



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ



Thị trường
các nước
CPTPP

THỊ TRƯỜNG CANADA

THÁNG 04/2023

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 39/GP - XBBT -
STTTT, ngày 12/12/2022
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG CANADA**
- 08 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CANADA**
- 25 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA**
- 39 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA**
- 40 NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG CANADA**
- 45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI CANADA**

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

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

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

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



BỘ CÔNG THƯƠNG



THE CANADIAN
CHAMBER
OF COMMERCE



CCC

Canadian Commercial Corporation
Corporation Commerciale Canadienne



Statistics
Canada

Statistique
Canada



THE WORLD BANK
IBRD - IDA | WORLD BANK GROUP



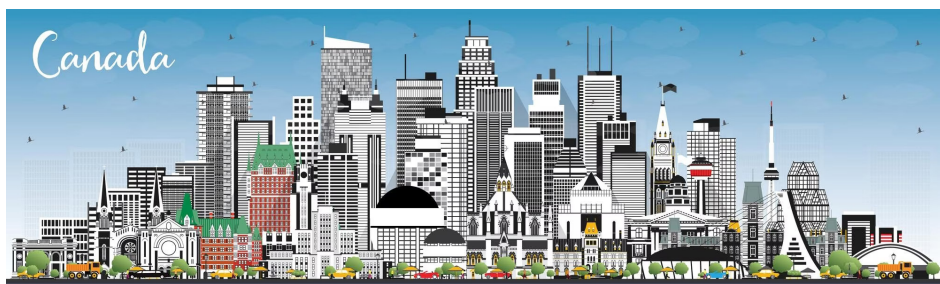
International
Trade
Centre



WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự quán Canada tại Thành phố Hồ Chí Minh
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG CANADA



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG CANADA

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Canada.

Thủ đô: Ottawa.

Quốc khánh Canada:
ngày 01/7/1867.

Các bang chính:
Canada có 10 bang và 3 lãnh thổ tự trị phía Bắc. Các tỉnh của Canada bao gồm: British Columbia, Alberta,

Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick, Nova Scotia, Đảo hoàng tử Edward, Newfoundland và Labrador.

Ba lãnh thổ của Canada bao gồm: Yukon, lãnh thổ Tây Bắc và Nunavut.

Thủ tướng: Ông Justin Trudeau.

Vị trí địa lý: Canada là quốc gia lớn thứ hai trên thế giới, sau Liên bang Nga và nằm ở cực bắc của Bắc Mỹ. Lãnh thổ Canada trải dài từ Đại Tây Dương sang Thái Bình Dương ở phía tây và giáp Bắc Băng Dương ở phía bắc. Về phía nam, Canada giáp với Hoa Kỳ bằng một biên giới không bảo vệ dài nhất thế giới. Phía tây bắc của Canada giáp với tiểu bang Alaska của Hoa Kỳ. Đông bắc của Canada có đảo Greenland (thuộc Đan Mạch). Ở bờ biển phía đông có quần đảo Saint-Pierre và Miquelon (thuộc Pháp).

Diện tích: 9.984.670 km²

- Đất liền: 9.093.507 km²
- Mặt nước: 891.163 km²

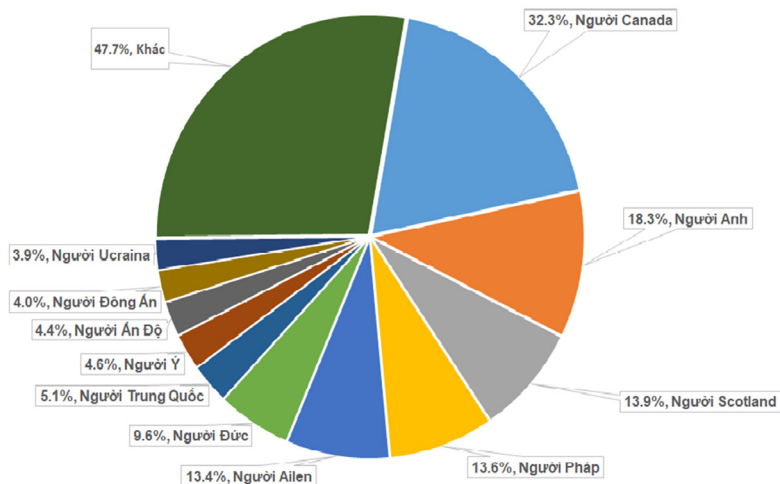
Dân số: 38.516.736 (số liệu ước tính năm 2023)

Tài nguyên thiên nhiên: Quặng sắt, niken, kẽm, đồng, vàng, chì, các nguyên tố đất hiếm, molybden, kali, kim cương, bạc, cá, gỗ, động vật hoang dã, than đá, dầu mỏ, khí tự nhiên, thủy điện.

Dân tộc: Canada 32,3%, Anh 18,3%, Scotland 13,9%, Pháp 13,6%, Ailen 13,4%, Đức 9,6%, Trung Quốc 5,1%, Ý 4,6%, Ấn Độ Bắc Mỹ 4,4%, Đông Ấn 4%, Ukraina 3,9%, khác 47,7% (số liệu ước tính năm 2016).

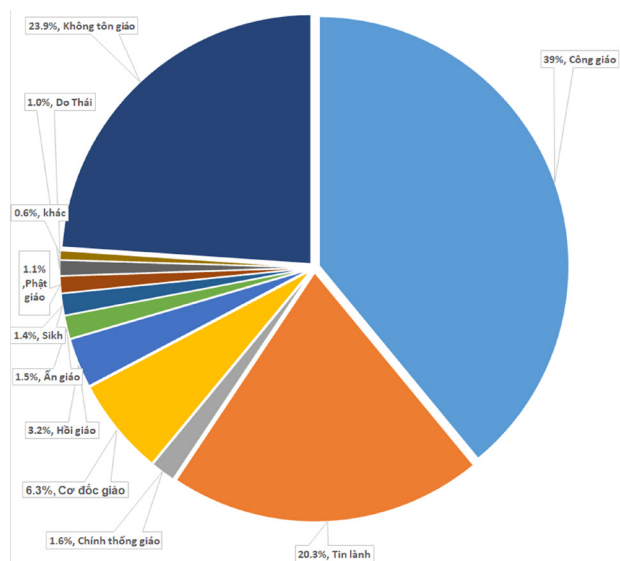


Cơ cấu dân tộc (Số liệu năm 2016)



Tôn giáo: Công giáo 39% (bao gồm Công giáo La Mã 38,8%, Công giáo khác 0,2%), Tin lành 20,3% (bao gồm Giáo hội Thống nhất 6,1%, Anh giáo 5%, Báp-tít 1,9%, Lutheran 1,5%, Ngũ Tuần 1,5%, Trưởng lão 1,4%, Tin lành khác 2,9%), Chính thống giáo 1,6%, Cơ đốc giáo khác 6,3%, Hồi giáo 3,2%, Ấn giáo 1,5%, Sikh 1,4%, Phật giáo 1,1%, Do Thái 1%, khác 0,6%, không có 23,9% (số liệu năm 2011 ước tính).

Cơ cấu tôn giáo (Số liệu năm 2011)



Ngôn ngữ: Tiếng Anh (chính thức) 58,7%, tiếng Pháp (chính thức) 22%, tiếng Ba Tư 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%, ngôn ngữ khác 10,5% (ước tính năm 2011)

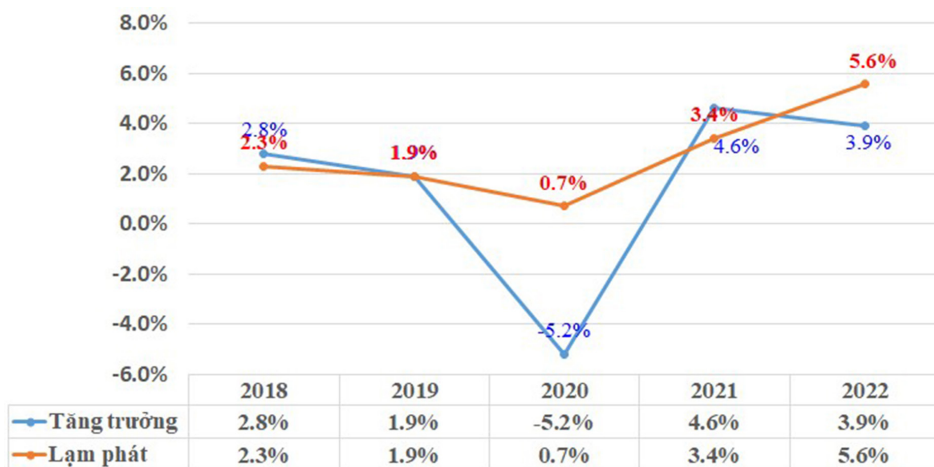
TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Canada đứng thứ 11 về xuất khẩu và 14 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Canada đứng thứ 16 về xuất khẩu và 16 về nhập khẩu. Canada xếp thứ 1 trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Nhưng trong bối cảnh tăng trưởng kinh tế toàn cầu sẽ giảm mạnh trong thời gian còn lại của năm 2022 và đến năm 2023, nhu cầu của nước ngoài đối với hàng xuất khẩu của Canada giảm hoặc giá hàng hóa đi xuống có thể đẩy nền kinh tế Canada vào suy thoái.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic, Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CANADA



THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Theo nhận định thì Canada vẫn là một trong những thị trường dễ tiếp cận trên thế giới. Tuy nhiên, các thủ tục hải quan Canada như việc ghi nhãn song ngữ, các yêu cầu về đóng gói và việc quyết toán thuế doanh thu của tỉnh và liên bang Canada vẫn có thể là một thách thức dành cho doanh nghiệp xuất khẩu vào Canada.

Thách thức lớn nữa với nhà xuất khẩu vào thị trường Canada là sự gia tăng cạnh tranh trong một số lĩnh vực mà đặc biệt là mỹ phẩm, các loại vitamin, điện tử và đồ dùng trong nhà thể hiện qua việc đòi hỏi về giá cả cạnh tranh, chiến lược xâm nhập và tiếp thị thị trường cũng như chính sách chiết khấu cao cho các đại lý và nhà phân phối.

Hiện có nhiều cơ hội dành cho việc mở rộng du lịch tại Canada và du lịch chữa bệnh.

Dân số Canada đang già đi nên nhu cầu về các sản phẩm cho người già ngày càng tăng. Người tiêu dùng Canada rất quan tâm đến thương hiệu, cẩn thận xem xét thông tin trên sản phẩm, đặc biệt là những sản phẩm liên quan đến sức khỏe và thích các sản phẩm có tính tiện lợi cao vì không có nhiều thời gian dành cho việc chọn lựa sản phẩm để mua.

➤ Cơ hội trong lĩnh vực nông nghiệp

Canada mặc dù có đất đai rộng lớn nhưng đất canh tác nông nghiệp chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ và có điều kiện thời tiết luôn thất thường. Tuy nhiên, nông nghiệp Canada đạt được nhiều thành tựu lớn. Canada là một trong những nhà cung cấp lớn nhất thế giới về các sản phẩm nông nghiệp, đặc biệt là lúa mì và các hạt ngũ cốc. Giống như tất cả các quốc gia phát triển khác: tỷ lệ dân số làm việc trong khu vực nông nghiệp và mức đóng góp GDP của ngành này đã giảm xuống đáng kể và sản xuất nông nghiệp của Canada nhận được nhiều trợ cấp và hỗ trợ của chính phủ. Tuy nhiên, trong khuôn khổ của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Canada là nước ủng hộ mạnh mẽ việc giảm những trợ cấp bóp méo thị trường. Năm lĩnh vực sản xuất nông nghiệp lớn nhất:

- Ngũ cốc và hạt có dầu (lúa mì, lúa mì cứng, yến mạch, lúa mạch, lúa mạch đen, hạt lanh, cải dầu, đậu nành, lúa gạo và ngô).
- Các loại thịt đỏ (thịt trâu, bò, heo, bê, và thịt cừu).
- Sữa và các sản phẩm từ sữa.
- Nghề làm vườn.
- Thịt gia cầm và trứng.

➤ Cơ hội trong lĩnh vực sản xuất

Sản xuất tại Canada chiếm khoảng 174 tỷ USD trong GDP, chiếm hơn 10% tổng GDP của cả nước. Nhờ vậy, 1,7 triệu việc làm được duy trì và duy trì thông qua nhiều ngành sản xuất chính ở Canada.

Sản xuất là một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế của các quốc gia phát triển. Canada có một ngành công nghiệp dịch vụ sôi động và cũng có ngành công nghiệp chính và sản xuất rất sôi động hỗ trợ ngành dịch vụ. Sản xuất chiếm hơn 10% GDP của Canada với các nhà sản xuất xuất khẩu hơn 350 tỷ USD hàng hóa và dịch vụ mỗi năm.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

Đối với nhiều công ty, việc tổ chức đoàn tham gia buổi triển lãm thương mại ở Canada có thể là bước khởi đầu tốt nhất.

Đối với các công ty có ngân sách hạn chế và nhân viên tiếp thị giới hạn thì nên sử dụng hình thức sau:

- Áp dụng phần mềm Client Finder để sử dụng các công cụ khai thác cơ sở dữ liệu tiên tiến để xác định các khách hàng tiềm năng và các đối tác của Canada.
- Các công ty nên làm việc với cơ quan dịch vụ thương mại để tìm kiếm khả năng bán hàng cho các cơ quan chính phủ Canada.

