ngày càng tăng. Theo Thương vụ Việt Nam tại Canada, các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường này cần lưu ý tuân thủ những quy định, Luật về Dán nhãn và quảng cáo, đặc biệt là hàng dệt may; Luật Thuế hải quan...

- Ngoài ra, dự báo triển vọng tăng trưởng kinh tế 2022 của Canada cũng không khả quan. Sau đại dịch Covid-19, năng suất lao động và tình trạng thiếu nhân lực bốc dỡ container tại Canada bị suy giảm, nhiều container hàng hóa từ Việt Nam vận chuyển sang phải mất từ 3-4 tháng mới được bốc dỡ. Điều này sẽ ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm, uy tín của doanh nghiệp cũng như tăng mức chi phí cho doanh nghiệp.

- Canada cũng đang thâm hụt thương mại với Việt Nam ngày càng lớn kể từ sau khi thực thi CPTPP, từ mức 3,8 tỷ USD năm 2019, dự kiến năm 2022 có thể tăng lên 5 tỷ USD, hiện các doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp tại Canada cũng đã lên tiếng phản nản về tình trạng thâm hụt thương mại với Việt Nam.

II. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA GIỮA CANADA VỚI VIỆT NAM

2.1. Tình hình chung

Quan hệ thương mại hai chiều của Canada và Việt Nam vẫn duy trì ổn định trong những năm qua, tốc độ tăng trưởng vẫn duy trì trên 2 con số, trong đó Việt Nam luôn xuất siêu vào Canada, chủng loại hàng hoá ngày càng đa dạng hơn.

Trong giai đoạn từ 2017-2021, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada tăng 95% từ 2,7 tỷ USD lên đến 5,27 tỷ USD. Chiều ngược lại, bình quân giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ Canada là 799,2 triệu USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Canada giai đoạn 2017-2022*ĐVT: triệu USD*

Năm	Việt Nam xuất khẩu sang Canada	Việt Nam nhập khẩu từ Canada	Tổng kim ngạch XNK	Cán cân thương mại
2017	2.709,2	799,3	3.508,5	1.909,9
2018	3.013,8	857,1	3.870,9	2.156,7
2019	3.888,8	853,6	4.742,4	3.035,2
2020	4.361,2	726,4	5.087,6	3.634,8
2021	5.269,6	760,0	6.029,6	4.509,6

Nguồn: Tổng cục thống kê

Theo số liệu của Canada, thị phần hàng Việt Nam tại thị trường Canada tăng từ 1,49% năm 2020 lên 1,6% năm 2021, nhờ xuất khẩu của Việt Nam phục hồi tốt so với năm 2020. Riêng năm 2021, kim ngạch thương mại hai chiều đạt 6,03 tỷ USD, tăng 18,5% so với năm 2020.

Xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada đạt 5,27 tỷ USD, tăng 20,8%. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang Canada của Việt Nam vẫn giữ được mức tăng trưởng khá. Điện hình thị phần của nhóm sản phẩm máy điện và thiết bị điện thoại đạt 2.669 triệu USD chiếm 5,8% thị phần, thấp hơn Trung Quốc (35,8%), Mỹ (23,5%), Mexico (10,5%); Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc đạt 665 triệu USD chiếm 11,8% đứng vị trí thứ 3 sau Trung Quốc (30,9%), Campuchia (14,8%); Giày dép các loại đạt 543 triệu USD chiếm 25,4% thị phần, đứng thứ 4 sau Trung Quốc, Mỹ, Mexico; Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc đạt 535 triệu USD chiếm 13,3% thị phần, đứng thứ 3 sau Trung Quốc, Bangladesh; Nhóm cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm... chiếm 6,1% thị phần trong đó Mỹ là đối thủ cạnh tranh lớn nhất chiếm 39,3%; thị phần các mặt hàng còn lại dao động từ 1% đến 3%.

Nhập khẩu hàng hóa từ Canada tăng nhẹ, tổng giá trị nhập khẩu 2021 đạt 760,7 triệu USD, tăng 4,7% so với 2020. Trong đó, các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ Canada là thịt và các sản phẩm dạng thịt; Hạt dầu và các loại quả có dầu; Phân bón; Bột giấy từ gỗ, Cá và động vật, giáp xác....

Hiện nay, các doanh nghiệp Canada cũng đã bắt đầu nhập khẩu các mặt hàng công nghiệp nội địa của Việt Nam như sản phẩm inox, gốm sứ gia dụng, thủy tinh, dây cáp điện, thiết bị điện nhỏ, nhựa gia dụng tự hủy...

2.2. Nhóm các mặt hàng xuất nhập khẩu chủ lực giữa Việt Nam và Canada

Nhóm 10 sản phẩm chính Canada nhập khẩu từ Việt Nam (HS 2 số)	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Đối thủ cạnh tranh của Việt Nam chiếm thị phần cao tại thị trường Canada
	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Canada nhập khẩu từ thế giới	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Canada nhập khẩu từ thế giới	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Canada nhập khẩu từ thế giới	
Chương 85: Máy điện và thiết bị điện thoại...	1.497	3,4%	2.200	5,6%	2.699	5,8%	Trung Quốc, Mỹ, Mexico, Việt Nam, Đài Loan
Chương 61: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	534	10,0%	501	11,5%	665	11,8%	Trung Quốc, Campuchia, Việt Nam, Bangladesh, Ấn Độ
Chương 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	370	0,5%	498	0,8%	661	0,9%	Mỹ, Trung Quốc, Mexico, Đức, Nhật Bản
Chương 94: Đồ Nội thất...	368	4,0%	433	5,2%	594	6,0%	Trung Quốc, Mỹ, Mexico, Việt Nam, Ý
Chương 64: Giày, dép, gậy và các sản phẩm tương tự	544	21,8%	458	25,1%	543	25,4%	Trung Quốc, Việt Nam, Ý, Campuchia, Indonesia
Chương 62: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	528	11,1%	457	10,6%	535	13,3%	Trung Quốc, Bangladesh, Việt Nam, Campuchia, Ý
Chương 72: Sắt và Thép	111	1,8%	77	1,5%	292	2,8%	Mỹ, Brazil, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Quốc, Mexico, Đài Loan, Việt Nam
Chương 95: Đồ chơi, thiết bị trò chơi và dụng cụ	102	2,4%	137	3,3%	185	3,3%	Trung Quốc, Mỹ, Mexico, Việt Nam, Đài Loan
Chương 03: Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm...	159	6,8%	157	7,8%	163	6,1%	Mỹ, Trung Quốc, Chile, Việt Nam, Ấn Độ
Chương 40: Cao su và các sản phẩm bằng cao su	45	0,7%	61	1,1%	136	1,8%	Mỹ, Trung Quốc, Malaysia, Nhật Bản, Mexico

