

## MỤC LỤC

<b>Chương 1: Kinh doanh tại Canada .....</b>	<b>12</b>
Tổng quan thị trường .....	12
Thách thức thị trường .....	12
Cơ hội thị trường .....	13
Chiến lược thâm nhập thị trường.....	14
<b>Chương 2: Môi trường kinh tế - chính trị .....</b>	<b>16</b>
Chính phủ .....	16
Điều kiện chính trị .....	16
Quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Canada .....	21
Kinh tế .....	22
Tiền tệ .....	23
Thương mại Canada .....	23
Đầu tư .....	26
<b>Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ .....</b>	<b>28</b>
Sử dụng đại lý/ nhà phân phối .....	28
Thành lập văn phòng .....	28
Nhượng quyền .....	29
Tiếp thị trực tiếp .....	29
Liên doanh/ cấp phép.....	29
Bán hàng cho chính phủ .....	29
Các kênh phân phối và bán hàng .....	30
Các yếu tố/ kỹ thuật bán hàng .....	31
Thương mại điện tử .....	31
Quảng cáo và xúc tiến thương mại .....	32

Định giá .....	33
Dịch vụ bán hàng/ Hỗ trợ khách hàng .....	33
Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ .....	33
Các dịch vụ chuyên nghiệp địa phương .....	35
Các nguồn thông tin tham khảo thêm .....	35
<b>Chương 4: Các lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Canada.</b>	<b>37</b>
Thương mại Việt Nam – Canada .....	37
Cán cân thương mại giữa Việt Nam và Canada từ 2011 - 2015 .....	39
Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Canada năm 2015 .....	39
Tình hình nhập khẩu của Việt Nam từ Canada năm 2015 .....	52
<b>Chương 5: Các quy định thương mại, hải quan và các tiêu chuẩn.....</b>	<b>55</b>
Thuế quan .....	55
Rào cản thương mại .....	55
Chứng từ và các quy định nhập khẩu .....	55
Tạm nhập .....	57
Các quy định về nhãn mác và đánh dấu .....	57
Cấm và hạn chế nhập khẩu .....	58
Các quy định hải quan và thông tin liên hệ .....	59
Các tiêu chuẩn .....	59
Trade Agreements.....	62
Các nguồn thông tin có liên quan .....	63
<b>Chương 6: Môi trường đầu tư .....</b>	<b>65</b>
Mở cửa cho đầu tư nước ngoài .....	65
Chính sách chuyển đổi và chuyển tiền .....	71

Sung công và bồi thường.....	72
Giải quyết tranh chấp.....	72
Quy định thực hiện và các ưu đãi .....	72
Quyền sở hữu tư nhân và thành lập doanh nghiệp .....	72
Bảo vệ quyền sở hữu .....	72
Tính minh bạch của hệ thống pháp quy.....	73
Thị trường vốn và danh mục đầu tư hiệu quả.....	73
Cạnh tranh từ các doanh nghiệp nhà nước (SOEs).....	73
Trách nhiệm xã hội (CSR).....	74
Tham nhũng.....	74
Lao động.....	76
Vùng ngoại thương/ Cảng tự do .....	76
Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài.....	77
<b>Chương 7: Tài trợ dự án và thương mại .....</b>	<b>85</b>
Phương thức thanh toán.....	85
Hoạt động của hệ thống ngân hàng .....	85
Kiểm soát trao đổi ngoại tệ.....	86
Tài trợ dự án .....	86
Nguồn website .....	86
<b>Chương 8: Đi lại .....</b>	<b>87</b>
Phong tục tập quán kinh doanh .....	87
Yêu cầu thị thực.....	94
Bru chính viễn thông .....	95
Giao thông vận tải.....	95
Ngôn ngữ .....	97

Y tế .....	97
Giờ địa phương, giờ làm việc và các ngày nghỉ lễ .....	98
Tạm nhập nguyên vật liệu và đồ dùng cá nhân .....	99
Website tham khảo .....	100
<b>Chương 9: Thông tin liên hệ và các sự kiện thương mại .....</b>	<b>101</b>
Liên hệ .....	101
Sự kiện thương mại.....	102



**Tên đầy đủ:** Canada

**Thủ đô:** Ottawa

**Múi giờ:** Canada có 6 múi giờ

- **Múi giờ Thái Bình Dương (UTC - 8)**

Hay còn được gọi là giờ chuẩn Thái Bình Dương khi được áp dụng trong mùa thu và mùa đông và được gọi là Giờ ánh sáng ngày Thái Bình Dương (PDT) khi áp dụng giờ tiết kiệm ánh sáng ngày trong mùa xuân, hè, và đầu mùa thu. Múi giờ này được áp dụng cho cả vùng British Columbia. Giờ Canada ở vùng British Columbia so với Việt Nam cách nhau 15 giờ đồng hồ.

- **Múi giờ miền Trung Canada (UTC - 6)**

Múi giờ miền Trung ở Canada được tính bằng cách lấy Giờ phối hợp quốc tế (UTC) trừ đi 6 tiếng. Tại Canada, múi giờ này được áp dụng cho cả vùng Manitoba và một phần nhỏ vùng tây bắc của bang Ontario mà tiêu biểu trong đó là thành phố Winnipeg – thành phố được xem có mùa đông lạnh nhất Canada. Giờ Canada ở vùng Manitoba và tây bắc bang Ontario so với Việt Nam cách nhau 13 giờ đồng hồ.

- **Múi giờ Đại Tây Dương ở Canada (UTC - 4)**

Múi giờ này được áp dụng cho vùng tỉnh bang ven biển Newbruswick và bán đảo Nova Soctia. Giờ Canada ở 02 vùng này so với Việt Nam cách nhau 11 giờ đồng hồ.

- **Múi giờ miền Đông Canada (UTC - 5)**

Múi giờ này được áp dụng cho các tỉnh thuộc bang Ontario, Québec và đông trung Nunavut. Múi giờ Canada ở những khu vực này so với Việt Nam cách nhau 12 giờ đồng hồ.



- **Múi giờ miền núi ở Canada (UTC - 7)**

Múi giờ miền núi của Bắc Mỹ áp dụng vào thời kỳ ban ngày ngắn nhất của mùa thu và mùa đông (UTC - 7); mùa xuân, hè, và đầu mùa thu (UTC-6).

Tại Canada múi giờ này được áp dụng cho các tỉnh bang, các vùng lãnh thổ như: Alberta, Northwest Territories, đông nam và đông bắc British Columbia. Một số thành phố Canada thuộc múi giờ này là Calgary và Edmonton. Giờ Canada ở những khu vực này so với Việt Nam cách nhau 14 giờ vào mùa thu và mùa đông, 13 giờ vào mùa xuân và mùa hè.

- **Múi giờ Newfoundland (UTC - 3:30)**

Múi giờ Newfoundland được áp dụng cho tỉnh bang Newfoundland và Labrador. Tỉnh này thuộc khu vực Đại Tây Dương của Canada, gồm đảo Newfoundland và phần lãnh thổ Labrador tại đại lục. Một số thành phố Canada thuộc múi giờ này đó là thành phố ST. John's. Giờ Canada tại tỉnh bang này so với Việt Nam cách nhau khoảng 10 giờ 30 phút đồng hồ.

**Quốc khánh Canada:** ngày 01/7 (1867)

**Chính phủ:** Nền dân chủ nghị viện, liên bang, và chế độ quân chủ lập hiến

**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 ở phía đông 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). Biên giới chung của Canada với Hoa Kỳ về phía nam và phía tây bắc là đường biên giới dài nhất thế giới.

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.