➤ Sử dụng đại lý hay nhà phân phối

Tại Canada, đối với thiết bị ngành công nghiệp có kích thước lớn thường được người sử dụng mua trực tiếp. Ngược lại, các thiết bị nhỏ hơn và vật tư ngành công nghiệp thường được nhập khẩu bởi các nhà bán sỉ, các nhà phân phối độc quyền hoặc các chi nhánh bán hàng của nhà sản xuất.

Hàng tiêu dùng thường được mua trực tiếp từ các nhà bán sỉ người Canada, các siêu thị, cửa hiệu bán hàng qua đường bưu điện, các chuỗi cửa hàng, các hợp tác xã thu mua và các nhà bán lẻ chuyên biệt. Nhiều người trong số các nhóm này có các đại lý thu mua của riêng họ tại nước ngoài, họ có thể được tiếp thị trực tiếp tại nước ngoài. Các đại lý của nhà sản xuất cũng có thể đóng vai trò trong việc bán hàng tiêu dùng.

➤ Các kênh phân phối và bán hàng

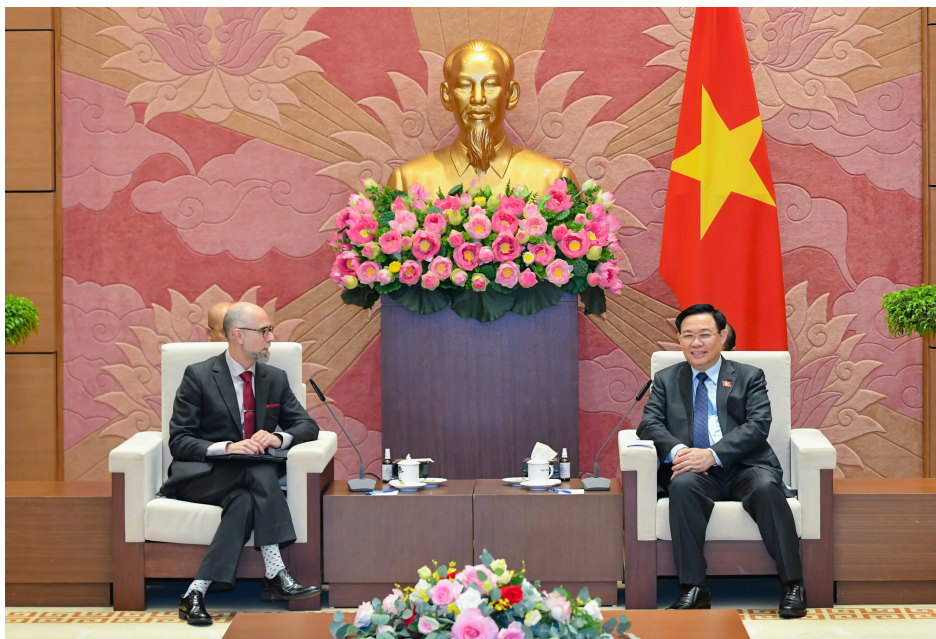
Phần lớn việc bán hàng cho các công ty của Canada được phân phối thông qua các kênh siêu thị và trong nhiều trường hợp các sản phẩm được chuyển trực tiếp từ nhà sản xuất đến người dùng cuối cùng. Kênh phân phối trực tiếp cũng được áp dụng đối với các sản phẩm công nghiệp. Trên 90% khách hàng tiềm năng đối với các sản phẩm công nghiệp thường tập trung tại 2 hoặc 3 thành phố lớn của Canada. Mặt khác, thị trường hàng tiêu dùng của Canada được phổ biến rộng rãi hơn so với thị trường ngành công nghiệp.

➤ Thương mại điện tử

Người tiêu dùng Canada ngày càng tin tưởng vào internet để đặt hàng trực tuyến. Trong thập kỷ vừa qua, việc doanh số bán hàng tiêu dùng qua internet đã tăng với tỉ lệ

cao hơn so với doanh số bán lẻ truyền thống. Hầu hết các công ty bán lẻ của Canada đã áp dụng các công nghệ không dây mới và các hệ thống dựa trên internet để cải thiện các mối quan hệ giữa các doanh nghiệp với nhau và doanh nghiệp với khách hàng quan hệ. Các công ty sản xuất và các tổ chức chính phủ cũng ngày càng có khả năng sử dụng internet cho việc mua sắm, đặc biệt là đối với các đơn đặt hàng nhỏ thường xuyên. Nhiều công ty nước ngoài tích hợp các giao dịch của Canada vào các trang web hiện tại của họ. Những công ty khác có liên kết và duy trì một miền .ca riêng biệt từ trang web.com của họ. Các công ty nước ngoài bán hàng cho doanh nghiệp và người tiêu dùng Canada trên Internet nên có các thủ tục đáp ứng yêu cầu hải quan Canada và định giá bằng đồng đôla Canada.

➤ Dịch vụ bán hàng và hỗ trợ khách hàng



Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ tiếp Đại sứ Canada tại Việt Nam Shawn Steil.

Các khách hàng Canada, cho dù là công ty hay cá nhân, đều có yêu cầu cao về dịch vụ bán và hỗ trợ khách hàng sau bán hàng. Khách hàng doanh nghiệp thường kỳ vọng các công ty nước ngoài có đại lý hoặc nhà phân phối tại Canada nơi có thể liên hệ ngay lập tức nếu phát sinh bất kỳ vấn đề nào. Khách hàng Canada mong đợi dịch vụ nhanh chóng và sản phẩm thay thế khẩn cấp nếu cần thiết. Một công ty nước ngoài thâm nhập

vào thị trường Canada nên đánh giá hệ thống dịch vụ và hỗ trợ sau bán hàng của công ty mình tại thị trường trong nước và nhân rộng mạng lưới này càng gần thị trường Canada càng tốt. Việc thiết lập số điện thoại miễn phí cho các dịch vụ ở thị trường Canada và thị trường trong nước là cực kỳ hữu ích trong việc duy trì liên lạc với khách hàng. Nếu có thể, việc bán hàng và dịch vụ nên được giải quyết trong Canada.

YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Đối với tất cả các lô hàng thương mại nhập khẩu vào Canada thủ tục quan trọng nhất mà doanh nghiệp xuất khẩu cần phải có là chứng từ hải quan Canada đã hoàn chỉnh hợp lệ hoặc các chứng từ tương đương được quy định. Các nhà xuất khẩu có thể sử dụng mẫu đơn riêng nếu mẫu đơn này có chứa các thông tin được yêu cầu. Một công ty môi giới hải quan có thể giúp thông quan hàng hóa, trả thuế, thu thập, chuyển và lưu trữ dữ liệu, chứng từ, đáp ứng yêu cầu của Cơ quan dịch vụ biên giới Canada (CBSA). Điều này mang đến một số lợi thế tiếp thị, đặc biệt là cơ hội loại bỏ gánh nặng thủ tục hải quan của lô hàng thương mại từ các khách hàng của Canada. Thực tế, các nhà bán lẻ lớn thường yêu cầu nhà xuất khẩu thực hiện bất cứ thủ tục giấy tờ nào mà họ cho là cần thiết để các nhà bán lẻ ở Canada chỉ cần dỡ hàng từ xe tải và trả tiền hàng hóa cho nhà xuất khẩu mà không cần làm thêm thủ tục gì nữa.



Đệt may là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Canada trong những năm qua.

Đối với hầu hết các lô hàng đặt hàng qua thư, thủ tục giấy tờ cần thiết chỉ là một hóa đơn kinh doanh tiêu chuẩn. Các công ty nên thể hiện số tiền khách hàng phải thanh toán cho hàng hóa bằng đơn vị tiền tệ USD hoặc CAD. Nếu hàng hóa được vận chuyển trên cơ sở không mất phí công ty (mẫu hoặc demo) thì phải ghi rõ giá bán lẻ của lô hàng.

HỆ THỐNG THUẾ CANADA

Hệ thống thuế của Canada gồm 3 cấp độ: thuế liên bang (federal taxes), thuế nội bang (provincial taxes) và thuế địa phương (municipal taxes).

Thuế quan và hạn ngạch thuế quan (TRQ) vẫn còn áp dụng cho dòng thuế đối với mặt hàng sữa và gia cầm. Canada đang dần loại bỏ thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi (MFN) còn lại trên máy móc thiết bị nhập khẩu và dự định hoàn tất quá trình này vào năm 2015. Canada đã công bố xóa bỏ thuế quan MFN đối với quần áo trẻ em và dụng cụ thể thao (ước tính 76 triệu CAD mỗi năm) trong ngân sách liên bang Canada năm 2013.

➤ Thuế nhập khẩu

Hàng hóa nhập khẩu vào Canada chịu thuế nhập khẩu. Thuế suất cụ thể được xác định trên cơ sở mã HS, xuất xứ hàng hóa, thỏa thuận Canada với nước xuất khẩu. Các loại thuế nhập khẩu chính:

- Thuế suất tối huệ quốc – MFN;
- Thuế suất ưu đãi chung – GPT (dành cho các nước đang và kém phát triển);
- Thuế suất theo cam kết trong các FTA (song phương hoặc đa phương).

Danh mục hàng hóa và các loại thuế suất được đăng tại: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2018/01-99/01-99-t2018-eng.pdf>

Lưu ý: Chính sách thuế

Quy tắc xuất xứ: Hàng hóa muốn hưởng thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi phải tuân thủ quy tắc xuất xứ theo quy định của Canada (đối với thuế suất GPT dành cho các nước đang và kém phát triển) và các hiệp định thương mại tự do mà Canada là thành viên (đối với thuế suất ưu đãi theo các FTA).

Canada áp dụng hạn ngạch thuế quan (TRQ) đối với một số mặt hàng nông sản như sữa, trứng, thịt gà. Trong hạn ngạch áp dụng thuế suất thấp, ngoài hạn ngạch áp dụng mức thuế cao tham khảo tại: <http://www.international.gc.ca/controls-controles/prod/agri/tarif.aspx?lang=eng>

Trong một số trường hợp Canada áp dụng thuế thời vụ đối với hoa quả và rau tươi.

RÀO CẢN THƯƠNG MẠI

➤ Quản lý việc cung cấp ngành nông nghiệp

Canada sử dụng hệ thống quản lý để kiểm soát ngành công nghiệp sữa, thịt gà, gà tây, và trứng. Chương trình quản lý cung cấp của Canada liên quan đến hạn ngạch sản xuất, ủy ban tiêu thụ hàng hóa ra thị trường điều tiết về giá cả, nguồn cung và hạn ngạch thuế quan (TRQs). Chương trình quản lý cung cấp của Canada rất hạn chế khả năng các nhà sản xuất nước ngoài tăng cường xuất khẩu vào Canada trên mức hạn ngạch thuế và nâng cao giá cả mà người Canada phải trả cho các sản phẩm sữa và gia cầm.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU

Việc ghi thông tin trên nhãn hàng hóa được bán trên thị trường Canada phải tuân thủ các quy định liên quan trong Luật đóng gói và dán nhãn các sản phẩm tiêu dùng, Luật Cạnh tranh, Luật gắn nhãn các sản phẩm may mặc, Luật thực phẩm và dược phẩm. Cục quản lý cạnh tranh Canada (The Competition Bureau) quản lý việc ghi nhãn mác đối với các sản phẩm tiêu dùng không phải là thực phẩm tại Canada. Cơ quan này ban hành các quy định và hướng dẫn ghi nhãn hàng hóa cho các sản phẩm này. Hướng dẫn cụ thể tại: <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/01248.html>

Cục kiểm tra thực phẩm của Canada (Canadian Food Inspection Agency - CFIA) quản lý việc ghi nhãn mác đối với sản phẩm thực phẩm, dược phẩm. Hướng dẫn ghi nhãn mác đối với hàng hóa thực phẩm, dược phẩm, được quy định cụ thể trên: <http://inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-forindustry/eng/1383607266489/1383607344939>

Đạo luật về Dán nhãn và Đóng gói hàng cho người tiêu dùng của Canada quy định ngôn ngữ trên tất cả các nhãn phải thể hiện bằng tiếng Anh lẫn tiếng Pháp và các ghi thông tin sau đây lên bao bì hay nhãn hàng các sản phẩm tiêu dùng tại Canada:

- **Giấy chứng nhận sản phẩm:** mô tả tên gọi chung hoặc tên gọi phổ biến của sản phẩm, hoặc chức năng của sản phẩm. Việc kê khai phải được cả tiếng Anh và tiếng Pháp.
- **Tờ khai số lượng thực:** phải được thể hiện bằng đơn vị mét của dung tích khi sản phẩm là chất lỏng hoặc khí, hoặc là nhớt hoặc bằng các đơn vị đo trọng lượng khi sản phẩm ở thể rắn hoặc bằng cách đếm số. Số lượng thực cũng có thể được thể hiện trong các điều khoản thương mại được thành lập khác.
- **Tên đại lý và địa điểm kinh doanh:** nơi đóng gói sản phẩm đã được sản xuất hoặc sản xuất để bán lại. Nói chung, tên và địa chỉ đầy đủ để chuyển hàng bằng bưu điện được chấp nhận. Thông tin này có thể bằng tiếng Anh hoặc tiếng Pháp.