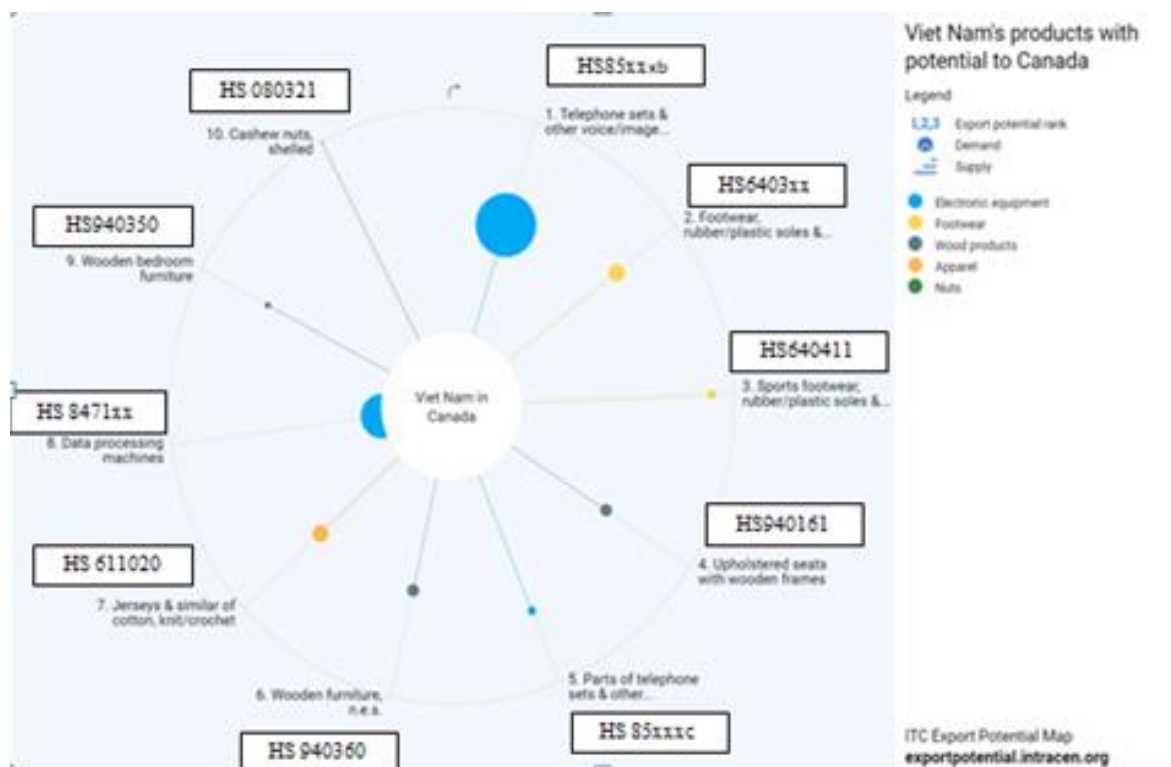
Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Nhóm 10 sản phẩm Việt Nam nhập khẩu từ Canada	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Đối thủ cạnh tranh của Canada tại trường Việt Nam
	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Việt Nam nhập khẩu từ thế giới	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Việt Nam nhập khẩu từ thế giới	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu mặt hàng đó so với Việt Nam nhập khẩu từ thế giới	
Chương 2: Thịt và các sản phẩm dạng thịt	27.069	3,4%	75.252	6,1%	109.882	6,6%	Ấn Độ, Mỹ, Brazil, Nga, Úc, Canada
Chương 12: Hạt dầu và các loại quả có dầu	47.447	4,7%	47.412	4,1%	54.519	3,3%	Mỹ, Brazil, Ấn Độ, Trung Quốc, Canada
Chương 31: Phân bón	30.907	3,0%	46.624	4,9%	49.284	3,8%	Trung Quốc, Nga, Israel, Belarus, Canada
Chương 47: Bột giấy từ gỗ...	25.001	3,8%	30.779	4,7%	46.852	4,3%	Mỹ, Nhật Bản, Anh, Canada
Chương 03: Cá và động vật, giáp xác....	53.459	3,4%	39.055	2,4%	34.244	1,9%	Ấn Độ, Na uy, Nhật Bản, Indonesia
Chương 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi	33.056	0,1%	28.936	0,1%	29.667	0,1%	Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái lan
Chương 72: Sắt và thép	17.914	0,2%	16.216	0,2%	22.669	0,2%	Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ
Chương 90: Dụng cụ và Thiết bị quang học	10.927	0,1%	12.387	0,1%	20.355	0,2%	Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản
Chương 85: Máy điện và thiết bị điện...	15.391	0,0%	15.700	0,0%	16.511	0,0%	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản

Chương 39: Plastic và các sản phẩm Plastic	13.989	0,1%	15.079	0,1%	13.583	0,1%	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản
Chương 44: Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ	20.551	1,0%	24.550	1,2%	12.864	0,6%	Trung Quốc, Mỹ, Cameroun, Thái Lan

Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

10 mặt hàng xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam sang Canada

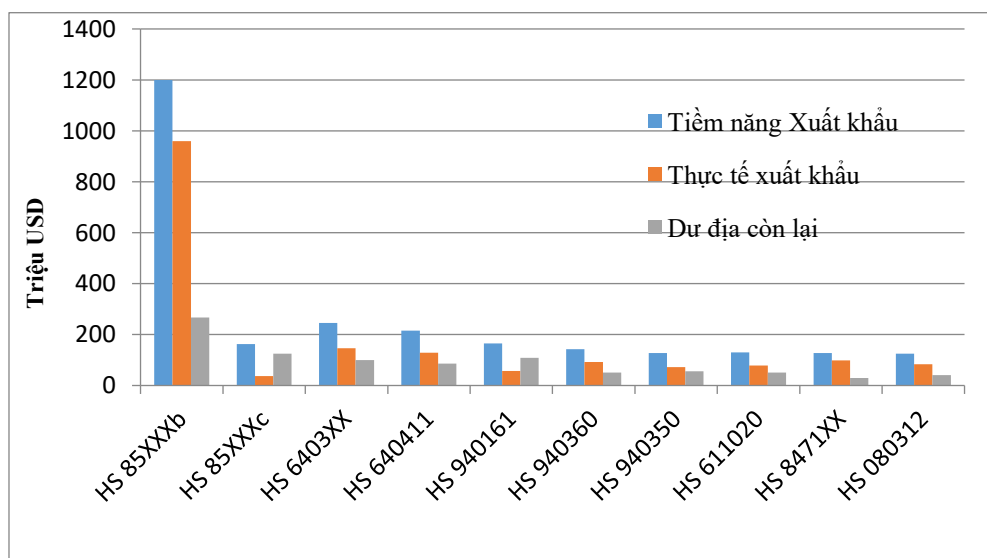


Nguồn: ITC, truy cập 10/2022

Nhóm mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu lớn nhất từ Việt Nam sang Canada là thiết bị điện tử, giày dép các loại, sản phẩm gỗ, dệt may và các loại hạt.

Cụ thể là sản phẩm tiềm năng nhất là Bộ điện thoại & thiết bị truyền âm thanh/hình ảnh khác (HS 85xxx b) với tiềm năng xuất khẩu là khoảng 1,2 tỷ USD, dư địa xuất khẩu còn lại là 267 triệu USD. Sản phẩm bộ điện thoại và các thiết bị truyền thoại/hình ảnh khác (HS 85xxx b) cũng là sản phẩm có nhu cầu cao nhất ở Canada.

Giày dép, đế cao su/nhựa & mũ da (HS 6403xx) còn dư địa khoảng 100 triệu USD và giày dép thể thao, đế cao su/nhựa & mũ dệt (HS 640411) là 96 triệu USD. Ghế bọc khung gỗ (HS 940461) tiềm năng xuất khẩu là 165 triệu USD, tiềm năng chưa được khai thác còn 109 triệu USD.



III. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ HIỆP ĐỊNH CPTPP

Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) được ký kết vào ngày 08/3/2018 và chính thức có hiệu lực từ ngày 30/12/2018 đối với nhóm 6 nước đầu tiên hoàn tất thủ tục phê chuẩn Hiệp định gồm Mexico, Nhật Bản, Singapore, New Zealand, Canada và Australia. Việt Nam trở thành quốc gia thứ 7 thực thi Hiệp định CPTPP kể từ ngày 14/01/2019. Tiếp đến là Peru, hiệp định đã chính thức có hiệu lực kể từ ngày 19/9/2021, Malaysia trở thành quốc gia thứ 9 phê chuẩn Hiệp định vào ngày 5/10/2022; hiện còn 02 thành viên Brunei và Chile chưa phê chuẩn.

CPTPP có nhiều cam kết của Canada có lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Do đó, doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ các nội dung liên quan của CPTPP để có thể tận dụng được tối đa các lợi ích của Hiệp định.

Để tận dụng được ưu đãi thuế quan từ CPTPP các doanh nghiệp cần lưu ý về các cam kết thuế, các quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ để được hưởng ưu đãi thuế trong CPTPP, ngoài ra cũng lưu ý các quy định khác như hải quan và tạo thuận lợi thương mại, phòng vệ thương mại... để tận dụng quyền và bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp.

3.1. Lộ trình giảm thuế chung

Trong CPTPP, Canada có cam kết thuế quan nhập khẩu ưu đãi cụ thể cho từng dòng thuế. Đối với mỗi dòng thuế, Canada cũng áp dụng mức ưu đãi chung đối với tất cả các nước CPTPP, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, đối với một số sản phẩm thuộc Chương 02 - Thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ, Canada áp dụng các mức thuế quan ưu đãi riêng cho từng nước thành viên CPTPP. Cam kết thuế quan của Canada trong Phụ lục 2-D thuộc Chương 2 – Đối xử quốc gia và mở cửa thị trường hàng hóa của Hiệp định.

Theo báo cáo tổng hợp của VCCI, mức thuế quan nhập khẩu ưu đãi mà Canada cam kết dành cho hàng hóa của Việt Nam như sau:

- **94,5% tổng số dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực với Canada (ngày 30/12/2018).**

- **96,3% tổng số dòng thuế sẽ được xóa bỏ vào năm thứ 4 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực (tức ngày 01/01/2021).**

- **Áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với 96 dòng thuế của 3 nhóm mặt hàng: (i) thịt gà; (ii) trứng và (iii) bơ sữa và sản phẩm bơ sữa.**

Khi chưa có Hiệp định CPTPP, Canada chưa có FTA nào với Việt Nam. Do đó, hàng hóa Việt Nam nhập khẩu vào nước này phải chịu mức thuế MFN (như tất cả các nước WTO khác).