**Diện tích:** 9.984.670 km<sup>2</sup>

- Đất liền: 9.093.507 km<sup>2</sup>
- Nước: 891.163 km<sup>2</sup>

**Biên giới đất liền:** 8.893 km

**Đường bờ biển:** 202.080 km

**Khí hậu**

Nhiệt độ trung bình mùa đông và mùa hè trên khắp Canada khác nhau tùy theo vị

trí. Mùa đông có thể rất khắc nghiệt ở nhiều vùng của đất nước, đặc biệt là tại các tỉnh nội địa và các tỉnh bình nguyên, là những nơi có khí hậu lục địa, nhiệt độ trung bình hàng ngày là gần  $-15^{\circ}\text{C}$  ( $5^{\circ}\text{F}$ ), nhưng có thể giảm xuống dưới  $-40^{\circ}\text{C}$  ( $-40^{\circ}\text{F}$ ) với những cơn gió lạnh khắc nghiệt. Trong các khu vực không có bờ biển, tuyết có thể bao phủ mặt đất gần sáu tháng trong năm (nhiều hơn ở phía bắc). Khu vực ven biển British Columbia có khí hậu ôn đới, với một mùa đông mát mẻ và có mưa. Trên bờ biển phía đông và phía tây, nhiệt độ trung bình cao thường khoảng  $20^{\circ}\text{C}$  ( $70^{\circ}\text{F}$ ), trong khi giữa các vùng bờ biển, nhiệt độ trung bình cao mùa hè khoảng  $25 - 30^{\circ}\text{C}$  ( $77 - 86^{\circ}\text{F}$ ), với khí nóng có thể lên đến trên  $40^{\circ}\text{C}$  ( $104^{\circ}\text{F}$ ) tại một số khu vực nội địa.

### **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.

### **Đất sử dụng (ước tính năm 2011):**

- Đất nông nghiệp: 6,8% (Đất trồng trọt: 4,7%; Đất trồng thường xuyên: 0,5%; đồng cỏ cố định: 1,6%)
- Đất rừng: 34,1%
- Đất khác: 59,1%

**Tổng nguồn nước tái tạo:** 2.902 cu km (2011).

### **Thiên tai**

Tầng đất đóng băng vĩnh viễn ở phía bắc là một trở ngại nghiêm trọng cho sự phát triển; các cơn bão lốc hình thành từ phía đông dãy núi Rocky, kết quả của sự hòa lẫn của các khối không khí từ Bắc Cực, Thái Bình Dương, và nội địa Bắc Mỹ, tạo ra phần lớn mưa và tuyết trên những ngọn núi ở phía Đông Canada.

Phần lớn các núi lửa tại dãy núi Coast Tây của Canada vẫn không hoạt động.

### **Các vấn đề hiện tại về môi trường**

Ngành luyện kim, đốt than, và khí thải xe gây ảnh hưởng đến sản xuất nông nghiệp và lâm nghiệp; ô nhiễm không khí và mưa axit ảnh hưởng nghiêm trọng đến các hồ và tàn phá rừng; nước biển bị ô nhiễm do các hoạt động khai thác rừng, khoáng sản, công nghiệp và nông nghiệp.

### **Dân tộc (ước tính năm 2011)**

- Canada: 32.2%
- Anh: 19.8%
- Pháp: 15.5%
- Scotland: 14.4%
- Ireland: 13.8%

- Đức: 9.8%
- Ý: 4.5%
- Hoa: 4.5%
- Người da đỏ: 4.2%
- Khác: 50.9%

### **Ngôn ngữ (ước tính năm 2011)**

- Anh (chính thức): 58.7%
- Pháp (chính thức): 22%
- Punjab: 1.4%
- Ý: 1.3%
- Tây Ban Nha: 1.3%
- Đức: 1.3%
- Quảng Đông: 1.2%
- Tagalog (Philippines): 1.2%
- Ả Rập: 1.1%
- Khác: 10.5%

### **Tôn giáo (ước tính năm 2011)**

- Công giáo: 40.6% (Công giáo La Mã 38.8%, Chính thống giáo 1.6%, Công giáo khác 2%)
- Tin lành: 20.3% (United Church 6.1%, Anh giáo 5%, Baptist 1.9%, Lutheran 1.5%, Pentecostal 1.5%, Presbyterian 1.4%, Tin lành khác 2.9%)
- Đạo Cơ đốc khác: 6.3%
- Hồi giáo: 3.2%
- Hindu: 1.5%
- Sikh: 1.4%
- Phật giáo: 1.1%
- Do Thái: 1%
- Đạo khác: 0.6%
- Không theo đạo: 23.9%

**Dân số:** 35,099,836 (ước tính tháng 7/2015)

**Cấu trúc tuổi (theo ước tính năm 2015):**



- 0 – 14 tuổi: 15.46% (nam 2,781,043/ nữ 2,644,008)
- 15 – 24 tuổi: 12.39% (nam 2,236,425/ nữ 2,111,681)
- 25 – 54 tuổi: 40.69% (nam 7,239,027/ nữ 7,041,886)
- 55 – 64 tuổi: 13.74% (nam 2,389,423/ nữ 2,433,621)
- ≥ 65 tuổi: 17.73% (male 2,766,909/ nữ 3,455,813)

**Tỉ lệ phụ thuộc (theo ước tính năm 2015):**

- Tỷ lệ phụ thuộc hoàn toàn: 47,3%
- Tỷ lệ phụ thuộc trẻ: 23,5%
- Tỷ lệ phụ thuộc già: 23,8%
- Tỷ số hỗ trợ tiềm năng: 4,2%

**Độ tuổi trung bình (theo ước tính năm 2015)**

- Nam: 40,6 tuổi
- Nữ: 43,1 tuổi

**Tỷ lệ tăng dân số: 0,75%** (ước tính năm 2015)

**GDP theo sức mua (theo ước tính năm 2015): 1,628 nghìn tỉ USD**

**GDP được tính theo tỉ giá hối đoái (ước tính năm 2015): 1,573 nghìn tỉ USD**

**Tỉ lệ tăng trưởng thực của GDP (ước tính năm 2015): 2%**

**GDP tính theo đầu người (PPP) (ước tính năm 2005): 45.900 USD**

**Tổng ngạch tiết kiệm quốc dân (ước tính năm 2015): 21% GDP**

**GDP theo lĩnh vực (ước tính năm 2015):**

- Tiêu dùng theo hộ gia đình: 56,7%
- Tiêu dùng của chính phủ: 21%
- Đầu tư vào tài sản cố định: 23,3%
- Đầu tư vào hàng tồn kho: 0,3%
- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: 32,2%
- Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: -33,5%

**GDP theo ngành:**

- Nông nghiệp: 1,6%
- Công nghiệp: 28,9%

- Dịch vụ: 70,5% (ước tính năm 2015)

**Sản phẩm nông nghiệp:**

Lúa mì, lúa mạch, hạt có dầu, thuốc lá, các loại trái cây, rau quả; sản phẩm từ sữa; cá; lâm sản

**Các ngành công nghiệp:**

Thiết bị vận tải, hóa chất, khoáng sản chế biến và chưa chế biến, sản phẩm thực phẩm, sản phẩm từ gỗ và giấy, sản phẩm từ cá, dầu mỏ, khí đốt tự nhiên

**Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp:** 2,3% (ước tính năm 2015)

**Lực lượng lao động:** 19,3 triệu (ước tính năm 2015)

**Lực lượng lao động theo lĩnh vực:**

- Nông nghiệp: 2%
- Sản xuất: 13%
- Xây dựng: 6%
- Dịch vụ: 76%
- Ngành khác: 3% (ước tính năm 2006)