Diễn đàn “Hợp tác để hỗ trợ doanh nghiệp kết nối trong bối cảnh mới” tại Toronto, Canada.

Các công ty xuất khẩu các sản phẩm thực phẩm phải đối mặt với những thách thức nhiều hơn thường lệ do các quy tắc khác nhau liên quan đến các tuyên bố về sức khỏe có thể được để trên nhãn và các tiêu chuẩn dinh dưỡng khác nhau, chẳng hạn như việc công nhận các loại vitamin được giới thiệu mỗi ngày...

Cơ quan chịu trách nhiệm kiểm tra việc nhập khẩu, Cơ quan dịch vụ biên giới Canada, cũng yêu cầu bằng chứng về nước xuất xứ, trên nhiều loại hàng hóa nhập khẩu. Hàng hóa không được đánh dấu đúng có thể không được hải quan Canada cho qua cho đến khi đánh dấu phù hợp.

Tỉnh Quebec yêu cầu tất cả các sản phẩm được bán tại tỉnh phải dán nhãn bằng tiếng Pháp và việc sử dụng tiếng Pháp nổi bật như các ngôn ngữ khác trên bất kỳ thùng hàng hoặc container nào. Điều lệ về ngôn ngữ Pháp quy định việc sử dụng tiếng Pháp trên nhãn sản phẩm, giấy chứng nhận bảo hành, cấm nang sản phẩm và hướng dẫn sử dụng, dấu hiệu chung và quảng cáo trên giấy tờ. Website của văn phòng ngôn ngữ Pháp ở Quebec (Office Québécois de la langue Française) cung cấp hướng dẫn về các yêu cầu này.

Các công ty xuất khẩu hàng dệt và may mặc nên kiểm tra các trang web của Bộ công nghiệp Canada về các quy định cụ thể về ghi nhãn. Các công ty xuất khẩu thực phẩm nên kiểm tra hướng dẫn của Cơ quan thanh tra thực phẩm Canada đối với việc quảng cáo và ghi nhãn thực phẩm.

Cuối cùng, Bộ công nghiệp Canada có trách nhiệm đảm bảo rằng bất kỳ công bố nào về sản phẩm “thân thiện môi trường” đều chính xác và phù hợp với pháp luật có liên quan. Nói chung, các công bố về môi trường không rõ ràng, gây hiểu lầm hoặc không thích hợp, hoặc không thể chứng minh thì không nên sử dụng. Trong mọi trường hợp, các công bố về môi trường nên cho thấy chúng có liên quan đến bản thân sản phẩm hoặc các vật liệu bao bì đóng gói của sản phẩm hay không. Chính phủ Canada đã ban hành bộ quy tắc hướng dẫn chủ yếu về việc sử dụng quảng cáo và nhãn môi trường, bộ quy tắc này có thể tìm được bằng cách liên hệ với Bộ công nghiệp Canada.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

➤ Chứng nhận sản phẩm

Các công ty sản xuất và công ty xuất khẩu nên xác định những tiêu chuẩn được áp dụng cho các sản phẩm và dịch vụ của họ. Nếu giấy chứng nhận là cần thiết thì thông thường các công ty này phải có được giấy chứng nhận trước khi hàng hóa được nhập khẩu vào Canada. Quá trình này có thể mất nhiều thời gian do đó giấy chứng nhận sẽ là một trong những bước đầu tiên được thực hiện để thiết lập thị trường xuất khẩu ở Canada.



Air Canada là hãng hàng không lớn nhất và cũng là hãng hàng không quốc gia của Canada.

Đối với các nhà xuất khẩu không biết chính xác về các yêu cầu chứng nhận Canada, bước đầu tiên là liên lạc trực tiếp với SCC để xác định:

(1) Những thử nghiệm nào cần thiết;

(2) Những tổ chức nào được ủy quyền thực hiện việc thử nghiệm và chứng nhận.

Hiệp hội tiêu chuẩn Canada (CSA), là một tổ chức thực hiện việc đánh giá sự phù hợp và chứng nhận sản phẩm, một thành viên của Tập đoàn CSA và 3 tổ chức xây dựng các tiêu chuẩn khác là ULC, CGSB, và BNQ, đang tham gia vào việc đánh giá sự phù hợp và chứng nhận sản phẩm.

➤ **Một số quy định cần nắm khi xuất khẩu thủy sản vào Canada**

Nhập khẩu thủy sản đều phải tuân theo quy trình nhập khẩu thực phẩm nói chung. Ngoài ra, còn có một số yêu cầu cụ thể đối với việc nhập khẩu cá gọi là hệ thống tham chiếu nhập khẩu tự động (AIRS). Canada giao phó trách nhiệm lên các nhà nhập khẩu và buộc các nhà nhập khẩu chịu trách nhiệm đảm bảo rằng các sản phẩm thủy sản nhập về phải đáp ứng tất cả các yêu cầu hiện hành về an toàn thực phẩm và bảo vệ người tiêu dùng được nêu trong Quy định về an toàn thực phẩm cho người Canada (SFCR) cũng như mọi yêu cầu hiện hành của Quy định về sức khỏe động vật.

Cơ quan kiểm tra thực phẩm Canada (CFIA) sẽ xác minh việc tuân thủ các quy định của Canada và làm việc với các cơ quan có chức năng tương tự ở các đối tác thương mại lớn của Canada để cung cấp các quy định của Canada nhằm đảm bảo các sản phẩm nhập khẩu là an toàn. Các nhà nhập khẩu phải truy cập AIRS để hoàn tất các giấy phép nhập khẩu. Đây là dịch vụ trực tuyến của CFIA, cho phép nhà nhập khẩu theo dõi trạng thái đơn đăng ký của mình và thanh toán trực tuyến cho dịch vụ.

Canada ban hành danh mục các loài động vật thủy sinh được phân loại là “dễ mắc” các bệnh đáng lo ngại. Để nhập khẩu các sản phẩm có tên trong danh mục này, nhà nhập khẩu phải có Giấy phép nhập khẩu thủy sản đặc biệt (kiểm dịch thú y) do CFIA cấp. Các nước xuất khẩu các sản phẩm này phải cấp giấy chứng nhận kiểm dịch động vật sau khi đã có đàm phán công nhận với CFIA (CFIA công nhận kết quả xét nghiệm bệnh của cơ quan có thẩm quyền nước ngoài). Đối với các loại thủy sản không nằm trong danh sách này, không cần có Giấy phép nhập khẩu thủy sản nhưng phải có đầy đủ các thông tin: tên và địa chỉ của nhà xuất khẩu, tên và địa chỉ của nhà nhập khẩu, tên phân loại của động vật thủy sinh, giai đoạn sống và số lượng được nhập khẩu, mục đích sử dụng cuối cùng... Ngoài ra, Canada còn có quy định dán nhãn với các mặt hàng thủy sản tương tự như quy định ghi nhãn thực phẩm và quảng cáo, đặc biệt các quy định về tiêu chuẩn dán nhãn organic.

Yêu cầu cụ thể đối với cá đông lạnh nhập khẩu: Cá đông lạnh nhập khẩu phải được vận chuyển theo quy trình chống bị mất nước và oxy hóa. Các nhà nhập khẩu chịu trách nhiệm đảm bảo cá nhập khẩu nằm trong giới hạn dư lượng tối đa (MRL) đối với các hoá chất được nêu trong danh sách giám sát dư lượng hoá chất nuôi trồng thủy sản của CFIA. Yêu cầu cụ thể đối với động vật có vỏ: Các nhà nhập khẩu phải đảm bảo nhập khẩu từ quốc gia đã được phê duyệt để xuất khẩu sang Canada. Ngoài ra, Canada còn kiểm soát nguy cơ nhiễm *Vibrio parahaemolyticus* (Vp-là một loại vi khuẩn có thể gây bệnh đường tiêu hóa ở người) trên các động vật có vỏ.

Nhìn chung, quy trình kiểm soát nhập khẩu thủy sản của Canada là quy trình tiên kiểm. Khi hàng cập cảng Canada và được Cơ quan dịch vụ biên giới Canada (Hải quan) thông quan, hàng sẽ được phép phân phối ngay lập tức. Kiểm định của CFIA thường diễn ra đối với lần nhập khẩu đầu tiên và có kiểm tra xác suất trên cơ sở lấy mẫu ngẫu nhiên sau này. Thông thường, lấy mẫu với sản phẩm cá là rất hy hữu trừ trường hợp có nghi ngờ. Tuy nhiên, nếu sản phẩm không được thông qua trong lần nhập khẩu đầu tiên, sẽ không được cho phép tái thẩm tra theo quy định của Luật an toàn thực phẩm Canada, vì vậy nhà nhập khẩu Canada rất ngại bị rút giấy phép nhập khẩu vì sẽ ảnh hưởng hoạt động kinh doanh của mình.

HÀNG HÓA TẠM NHẬP

Canada cho phép miễn thuế các loại hàng hóa thương mại nhất định và thiết bị tạm nhập như các ấn phẩm quảng cáo, hàng mẫu thương mại, thiết bị nghe nhìn và thiết bị công nghiệp cho các cuộc họp kinh doanh, hội chợ thương mại, trưng bày sản phẩm và các mục đích cho ngành công nghiệp và xây dựng.

Nếu hàng hóa có đủ điều kiện để nhập cảnh tự do, thì tiền ký quỹ có thể được trả lại dưới hình thức tiền mặt hoặc trái phiếu có thể được yêu cầu. Thông tin thêm về mẫu đơn E29B của Canada (“tạm nhập”) và các yêu cầu khác có thể tìm thấy tại trang web Cơ quan dịch vụ biên giới của Canada.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Một số hàng hóa có thể bị cấm hoặc kiểm soát, hoặc yêu cầu có giấy phép đặc biệt, thanh tra hoặc các điều kiện phải đáp ứng để được cho phép nhập cảnh vào Canada. Cơ quan dịch vụ biên giới Canada cung cấp bảng hướng dẫn từng bước giúp cho các nhà nhập khẩu xác định xem hàng hóa của họ có thuộc các điều kiện hay quy định đặc biệt hay không.

Ủy ban kiểm soát xuất nhập khẩu giám sát việc nhập khẩu và xuất khẩu của các hàng hóa được kiểm soát. Các hàng hóa này bao gồm đường và gỗ mềm tùy thuộc vào các thỏa thuận về hạn ngạch, cũng như vũ khí, đạn dược, vật liệu hạt nhân và hàng hóa có tính chất tương tự. Cơ quan Dịch vụ biên giới Canada thực thi pháp luật và các luật lệ đối với các sản phẩm trong danh sách kiểm soát nhập khẩu.

PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN



Chủ tịch UBND TP.HCM Phan Văn Mãi tiếp ông Behzah Babakhani, tân Tổng lãnh sự Canada tại TP.HCM.

Phương thức thanh toán ở Canada tương tự như các phương thức thanh toán được áp dụng trong thị trường Hoa Kỳ. Tùy thuộc vào quy mô hợp đồng, các nhà sản xuất nước ngoài xuất khẩu sang Canada thường chuyển hàng theo phương thức thanh toán tài khoản mở (còn gọi là phương thức ghi sổ) và không yêu cầu thư tín dụng. Những kỳ hạn tiêu biểu là 30 đến 90 ngày với mức chiết khấu 1% - 2% hóa đơn thanh toán sớm, thường là nếu thanh toán trong vòng 10 ngày. Các công ty nước ngoài xuất khẩu cho các nhà bán lẻ (chủ yếu là các cửa hàng) có xu hướng đưa ra mức chiết khấu cao hơn để thanh toán trong vòng 10 ngày. Dù các công ty nước ngoài xuất khẩu sang thị trường Canada không phải đối mặt với những rủi ro giống như đã gặp trong ở các thị trường nước ngoài khác, nhưng việc bảo lãnh trong giao dịch với khách hàng lần đầu nên được

thực hiện và các biện pháp bảo hộ được đưa ra ở bất cứ nơi nào có thể cho đến khi xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng.

HOẠT ĐỘNG CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG



Ngân hàng trung ương Canada (BOC)

Hệ thống ngân hàng của Canada phát triển tốt, hoàn chỉnh được kiểm soát bằng nhiều luật lệ chặt chẽ về tỉ suất vốn vay và tiền vốn của chính phủ. Tính đến tháng 5/2014, Canada có 29 ngân hàng trong nước, 24 chi nhánh ngân hàng nước ngoài, 27 chi nhánh ngân hàng nước ngoài với đầy đủ các dịch vụ và 3 chi nhánh ngân hàng nước ngoài cho vay.

KIỂM SOÁT TRAO ĐỔI NGOẠI TỆ

Chính phủ Canada không hạn chế hoạt động của các quỹ chuyển vào hoặc chuyển ra khỏi Canada và không hạn chế mua hay bán bất kỳ đồng ngoại tệ nào. Các đoàn thể và các cá nhân có thể làm việc với các quỹ nước ngoài và sắp xếp các khoản thanh toán bằng bất kỳ loại tiền tệ nào mà họ chọn.