Một số nhóm sản phẩm của Việt Nam nhập khẩu vào Canada được hưởng thuế quan ưu đãi theo Chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GPT) mà Canada đơn phương dành cho các nước đang và kém phát triển, trong đó có Việt Nam.

Các sản phẩm thuộc diện GPT được hưởng mức thuế ưu đãi hơn so với thuế MFN. Hơn nữa điều kiện hưởng ưu đãi theo GPT khá ngặt nghèo (chủ yếu là quy tắc xuất xứ quá khó) nên không dễ được hưởng mức thuế theo ưu đãi này.

Việc cắt giảm thuế của Canada theo CPTPP sẽ mang lại lợi ích lớn đối với 8 quốc gia chưa có Hiệp định thương mại tự do song phương với đất nước này gồm: Nhật Bản, Malaysia, Brunei, Úc, New Zealand, Singapore và Việt Nam. Trong khi đó, lợi ích của việc miễn giảm thuế đối với 3 nước Mexico, Peru, Chile (những nước đã có Hiệp định thương mại tự do với Canada) sẽ không nhiều.

3.2. Lộ trình giảm thuế của Canada đối với nhóm hàng tiềm năng của Việt Nam

Mã HS	Mặt hàng	Thuế MFN trung bình năm 2020	Thuế GPT trung bình năm 2020	Thuế Canada cam kết trong CPTPP cho Việt Nam
03 và 16.04, 16.05	Thủy sản	0,65% đối với sản phẩm thủy sản Chương 3	0,53% đối với sản phẩm thủy sản Chương 3 3,53% đối với chế phẩm thủy	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.

		• 4,28% đối với chế phẩm thủy sản mã HS 16.04, 16.05	sản mã HS 16.04, 16.05	
07, 08, và 20	Rau quả	• 0,4 % đối với các sản phẩm rau tươi và sơ chế Chương 07 • 0,85% đối với các sản phẩm quả tươi và sơ chế Chương 08 • 5,71% đối với các sản phẩm rau quả đã qua chế biến Chương 20	• 1,61% đối với các sản phẩm rau tươi và sơ chế Chương 07 • 1,04% đối với các sản phẩm quả tươi và sơ chế Chương 08 • 5,41% đối với các sản phẩm rau quả đã qua chế biến Chương 20	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
39	Nhựa và các sản phẩm bằng nhựa	1,47%	0,68%	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
44 và 9403.30-60	Đồ gỗ	• 1,52% đối với gỗ và các sản phẩm gỗ Chương 44 • 5,7% đối với đồ nội thất bằng gỗ có mã HS. 9403.30-60	• 0,41% đối với gỗ và các sản phẩm gỗ Chương 44 • 3,6% đối với đồ nội thất bằng gỗ có mã HS. 9403.30-60	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
72	Sắt và thép	0 %	0 %	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
84	Máy móc và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng...	0,36 %	0,07%	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh....	1,13 %	0,57%	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế	0,83 %	0,05%	Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế.
64	Giày dép	12,22 %	10,73%	• Xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực

				với 55/69 (chiếm khoảng 80%) dòng thuế giày dép của Việt Nam • Lộ trình 7 năm với 1 dòng thuế mã HS 6403.40.00 • Lộ trình 11 năm với 3/69 dòng thuế bao gồm mã HS 6403.51.00ex, 6403.59.90ex, 6403.99.90ex • Lộ trình 12 năm (giữ ở mức thuế cơ sở từ năm thứ nhất đến năm thứ 8, bắt đầu cắt giảm thuế từ năm thứ 9, và sẽ được miễn thuế kể từ năm thứ 12) với 9/69 dòng thuế bao gồm: các mã HS 6401.10.19, 6401.10.20, 6401.92.91, 6401.92.92, 6401.99.12, 6401.99.19, 6401.99.20; mã HS 6402.91.10; mã HS 6404.19.90. • Lộ trình 12 năm (giảm còn ¼ mức thuế cơ sở vào năm thứ nhất, giữ thuế này đến năm thứ 11, và miễn thuế từ năm thứ 12) với 1 dòng thuế mã HS 6403.91.00
50-63	Dệt may	• 1,13% đối với các sản phẩm dệt may Chương 50-60 • 16,05% đối với các sản phẩm dệt may Chương 61-63	• 0,79% đối với các sản phẩm dệt may Chương 50-60 • 15,48% đối với các sản phẩm dệt may Chương 61-63	• Xóa bỏ thuế (0%) ngay khi CPTPP có hiệu lực với 1068/1203 (tương đương khoảng 88,8%) dòng thuế dệt may của Việt Nam. • Lộ trình 4 năm với 107/1203 dòng thuế, chủ yếu thuộc về mặt hàng may mặc. • Lộ trình 6 năm với 28/1203 dòng thuế (thảm và các loại hàng dệt trải sàn)

Theo báo cáo tổng hợp VCCI, 2021

3.3. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan

Theo báo cáo của VCCI về thống kê tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi tại các FTA, tỷ lệ tận dụng ưu đãi từ thị trường các nước thành viên CPTPP trong năm 2019 chỉ đạt dưới 2%, năm 2020 tăng lên 4,02%, và năm 2021 đạt 6,34%.

Tuy nhiên, tỷ lệ sử dụng C/O mẫu CPTPP khi xuất khẩu sang các thị trường này được nhận định không cao, nguyên nhân là do hầu hết các nước đối tác đều đã có FTA với Việt Nam với quy tắc xuất xứ lỏng lẻo hơn và mức thuế suất ưu đãi cao hơn so với CPTPP trong những năm đầu CPTPP có hiệu lực.

Hơn nữa đối với thị trường Canada là 1 trong đối tác quan trọng của Việt Nam và cũng là thành viên có kim ngạch xuất nhập khẩu cao trong CPTPP, cho phép nhà sản xuất, người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu được tự chứng nhận xuất xứ, không cần cơ quan có thẩm quyền cấp C/O. Vì vậy, tỷ lệ tận dụng ưu đãi CPTPP chưa phản ánh đúng tỷ lệ hàng hóa xuất khẩu sang Canada được hưởng ưu đãi thuế quan theo CPTPP.

3.4. Quy tắc xuất xứ (QTXX) trong CPTPP

Các cam kết này được quy định chung tại Chương 3 về Quy tắc xuất xứ và các thủ tục chứng nhận xuất xứ và quy định cụ thể tại Phụ lục 3-D của Chương 3 về Quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng.

Nhằm hướng dẫn thực thi các cam kết về Quy tắc xuất xứ hàng hóa, Bộ Công Thương ban hành Thông tư số 03/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 01 năm 2019 quy định Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP).

a. Quy tắc chung

Theo CPTPP, hàng hóa được coi là có xuất xứ từ các nước thành viên khi thuộc một trong ba trường hợp sau:

- **Trường hợp 1:** Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Hàng hóa có xuất xứ thuần túy là hàng hóa được trồng, thu hoạch hoặc đánh bắt ở trong khu vực CPTPP. Ví dụ cây trồng, động vật sống, khoáng sản và các chất sản sinh tự nhiên ở các nước CPTPP.

- **Trường hợp 2:** Hàng hóa được sản xuất toàn bộ trong khu vực CPTPP và chỉ từ các nguyên liệu có xuất xứ từ CPTPP.

Ví dụ, sản phẩm bánh ngọt được sản xuất tại Việt Nam từ các nguyên liệu sô-cô-la có xuất xứ Canada, đường Úc và sữa New Zealand (Việt Nam, Canada, Úc, New Zealand đều là thành viên CPTPP) thì được coi là có xuất xứ CPTPP dạng này.

- **Trường hợp 3:** Hàng hóa được sản xuất tại khu vực CPTPP, sử dụng nguyên liệu không có xuất xứ CPTPP nhưng đáp ứng được các quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng quy định trong Phụ lục 3-d của Chương 3; đối với sản phẩm nhóm dệt may có quy tắc xuất xứ riêng quy định tại Chương 4.

b. Quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng

Đây là nhóm quy tắc được áp dụng phổ biến nhất (trong bối cảnh sản xuất thường là theo chuỗi, với các nguyên liệu từ và các công đoạn diễn ra ở nhiều nước trên thế giới). Tuy nhiên, đây cũng là nhóm quy tắc xuất xứ phức tạp nhất, và có khác biệt nhiều nhất giữa CPTPP và các FTA mà Việt Nam đã từng ký kết trước đây.