**Tỉ lệ thất nghiệp:** 6,9% (ước tính năm 2015)

**Ngân sách nhà nước (ước tính năm 2015):**

- Doanh thu: 585 tỉ USD
- Chi tiêu: 614,1 tỉ USD

**Thuế và các khoản thu khác:** 37,2% GDP (ước tính năm 2015)

**Thặng dư (+) hoặc thâm hụt (-) ngân sách:** -1,9% GDP (ước tính năm 2015)

**Nợ công:** 95,4% GDP (ước tính năm 2015)

**Năm tài chính:** Ngày 01/4 đến 31/3

**Tỉ lệ lạm phát (giá tiêu dùng):** 1,2% (ước tính năm 2014)

**Lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại:** 2,7% (ước tính đến ngày 31/12/2015)

**Xuất khẩu:** 428,3 tỉ USD (ước tính năm 2015)

**Hàng hóa xuất khẩu**

Phụ tùng và động cơ xe, máy móc công nghiệp, máy bay, thiết bị viễn thông; hoá chất, nhựa, phân bón; bột gỗ, gỗ, dầu thô, khí đốt tự nhiên, điện, nhôm

**Đối tác xuất khẩu (năm 2014)**

- Hoa Kỳ: 76,7%
- Trung Quốc: 3,9%

**Nhập khẩu:** 440,9 tỷ USD (ước tính năm 2015)

**Hàng hóa nhập khẩu**

Máy móc và thiết bị, phụ tùng và động cơ xe, dầu thô, hóa chất, điện, hàng tiêu dùng lâu bền.

**Đối tác nhập khẩu (năm 2014)**

- Hoa Kỳ: 53,3%
- Trung Quốc: 12,3%
- Mexico: 5,8%

**Tỉ giá hối đoái:** 1 CAD = 1,275 USD (ước tính năm 2015)

**Số người dùng internet (ước tính năm 2014):**

- Tổng số người dùng: 32,4 triệu
- Tỉ lệ dân số: 92,9%

**Cảng và bến:**

- Cảng biển chính: Halifax, Saint John (New Brunswick), Vancouver
- Bến tàu: Montreal, Quebec City, Sept-Isles (St. Lawrence); Fraser River Port (Fraser); Hamilton (Lake Ontario)
- Cảng dầu (oil terminal): Lower Lakes terminal
- Cảng vận chuyển hàng hóa ở dạng thô, khô: Port-Cartier (quặng sắt và ngũ cốc)
- Cảng container: Montreal (1.362.975), Vancouver (2.507.032)(2011)
- Cảng LNG (nhập khẩu): Saint John

**Nguồn:**

- [www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- <http://www.paragon-immigration.com>

## Chương 1: Kinh doanh tại Canada

### Tổng quan thị trường

Canada là quốc gia có nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng và phong phú trải dài trên khắp lãnh thổ của đất nước. Chính vì được thiên nhiên ưu ái nên Canada hội tụ rất nhiều tiềm năng để phát triển một nền kinh tế thịnh vượng.

Canada là quốc gia có nguồn năng lượng tự cung tự cấp. Nền kinh tế chính của Canada dựa trên các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Từ sau Chiến tranh Thế giới II sự tăng trưởng ấn tượng trong các ngành sản xuất, khai mỏ và dịch vụ đã biến quốc gia này từ một nền kinh tế phần lớn là nông thôn trở thành một quốc gia công nghiệp và thành thị. Là một đất nước công nghiệp, công nghệ cao, giàu có, thuộc các nước có thu nhập hàng nghìn tỷ đô la, Canada cũng giống như Mỹ về hệ thống kinh tế thị trường, mô hình sản xuất, và chất lượng cuộc sống.

Canada là một quốc gia phát triển, thành viên của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), và là thành viên của G8 và nhóm NAFTA (Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ). Về phía Âu châu, Canada thuộc nhóm Tổ chức Minh ước Bắc Đại Tây Dương (NATO); về phía châu Á, Canada thuộc nhóm Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC). Canada cũng có vị trí trong Liên Hiệp Quốc và nổi tiếng trên thế giới về vấn đề bảo vệ hòa bình tại những vùng chiến tranh căng thẳng.

Giống như các quốc gia phát triển khác, ngành dịch vụ chiếm ưu thế trong nền kinh tế Canada, chiếm 3/4 nền kinh tế Canada. Khác với các nước phát triển khác, Canada chú trọng vào khu vực sơ khai, với khai thác gỗ và khai thác dầu mỏ là hai ngành quan trọng nhất. Canada cũng có một khu vực chế tạo tương đối lớn, tập trung ở trung tâm Canada, với ngành công nghiệp ô tô – xe máy là đặc biệt quan trọng nhất.

Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) tăng trưởng kinh tế Canada chỉ tăng 1,2% trong năm 2015, dự báo kinh tế Canada chỉ tăng trưởng 1,7% trong năm 2016 và 2,1% năm 2017, giảm 0,3% so với dự báo đưa ra tháng 10/2015.

Các thị trường xuất khẩu chính năm 2015 của Canada là: Mỹ, Trung Quốc, Anh, Nhật Bản, Mexico, Ấn Độ, Hàn Quốc, Hong Kong, Đức, Hà Lan.

Các thị trường nhập khẩu chính của Canada năm 2015: Mỹ, Trung Quốc, Mexico, Đức, Nhật Bản, Anh, Hàn Quốc, Ý, Pháp, Đài Loan.

### Thách thức thị trường

Canada vẫn là một trong những thị trường dễ tiếp cận nhất trên thế giới. Tuy nhiên, các thủ tục Hải quan Canada, việc ghi nhãn song ngữ, các yêu cầu về đóng gói, những quy định về giao dịch vũ khí quốc tế (International Traffic in Arms Regulations – ITAR), và việc quyết toán thuế doanh thu của tỉnh và liên bang Canada vẫn có thể là một thách thức dành cho doanh nghiệp.

Việc 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, xâm nhập, tiếp thị chớp nhoáng, và chiết khấu cao cho các đại lý và nhà phân phối.



Những cách khác để phân biệt bạn với đối thủ cạnh tranh là cung cấp việc đào tạo chuyên môn và các điều khoản hợp đồng linh hoạt cho các đại lý và nhà phân phối, hoặc hỗ trợ sau bán hàng cho người tiêu dùng.

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 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.

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.

## **Cơ hội thị trường**

Những xu hướng thị trường tiếp theo đang mang đến các cơ hội kinh doanh mới trong một số lĩnh vực chủ chốt.



Các nỗ lực nhằm tạo sự thuận lợi cho thương mại biên giới bao gồm những cải tiến về công nghệ và giám định. Các quy định quản lý được đơn giản hóa sẽ cải thiện và làm tăng thời gian giao hàng hóa và dịch vụ đúng lúc, và tăng cường, mở rộng chuỗi cung ứng.

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

Giá năng lượng và các nguồn tài nguyên thiên nhiên khác tiếp tục tăng cao sẽ làm gia tăng việc phát triển năng lượng, khai thác mỏ, và tài nguyên nước của Canada. Việc phát triển này tạo ra nhiều cơ hội đáng kể cho các công ty nước ngoài trong các lĩnh vực năng lượng tái tạo, khai thác mỏ, dầu khí và các ngành có liên quan đến môi trường.

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, kỹ thuật với 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.

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.

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.

Việt Nam được chọn là 1 trong 6 thị trường nhận được sự ưu tiên của Canada trong Kế hoạch Hành động Thị trường Toàn cầu. Cơ cấu kinh tế của Việt Nam và Canada bổ sung cho nhau chứ không cạnh tranh nhau. Đó là một thuận lợi rất lớn để trong dài hạn Việt Nam vẫn nhận được sự ưu đãi trong thương mại, cũng như không ngừng nâng cao kim ngạch xuất khẩu.