HỆ THỐNG GIAO THÔNG VẬN TẢI

Do diện tích rộng lớn nên Canada đã phát triển hệ thống vận tải đường thủy, đường không và đường bộ tương đối hiện đại, bao gồm những mạng lưới mở rộng các đường cao tốc và đường sắt. Canada sở hữu một hệ thống giao thông tiên tiến tương đương với Hoa Kỳ. Các dịch vụ xe tải, hàng không và đường sắt được tích hợp hoàn toàn với mạng lưới của Hoa Kỳ, đem lại hiệu quả tiếp cận với người tiêu dùng và các nhà cung cấp trên khắp Bắc Mỹ. Hệ thống đường sắt của Canada lớn thứ 3 trong số các nước OECD, dài 73.000 km, kết nối trực tiếp với Hoa Kỳ. Ngoài ra cũng dễ dàng đến Canada qua các cảng lớn và các vùng trong nước thông qua các dịch vụ liên hợp xe tải - đường sắt.

Canada có đường thủy nội địa dài nhất thế giới mở cửa cho vận tải biển. Hệ thống đường thủy bao gồm 24 cảng chính và đường biển St.Lawrence nối liền Đại Tây Dương với khu vực thị trường rộng lớn đất liền ở Bắc Mỹ. Hàng nhập khẩu có thể được chuyển qua một trong số những cảng chính của Canada, mặc dù hàng hóa thường cập cảng Hoa Kỳ và vận chuyển bằng đường bộ tới Canada.

Các cảng chính bao gồm Vancouver (bờ biển phía Tây), Montreal, Cartier, Sept Iles/Pointe Noire, Toronto và Thunder Bay (đường bờ biển St.Lawrence), Halifax (Nova Scotia), Saint John (New Brunswick, bờ biển phía Đông) và thành phố Quebec. Những phương tiện vận chuyển container hiện đại ở các cảng chính kết nối với tàu hỏa nội địa nhằm đảm bảo việc vận chuyển nhanh chóng hàng hóa trên khắp Bắc Mỹ.

Hệ thống vận tải đường hàng không của Canada bao gồm 10 sân bay quốc tế lớn và hơn 300 sân bay nhỏ. Sân bay Pearson ở Toronto là sân bay nhộn nhịp nhất Canada, xử lý gần 1/3 lưu lượng vận chuyển. Hệ thống hàng không quốc gia bao gồm mạng lưới các sân bay quốc tế, quốc gia, khu vực, địa phương và Bắc Cực.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI CANADA

Canada là quốc gia đa văn hóa, đa sắc tộc và có các chính sách thúc đẩy, duy trì sự đa văn hóa này. Canada đa dạng về dân cư bao gồm nhiều nền văn hóa nhỏ. Đặc biệt là người Canada chịu một phần ảnh hưởng phim ảnh của Mỹ và truyền hình. Vì thế tại Canada có rất nhiều nghi thức xã giao châu Âu được áp dụng.

➤ Cách giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Trong văn hóa kinh doanh của Canada, 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. Người Canada không ưa sự phô trương. Họ luôn tỏ ra khéo léo trong giao tiếp. Vì thế ở nơi đông người, họ thường biết cách kìm nén thái độ tranh cãi hay giận dữ. Bạn không được chỉ tay vào một người nào đó, cử chỉ này bị coi là thiếu sự tôn trọng. Người Canada cũng có cử chỉ rất lịch thiệp là giữ cửa cho người vào sau.

Cũng giống như văn hóa kinh doanh của các nước khác, bạn cũng cần phải gọi tên đối tác Canada một cách kính cẩn để thể hiện sự tôn trọng của bạn đối với họ. Thông thường thì cần phải thêm chức danh vào trước tên họ, hoặc nếu không thì phải thêm vào cách gọi "ông" hay "bà" vào trước tên họ. Về vấn đề gọi tên bạn cần phải hết sức lưu ý đối với trường hợp của những người Canada nói tiếng Pháp. Với những người này, bạn cần phải thêm cách gọi "ông", "ngài" hay "bà" vào trước tên họ. Đồng thời bạn cũng phải chú ý phát âm đúng các tên. Bạn cũng có thể gọi tên của họ nhưng chỉ khi nào được họ yêu cầu.

➤ **Thiết lập cuộc gặp gỡ, đàm phán trong kinh doanh**

Khi tới một cuộc hẹn xã giao, bạn có thể tới muộn nhưng không nên muộn quá 30 phút. Tuy nhiên trong các cuộc hẹn bàn về công việc kinh doanh, yếu tố đúng giờ rất quan trọng, mặc dù đối tác Canada có thể tới muộn. Nếu bạn đến muộn, phải kịp thời điện thoại thông báo cho đối tác của mình biết trước.

Một điểm nữa cần chú ý khi ghi ngày tháng sắp xếp cuộc hẹn là ở Canada, người ta ghi ngày tháng theo thứ tự: ngày - tháng - năm như Việt Nam.

Trong các buổi họp kinh doanh thường có không khí rất trang trọng, vì thế bạn cũng cần phải giữ tư thế nghiêm túc.

Có một đặc điểm dễ thấy là các buổi họp đều mang tính chất dân chủ, bạn có thể bày tỏ ý kiến của mình, điều này tạo ra không khí trao đổi thẳng thắn và mục đích nhanh chóng là đi đến thỏa thuận.

Trong giao dịch thương mại, sau ít phút trao đổi, chủ yếu để xóa bỏ khoảng cách ban đầu, đối tác người Canada thường đi thẳng vào chủ đề chính. Do vậy, sự thể hiện chủ động, tự tin giới thiệu và khẳng định những thế mạnh của mình trong họp tác kinh doanh với đối tác Canada ngay từ lần gặp đầu là điều mà các doanh nhân Việt Nam nên lưu ý. Điều này sẽ rất có lợi, nếu nhận thấy có sự trùng hợp về lợi ích, có sự tương đồng về con người, họ sẽ nhanh chóng đưa ra quyết định.

Trong đàm phán, dù đối tác người Canada có xuất xứ từ nước nào và xuất thân từ nền văn hóa nào thì phong cách đàm phán của họ cũng vẫn giống phong cách đàm phán của người Anh nhiều hơn là Hoa Kỳ. Họ ít khi sa đà vào những ý tưởng lớn lao

nhưng khó khả thi, mà thường tập trung vào cái trong khả năng có thể đạt được và ít rủi ro hơn cả.

Khi giải quyết một vấn đề hay đưa ra một vấn đề, các nhà kinh doanh Canada thường căn cứ trên cơ sở thực tế và kinh nghiệm, ít dựa trên cảm giác chủ quan của bản thân. Họ



Phó Chủ tịch UBND TP.HCM Võ Văn Hoan đã tiếp và làm việc với ông Jagrup Brar, Bộ trưởng phụ trách Thương mại của Bộ Việc làm, Phát triển Kinh tế và Đổi mới của tỉnh British Columbia, Canada.

giải quyết vấn đề rất thực tế và cũng ra quyết định khá nhanh chóng. Mọi quyết định đều phải tuân thủ theo những quy định của công ty.

Việc thay đổi người thương thuyết không phải là điều cấm kỵ trong văn hóa kinh doanh của Canada. Người Canada không đánh giá cao và không coi trọng những lời nói hoa mỹ, phô trương, cường điệu.

Nét đặc trưng trong văn hóa Canada được thể hiện khi soạn thảo hợp đồng hợp tác bằng tiếng Pháp và tiếng Anh, bạn cũng nên chú ý lời văn nhằm tránh cách hiểu và lý giải khác nhau giữa văn bản ở hai ngôn ngữ này.

Về cơ bản, người Canada rất coi trọng chất lượng dịch vụ, rất thích có những sản phẩm chất lượng cao và thời gian cung ứng ngắn.

Sau khi đàm phán, bạn nên có thư cảm ơn về cuộc trao đổi. Cách thức hay được sử dụng nhất để cảm ơn sau khi đàm phán là gửi email. Điều này thể hiện thái độ tôn trọng của mình với đối tác làm ăn.

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.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Về bề ngoài rất quan trọng đối với người Canada. Chính vì vậy bạn nên ăn mặc trang trọng và lịch sự. Trang phục trong kinh doanh của người Canada thể hiện tính thẩm mỹ và thuận tiện. Đối với nữ, trang phục phù hợp nhất là váy công sở hay những bộ vest truyền thống. Việc đeo thêm đồ trang sức sẽ càng làm tăng thêm tính thẩm mỹ cho trang phục của bạn. Đối với nam giới trang phục thích hợp nhất là bộ vest và cà vạt.

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 bạn không nên dùng các sản phẩm này hoặc nếu có thì cũng rất hạn chế. Bạn cũng cần phải hết sức chú ý trong ăn mặc vào mùa đông, bởi vì mùa đông ở đây rất lạnh. Bạn cần phải mang theo áo khoác ấm, găng tay và giày ủng cách nhiệt để đi ngoài trời.

➤ **Ngôn ngữ giao tiếp trong kinh doanh**

Canada có hai ngôn ngữ chính thống, đó là tiếng Anh và tiếng Pháp. Các cơ quan chính phủ liên bang làm việc với cả hai ngôn ngữ này. 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.

Gần 60% người dân của quốc gia này sử dụng tiếng Anh là tiếng mẹ đẻ. Tiếng Pháp được sử dụng bởi 22% dân số.

Đại đa số người nói tiếng Pháp sống tại tỉnh bang Quebec, tiếp đến là các tỉnh bang Ontario, New Brunswick và Manitoba.

Canada thu hút dòng người nhập cư với số lượng lớn trong những năm gần đây, trong số đó có nhiều người nói tiếng Tây Ban Nha, tiếng Quan Thoại, tiếng Quảng Đông và một số ngôn ngữ địa phương của tiếng Ả Rập.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA CANADA



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và Thủ tướng Canada Justin Trudeau.

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2022 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2021 thì Canada đứng thứ 11 về xuất khẩu và 14 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Canada đứng thứ 16 về xuất khẩu và 16 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Canada là 73,7, trở thành nền kinh tế tự do thứ 16 trên thế giới trong năm 2023. Mức điểm này thấp hơn 2,9 điểm so với năm ngoái. Canada xếp thứ 1 trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Sự thành lập và phát triển ban đầu của Canada phụ thuộc vào việc khai thác và xuất khẩu các tài nguyên thiên nhiên phong phú của nước này. Trong suốt thế kỷ 20, các ngành công nghiệp sản xuất và dịch vụ ngày càng trở nên quan trọng. Đến cuối thế kỷ 20, nông nghiệp và khai thác mỏ chiếm ít hơn 5% lực lượng lao động của Canada, trong

khi sản xuất chiếm một phần năm và dịch vụ (bao gồm vận tải, thương mại, tài chính và các hoạt động khác) chiếm gần ba phần tư lực lượng lao động. Trong nhiều năm, Canada hỗ trợ các ngành công nghiệp sản xuất của mình thông qua các mức thuế bảo hộ đối với hàng sản xuất nhập khẩu.

Kinh tế của Canada được nhiều doanh nghiệp tư nhân chi phối, tuy nhiên hiện nay một số doanh nghiệp (như dịch vụ bưu điện và một số dịch vụ vận tải) vẫn nằm dưới sự kiểm soát của nhà nước.

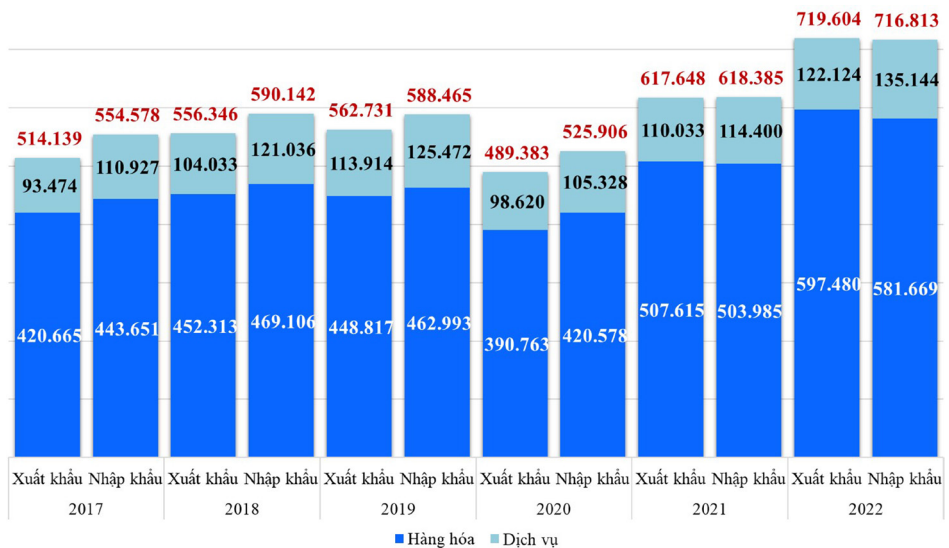
Theo một báo cáo của Cơ quan thống kê Canada cung cấp ngày 28/4 vừa qua cho thấy: tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của nước này trong tháng 3/2023 đã giảm 0,1%, sau khi đạt mức tăng lần lượt trong hai tháng đầu năm là 0,6% và 0,1%. Trong quý I/2023, mức tăng trưởng kinh tế trung bình hàng năm của Canada đạt 2,5%. Sau khi GDP của Canada chững lại trong quý IV/2022, tăng trưởng kinh tế dường như đã lấy lại đà hồi phục vào đầu năm nhờ một phần thời tiết trở nên ấm áp hơn và nhu cầu lao động tăng mạnh. (Nguồn: Britannica, báo Bnews)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Canada năm 2022 đạt 597,48 tỷ USD và nhập khẩu đạt 581,67 tỷ USD, thặng dư 15,81 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2022, Canada xuất khẩu 122,12 tỷ USD, nhập khẩu đạt 135,14 tỷ USD, thâm hụt 13,02 tỷ USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Canada giai đoạn 2017 - 2022