CPTPP quy định 03 phương pháp xác định xuất xứ:

- Quy tắc chuyển đổi mã hàng hóa (phương pháp chuyển đổi mã HS);
- Quy tắc hàm lượng giá trị nội khối (phương pháp RVC);
- Quy tắc công đoạn sản xuất.

c. Quy tắc xuất xứ quy định cụ thể theo các mặt hàng tiềm năng:

➤ Đối với riêng ngành giày dép (HS 64):

Việc bảo đảm tuân thủ QTXX để được ưu đãi thuế quan trong CPTPP được cho là tương đối thách thức bởi hiện Việt Nam mới chỉ bảo đảm được khoảng 35-50% nguyên liệu giày dép nội địa, phần còn lại phải nhập khẩu mà chủ yếu từ các nước không phải là thành viên CPTPP.

Mã HS	Quy tắc xuất xứ
6401 (Giày, dép không thấm nước có đế ngoài và mũi giày bằng cao su hoặc plastic, mũi giày, dép không gắn hoặc lắp ghép với đế bằng cách khâu, tán đinh, xoay ốc, cắm đế hoặc các cách tương tự)	Chuyển đổi Chương; hoặc Chuyển đổi Nhóm, ngoại trừ từ nhóm 64.02 đến 64.05, 6406.10 hoặc cụm mũi giày, trừ từ gỗ, của phân nhóm 6406.90 với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp
6402	

(Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic)	Chuyển đổi Chương; hoặc Chuyển đổi Nhóm, ngoại trừ từ nhóm 64.01, 64.03 đến 64.05, 6406.10 hoặc cụm mũ giày, trừ từ gỗ, của phân nhóm 6406.90 với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp
6403 (Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc)	Chuyển đổi Chương; hoặc Chuyển đổi Nhóm, ngoại trừ từ nhóm 64.01 đến 64.02 hoặc 64.04 đến 64.05, 6406.10 hoặc cụm mũ giày, trừ từ gỗ, của phân nhóm 6406.90 với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp
6404 (Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt)	Chuyển đổi Chương; hoặc Chuyển đổi Nhóm, ngoại trừ từ nhóm 64.01 đến 62.03, 64.05, 6406.10 hoặc cụm mũ giày, trừ từ gỗ, của phân nhóm 6406.90 với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp
6405 (Giày, dép khác)	Chuyển đổi Chương; hoặc Chuyển đổi Nhóm, ngoại trừ từ nhóm 64.01 đến 64.04, 6406.10 hoặc cụm mũ giày, trừ từ gỗ, của phân nhóm 6406.90 với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp.
6406 (Các bộ phận của giày, dép (kể cả mũ giày đã hoặc chưa gắn đế trừ đế ngoài); miếng lót của giày, dép có thể tháo rời, đệm gót chân và các sản phẩm tương tự; ghệt, quần ôm sát chân và các sản phẩm tương tự, và các bộ phận của chúng)	Chuyển đổi Chương; hoặc Không chuyển đổi mã số hàng hóa, với điều kiện RVC không thấp hơn: (a) 45% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 55% theo cách tính gián tiếp.

➤ **Đối với nhóm hàng gỗ, các mặt hàng gỗ và đồ nội thất (HS 44, và HS 94):**

Hiện Việt Nam mới chỉ bảo đảm được khoảng 70% nguyên liệu gỗ khai thác trong nước, còn lại là gỗ nhập khẩu từ nhiều nguồn ngoài các nước CPTPP. Nếu chỉ xét hàng xuất khẩu thì tỷ lệ sử dụng gỗ nguyên liệu nhập khẩu có thể còn cao hơn (do nhiều trường hợp gỗ trong nước không đáp ứng yêu cầu chất lượng của khách hàng nước ngoài). Và không ít các nguyên liệu sử dụng trong sản xuất chế biến gỗ xuất khẩu (đinh, keo, sơn phủ ...) đang được nhập khẩu.

+ Đối với gỗ và các sản phẩm gỗ thuộc Chương 44: Quy tắc CTC chuyển đổi Nhóm (chuyển đổi mã HS ở cấp 4 số (Nhóm) – theo đó, mã HS cấp 4 số của thành phẩm phải khác mã HS của nguyên liệu không có xuất xứ CPTPP).

+ Đối với các sản phẩm đồ nội thất từ gỗ thuộc Chương 94: Kết hợp quy tắc CTC chuyển đổi Nhóm và quy tắc RVC tối thiểu (hàng hóa phải đạt một ngưỡng tỷ lệ tối thiểu giá trị nguyên liệu có xuất xứ CPTPP).

Mã HS	Quy tắc xuất xứ
Chương 44 44.01 - 44.21	Chuyển đổi Nhóm

	Chuyển đổi cho hàng hóa của nhóm 44.01 đến 44.21 từ bất kỳ nhóm nào khác.
9403.10 - 9403.40	Chuyển đổi Nhóm; hoặc RVC tối thiểu: (a) 30% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 40% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 50% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 94.03.
9403.50	Chuyển đổi Nhóm; hoặc RVC tối thiểu: (a) 35% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 45% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 55% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 94.03
9403.60	i) Đối với các sản phẩm nội thất ngoài trời: - Chuyển đổi Nhóm; hoặc - RVC tối thiểu: (a) 30% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 40% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 50% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 94.03. ii) Đối với các sản phẩm khác: - Chuyển đổi Nhóm; hoặc - RVC tối thiểu: (a) 35% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 45% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 55% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 94.03.

➤ **Đối với nhóm hàng thủy sản (HS 03 và nhóm HS 1604 -1605):**

+ Đối với các sản phẩm thủy sản sử dụng nguyên liệu thủy sản nuôi trồng hoặc khai thác trên lãnh thổ Việt Nam, các nguyên liệu khác như bao bì đóng gói, một số phụ gia, chất bảo quản nếu có xuất xứ từ ngoài khu vực CPTPP giá trị cũng không đáng kể, việc đáp ứng QTXH của CPTPP tương đối dễ dàng.

+ Đối với các sản phẩm sử dụng nguyên liệu thủy sản nhập khẩu (hiện đây đang là xu hướng đáng chú ý, do tăng trưởng xuất khẩu thủy sản Việt Nam vượt tăng trưởng nuôi trồng/khai thác thủy sản) việc đáp ứng các quy tắc xuất CPTPP có thể là vấn đề khó khăn.

Mã HS	Quy tắc xuất xứ
Chương 03 (các sản phẩm thủy sản tươi và sơ chế)	Chuyển đổi Chương, hoặc Nhóm. Một số ít sản phẩm kết hợp Chuyển đổi Chương/Nhóm với Hàm lượng giá trị khu vực 40% hoặc 45%.
Nhóm 16.04 và 16.05 (sản phẩm thủy sản chế biến)	Chuyển đổi Chương Một số ít sản phẩm thuộc nhóm 160420 (cá đã được chế biến hoặc bảo quản khác): kết hợp Chuyển đổi Chương và Hàm lượng giá trị khu vực 40%.

➤ **Đối với ngành dệt may(HS 50-63):**

Quy tắc xuất xứ với các nhóm sản phẩm dệt may được quy định trong Phụ lục 4A-*Textiles and Apparel Product – Specific Rules of Origin của Chương 4 CPTPP.*

Quy tắc xuất xứ chủ đạo đối với hàng dệt may trong CPTPP là “yarnforward” (“từ sợi trở đi”), hay còn gọi là quy tắc “ba công đoạn”.

Quy tắc này được hiểu một cách chung nhất là tất cả các công đoạn sản xuất hàng dệt may từ sợi trở đi, bao gồm (i) kéo sợi, dệt và nhuộm vải; (ii) cắt và (iii) may quần áo phải được thực hiện trong nội khối CPTPP.

Các FTA trước đây của Việt Nam, quy tắc xuất xứ đối với hàng dệt may chủ yếu là quy tắc đơn giản “cắt và may” từ FTA ASEAN-Nhật Bản và Việt Nam-Nhật Bản là áp dụng quy tắc “từ vải trở đi”.

CPTPP chỉ chấp nhận 03 mặt hàng được áp dụng quy tắc xuất xứ “cắt và may”, gồm: Vali, túi xách; Áo ngực phụ nữ; và Quần áo trẻ em bằng sợi tổng hợp.