### **Chiến lược thâm nhập thị trường**

Đối với nhiều công ty, việc tham gia phái đoàn đến buổi triển lãm thương mại của 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:

- Một chương trình thí điểm được gọi là Client Finder sử dụng các công cụ cơ sở dữ liệu tiên tiến để xác định các khách hàng tiềm năng và các đối tác của Canada.
- Làm việc với cơ quan dịch vụ thương mại để tìm kiếm khả năng bán hàng cho các cơ quan chính phủ Canada.

**Nguồn:**

- <http://www.textileandgarment.com>
- <http://duhoccanadachuyennghiep.com>
- <http://abavn.com>
- <http://agritrade.com.vn>
- <http://www.mpi.gov.vn>

## Chương 2: Môi trường kinh tế - chính trị

### Chính phủ

Canada là quốc gia quân chủ lập hiến; theo mô hình nhà nước liên bang và có nền dân chủ nghị viện.

Một số vị trí quan trọng trong chính phủ:

- Thủ Tướng: Mr. Justin Trudeau
- Đại sứ Canada tại Việt Nam: Mr. David Devine
- Đại sứ Đặc mệnh Toàn quyền Canada tại Việt Nam: Mr. David Devine
- Lãnh đạo của chính phủ tại Hạ viện: Dominic LeBlanc
- Bộ trưởng Bộ Ngoại giao: Mr. Stéphane Dion
- Bộ trưởng Quốc phòng: Harjit Singh Sajjan
- Bộ trưởng Thương mại Quốc tế: Chrystia Freeland
- Bộ trưởng Tư pháp: Mrs. Jody Wilson-Raybould
- Bộ trưởng Bộ Tài chính: Mr. Bill Morneau
- Bộ trưởng Y tế: Mrs. Jane Philpott
- Bộ trưởng Môi trường và Biến đổi khí hậu: Mrs. Catherine McKenna
- Chủ tịch Ủy ban Ngân khố: Scott Brison

### Điều kiện chính trị

Quyền lập pháp Canada nằm ở Quốc hội với hai viện: Thượng viện và Hạ viện.

Hiến pháp Canada quy định cấu trúc liên bang của chính phủ và các chức năng nhiệm vụ cũng như quyền hạn của chính phủ liên bang.

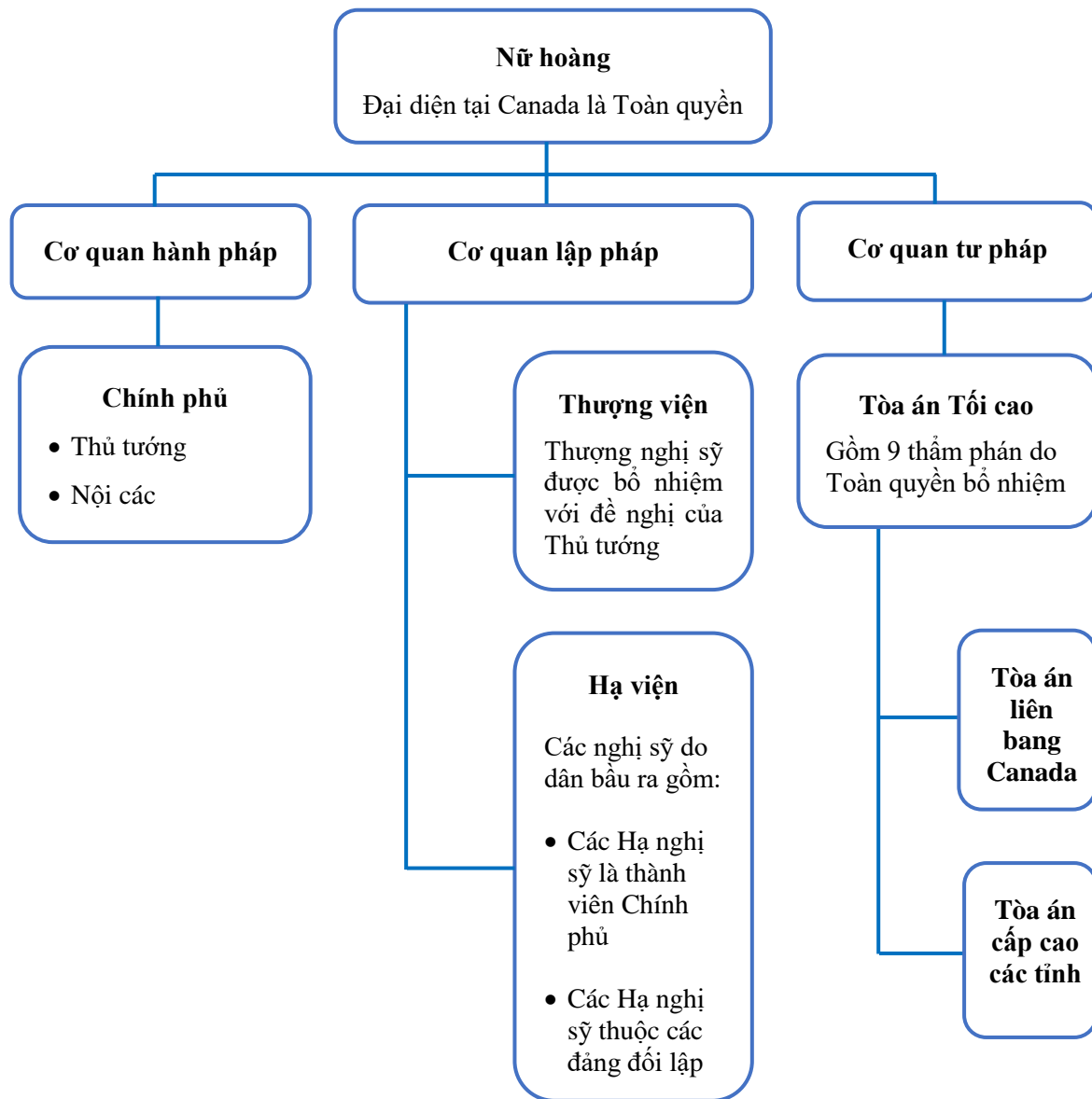
Chính phủ liên bang chịu trách nhiệm về các vấn đề của cả nước như quan hệ đối ngoại, giao thương quốc tế, quốc phòng, ngư nghiệp, giao thông vận tải, truyền thông, thuế, hệ thống tiền tệ và ngân hàng, luật hình sự, nhập cư và nhân quyền.

Chính quyền liên bang và các tỉnh và các vùng lãnh thổ cùng có trách nhiệm với vấn đề môi trường. Chính quyền mỗi tỉnh/vùng lãnh thổ đều có hệ thống lập pháp được lập nên qua quá trình bỏ phiếu phổ thông.

Canada hiện nay có hai hệ thống luật pháp: Hệ thống thông luật của Anh, là nền tảng cho luật của liên bang; luật của chín trên mười tỉnh, và luật của các vùng lãnh thổ; và hệ thống dân luật áp dụng tỉnh Quebec.

Chính phủ nghị viện của Canada dựa trên cơ sở tập trung quyền lực. Quyền lực chính trị được phân thành lập pháp, hành pháp và tư pháp.