(Nguồn: WTO)

(ĐVT: triệu USD)

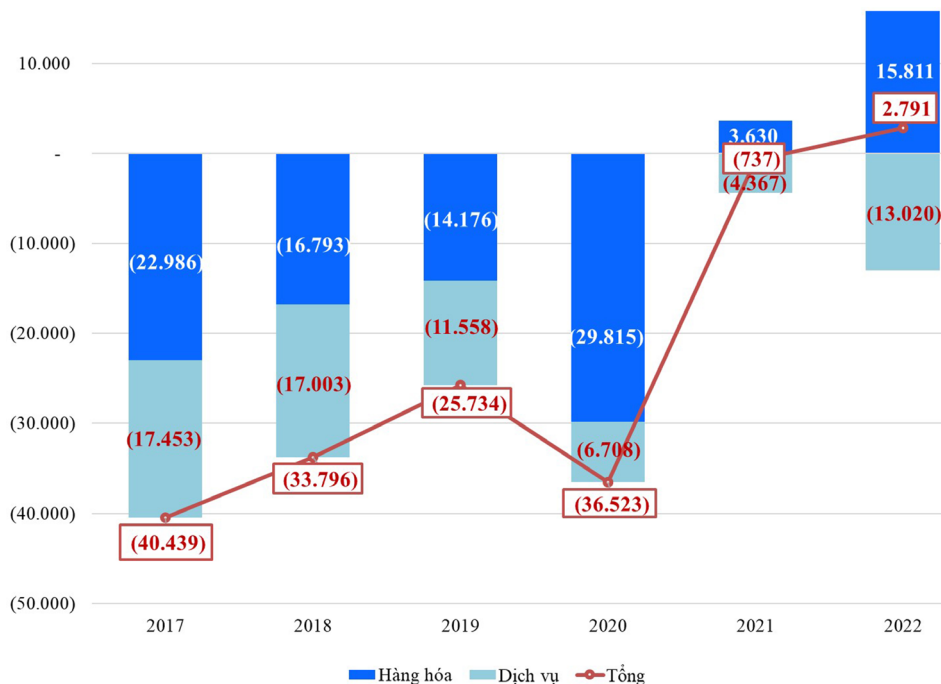


Tổng cán cân thương mại của Canada phần lớn thâm hụt trong suốt giai đoạn 2017 – 2022 (trừ năm 2022); trong đó, mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2017 (40,44 tỷ USD) do cả hai cán cân hàng hóa và dịch vụ đều nghiêng về thâm hụt. Riêng năm 2022, tổng cán cân thương mại của Canada đạt thặng dư 2,79 tỷ USD. Nói riêng về hàng hóa, cán cân của Canada phần lớn ở mức âm (trừ năm 2021 và 2022); còn về dịch vụ, cán cân của Canada luôn ở mức âm trong cả giai đoạn 2017 – 2022.

Cán cân thương mại của Canada giai đoạn 2017 – 2022

(Nguồn: WTO)

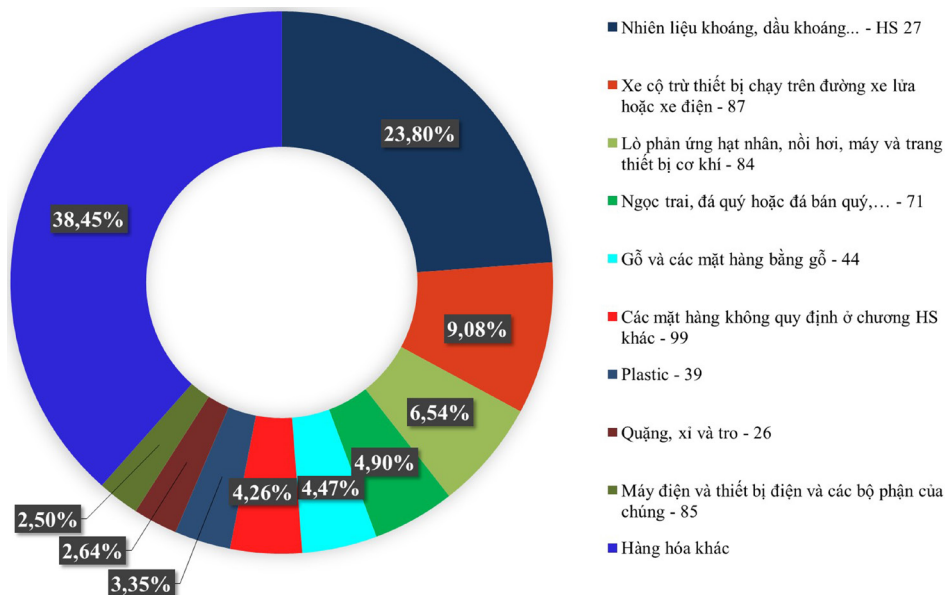
(ĐVT: triệu USD)



Năm 2021, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Canada được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Canada năm 2021

(Nguồn: Trade Map)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Canada bao gồm:

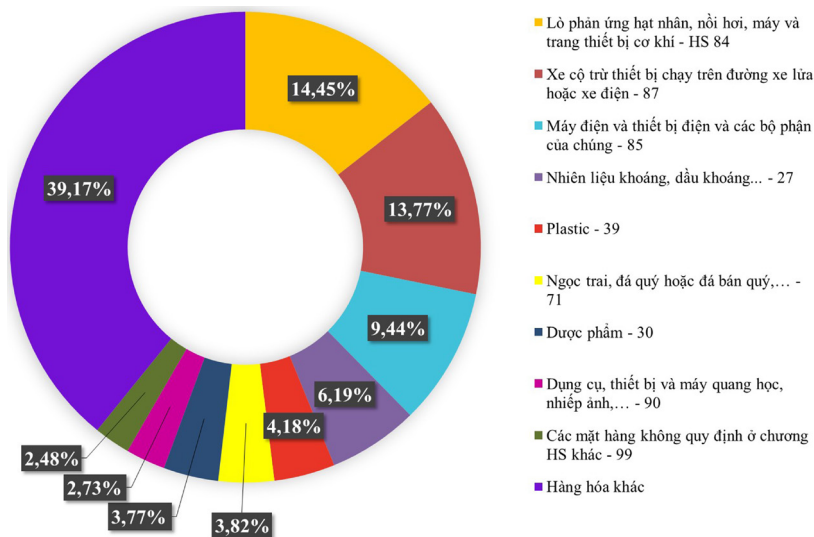
1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng... (chiếm 23,80% tổng lượng xuất khẩu).
2. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 9,08% tổng lượng xuất khẩu).
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí (chiếm 6,54% tổng lượng xuất khẩu).
4. Ngọc trai, đá quý hoặc đá bán quý,... (chiếm 4,90% tổng lượng xuất khẩu).
5. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ (chiếm 4,47% tổng lượng xuất khẩu).

Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Canada nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí (chiếm 14,45% tổng lượng xuất khẩu).
2. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 13,77% tổng lượng xuất khẩu).
3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng (chiếm 9,44% tổng lượng xuất khẩu).
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng... (chiếm 6,19% tổng lượng xuất khẩu).
5. Plastic (chiếm 4,18% tổng lượng xuất khẩu).

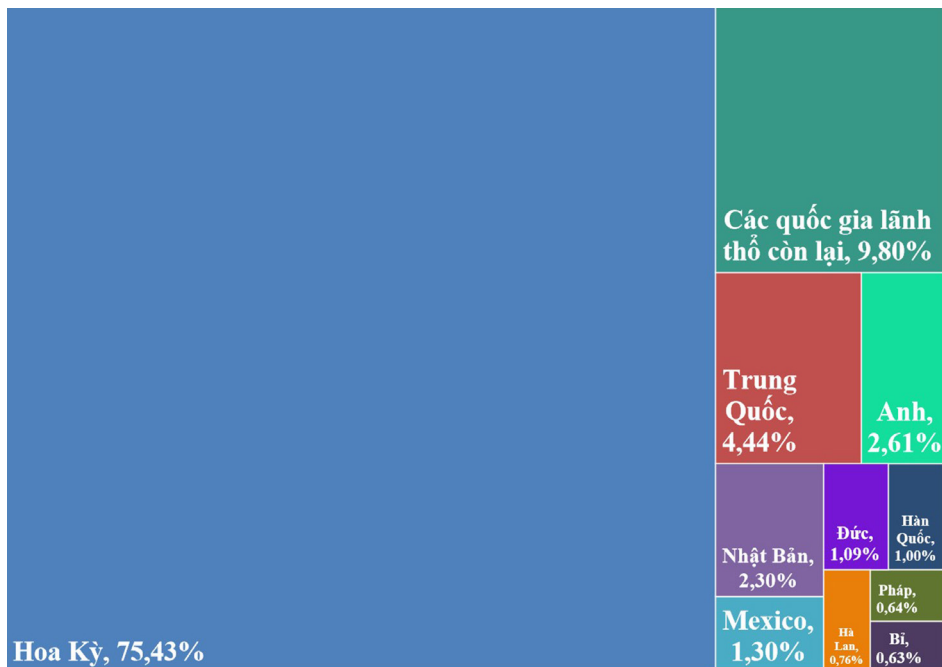
Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Canada năm 2021

(Nguồn: Trade Map)



Các thị trường xuất khẩu chính của Canada năm 2021

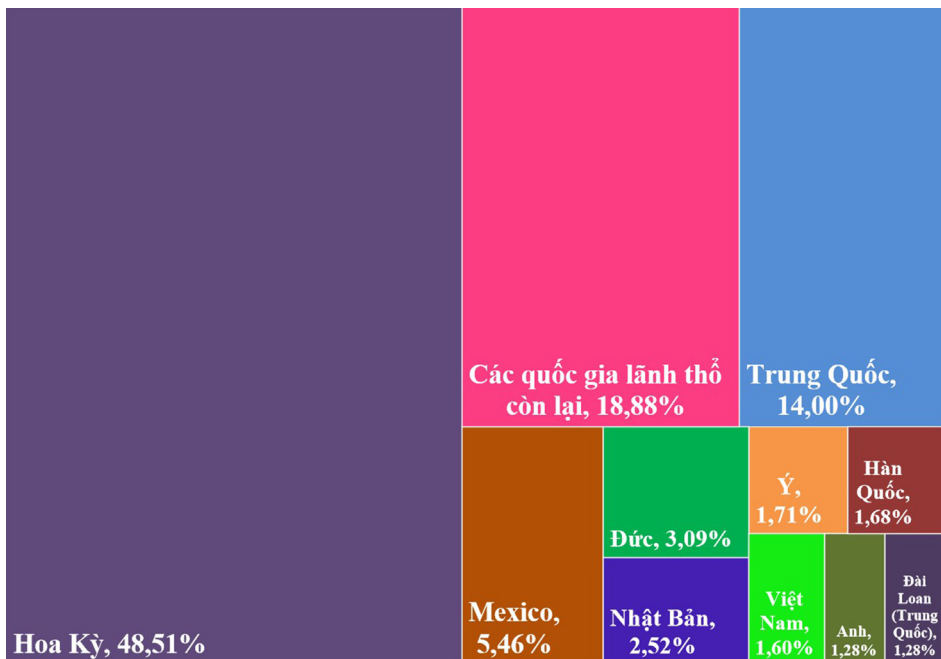
(Nguồn: Trade Map)



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 90,2% sản phẩm xuất khẩu từ Canada được đưa vào: Hoa Kỳ (75,43% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (4,44%), Anh (2,61%), Nhật Bản (2,3%), Mexico (1,30%), Đức (1,09%), Hàn Quốc (1%), Hà Lan (0,76%), Pháp (0,64%) và Bỉ (0,63%).