Bên cạnh đó, Chương Dệt may của CPTPP quy định một số ngoại lệ và linh hoạt đối với quy tắc xuất xứ “từ sợi trở đi” thuộc 02 nhóm sau:

(i) Tỷ lệ tối thiểu (De minimis)	(ii) Danh mục nguồn cung thiếu hụt
Các sản phẩm dệt may ngoài các Chương từ 61 đến 63 không đáp ứng được các quy tắc xuất xứ về chuyển đổi mã HS quy định trong Phụ lục A-Chương 4 của Hiệp định, nhưng trọng lượng các nguyên liệu không đáp ứng được quy tắc chuyển đổi mã HS đó không vượt quá 10% tổng trọng lượng của sản phẩm Các sản phẩm dệt may từ các Chương 61 đến 63 không đáp ứng được các quy tắc xuất xứ về chuyển đổi mã HS quy định trong Phụ lục A-Chương 4 của Hiệp định, nhưng trọng lượng của các nguyên liệu sợi không đáp ứng quy tắc chuyển đổi mã số HS được dùng trong sản xuất ra thành phần quyết định mã HS của sản phẩm dệt may đó có trọng lượng không vượt quá 10% tổng trọng lượng của thành phần đó.	Danh mục được quy định trong Phụ lục 1 của Phụ lục 4-A của Chương 4. Gồm 187 loại sợi và vải được phép nhập khẩu từ các nước bên ngoài CPTPP để sản xuất hàng dệt may mà vẫn được hưởng ưu đãi thuế quan theo CPTPP. Danh mục này gồm 2 loại: Danh mục nguồn cung thiếu hụt tạm thời: gồm 08 loại nguyên liệu được phép nhập khẩu từ các nước ngoài CPTPP mà vẫn được coi là đáp ứng quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan, nhưng chỉ được trong vòng 5 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Danh mục nguồn cung thiếu hụt vĩnh viễn: gồm 179 loại nguyên liệu được phép nhập khẩu từ các nước ngoài CPTPP mà vẫn được coi là đáp ứng quy tắc xuất xứ CPTPP để hưởng ưu đãi thuế quan trong CPTPP, không hạn chế về thời gian.

➤ **Đối với nhóm hàng rau quả (HS07, HS08):**

Đối với các sản phẩm rau tươi và sơ chế thuộc Chương 07: Toàn bộ Chương 07 có QTXX là Chuyển đổi Chương.

Đối với các sản phẩm quả tươi và sơ chế thuộc Chương 08: Đa số các sản phẩm có QTXX chuyển đổi Chương, một số sản phẩm có quy tắc chuyển đổi Phân nhóm, một số kết hợp quy tắc chuyển đổi Chương và quy tắc RVC tối thiểu 45%.

Mã HS	Quy tắc xuất xứ
0801.11 - 0801.31	Chuyển đổi Chương
0801.32	Chuyển đổi Phân nhóm
08.02 - 08.13	Chuyển đổi Chương
08.14	Chuyển đổi Chương, hoặc RVC tối thiểu 45% theo phương pháp build-down

Đối với các sản phẩm rau quả đã qua chế biến chương 20: Các sản phẩm rau quả chế biến có QTXX đa dạng, tùy thuộc vào từng dòng sản phẩm mà QTXX có thể là chuyển đổi Chương, Nhóm hoặc Phân nhóm, hoặc chuyển đổi HS kết hợp với RVC tối thiểu 40% (hoặc 45 - 50% với một số ít sản phẩm).

➤ **Đối với nhóm hàng máy điện, thiết bị điện (HS 85):**

Mã HS	Quy tắc xuất xứ
8501.10	Chuyển đổi nhóm, ngoại trừ từ stato hoặc rôto của nhóm 85.03; hoặc RVC không thấp hơn: (a) 30% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 40% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 50% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 85.01 và stato hoặc rôto của nhóm 85.03.
8501.20 - 8501.64	Chuyển đổi nhóm
85.02 - 85.03	Chuyển đổi nhóm
85.04	Chuyển đổi nhóm; hoặc RVC không thấp hơn: (a) 30% theo cách tính trực tiếp; hoặc (b) 40% theo cách tính gián tiếp; hoặc (c) 50% theo cách tính giá trị tập trung, chỉ tính tới nguyên phụ liệu không có xuất xứ của nhóm 85.05.
8505.11-8505.20	Chuyển đổi nhóm

IV. MỘT SỐ LƯU Ý DÀNH CHO DOANH NGHIỆP

4.1. Các tiêu chuẩn kỹ thuật theo Hiệp định CPTPP

a. Quy định SPS

Các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS) là nhằm khiến cho việc áp dụng các biện pháp ngăn chặn nhập khẩu vì lý do an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật trở nên khó áp dụng hơn, từ đó, giúp thương mại hàng hóa nông nghiệp được thuận lợi hơn.

Các nước CPTPP, trong đó có Việt Nam và Canada, được tiếp tục giữ quyền chủ động trong việc ban hành và áp dụng các biện pháp SPS nhưng phải đảm bảo rằng các biện pháp đó (i) dựa trên các căn cứ khoa học hoặc theo các tiêu chuẩn, hướng dẫn, khuyến nghị quốc tế, và (ii) chỉ được áp dụng ở mức cần thiết, không gây cản trở thương mại và không phân biệt đối xử giữa các sản phẩm trong nước và nước ngoài.

Ngoài ra, CPTPP có một số cam kết đáng chú ý có thể tác động tới hợp tác giữa các nước thành viên CPTPP (mà trong trường hợp này là Việt Nam và Canada) trong vấn đề SPS sau:

- Khuyến khích Việt Nam và Canada có các bước đi nhằm công nhận tương đương các biện pháp SPS của nhau;
- Yêu cầu Việt Nam và Canada phải bảo đảm quy trình thông tin liên quan tới các biện pháp khẩn cấp khi có các rủi ro nghiêm trọng liên quan đến sức khỏe hoặc tính mạng con người, động vật hoặc thực vật (bao gồm cả trường hợp khẩn cấp về thực phẩm);
- Các quy trình (đặc biệt là các thời hạn) bắt buộc để Canada phê duyệt danh sách các cơ sở/đơn vị của Việt Nam đủ điều kiện về an toàn thực phẩm để nhập khẩu vào nước mình, và ngược lại;
- Bảo đảm minh bạch trong quá trình ban hành, thực hiện các biện pháp SPS của Việt Nam và Canada.

b. Quy định TBT:

Các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) được quy định tại Chương 8 của Hiệp định. Thành viên CPTPP cam kết đảm bảo tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp không tạo ra rào cản không cần thiết cho thương mại giữa các nước, đẩy mạnh tính minh bạch và hợp tác giữa các quốc gia.

Ngoài việc yêu cầu các nước áp dụng một số điều khoản TBT của WTO, các thành viên CPTPP (trong đó có Việt Nam và Canada) chịu thêm một số các cam kết liên quan tới quy trình đánh giá sự phù hợp và yêu cầu cho các tiêu chuẩn TBT đối với một số sản phẩm cụ thể.

- Về tiêu chuẩn: Các bên cam kết xây dựng tiêu chuẩn dựa trên vai trò quan trọng hơn của tiêu chuẩn quốc tế, làm giảm các rào cản không cần thiết đối với thương mại. Các

nước thành viên phải đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật đã thông qua phải được công bố ngay hoặc phải sẵn sàng được cung cấp ngay khi cần.

- Về quy chuẩn: Khác với tiêu chuẩn được áp dụng tự nguyện, quy chuẩn là biện pháp kỹ thuật mà các quốc gia ràng buộc đối với các loại hàng hóa. Đối với vấn đề này, CPTPP yêu cầu thành viên cam kết thực hiện theo các quy định trong Hiệp định TBT của WTO. Theo đó, các nước khi ban hành quy chuẩn cần đảm bảo hài hòa với các tiêu chuẩn quốc tế.

- Về quy trình đánh giá sự phù hợp: CPTPP đặt ra yêu cầu không phân biệt đối xử giữa các tổ chức đánh giá sự phù hợp đặt trụ sở tại các quốc gia CPTPP khác và tổ chức của quốc gia mình. Bên cạnh đó, các nước thành viên không được yêu cầu tổ chức đánh giá sự phù hợp đặt trụ sở hay văn phòng đại diện ở quốc gia mình. Các quy định này có ý nghĩa thúc đẩy việc thừa nhận lẫn nhau trong chứng nhận, phê duyệt, cấp phép hoặc công nhận dưới hình thức khác giữa các nước thành viên CPTPP.