• **Hệ thống chính trị Canada**



• **Các đảng chính trị**

+ Canada có 12 đảng chính trị, trong đó có 4 đảng lớn là:

- Đảng Bảo Thủ
- Đảng Tự Do
- Đảng Bloc Quebecois
- Đảng Tân Dân Chủ

+ 8 đảng khác:

- Đảng Hành động
- Đảng Di sản Cơ đốc giáo
- Đảng Người tự do

- Đảng Cần sa
- Đảng Cộng sản
- Đảng Xanh
- Đảng Mác-xít Lê-nin-nít
- Đảng Cấp tiến.

## • Quốc hội

Quốc hội Canada gồm 2 Viện: Thượng viện và Hạ viện.

Thượng viện gồm 105 Thượng Nghị sỹ, do Thủ tướng đề cử và được Toàn quyền Canada bổ nhiệm không qua bầu cử. Các Thượng Nghị sỹ khi đã được bổ nhiệm, có thể làm Thượng Nghị sỹ cho tới năm 75 tuổi. Họ chỉ không còn là thượng Nghị sỹ khi họ không muốn tham gia tiếp tục Thượng viện hoặc khi họ vi phạm pháp luật tới mức bị Nữ hoàng cách chức.

Hạ viện gồm 308 Hạ Nghị sỹ, do cử tri bầu ra từ 308 đơn vị bầu cử. Mỗi đơn vị bầu cử không hạn chế số ứng cử viên, chỉ hạn chế là một người duy nhất trúng cử khi họ đạt số phiếu cao nhất trong đơn vị bầu cử đó. Sau khi các ứng cử viên trúng cử, đảng phái nào có số lượng người trúng cử nhiều nhất thì sẽ đứng ra thành lập Chính phủ, đó là đảng cầm quyền trong Hạ viện.

Ở Canada, Hạ viện được coi như Quốc hội của người dân, vì các Hạ Nghị sỹ được dân bầu để giải quyết các vấn đề của đất nước. Thượng viện rất tôn trọng điều này vì đây là ý nguyện của người dân. Các Hạ Nghị sỹ hiện nay thuộc 3 đảng phái chính trị: Đảng cầm quyền, đảng đối lập chính thức và đảng đối lập.

Ở Canada, Cơ quan Quốc hội là cơ quan chính trị, nhưng cũng đồng thời là cơ quan quản lý. Họ có trách nhiệm giám sát, kiểm soát những đồng tiền thuế của dân phải được chi tiêu hiệu quả nhất.

## • Hệ thống bầu cử Hungary

Hệ thống chính phủ nghị viện của Canada dựa trên mô hình của Liên hiệp vương quốc Anh. Quốc hội liên bang Canada gồm quốc vương (đại diện tại Canada là Toàn quyền), Thượng viện với các thành viên do Toàn quyền chỉ định dựa trên khuyến nghị của Thủ tướng và Hạ viện với các thành viên do các công dân Canada bầu ra thông qua các cuộc bầu cử phổ thông toàn liên bang.

Nhiệm kỳ của các Thượng nghị sỹ sẽ kéo dài cho đến khi họ 75 tuổi. Nhiệm kỳ của các Hạ nghị sỹ không cố định. Hạ viện sẽ được bầu lại trong vòng tối đa không quá năm năm một lần. Toàn quyền sẽ giải tán Quốc hội và kêu gọi một cuộc bầu cử mới theo khuyến nghị của Thủ tướng vào thời điểm nào mà Thủ tướng thấy có lợi nhất cho vị trí của đảng mình tại Quốc hội.

Hội đồng bầu cử Canada (Elections Canada) là một cơ quan không đảng phái chịu trách nhiệm tổ chức các cuộc bầu cử liên bang, các cuộc bầu cử bổ sung và trưng cầu dân ý. Chủ tịch Hội đồng được gọi là Cán bộ bầu cử chính của Canada.



Hệ thống bầu cử của Canada được coi là hệ thống “đa số tương đối”. Tại mỗi khu vực bầu cử, ứng cử viên có số phiếu nhiều nhất sẽ giành quyền đại diện tại Hạ viện và đại diện cho khu vực bầu cử đó với tư cách là một Nghị sỹ (MP). Điều này có nghĩa là các ứng cử trúng cử viên không nhất thiết phải có được trên 50% phiếu bầu (đa số tuyệt đối).

Không có giới hạn về số lượng ứng cử viên tại mỗi khu vực bầu cử, tuy nhiên mỗi ứng cử viên chỉ được ứng cử tại một khu vực bầu cử, với tư cách độc lập hoặc đại diện cho một đảng chính trị hợp pháp nào đó. Mỗi đảng cũng chỉ được cử một ứng cử viên tranh cử tại một khu vực bầu cử. Các ứng cử viên tranh cử mà không thuộc đảng phái nào có thể được gọi là các ứng cử viên “độc lập” hoặc “tự do”.

Một đảng chính trị là một nhóm các cá nhân cùng nhau thiết lập nên một cơ cấu và các quy chế, bầu ra một lãnh đạo và ban điều hành chuyên trách, và đề cử các ứng cử viên tranh cử cho cuộc bầu cử Hạ viện. Để giành quyền tranh cử dưới tên gọi của đảng cho các đảng viên của mình, một đảng chính trị phải đăng ký với Cán bộ bầu cử chính.

Giờ đi bầu cử chậm dần tại các vùng do Canada có sáu múi giờ khác nhau. Vì vậy kết quả bỏ phiếu được công bố gần như cùng một lúc trên phạm vi toàn quốc.

Trong cuộc tổng tuyển cử lần thứ 42 hôm 19/10/2015, đảng LIB của ông Trudeau giành thắng lợi với 184 trên tổng số 338 ghế tại Hạ viện khóa mới, đủ quyền thành lập chính phủ đa số. Đảng Bảo thủ (CPC) cầm quyền của Thủ tướng Stephen Harper được 99 ghế, đứng thứ hai và trở thành đảng đối lập chính. Trong khi đó, đảng Dân chủ mới (NDP) của ông Thomas Mulcair về thứ 3 với 44 ghế, để tuột vị trí đảng đối lập chính trong Quốc hội.

### • Hệ thống pháp luật

Ở Canada có ba cấp chính quyền, gồm Liên bang (Quốc gia), tỉnh bang và chính quyền địa phương. Liên bang và các tỉnh bang đều có thẩm quyền chung và thẩm quyền riêng trong xây dựng pháp luật, được quy định cụ thể, chặt chẽ trong Hiến pháp. Chính quyền địa phương không tham gia vào công tác xây dựng pháp luật, chỉ tổ chức thi hành pháp luật.

Nhà nước Canada phân chia 3 nhánh quyền lực rất rõ ràng. Nhánh lập pháp có nhiệm vụ làm luật, phê duyệt chi tiêu công và chất vấn các cơ quan hành pháp. Các dự án luật đều được cơ quan lập pháp thảo luận và được các Ủy ban trực thuộc cơ quan lập pháp nghiên cứu. Nhánh hành pháp có nhiệm vụ đề xuất các đạo luật, xây dựng các quy định dưới luật theo thẩm quyền; quản lý và thực hiện luật và các văn bản khác. Nhánh tư pháp do nhánh hành pháp bổ nhiệm nhưng hoạt động độc lập với nhánh hành pháp; có nhiệm vụ giải thích các đạo luật, xét xử các tranh chấp trên cơ sở áp dụng quy định của Hiến pháp, đạo luật và án lệ. Các thẩm phán phải tuân theo các nội dung giải thích luật của tòa cấp trên và công khai các quyết định của Tòa án. Trên cơ sở những nguyên tắc chung về nhà nước, quy trình làm luật của Canada được tiến hành tuần tự theo các bước như sau:

- + Xây dựng chính sách ban đầu
- + Xây dựng chính sách của các Bộ

- + Soạn thảo, phân tích chính sách
- + Phê duyệt chính sách
- + Thông qua chính sách
- + Thực hiện, thi hành và theo dõi chính sách

- **Cơ chế bảo đảm tư pháp độc lập ở Canada**

Canada là quốc gia liên bang, bên cạnh chính quyền liên bang, Canada còn có chính quyền ở 10 bang (tỉnh) và vùng lãnh thổ. Cơ cấu bộ máy quốc gia được tổ chức theo Hiến pháp năm 1867 và 1982. Chính quyền ở Canada là chính quyền 3 cấp: Liên bang, Bang (tỉnh) và địa phương. Mỗi cấp đều có hiến pháp hoặc hiến chương riêng, trong đó ghi khá rõ nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của chính quyền.