Các thị trường nhập khẩu chính của Canada năm 2021

(Nguồn: Trade Map)



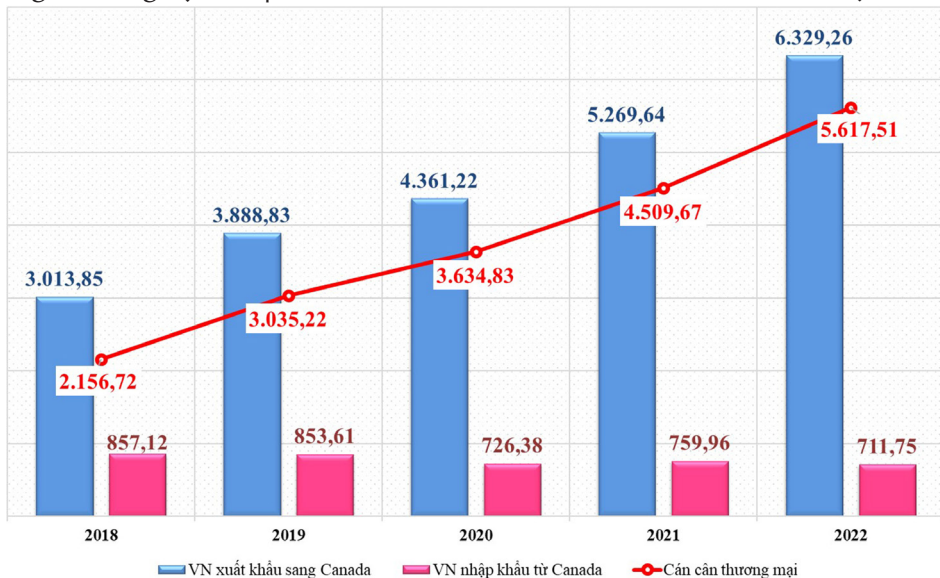
Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 81,12% sản phẩm nhập khẩu vào Canada có xuất xứ từ: Hoa Kỳ (48,51% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (14%), Mexico (5,46%), Đức (3,09%), Nhật Bản (2,52%), Ý (1,71%), Hàn Quốc (1,68%), Việt Nam (1,6%), Anh (1,28%) và Đài Loan (Trung Quốc) (1,28%).

Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 8 vào thị trường Canada và là đối tác đứng thứ 38 nhập khẩu hàng hóa từ Canada.

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Canada giai đoạn 2018 - 2022

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

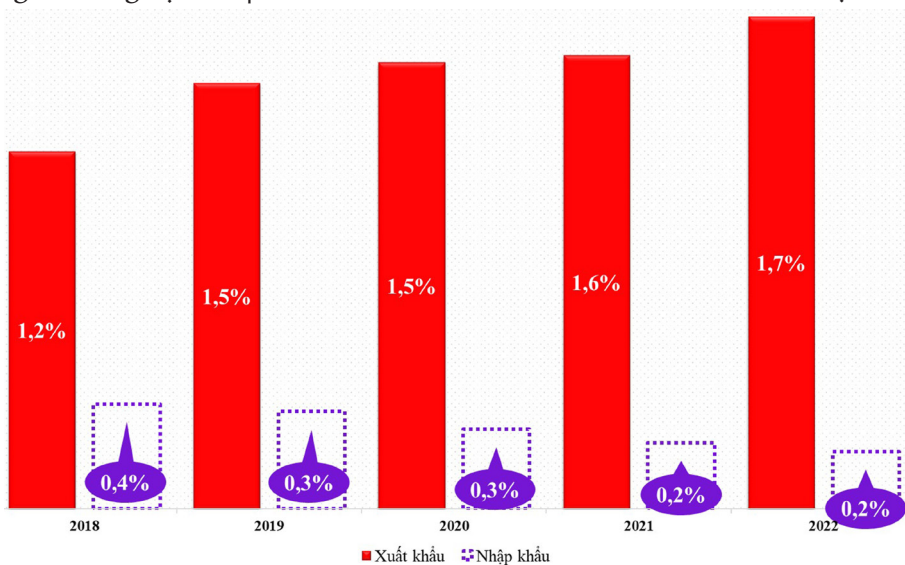
(ĐVT: triệu USD)



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Canada so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2022

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



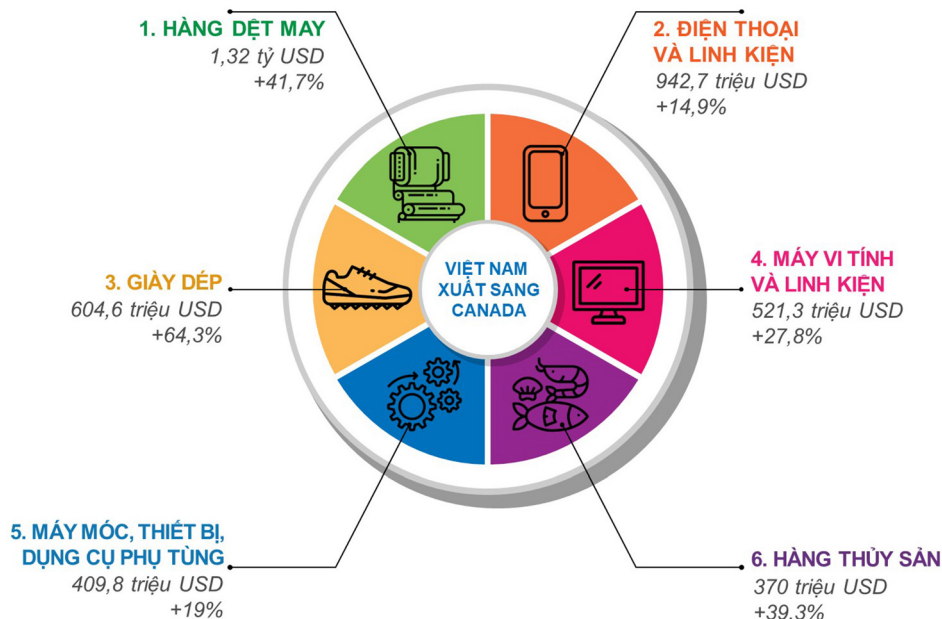
Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2022 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Canada đạt 7,04 tỷ USD, tăng 16,8% so với năm 2021. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Canada đạt 6,33 tỷ USD, tăng 20,1% so với năm 2021, chiếm 1,7% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Canada đạt 711,75 triệu USD, giảm 6,3% so với cùng kì, chiếm 0,2% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2018 - 2022, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn thặng dư hơn 2,1 tỷ USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Canada; trong đó, mức thặng dư lớn nhất rơi vào năm 2022 với giá trị là 5,62 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng tăng rõ rệt trong cả giai đoạn, với tỷ lệ tăng trung bình là 20,5% mỗi năm. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn có xu hướng giảm xuống với tỷ lệ tăng trung bình là -4,3% mỗi năm.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG CANADA

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Canada năm 2022

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

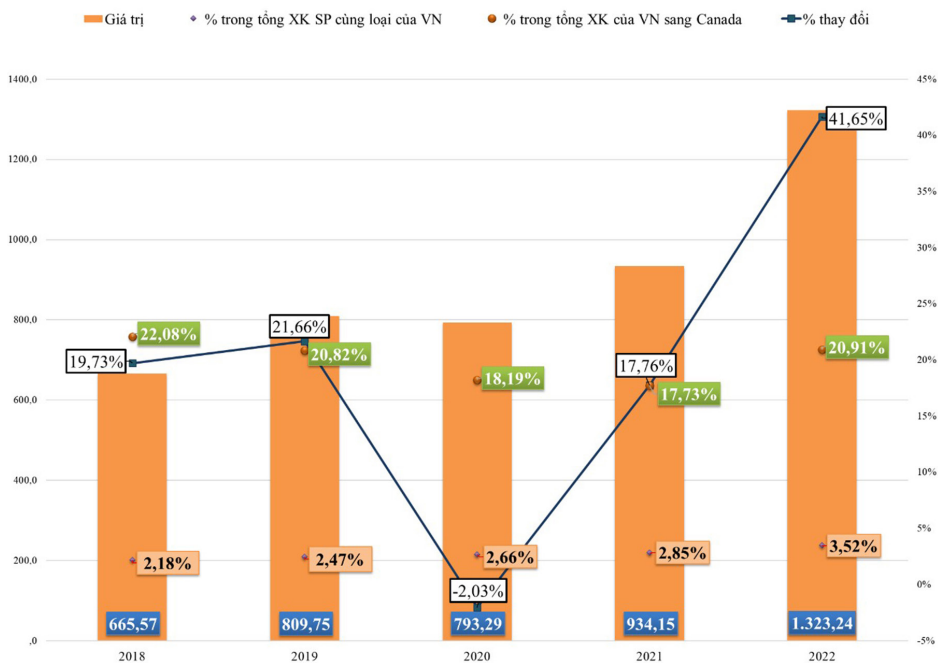


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Canada trong giai đoạn 2018 - 2022 là mặt hàng dệt may. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2022, xuất khẩu mặt hàng này sang Canada đạt 1,32 tỷ USD, tăng 41,65% so với cùng kỳ năm 2021, chiếm 20,91% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Canada chiếm 3,52% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng lên trong giai đoạn 2018 - 2022. Trong đó, tỷ lệ tăng mạnh nhất rơi vào năm 2022.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

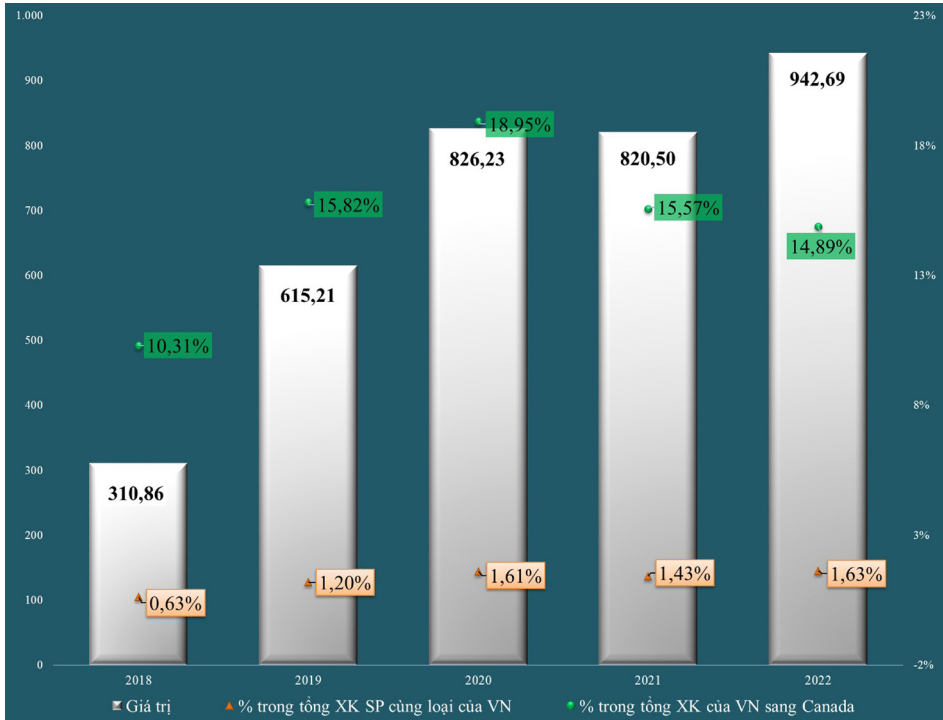


Tiếp theo là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện đạt 942,69 triệu USD vào năm 2022, tăng 14,94% so với năm 2021, chiếm 14,89% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 1,63% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng dần trong suốt cả giai đoạn.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

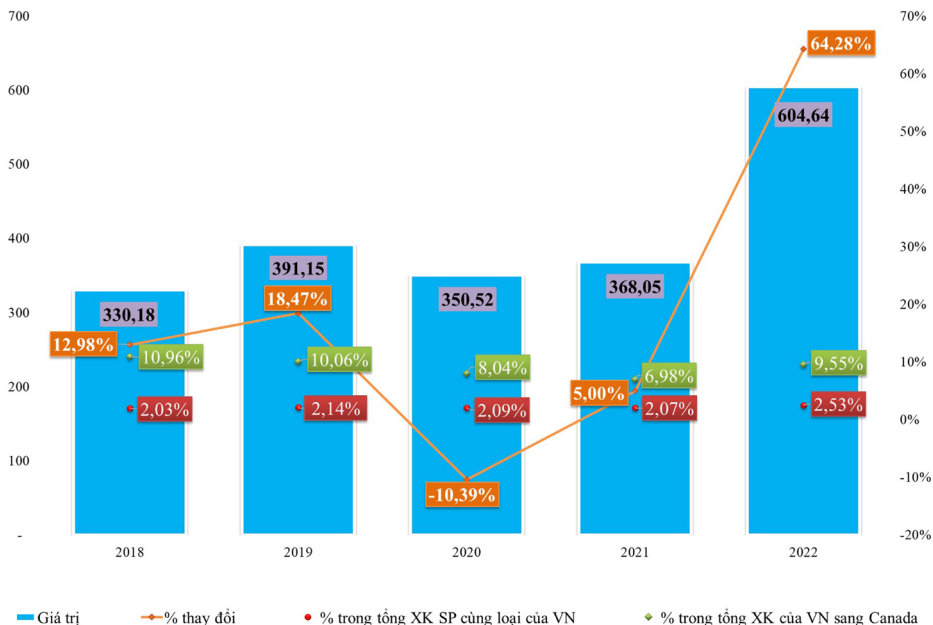


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Canada năm 2022 là giày dép các loại, đạt 604,64 triệu USD, tăng 64,28% so với cùng kỳ 2021, chiếm 9,55% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 2,53% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Đánh giá một cách khách quan, kim ngạch trung bình của mặt hàng này chỉ xoay quanh mức 346 triệu USD trong giai đoạn 2018-2021, nhưng sau đó tăng mạnh trong năm 2022.

Kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

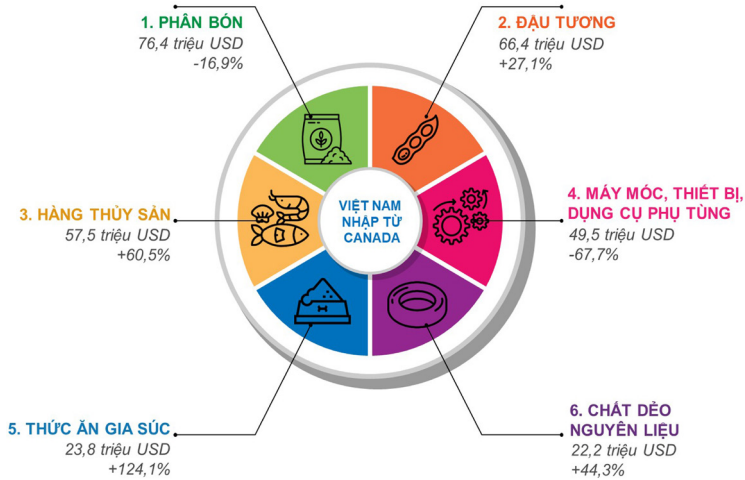


Trong năm 2022, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada đều ghi nhận sự tăng lên về kim ngạch so với năm 2021, cụ thể là các mặt hàng: chất dẻo nguyên liệu (224,51%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù (115,24%), bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc (60,84%), hàng thủy sản (39,32%), sản phẩm từ sắt thép (28,35%), cà phê (26,02%),... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như hạt điều (-31,73%), cao su (-17,73%), thủy tinh (-16,2%), sản phẩm mây, tre, cói và thảm (-12,92%)...

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ CANADA

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Canada năm 2022

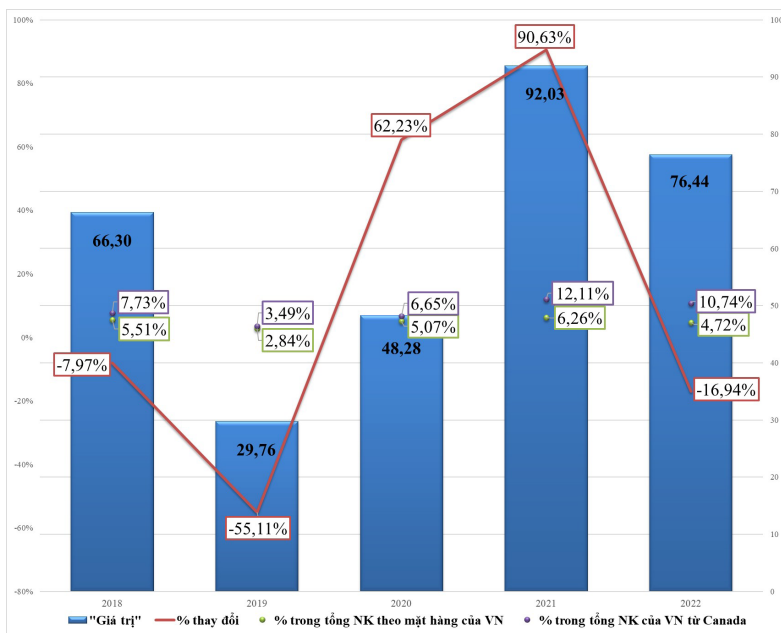
(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



Kim ngạch nhập khẩu phân bón các loại của Việt Nam từ Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



Năm 2022, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Canada là mặt hàng phân bón các loại, đạt 76,44 triệu USD, giảm 16,94% so với cùng kì của năm 2021, chiếm 10,74% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 4,72% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Giá trị nhập khẩu của mặt hàng này dao động trong giai đoạn 2018 - 2022, với tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm là 14,6%.

Tiếp theo là mặt hàng đậu tương có kim ngạch đạt 66,41 triệu USD vào năm 2022. Tỷ lệ tăng là 27,06% so với năm 2021, chiếm 9,33% tổng nhập khẩu từ Canada, chiếm khoảng 5,21% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2018 - 2022, đánh giá dành cho kim ngạch của mặt hàng này là con số bị giảm dần từ năm 2018 đến 2020, sau đó bật tăng trở lại đến năm 2022.

Kim ngạch nhập khẩu đậu tương của Việt Nam từ Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

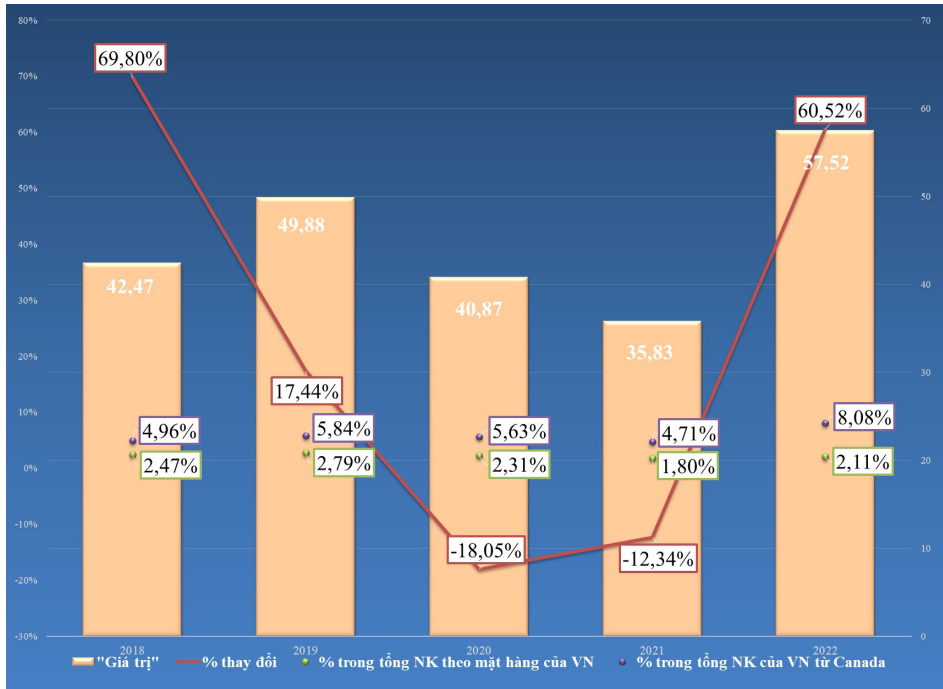


Mặt hàng thủy sản đứng vị trí thứ 3, đạt 57,52 triệu USD năm 2022, tăng 60,52% so với cùng kì năm 2021, chiếm 8,08% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 2,11% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2018 - 2022, kim ngạch của mặt hàng này dao động mạnh quanh mức trung bình 45,3 triệu USD, với tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm là 23,5%.

Kim ngạch nhập khẩu hàng thủy sản của Việt Nam từ Canada

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



(số liệu năm 2022 tạm tính)

Trong năm 2022, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Canada đều ghi nhận cả hai tăng trưởng cũng như giảm sút về kim ngạch so với năm 2021. Các mặt hàng có tỷ lệ tăng trưởng bao gồm: thức ăn gia súc và nguyên liệu (124,1%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), quặng và khoáng sản khác (104%), hàng rau quả (73,6%), dược phẩm (63,3%), cao su (57,7%), đá quý, kim loại quý và sản phẩm (32,7%)... trong khi đó, một số mặt hàng có lượng kim ngạch bị giảm như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-80,2%), phương tiện vận tải khác và phụ tùng (-79,4%), máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (-67,7%), kim loại thường khác (-43,4%)...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA

Từ 2003 đến nay, Canada có 64 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng giá trị là 7,95 tỷ CAD, tương đương 6,3 tỷ USD. Mặc dù chiếm chưa đến 3% tổng đầu tư của Canada vào khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Việt Nam hiện đứng thứ 6 về giá trị trong số các nước châu Á - Thái Bình Dương nhận đầu tư từ Canada.

Canada đã đầu tư vào 28/63 tỉnh thành phố trong cả nước. Trong đó Bà Rịa – Vũng Tàu thu hút nhiều vốn đầu tư từ Canada nhất với 4 dự án, tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng vốn là 4,26 tỷ USD (chiếm 80,7% tổng vốn đầu tư). Đứng thứ hai là Hải Dương với 7 dự án, với tổng vốn đầu tư là 307,1 triệu USD (chiếm 5,8% tổng vốn đầu tư). Với 1 dự án 193 triệu USD, Ninh Bình đứng thứ 3, chiếm 3,6% tổng vốn đầu tư. Còn lại là các địa phương khác.

Một số dự án tiêu biểu của Canada tại Việt Nam:

- **Dự án Công ty TNHH dự án Hồ Tràm** do ASIAN Coast Development (Canada) Ltd đầu tư, tổng vốn đầu tư là 4,23 tỷ USD; mục tiêu xây dựng, kinh doanh khu du lịch nghỉ dưỡng, giải trí, khu khách sạn, vui chơi có thưởng. Dự án được cấp phép vào ngày 12/3/2008 tại Bà Rịa - Vũng Tàu.
- **Dự án Công ty TNHH Bệnh viện quốc tế Đại An Việt Nam - Canada** với tổng vốn đầu tư là 260 triệu USD, dự án được cấp phép ngày 20/2/2014 tại Hải Dương.
- **Dự án Công ty Cty TNHH Năng lượng gió Việt Nam** với tổng vốn đầu tư là 74,4 triệu USD, dự án được cấp phép 3/5/2007 tại Ninh Thuận.
- **Dự án đầu tư nhà máy điện mặt trời của Tập đoàn năng lượng tái tạo CMX (Canada)** với công suất 150 MW, tổng vốn đầu tư dự kiến 150 triệu USD, với diện tích đất dự kiến để triển khai dự án là 250 ha tại tỉnh Ninh Thuận.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG CANADA



ITPC tiếp và làm việc Đoàn do Bộ Trưởng thủy sản và nông nghiệp vùng Nova Scotia, Canada dẫn đầu.

CƠ HỘI - THUẬN LỢI

Người tiêu dùng Canada có sự quan tâm đặc biệt đối với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, bao gồm các yếu tố về điều kiện về an toàn lao động, bảo vệ môi trường, trách nhiệm với cộng đồng, thực hiện bình đẳng giới... Vì vậy, để có được thiện cảm của người tiêu dùng Canada, doanh nghiệp cần chứng minh được mình đã có những hành động thiết thực trong các vấn đề nêu trên và phải ghi chú rõ trong các tài liệu tiếp thị đi kèm với sản phẩm. Với Việt Nam, yếu tố bình đẳng giới là một điểm cộng rất lợi thế, thể hiện qua việc rất nhiều nữ giới tham gia vào bộ máy quản lý và lãnh đạo trong doanh nghiệp.

➤ Đối với mặt hàng thủy sản

Tham tán thương mại Việt Nam tại Canada cho biết, giai đoạn 2012-2021, Canada nhập khẩu trung bình khoảng trên 2 tỷ USD/năm, trong đó file cá đông lạnh và tôm đông

lạnh là hai sản phẩm chủ yếu. Năm 2021, Canada nhập khẩu tăng đột biến, lên đến gần 2,7 tỷ USD do gián đoạn sản xuất trong nước vì các quy định giãn cách và do giá thủy sản xuất khẩu của Canada tăng cao trên thị trường thế giới. Thủy sản là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 9 của Việt Nam sang Canada Trong nhóm thủy sản chế biến, Việt Nam là nước mạnh nhất về các sản phẩm tôm tẩm bột, tôm viên, chả giò hải sản, tôm hấp đông lạnh. Việt Nam chiếm 25% thị phần tại Canada đối với nhóm sản phẩm này, vượt xa Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan.

Việt Nam hiện đứng thứ 4 về thị phần đối với sản phẩm cá file đông lạnh tại Canada (khoảng 6%). Hiện nay, cạnh tranh chủ yếu cùng Việt Nam đối với mã HS 0304 là Trung Quốc, Chile, Peru và Indonesia. Có thể thấy, nhu cầu với cá file (cá hồi đại dương, cá hồi vịnh và các dòng cá troute béo) của Canada tăng nhanh qua các năm trong khi nhu cầu nhập khẩu với các dòng cá nước ngọt, cá pangasius và cá ngừ tăng không nhiều, thậm chí còn giảm. Hai mã 0304 (Cá file đông lạnh) và 0306 (tôm đông lạnh) là sản phẩm Canada có nhu cầu nhập khẩu cao nhất, chiếm trên 65% tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Canada và cũng là hai sản phẩm Việt Nam có thể mạnh và hiện là sản phẩm thủy sản chủ lực của thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang địa bàn.

➤ **Đối với mặt hàng gỗ - Trang trí nội thất**

Canada là quốc gia có ngành công nghiệp gỗ rất mạnh với sản lượng lên tới 600 triệu m³/năm. Quốc gia này cũng là một trong 10 nhà sản xuất đồ nội thất hàng thế giới. Tuy vậy, nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Canada đang tiếp tục tăng mạnh trong bối cảnh ngành công nghiệp nội thất trong nước không thể cạnh tranh được với các thị trường nước ngoài có lợi thế chi phí rẻ hơn, trong đó có Việt Nam.