Chương TBT cũng đưa ra các yêu cầu về tính minh bạch. Ngoài sự tham gia của chính phủ, CPTPP khuyến khích các phương pháp tăng cường tính minh bạch bằng cách sử dụng các công cụ điện tử, hướng tới việc tham gia của cộng đồng.

Đối với một số loại hàng hóa cụ thể, CPTPP có phụ lục về các nguyên tắc ràng buộc thành viên khi ban hành các quy định TBT đối với sáu nhóm hàng hóa là rượu vang và đồ uống chưng cất, các sản phẩm công nghệ thông tin, dược phẩm, thiết bị y tế, mỹ phẩm, thực phẩm đóng gói và phụ gia thực phẩm.

c. Thương mại điện tử

Chương Thương mại điện tử trong CPTPP đưa ra những cam kết tập trung vào 3 nhóm chính:

- *Nhóm các cam kết liên quan tới chính sách về thương mại điện tử.*
- *Nhóm các cam kết liên quan tới bảo vệ người tiêu dùng*
- *Nhóm các cam kết về tôn trọng tự do của các chủ thể tham gia thương mại điện tử*

Các nước thành viên CPTPP cũng được trao cho những quyền liên quan đến vấn đề thương mại điện tử, bao gồm:

- Quyền áp các loại thuế, phí, lệ phí nội địa đối với các “nội dung được truyền bằng phương thức điện tử”, miễn là các loại thuế, lệ phí hoặc khoản thu đó phù hợp với các quy định của Hiệp định

- Có quyền không áp dụng nghĩa vụ “không phân biệt đối xử” đối với các hoạt động sử dụng các khoản trợ cấp hay tài trợ bởi Chính phủ của một nước thành viên CPTPP khác.

- Mỗi nước thành viên có thể có những yêu cầu quản lý riêng đối với việc lưu chuyển thông tin bằng các phương thức điện tử; đối với việc sử dụng và đặt máy chủ (bao gồm cả các yêu cầu để đảm bảo an ninh, bảo mật thông tin liên lạc).

Bên cạnh đó, chương Thương mại điện tử cũng có một nhóm các quy định riêng nhằm hạn chế Nhà nước can thiệp vào quyền tự do tiếp cận thương mại điện tử của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

d. Sở hữu trí tuệ

Sở hữu trí tuệ được coi là một trong những nội dung gây nhiều tranh cãi và cũng khó khăn nhất trong đàm phán TPP trước đây. Điều này cũng là lý do khiến Chương về sở hữu trí tuệ có nhiều Điều, khoản bị tạm dừng thực thi nhất (11 Điều, khoản) trong TPP phiên bản 11 quốc gia. Những cam kết chính trong chương này gồm có 4 nhóm:

- *Cam kết chung;*
- *Cam kết về các tiêu chuẩn bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ;*
- *Cam kết về một số sản phẩm sở hữu trí tuệ đặc thù;*
- *Cam kết thực thi các quyền sở hữu trí tuệ.*

So với những hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ mà trước đây Việt Nam tham gia, CPTPP có mức độ bao phủ rộng và yêu cầu khắt khe hơn. Cụ thể:

Đối tượng được bảo hộ: Ngoài các đối tượng truyền thống mà pháp luật mà các nước đang bảo hộ (như chữ, ký hiệu, từ ngữ, hình ảnh), CPTPP còn mở rộng ra cả âm thanh, và khuyến khích các nước bảo hộ cả mùi.

Đối với trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng, CPTPP yêu cầu quốc gia thành viên không được lấy tiêu chí số lượng các quốc gia đã bảo hộ nhãn hiệu, đã công nhận nhãn hiệu nổi tiếng hoặc đã nằm trong danh mục nhãn hiệu nổi tiếng để quyết định bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng.

CPTPP yêu cầu 11 nước tham gia phải áp dụng các biện pháp cụ thể để đảm bảo thủ tục hành chính ngắn gọn, minh bạch trong đăng ký, gia hạn nhãn hiệu thương mại, đảm bảo cơ hội phản hồi của người nộp đơn cũng như cơ hội phản đối của các bên thứ ba, đồng thời khuyến khích các nước sử dụng hệ thống đăng ký nhãn hiệu thương mại điện tử để minh bạch hóa các quy trình này.

Ngoài ra, CPTPP cũng có quy định về cơ chế giải quyết tranh chấp nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ giữa quốc gia với quốc gia qua đó đảm bảo 11 nước thành viên thực hiện nghiêm túc các quy định tại Chương này.

e. Yêu cầu về lao động

Với mục tiêu đẩy mạnh phát triển bền vững, tăng trưởng thương mại đầu tư gắn liền với nâng cao lợi ích của người lao động, CPTPP đã bổ sung các quy định về trách nhiệm của các bên tham gia trong việc đảm bảo quyền, lợi ích của người lao động. Cụ thể, CPTPP đặt ra hai yêu cầu chính về lĩnh vực lao động đối với 11 nước tham gia là: (i) hoàn thiện hệ thống pháp luật theo tiêu chuẩn quốc tế và (ii) đảm bảo yếu tố thực thi trong thực tế áp dụng.

Đối với yêu cầu (i), CPTPP đòi hỏi các nước thành viên phải tuân thủ các tiêu chuẩn lao động trong Tuyên bố 1998 của ILO về Các nguyên tắc và các quyền cơ bản tại nơi làm việc (4 nguyên tắc chính) như sau:

- *Quyền tự do liên kết và thương lượng tập thể của người lao động và người sử dụng lao động;*
- *Xóa bỏ lao động cưỡng bức và lao động bắt buộc;*
- *Cấm sử dụng lao động trẻ em;*
- *Xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp*

Liên quan đến yêu cầu (ii), CPTPP nhấn mạnh các quốc gia ký kết Hiệp định phải loại bỏ những hành vi có tính liên tục hoặc chuỗi hành vi lặp đi lặp lại có thể gây ảnh hưởng đến hiệu lực thực thi của các quy định pháp luật lao động tại mỗi nước.

Các nội dung đã nêu ở trên chỉ mang tính nền tảng, và chủ yếu đặt ra nghĩa vụ cho cơ quan nhà nước ở cấp trung ương và địa phương. CPTPP bổ sung cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề lao động giữa những nước thành viên. Quy định này cho phép quốc gia khởi kiện có thể ngừng cung cấp những ưu đãi thương mại như đã nêu trong Hiệp định cho nước thành viên bị khởi kiện định nếu nước này, theo phán quyết của cơ quan giải quyết tranh chấp, đã không thực thi hoặc thực thi không đầy đủ các nghĩa vụ về bảo đảm tiêu chuẩn lao động như đã cam kết.

Phần lớn các ngành hàng tiềm năng của Việt Nam như thủy sản, dệt may, gỗ...sử dụng nhiều lao động, lại có môi trường lao động đặc thù (môi trường nước, ẩm, lạnh, sử dụng hóa chất..., tiếng ồn, bụi mùn cưa, nhiều máy móc sử dụng có đặc thù về độ rung, đồ ồn có ảnh hưởng trực tiếp tới sức khỏe...). Do đó, các cam kết của CPTPP về lao động sẽ tác động gián tiếp đến các ngành hàng của Việt Nam.

f. Yêu cầu về bảo vệ môi trường

CPTPP là Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới yêu cầu các quốc gia thành viên phải đảm bảo sự đầy đủ hệ thống pháp luật và thực thi hiệu quả những quy định này. Đồng thời, Hiệp định cũng yêu cầu các nước tham gia hợp tác giải quyết những vấn đề môi trường chính bao gồm:

- Bảo vệ tầng ozone, thông qua thực hiện các chương trình, chính sách kiểm soát các hợp chất phát thải vào khí quyển;

- Triển khai những biện pháp nhằm ngăn ngừa ô nhiễm môi trường đại dương từ tàu biển;
- Bảo tồn và gìn giữ nguồn tài nguyên thiên nhiên thông qua việc ban hành quy định, cấm, và trừng phạt hoạt động khai thác, giao thương trái phép các loài động thực vật;
- Bảo vệ, khai thác phù hợp nguồn lợi hải sản trong đó nhấn mạnh đến hoạt động bảo tồn lâu dài cá mập, rùa biển, chim biển và động vật có vú ở đại dương.