- + **Hệ thống tòa án của Canada gồm các tòa án bang/tỉnh:**

- Tòa sơ thẩm của Bang (Provincial Courts)
- Tòa cấp cao của Bang (Superior Trial Court)
- Tòa Phúc thẩm của Bang (Provincial Court of Appeal)

- + **Các tòa án liên bang gồm:**

- Tòa Sơ thẩm liên bang (Federal Court)
- Tòa phúc thẩm liên bang (Federal Court of Appeal)
- Tòa Tối cao của Canada (Supreme Court of Canada)

- + **Ngoài ra, trong hệ thống tòa án của Canada còn một số tòa án đặc biệt như:**

- Tòa án thuế Canada (Tax Court of Canada) được thiết lập với tư cách là một tòa sơ thẩm tương đương với Tòa sơ thẩm liên bang (Federal Court)
- Tòa án quân sự (gồm Tòa quân sự sơ thẩm – Military Courts và Tòa quân sự phúc thẩm – Martial Appeal Court)
- Một số tòa án hành chính của bang (Provincial Administrative Tribunals)
- Tòa án hành chính liên bang (Federal Administrative Tribunals)

Đối với những vụ việc có bản chất đơn giản nhưng thường xuyên xảy ra, cần sự xử lý nhanh chóng, thì cần có nhiều tòa án cấp sơ thẩm để giải quyết, do đó, các tòa án sơ thẩm của bang – provincial courts phải đảm nhiệm việc giải quyết vụ việc này.

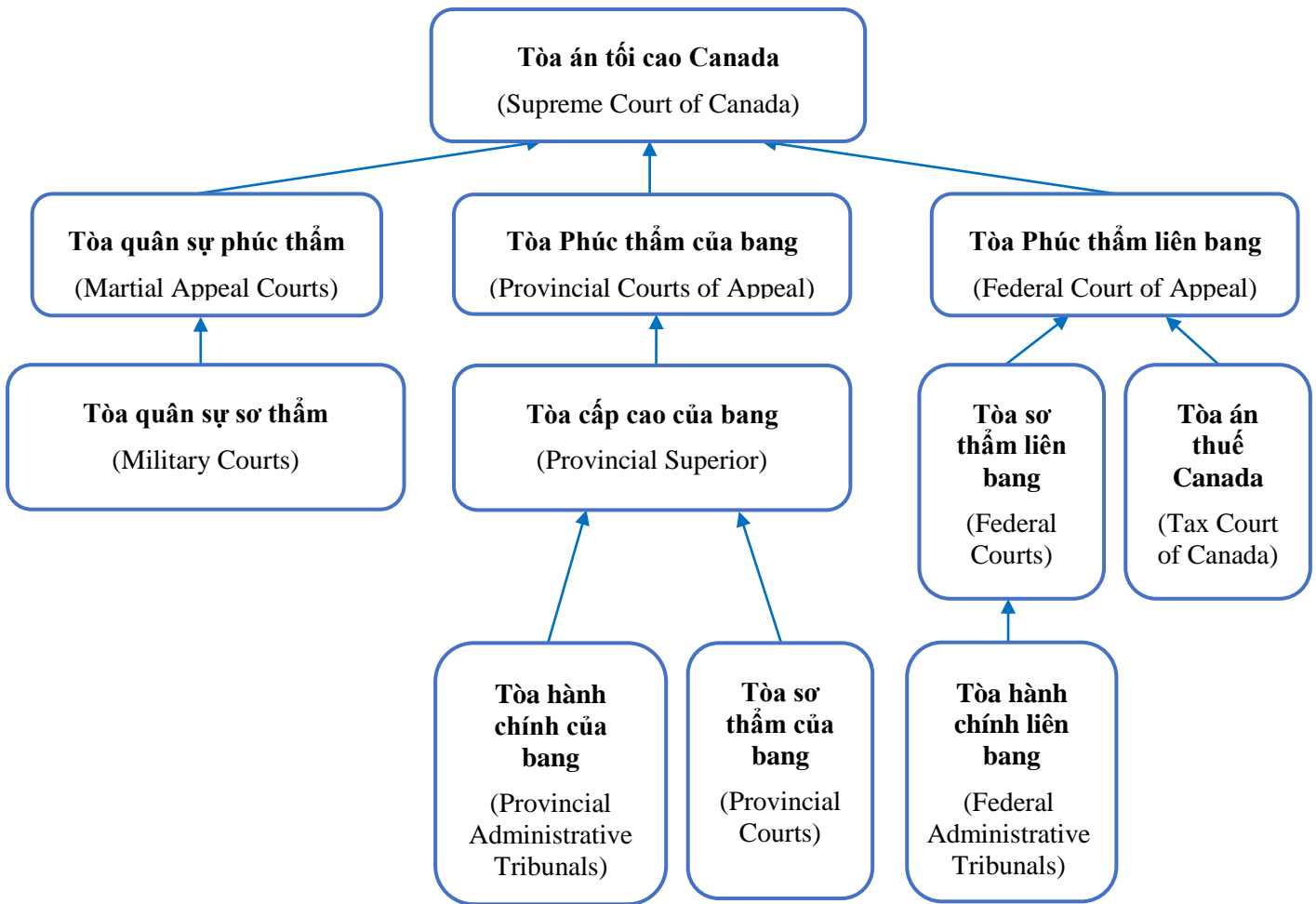
Đối với những vụ việc có bản chất phức tạp, tần suất xảy ra ít hơn, nhưng đòi hỏi thẩm phán dành nhiều thời gian, công sức để giải quyết hơn sẽ được phân luồng để cho một loại tòa án riêng của bang giải quyết, đó chính là các Tòa cấp cao của bang – Provincial Superior Courts

Các tòa án cấp sơ thẩm giải quyết vụ việc và các tòa án cấp phúc thẩm để sửa chữa những sai sót trong các phán quyết sơ thẩm và bảo đảm sự áp dụng thống nhất pháp luật, đó chính là các tòa án phúc thẩm của bang – Provincial Court of Appeal.

Tòa Tối cao của Canada bảo đảm sự áp dụng pháp luật thống nhất trong toàn quốc, cần phải thiết lập một tòa án duy nhất ở đỉnh tháp cao nhất của hệ thống tòa án.

Tòa án sơ thẩm liên bang (Federal Court of Canada) và Tòa án phúc thẩm liên bang (Federal Court of Appeal) giải quyết các vụ việc mà một bên đương sự là chính quyền liên bang hoặc các vụ tranh chấp liên quan tới luật hành chính liên bang thì cần các tòa án liên bang để giải quyết vụ việc.