Người Canada dành rất nhiều sự quan tâm cho ngôi nhà, do đó nhu cầu đồ nội thất và đồ trang trí rất cao. Đồ đạc nội thất của Việt Nam sản xuất được ưa chuộng, nhất là đồ dành cho phòng ngủ và ngoài trời. Mùa hè với khoảng thời gian rất ngắn trong vòng 3 tháng, nên người Canada thích tận hưởng cuộc sống ngoài trời và trong khu vườn của mình, nên đồ gỗ ngoài trời rất quan trọng. Năm 2021, mặc dù xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Canada bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19, nhưng kết quả đạt được trong cho thấy gỗ và sản phẩm gỗ, đặc biệt là các mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam đã đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ tại Canada.

Ngoài ra, Canada có nguồn nguyên liệu gỗ và là 1 một trong những nước xuất khẩu gỗ nguyên liệu lớn trên thế giới, trong khi Việt Nam có nhu cầu cao nhập khẩu gỗ nguyên liệu để chế biến xuất khẩu. Ngược lại, đồ gỗ nội thất là 1 trong 10 nhóm hàng nhập khẩu lớn nhất của Canada và cũng là 1 trong những sản phẩm xuất khẩu chủ lực

của Việt Nam. Đây chính là những cơ hội để đồ gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam có thể tiến sâu vào thị trường này.

➤ **Đối với mặt hàng dệt may**

Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Canada trong năm 2022 là 1,3 tỉ USD, tăng 40,3% so với năm 2021 và chiếm 20,7% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường này. Hiệp định CPTPP được đánh giá là động lực thúc đẩy xu hướng trên. Hiệp hội Dệt may Việt Nam cho biết kim ngạch xuất khẩu năm 2022 của ngành dệt may Việt Nam ước đạt tới 44 - 44,5 tỉ USD. Điều này cho thấy thị trường Canada thực chất chiếm tỉ trọng còn khiêm tốn trong hoạt động xuất khẩu dệt may của Việt Nam. Riêng ngành dệt may, Canada đã xóa bỏ phần lớn thuế quan cho Việt Nam ngay khi hiệp định có hiệu lực và sẽ chính thức xóa bỏ 100% vào năm thứ 4, tức đúng năm 2023.

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Cho đến nay, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chưa tiếp cận được các kênh phân phối lớn của Canada, rất nhiều mặt hàng đã có mặt tại Canada nhưng phải qua công ty trung gian của nước thứ ba.

Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada thường gặp những trở ngại trong khâu thanh toán. Hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam thường yêu cầu thanh toán theo phương thức tín dụng L/C không hủy ngang, thanh toán ngay khi xuất trình đầy đủ bộ hồ sơ chứng từ phù hợp với qui định trong L/C cho ngân hàng. Tuy nhiên các doanh nghiệp Canada thích sử dụng phương thức thanh toán khác như D/P (nhờ thu trả ngay - Documents against Payment), D/A (Nhờ thu trả chậm - Documents against acceptance)... để đỡ tốn kém và ít rủi ro hơn. Đây là thói quen thanh toán của các doanh nghiệp Bắc Mỹ nói chung, nhất là đối với hàng thực phẩm, các doanh nghiệp Canada chỉ chấp nhận thanh toán khi có sự đồng ý cho phép nhập khẩu của Cục Kiểm tra Thực phẩm Canada (CFIA).

Tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam tại thị trường Canada chưa cao do các yếu tố về giá cả, mẫu mã, chất lượng và khoảng cách địa lý. Việt Nam và Canada chưa có tuyến vận tải đường biển cũng như hàng không trực tiếp, hàng hóa xuất nhập khẩu giữa hai nước đều phải chuyển tải qua nước thứ ba. Do vậy, giá cước vận tải hàng hóa giữa hai nước bao giờ cũng cao hơn, thời gian vận chuyển lâu hơn so với từ nhiều nước khác trong khu vực. Điều này trực tiếp làm hạn chế việc xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam, cùng với đó làm giảm tính cạnh tranh về giá đối với các sản phẩm bản địa.

Tình hình kinh tế toàn cầu có nhiều biến động, lạm phát tại các nước sẽ ảnh hưởng đến chi tiêu của người tiêu dùng, chi phí sản xuất, năng lượng, logistics tăng cao cũng làm giảm tính cạnh tranh của xuất khẩu của Việt Nam.



Hội thảo quốc tế thúc đẩy phát triển khu vực kinh tế hợp tác đa dạng và bền vững ở Việt Nam.

Rào cản phi thuế quan: Các mặt hàng hạn chế nhập khẩu, nhập khẩu có điều kiện của Canada, hầu hết các mặt hàng nằm trong nhóm này đòi hỏi phải có giấy phép, và giấy phép đó chỉ được cấp khi có đơn hợp lệ được xuất trình cho Cục Kiểm soát xuất nhập khẩu Canada.

Rào cản thuế quan: Chỉ có Chính quyền Liên bang mới có quyền thu thuế đối với hàng hóa nhập khẩu vào Canada. Tất cả các mặt hàng nhập khẩu vào Canada phải báo cáo với Cơ quan Dịch vụ Biên giới Canada (CBSA), là cơ quan liên bang chính chịu trách nhiệm giám sát việc tuân thủ các qui định pháp lý thương mại, biên giới và thuế.

Hạn ngạch và hạn ngạch thuế quan: Canada áp dụng hạn ngạch và hạn ngạch thuế đối với một số sản phẩm nông nghiệp và hàng dệt may. Việc sản xuất các sản phẩm sữa, gà, gà tây, trứng hiện bị quản lý về nguồn cung, mục đích chính là để hài hòa tổng cung với nhu cầu trong nước hay thực thi nghĩa vụ trong cam kết quốc tế. Các nhà sản xuất phải mua hạn ngạch sản xuất để tham gia vào thị trường nội địa. Những sản phẩm bị quản lý nguồn cung này chiếm khoảng 25% tổng thu từ nông nghiệp. Tính hiệu lực của hệ thống quản lý này tùy thuộc vào những biện pháp hạn chế nhập khẩu, trong đó chủ yếu là hạn ngạch thuế quan.

Đối với sản phẩm mã Cá phi lê và các loại thịt cá khác (HS 0304) của Việt Nam, tuy không có vụ việc nào liên quan đến vệ sinh an toàn thực phẩm được thông báo cho

Thương vụ từ phía CFIA nhưng theo phản ánh của một số nhà nhập khẩu khi làm việc với Thương vụ, sản phẩm của Việt Nam thường có hàm lượng nước cao khiến nhà nhập khẩu quan ngại về chất lượng. Hiện nay, đối với mã HS 0304, Indonesia, Colombia và Peru đang nổi lên là các đối tác cung cấp thủy sản mới, với nhiều sản phẩm tương đồng với Việt Nam và cạnh tranh về giá. Để đảm bảo tốc độ tăng trưởng này là bền vững, các doanh nghiệp cần tiếp tục chú ý nâng cao chất lượng sản phẩm, cải thiện chất lượng để giữ uy tín của thủy sản Việt Nam đối với thị trường.

Đối với sản phẩm Động vật giáp xác đã hoặc chưa bóc mai (HS 0306), hiện nay Việt Nam đang gặp phải 2 đối thủ cạnh tranh đặc biệt mạnh là Ecuador và Indonesia trong nhóm sản phẩm tôm thẻ chân trắng và tôm sú. Ecuador đang phát triển mạnh năng lực nuôi trồng tôm, hiện nay Ecuador đang xuất khẩu vào Canada theo mức thuế MFN nhưng do vị trí gần, giá cạnh tranh, mức tăng trưởng xuất khẩu của Ecuador rất cao (147.4% trong 9 tháng đầu năm 2022).

Đối với nhóm thủy sản chế biến cá đóng hộp, mặc dù xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường đã tăng 445% so với trước 2018 (từ 2,6 triệu USD năm 2018 lên 14.4 triệu USD năm 2021), tuy nhiên, mức tăng này là không đáng kể so với nhu cầu của thị trường. Hiện nay, Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 5 các mặt hàng cá đóng hộp vào Canada nhưng thị phần chỉ khoảng 3,5% trong khi hàng năm, Canada có nhu cầu nhập khẩu khoảng 350 - 400 triệu USD.

Mặc dù đồ gỗ nội thất của Việt Nam có lợi thế về giá và chất lượng nhưng hiện mới chiếm gần 4% thị phần nhập khẩu của Canada. Trong khi đó, tiềm năng hợp tác trong lĩnh vực này của hai bên còn rất lớn, trong đó, Hiệp định CPTPP chính là "lực đẩy" giúp mặt hàng này có thể tiến sâu vào thị trường Canada. Bởi đồ gỗ được xóa bỏ thuế ngay khi CPTPP có hiệu lực với tất cả dòng thuế. Canada sở hữu nhiều nhân hàng nội thất cao cấp vì thế doanh nghiệp sản xuất gỗ Việt Nam có thể phối hợp để cùng hợp tác sản xuất kinh doanh dưới dạng OEM (sản xuất theo đơn hàng). Bên cạnh đó, doanh nghiệp trong nước còn có thể phối hợp đào tạo nhân lực, nhất là việc kết hợp nhiều loại nguyên liệu trong sản phẩm gỗ, học tập kinh nghiệm xử lý gỗ và nước sơn, tự động hoá trong sản xuất, tận dụng hệ thống bán hàng của đối tác Canada để đưa hàng hoá vào thị trường Mỹ.

Đối với mặt hàng dệt may để đáp ứng quy tắc nguồn gốc xuất xứ của CPTPP, các doanh nghiệp dệt may phải thay đổi nguồn nguyên liệu đầu vào để đáp ứng tiêu chuẩn xuất xứ vì thế mất mức giá cạnh tranh so với các đối thủ khác, đặc biệt là Trung Quốc.

Mặc dù Việt Nam và Canada cùng là thành viên của CPTPP được miễn thuế xuất nhập khẩu, tuy nhiên theo ông Denis Charest - Phụ trách thiết kế, marketing và kinh doanh đồ gỗ nội thất (công ty DM - 2 Inc tại Canada) lưu ý rằng doanh nghiệp Việt Nam cần chú ý tới các loại chi phí và phòng vệ thương mại.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Canada

Địa chỉ: 55 Mackay Str., Ottawa, ON, K1M2B2

Điện thoại: 613-236-0772

Đường dây nóng: 613-882-6699

Fax: 613-236-2704

Email: vietnamembassy@rogers.com; visa@vietnamembassy.ca (thủ tục lãnh sự)

Website: <https://vietnamembassy.ca/vi/>

➤ Thương vụ Việt Nam tại Canada

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

Điện thoại: (613)715 9683/9640

Fax: (613)715 9482

Email: ca@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Canada tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: số 31 đường Hùng Vương, Quận Ba Đình, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (024) 3734 5000

Email: hanoi@international.gc.ca

Facebook: <https://www.facebook.com/CanadaInVietnam>

Website: <http://vietnam.gc.ca>

➤ Tổng Lãnh sự quán Canada tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: phòng 1002, toà nhà Metropolitan Building, số 235 đường Đồng Khởi, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 3827 9899

Email: hochi@international.gc.ca

Facebook: <https://www.facebook.com/CanadainHoChiMinhCity>

Website: https://www.canadainternational.gc.ca/vietnam/offices-bureaux/ho_chi_minh_city-ho_chi_minh_ville.aspx?lang=eng

➤ Phòng Thương mại Canada (CanCham) tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: A1.12B-OT09, Vinhomes Golden River, số 02 đường Tôn Đức Thắng, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 7304 5656

Email: info@canchamvietnam.org

Facebook: <https://www.facebook.com/CanCham-Vietnam-1379758908902814/>

Website: <https://canchamvietnam.org>

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI CANADA

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
29/5 - 07/6/2023	World Leadership International Conference on Leadership in Times of Crisis 2023	Québec Canada	Giáo dục & đào tạo
20 - 22/6/2023	Canada's Farm Progress Show	Regina Canada	Nông lâm nghiệp
24 - 28/6/2023	Universal Entrepreneurship Expo	Toronto Canada	Dịch vụ doanh nghiệp Tài chính & ngân hàng
13 - 16/8/2023	Toronto Gift + Home Market	Toronto Canada	Nhà & Văn phòng
18/8 - 04/9/2023	Canadian National Exhibition	Toronto Canada	Nông lâm nghiệp Giải trí & Truyền thông
30/9/2023	Vancouver International Travel Expo	Vancouver Canada	Du lịch lữ hành

03 - 05/11/2023	International Tourism & Travel Show	Montreal Canada	Du lịch lữ hành
03 - 12/11/2023	The Royal Agricultural Winter Fair	Toronto Canada	Nông lâm nghiệp
29/11 - 01/12/2023	Construct Canada	Toronto Canada	Xây dựng công trình
08 - 10/02/2024	MeatEx Canada	Toronto Canada	Nông lâm nghiệp Thực phẩm & Đồ uống

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ NGÀNH LƯƠNG THỰC THỰC PHẨM
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH LẦN THỨ 2 NĂM 2023

HCMC 2023
FCODEX

28 - 30/06/2023

TRUNG TÂM HỘI CHỢ & TRIỂN LÃM SÀI GÒN
(SECC), QUẬN 7, TP. HỒ CHÍ MINH

Values and Development

Interconnection of

Kết nối giá trị cùng phát triển



hcmcfoodex.com



Đơn vị chỉ đạo: Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh
Đơn vị chủ trì: Trung tâm Xúc tiến Thương mại & Đầu tư TP. HCM (ITPC)
Đơn vị hỗ trợ: Hội Lương thực Thực phẩm TP. HCM