Đồng thời, CPTPP cũng yêu cầu các quốc gia thành viên thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với tư cách bên tham gia các Điều ước quốc tế tương ứng với những vấn đề nêu trên bao gồm: Nghị định thư Montreal về các chất làm suy giảm tầng ozone; Công ước quốc tế về ngăn ngừa ô nhiễm từ tàu biển (Công ước Marpol); Công ước quốc tế về buôn bán các loài động thực vật hoang dã đang bị đe dọa (Công ước CITES) và các Công ước, thỏa thuận quốc tế về bảo vệ biển, nguồn cá biển và Chương trình hành động quốc tế ngăn ngừa, ngăn chặn và xóa bỏ hoạt động đánh hải sản bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định.

Bên cạnh đó, CPTPP còn đề cập đến nghĩa vụ của 11 nước thành viên liên quan đến các vấn đề như bảo tồn đa dạng sinh học, tiếp cận nguồn gen sinh vật; phòng trừ sinh vật ngoại lai nguy hại; thúc đẩy giảm phát thải và xây dựng nền kinh tế bền vững, năng động.

Ngoài ra, CPTPP đã thiết lập cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề môi trường giữa những nước thành viên; đây là cách thức giúp các thành viên có thể giám sát lẫn nhau để đảm bảo việc thực thi các cam kết về môi trường của từng nước được thực thi đầy đủ.

g. Lưu ý về thực tiễn và quy định của Canada

- *Các quy định của Cơ quan Liên bang Canada*: Có 2 Cơ quan Liên bang khác nhau quản lý về Thực phẩm ở Canada:

+ Cơ quan Y tế Công cộng của Canada: trao quyền cho người dân Canada để cải thiện sức khỏe. Hợp tác với những người khác, các hoạt động tập trung vào việc ngăn ngừa bệnh tật và thương tích, thúc đẩy sức khỏe thể chất và tinh thần tốt, và cung cấp thông tin để hỗ trợ ra quyết định sáng suốt.

+ Bộ Y tế Canada: chịu trách nhiệm thiết lập các tiêu chuẩn về sự an toàn và chất lượng dinh dưỡng của tất cả các loại thực phẩm được bán ở Canada. Thực hiện điều này ủy thác theo thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm và Thuốc và theo đuổi các quy định của nó ủy nhiệm theo Quy định Thực phẩm và Dược phẩm.

- *Quy định của CFIA*: Bao bì, danh sách thành phần và Ghi nhãn dinh dưỡng
- Luật Thực phẩm và Thuốc và Quy định Thực phẩm và Thuốc www.laws.justice.gc.ca
- Đạo luật và Quy định về Bao bì và Ghi nhãn dành cho Người tiêu dùng
- Công cụ ghi nhãn ngành (www.inspection.gc.ca)

- *Đáp ứng các thủ tục đánh giá phù hợp*: chứng nhận và Tiêu chuẩn công nghiệp tự nguyện

- *Quy định nhập khẩu*: Nhà nhập khẩu có trách nhiệm đảm bảo thực phẩm chúng nhập khẩu vào Canada an toàn và đáp ứng tất cả yêu cầu quy định hiện hành.

- *Các quy định về phòng vệ thương mại*: Luật các Biện pháp Nhập khẩu đặc biệt cho phép Canada được áp dụng một số biện pháp phòng vệ thương mại: áp dụng thuế chống bán phá giá (anti-dumping), chống trợ cấp (countervailing), biện pháp tự vệ (safeguards), thuế chống lẩn tránh (anti-circumvention).

Việt Nam là một trong 02 nước Canada được liệt kê trong Section 20 - nền kinh tế phi thị trường. Trong khoảng 5 năm gần đây, Việt Nam là một trong những nước tham gia nhiều vào các vụ điều tra phòng vệ thương mại của Canada. Hiện 4 nhóm hàng của Việt Nam, gồm: ống thép các-bon, thép cán nguội, khớp nối bằng đồng và ống dẫn dầu đang chịu thuế chống bán phá giá và thuế trợ cấp khi nhập khẩu vào Canada và nhóm hàng thép chống ăn mòn đang trong quá trình điều tra.

4.2. Xu hướng và thị hiếu của thị trường:

Hơn một nửa người tiêu dùng Canada (54%) có độ tuổi từ 24 đến 65, trong đó khoảng 29% là người trẻ và 17% là người lớn tuổi. Dân số sống ở thành phố chiếm tỷ lệ cao (82%) và

tập trung chủ yếu ở phía Nam, gần biên giới với Mỹ. Người tiêu dùng Canada có thói quen mua sắm nhiều và đa dạng, sẵn sàng mua những sản phẩm mới.

Các sản phẩm, dịch vụ mua sắm chủ yếu của người Canada là phương tiện vận chuyển, tạp hóa, thực phẩm và đồ uống. Người tiêu dùng Canada đa dạng về chủng tộc. Hiện tại số người nhập cư tại Canada chiếm khoảng 20% dân số, trong đó gần một nửa là người gốc châu Á và tăng nhanh trong những năm gần đây và sẽ ảnh hưởng tới thói quen tiêu dùng của người Canada, đặc biệt liên quan tới thực phẩm – với nhóm dân cư này thì hàng nhập khẩu được coi là hấp dẫn hơn hàng trong nước.

Về xu hướng tiêu dùng, người Canada ngày càng quan tâm đến tiêu dùng bền vững. Họ hướng tới tiêu dùng các sản phẩm có tính nhân văn hoặc sản phẩm hữu cơ, sản phẩm tự nhiên, đặc biệt là đối với thực phẩm và quần áo.

Về phương thức mua sắm, mặc dù mua sắm trực tuyến tại Canada ngày càng gia tăng, người tiêu dùng Canada vẫn thích đến các cửa hàng. Do đó, mô hình kết hợp hiện đang phổ biến: người tiêu dùng thường lựa chọn xem hàng trực tuyến nhưng mua tại cửa hàng hoặc đặt hàng trực tuyến rồi lấy tại cửa hàng.

Xu hướng tiêu dùng của người dân Canada đang ảnh hưởng bởi các phương tiện quảng cáo và truyền thông qua mạng xã hội. Ví dụ các bình luận trên các nền tảng mạng xã hội có thể tác động đáng kể đến quyết định mua sắm của một bộ phận người tiêu dùng Canada.

4.3. Môi trường và tập quán kinh doanh

- Các doanh nghiệp Canada quan tâm rất nhiều đến website của doanh nghiệp xuất khẩu, họ đánh giá ban đầu về thông tin được thể hiện trên website để đưa ra quyết định về việc hợp tác và phát triển mối quan hệ kinh doanh;

- Khi bắt đầu làm quen với đối tác Canada, cần tránh hỏi những thông tin cá nhân như độ tuổi, cân nặng, thói quen;

- Bắt tay được sử dụng khi chào hỏi hay giới thiệu, khi tiếp xúc với người Canada, bạn cần phải tỏ ra rất cởi mở và thân thiện. Khi nói chuyện bạn cũng nên nhìn thẳng một cách tự nhiên vào đối phương để thể hiện thái độ chân thành, tôn trọng và quan tâm tới điều họ nói;

- Về bề ngoài rất quan trọng đối với người Canada. Chính vì vậy bạn nên ăn mặc trang trọng và lịch sự trong kinh doanh;

- Ở nơi làm việc, người Canada không sử dụng nước hoa hay các sản phẩm đậm mùi hương như dầu gội đầu, keo xịt tóc. Bởi vậy tốt nhất không nên dùng các sản phẩm này hoặc nếu có thì cũng rất hạn chế;

- Khi làm việc với đối tác Canada, yếu tố đúng giờ rất quan trọng;

- Canada có hai ngôn ngữ chính thống, đó là tiếng Anh và tiếng Pháp; rất nhiều các tổ chức Canada đòi hỏi các tài liệu cần phải có cả tiếng Anh và tiếng Pháp. Chính vì vậy tốt hơn cả là danh thiếp của bạn nên được in bằng cả tiếng Anh và tiếng Pháp;

- Việc tổ chức các buổi chiêu đãi cũng như tiệc kinh doanh rất phổ biến ở Canada. Bạn có thể tặng quà đối tác của mình khi kết thúc một giao dịch. Món quà không nên đắt tiền, người Canada thường thích những món quà bạn mang tới từ đất nước của bạn.

4.4. Kênh phân phối

- Hàng hóa nhập khẩu vào Canada có thể theo 2 kênh: (i) trực tiếp từ người xuất khẩu đến người nhập khẩu, người bán buôn, bán lẻ; hoặc (ii) gián tiếp qua trung gian, các công ty thương mại. Mỗi nhóm hàng hóa có thể có hình thức/kênh nhập khẩu phổ biến khác nhau.