**+ Sơ đồ hệ thống tòa án của Canada**



**Quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Canada**

- Ngày thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam: 21/8/1973
- Các hiệp định, văn bản đã ký giữa hai nước:
  - + Hiệp định hợp tác kinh tế và kỹ thuật (16/1/1992)
  - + Hiệp định chung về hợp tác phát triển (21/6/1994)
  - + Hiệp định về hợp tác kinh (21/6/1994)
  - + Bản ghi nhớ về một số sản phẩm dệt (16/11/1994)

- + Tuyên bố thỏa thuận về hợp tác phát triển (16/11/1994)
- + Hiệp định về thương mại và mậu dịch (13/11/1995)
- + Hiệp định về tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa việc trốn thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập (14/11/1997)
- + Bản ghi nhớ về dự án dịch vụ và phát triển hạ tầng (7/3/2000)
- + Bản ghi nhớ về dự án hỗ trợ chính sách giai đoạn II (25/7/2001).

## Kinh tế

Thống Kê Canada công bố cho thấy thâm hụt giao dịch hàng hóa của Canada với thế giới tăng lên con số kỷ lục 3,6 tỉ USD trong tháng 6/2016 so với 3,5 tỉ USD trong tháng 5/2016. Xuất cảng giảm 4,7% xuống còn 124 tỉ USD. Điều này làm tăng thâm hụt về giao thương với các nước khác trên thế giới từ 6,4 tỉ USD trong 3 tháng đầu của năm 2016 lên đến con số kỷ lục 10,7 tỉ USD.

Số liệu công bố ngày 31/8/2016 của Cơ quan Thống kê Canada cho thấy trong quý 2 năm 2016, kinh tế nước này bị suy giảm trong 7 năm trở lại đây, kể từ khi xảy ra cuộc khủng hoảng tài chính – kinh tế năm 2008.

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) thực tế trong quý 2 năm 2016 vừa qua giảm 1,6% so với cùng kỳ năm trước. Số liệu này trái ngược so với xu hướng tăng 2,5% đạt được trong quý 1. GDP trong quý 2 sụt giảm chủ yếu do xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ giảm 4,5%, sau khi tăng 1,9% trong 3 tháng đầu năm. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa giảm 5,5%, xuất khẩu dịch vụ tăng 0,6%. Riêng trong lĩnh vực năng lượng, tổng giá trị xuất khẩu giảm 7,5% với xuất khẩu dầu thô giảm 9,6%, sản phẩm dầu mỏ tinh chế giảm 19,6%. Thiết bị và phụ tùng ô tô cũng giảm 5,8% do giảm xuất khẩu ô tô chở khách và xe tải hạng nhẹ. Nếu tính theo từng tháng, GDP tăng 0,1% trong tháng 4, giảm 0,6% trong tháng 5 và tăng trở lại 0,6% trong tháng 6. Tăng trưởng trong tháng 6 do tăng sản lượng khai thác dầu phi truyền thống ở tỉnh Alberta (tăng 12%) và tăng khai thác mỏ, đá, dầu và khí đốt trên toàn quốc (tăng 3,6%).

Tăng trưởng kinh tế dự kiến sẽ phục hồi trong năm 2016, và đạt 2,3% trong năm 2017. Sự kéo từ đầu tư năng lượng giảm nên mờ dần đi vào đầu năm 2016, trong khi xuất khẩu phi năng lượng dần dần sau pick-up, với sau đầu tư kinh doanh. Như chùng kinh tế được đưa lên thông qua năm 2016, lạm phát sẽ tăng lên trên điểm giữa 2% của Ngân hàng trong phạm vi mục tiêu lạm phát của Canada vào năm 2017. Tăng lãi suất chính sách được giả định vào cuối năm 2016 và được dần dần sau đó. các biện pháp thận trọng vĩ mô tiếp tục cần được thực hiện để chứa rủi ro ổn định tài chính từ khoản nợ và giá nhà hộ gia đình cao. Giảm thâm hụt ngân sách chính phủ nói chung được thiết lập để từ chối, phản ánh cam kết của chính phủ liên bang đến để thâm hụt nhỏ để tài trợ cho chi tiêu cơ sở hạ tầng.

Giảm rào cản đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài trong ngành viễn thông, phát thanh truyền hình và các hãng hàng không, và tiếp tục nỗ lực để tăng cường số lượng và năng suất của R&D sẽ làm tăng triển vọng tăng trưởng dài hạn. Để làm cho tăng trưởng toàn diện hơn, dựa trên nhu cầu hỗ trợ tài chính cho các nhóm thiệt



thời cho giáo dục đại học cụ thể phải được tăng lên, quá trình ứng dụng hỗ trợ thực hiện bảo hiểm y tế minh bạch và công khai của được phẩm thiết yếu được mở rộng.

Canada không phải là trên đà đạt được mục tiêu giảm phát thải khí nhà kính bằng 30% so với mức năm 2005 vào năm 2030. Chính phủ liên bang đã cho thấy ý định theo đuổi một cách tiếp cận hợp tác với các tỉnh và vùng lãnh thổ để đạt được mục tiêu biến đổi khí hậu của Canada. Bốn tỉnh lớn nhất đã được thông qua, hoặc đang trong quá trình áp dụng, dụng cụ giá - nắp và thương mại, thuế các-bon. Để giảm chi phí xử lý, các tỉnh và vùng lãnh thổ khác phải làm theo. Tuy nhiên, giảm phát thải sẽ ít tốn kém nếu các tỉnh phối hợp hoặc chính phủ liên bang đã dẫn đầu trên một chính sách khí giảm hiệu ứng nhà kính quốc gia.

## Tiền tệ

Ngân hàng trung ương Canada (BoC) đã quyết định không thay đổi lãi suất cơ bản ở mức 0,5% vốn duy trì kể từ tháng 7/2015 đến nay, nhằm giữ ổn định nền kinh tế. Đây là lần thứ 3 liên tiếp BoC không điều chỉnh lãi suất.

Chính sách tiền tệ hiện nay hoàn toàn phù hợp và lạm phát vẫn trong ngưỡng cho phép, nên tỷ lệ lãi suất liên ngân hàng qua đêm vẫn được duy trì ở 0,5%. Ngay sau khi BoC công bố quyết định, đồng lonie (tên gọi địa phương của CAD) tiếp tục rớt giá và chỉ đổi được 68,63 xu Hoa Kỳ - mức thấp nhất trong 13 năm trở lại đây.

## Thương mại Canada

Theo Cơ quan thống kê Canada (Statistics Canada), tăng trưởng GDP của Canada cả năm 2015 đạt 1,2% (chỉ bằng gần một nửa so với năm 2014) với tổng mức GDP đạt 1.985,7 tỷ Đô la Canada (CAD) và GDP đầu người đạt 55.385 CAD; lạm phát được duy trì ở mức 1,1% và thất nghiệp ở mức 6,9%.

Tổng kim ngạch xuất - nhập khẩu của Canada năm 2015 đạt USD 827,256 tỉ. Trong đó kim ngạch xuất khẩu đạt 408,358 tỉ USD (giảm 14,1% so với năm 2014) với các mặt hàng xuất khẩu chính như: dầu khí; khoáng sản; ô tô và linh kiện, phụ tùng; máy bay và linh kiện phụ tùng; sắt, thép, nhôm, kẽm, nickel; máy móc, thiết bị điện, điện tử và phụ tùng; thiết bị viễn thông; chất dẻo; phân bón; gỗ xẻ, giấy và bột giấy; uranium; kim loại quý, đá quý (vàng, bạc, kim cương, ngọc trai); sản phẩm hóa chất; dược phẩm; dệt may; thủy hải sản; thịt bò, sữa; lúa mì, lúa mạch...