Tóm lược các hình thức nhập khẩu phổ biến của Canada theo loại hàng hóa

Loại hàng hóa	Hình thức phân phối
Các thiết bị công nghiệp lớn	Thường được nhập khẩu trực tiếp bởi người tiêu dùng cuối cùng
Các thiết bị nhỏ và vật tư công nghiệp	Thường được nhập khẩu bởi các nhà phân phối độc quyền hoặc các chi nhánh bán hàng của nhà sản xuất

Hàng tiêu dùng

Thường được mua trực tiếp bởi các nhà bán buôn Canada, các cửa hàng bách hóa, các nhà đặt hàng qua thư, các chuỗi cửa hàng, hợp tác thu mua hàng, các cửa hàng chuyên về một dòng sản phẩm. Các nhóm này có thể có các đại lý thu mua ở các nước sở tại để mua hàng hóa rồi nhập về Canada.

Canada công khai danh sách các nhà nhập khẩu lớn:

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/ciddic.nsf/eng/home>

- Tại Canada hàng hóa chủ yếu được bán thông qua hình thức: bán tại cửa hàng truyền thống và cửa hàng trực tuyến, trong đó, hình thức trực tuyến ngày càng phát triển.

- Kênh phân phối, bán lẻ tại Canada có tính đa dạng. Nhiều tập đoàn lớn hiện diện tập trung kinh doanh những nhóm sản phẩm nhất định như The Brick kinh doanh nội thất và đồ điện gia dụng, Staples cung cấp văn phòng phẩm, Future Shop, Best Buy Canada cung ứng thiết bị điện tử,... Lĩnh vực thương mại thực phẩm có tính tập trung hóa cao độ, các doanh nghiệp lớn tiêu biểu là Sobeys và Loblaws.

- Siêu thị và các cửa hàng bách hóa truyền thống vẫn là kênh mua sắm chính yếu tại quốc gia này (chiếm hơn 50 các kênh phân phối hàng hóa); những đại siêu thị xuất hiện ngày càng nhiều hơn; nhiều hãng bán lẻ lớn của Mỹ như Costco, Walmart đã và đang có mặt tại thị trường Canada. Bên cạnh đó, những cửa hàng giảm giá đang có xu hướng phát triển do tăng trưởng không cao và tình hình kinh tế chững lại.

- Các kênh thương mại điện tử lớn nhất hiện tại của Canada là: Amazon Canada, eBay Canada, Walmart Canada, Best Buy Canada, Canadian Tire, Costco Canada, Home Depot Canada.... Các nhà cung cấp hàng hóa nước ngoài có thể thông qua các kênh thương mại điện tử này để bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng Canada (hình thức bán hàng qua biên giới). Theo thống kê, quần áo thời trang là sản phẩm được mua bán trực tuyến nhiều nhất tại Canada, theo sau là các sản phẩm điện, điện tử.

Ngoài yếu tố giá và chất lượng, người mua Canada quan tâm nhiều đến yếu tố sự tin cậy, mối quan hệ, kinh nghiệm, khả năng và dịch vụ sau bán hàng của nhà cung cấp.

- Giao dịch: cần trả lời email, điện thoại trong vòng 24h, hoặc phải nói rõ thời gian trả lời.

- Giữ chữ tín: Canada là thị trường nhỏ, hầu hết người mua lớn đều biết nhau nên cần giữ lời hứa = chữ tín doanh nghiệp.

V. CÁC ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH

5.1. Tra cứu thông tin thị trường Canada thông qua các công cụ

- Công cụ TradeMap - Bản đồ Thương mại của ITC www.trademap.org

- Công cụ MacMap - Bản đồ Tiếp cận thị trường của ITC www.macmap.org

5.2. Các Đầu mối Thông Tin Về Thị Trường Canada

Vụ Thị trường Châu Âu - Châu Mỹ, Bộ Công Thương

Địa chỉ: Số 54 Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: 024 2220 5364

Email: hoanbt@moit.gov.vn

Cục Xuất Nhập khẩu, Bộ Công Thương

Địa chỉ: 54 Hai Bà Trưng - Hà Nội

Điện thoại: 024 2220 5431

Fax: 024 2220 5520

Thương vụ Việt Nam tại Canada

Địa chỉ: 161 Sherwood Drive, Ottawa, Ontario, K1Y 3V5, Canada

Điện thoại: (613)715-968340

Email: ca@moit.gov.vn; dungmex@yahoo.com

Hội đồng Thương mại Canada – Việt Nam

Địa chỉ: 2 Bloor Street West, Suite 700, Toronto, Ontario M4W 3E2 Canada

Điện thoại: (416) 305-8384

E-mail: info@canada-vietnamtrade.org

Website: www.canada-vietnamtrade.org

Tổ chức Xúc tiến Thương mại Canada - TFO Canada

(Hỗ trợ xuất khẩu của các nước đang phát triển sang Canada)

Địa chỉ: 130 Slater Street, Suite 400, Ottawa, Ontario, CANADA K1P 6E2

Điện thoại: 1.613.233.3925

Website: www.tfocanada.ca

Đại sứ quán Canada tại Việt Nam

Địa chỉ: Số 31 Hùng Vương, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại : +84 (24) 3734 5000

Email : hanoitd@international.gc.ca

Tổng lãnh sự quán Canada tại TP.HCM

Địa chỉ: Phòng 1002, Tòa Metropolitan, 235 Đồng Khởi, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: (011-84-28) 3827-9899

Fax: (011-84-28) 3827-9935

Email: hochi.trade-commerce@international.gc.ca

Hiệp hội Doanh nghiệp Canada tại Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 2 The Landmark, 5B Tôn Đức Thắng, Quận 1, TP HCM

Điện thoại: (+84) 287 304 5656

Email: info@canchamvietnam.org

Web: www.canchamvietnam.org

5.3. Trang web của các cơ quan bộ ngành của Canada

Trang chủ của cơ quan chính phủ Canada: <http://www.gc.ca/>

Bộ Ngoại giao - Ngoại thương Canada: www.dfait-maeci.gc.ca

Bộ Tư pháp Canada: www.laws.justice.gc.ca

Bộ Nông nghiệp Canada: www.agr.gc.ca

Bộ Công nghiệp Canada: www.strategis.ic.gc.ca

Bộ Nông nghiệp và Thực phẩm Nông nghiệp <http://www.fin.gc.ca/>

Bộ Ngư nghiệp và các vấn đề về biển <http://www.dfo-mpo.gc.ca/>

Bộ Y tế: <http://www.hc-sc.gc.ca/>

Bộ Tài nguyên thiên nhiên <http://www.nrcan-rncan.gc.ca/inter/index.html>

Bộ Giao thông <http://www.tc.gc.ca/>

Hải quan - Thuế Canada: www.ccra-adrc.gc.ca/customs

Cục giám định hàng thực phẩm Canada: www.inspection.gc.ca

Ủy ban tiêu chuẩn Canada (SCC): <http://www.scc.ca>

Hiệp hội nhãn mác Canada: <http://www.pac.ca/>

Hiệp hội các nhà xuất khẩu Canada: <http://www.importers.ca/>

Phòng thương vụ Canada: <http://www.tfoc.ca/>; email: tfoc@tfoc.ca

Hội chợ/triển lãm: www.exportsource.ca

Danh sách doanh nghiệp Canada:

http://strategis.ic.gc.ca/sc_coinf/ccc/engdoc/homepage.html

Thông tin về hoạt động xuất khẩu của Canada: <http://www.infoexport.gc.ca>

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương, 2021, Báo cáo xuất nhập khẩu 2021: <http://hoinhap.org.vn/tin-tuc/tin-trong-nuoc/38054-cong-bo-bao-cao-xuat-nhap-khau-viet-nam-2021.html>
2. Bộ ngoại giao Việt Nam, quan hệ Việt Nam-Canada: <https://vietnamembassy.ca/vi/quan-he-viet-nam-canada-2/>
3. Cơ sở dữ liệu của OECD về Canada <http://www.oecd.org/canada/>;
4. Doing business: <https://www.trade.gov/trade-search?q=doing+business>
5. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI: <https://vcci.com.vn/thi-truong>
6. Số liệu của Tổng cục thống kê Việt Nam. Tại địa chỉ <https://www.gso.gov.vn/>
7. The World Factbook CIA (<https://www.cia.gov/the-world-factbook/>)
8. World Bank, IMF
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=CA>
9. Website của Trung tâm Thương mại quốc tế <http://www.intracen.org/>;
10. Website của chính phủ Canada về thông tin về CPTPP, <http://international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accordscommerciaux/agr-acc/cptpp-ptpgp/overview-apercu.aspx?lang=eng>