Các thị trường xuất khẩu chính: Hoa Kỳ 313,250 tỷ USD (giảm 14,2% so với 2014); Trung Quốc 15,802 tỉ USD (giảm 9,7%); Anh 12,505 tỉ USD (giảm 9,3%); Nhật Bản 7,624 tỷ USD (giảm 21,7%); Mexico 5,136 tỷ USD (tăng 2,2%); Ấn Độ 3,328 tỉ USD (tăng 13,8%); Hàn Quốc 3,150 tỷ USD (giảm 17,1%); Hong Kong 3,055 tỉ USD (giảm 26,1%); Đức 2,822 tỉ USD (giảm 0,1%); Hà Lan 2,786 tỉ USD (giảm 19,8%).

Kim ngạch nhập khẩu đạt 418,898 tỉ USD (giảm 9,7% so với năm 2014) với các mặt hàng nhập khẩu chính: máy móc thiết bị điện và điện tử; dầu thô; máy bay và phụ tùng; ô tô và linh kiện, phụ tùng; ngọc trai, kim loại quý, đá quý; chất dẻo và sản phẩm chất dẻo; dược phẩm; sắt thép và sản phẩm sắt thép; hóa chất; cao su và



sản phẩm cao su; đồ gỗ; dệt may; giày dép; thủy hải sản; rượu, bia; rau, củ, quả...

Các thị trường nhập khẩu chính: Hoa Kỳ 223,125 tỷ USD (giảm 11,5%); Trung Quốc 51,252 tỉ USD (giảm 3,5%); Mexico 24,370 tỷ USD (giảm 6,6%); Đức 13,562 tỉ USD (giảm 6,2%); Nhật Bản 11,569 tỷ USD (giảm 4,1%); Anh 7,193 tỷ USD (giảm 13,6%); Hàn Quốc 6,171 tỉ USD (giảm 5,9%); Italia 5,764 tỉ USD (giảm 0,9%); Pháp 5,318 tỷ USD (giảm 1,3%); Đài Loan 4,267 tỉ USD (tăng 1,8%).

- **Thị trường Bắc Mỹ (NAFTA)**

*ĐVT: tỉ USD*

Quốc gia	Canada xuất khẩu	Canada nhập khẩu	Tổng kim ngạch
Hoa Kỳ	313,250 <i>(giảm 14,2%)</i>	223,125 <i>(giảm 11,5%)</i>	536,375
Mexico	5,136 <i>(tăng 2,2%)</i>	24,370 <i>(giảm 6,6%)</i>	29,506

*Nguồn: Statistics Canada*

- **Thị trường EU**

*ĐVT: tỉ USD*

Quốc gia	Canada xuất khẩu	Canada nhập khẩu	Tổng kim ngạch
EU	29,481 <i>(giảm 16%)</i>	48,017 <i>(giảm 8,4%)</i>	77,498

*Nguồn: Statistics Canada*

- **Thị trường Châu Á Thái Bình Dương**

*ĐVT: triệu USD*

Quốc gia	Canada xuất khẩu	Canada nhập khẩu	Tổng kim ngạch
Trung Quốc	15.802 <i>(giảm 9,7%)</i>	51.252 <i>(giảm 3,5%)</i>	67.054
Nhật Bản	7.624 <i>(giảm 21,7%)</i>	11.569 <i>(giảm 4,1%)</i>	19.193
Hàn quốc	3.150	6.171	9.321

	(giảm 17,1%)	(giảm 5,9%)	
Ấn độ	3.328 (tăng 13,8)	3.087 (tăng 7,3%)	6.415
Đài Loan	1.145 (giảm 10%)	4.266 (+1,8%)	5.411
Hong Kong	3.055 (giảm 26,1%)	252 (tăng 0,5%)	3.307

Nguồn: Statistics Canada

- Thị trường ASEAN 10**

*ĐVT: triệu USD*

Quốc gia	Canada xuất khẩu	Canada nhập khẩu	Tổng kim ngạch
<b>Việt Nam</b>	<b>513,198</b> (tăng 18,7%)	<b>3.196,190</b> (tăng 24,8%)	<b>3.709,388</b>
Thailand	694,440 (tăng 7,2%)	2.432,906 (giảm 6,2%)	3.127,346
Indonesia	1.424,157 (giảm 22,3%)	1.307,564 (giảm 5%)	2.731,721
Malaysia	622,093 (giảm 13,5%)	2.065,226 (giảm 5,7%)	2.687,319
Singapore	1.172,797 (giảm 1,2%)	748,606 (giảm 28,6%)	1.921,403
Philippines	591,052 (tăng 14,5%)	1.112,587 (giảm 0,7%)	1.703,639
Campuchia	20,181 (tăng 193,6%)	803,611 (tăng 7,0%)	823,792
Myanmar	18,537 (giảm 3,8%)	21,368 (tăng 67,0%)	39,905

Laos	4,533 (giảm 57,4%)	18,519 (tăng 24,2%)	23,052
Brunei	2,287 (giảm 76,4%)	3,503 (giảm 45,2%)	5,790
<b>ASEAN 10</b>	<b>5.063,275</b> (giảm 5,9%)	<b>11.710,080</b> (tăng 0,3%)	<b>16.773,355</b>

Nguồn: Statistics Canada

## Đầu tư

Tính đến 20/10/2016, Canada có 161 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đầu tư đăng ký 5,21 tỷ USD. Canada hiện đang xếp thứ 13 trong số 112 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam. Trong đó, có 15 dự án cấp mới, vốn đăng ký mới là 38.5 triệu USD, vốn đăng ký tăng thêm 5,2 triệu USD.

- **Phân theo ngành**

Với các dự án quy mô lớn, lĩnh vực kinh doanh bất động sản dẫn đầu về vốn đầu tư đăng ký của Canada tại Việt Nam với 4 dự án và tổng số vốn đăng ký là 4,23 tỷ USD (chỉ chiếm 2 % số dự án nhưng chiếm tới 80,1% tổng vốn đầu tư), đứng thứ 2 là lĩnh vực Công nghiệp chế biến chế tạo với tổng số vốn là 476,4 triệu USD (chiếm 9,2% tổng vốn đầu tư). Lĩnh vực Y tế và trợ giúp xã hội xếp thứ 3 với tổng vốn đầu tư là 282,4 triệu USD (chiếm 5,3% tổng vốn đầu tư). Còn lại thuộc về các ngành lĩnh vực khác.

- **Phân theo hình thức đầu tư**

Các dự án của Canada tại Việt Nam đầu tư chủ yếu vào hai hình thức 100% vốn nước ngoài với 106 dự án với tổng số vốn là 4,93 tỷ USD chiếm 71% số dự án và 93,4% tổng vốn đầu tư, hình thức liên doanh được đầu tư 40 dự án với tổng vốn đăng ký là 324,3 triệu USD chiếm 6,1% tổng vốn đầu tư, còn lại là các hình thức công ty cổ phần và hợp đồng hợp tác kinh doanh.

- **Phân theo địa phương**

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 lớn 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.

**Nguồn:**

- <http://bnews.vn>
- [www.thoibaotaichinhvietnam.vn](http://www.thoibaotaichinhvietnam.vn)
- [www.vietnamexport.com](http://www.vietnamexport.com)
- <http://fia.mpi.gov.vn/>

## Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ

### Sử dụng đại lý/ nhà phân phối

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. Các công ty nước ngoài đã chỉ định các đại lý của nhà sản xuất nhằm kêu gọi khách hàng tiềm năng để phát triển thị trường. Hầu hết các đại lý bán hàng mong đợi làm việc trên cơ sở tiền hoa hồng 2 bậc. Các đại lý nhận khoản hoa hồng thấp hơn cho các lô hàng hợp đồng và khoản hoa hồng cao hơn khi việc mua hàng được thực hiện từ các kho hàng của chính đại lý.

Canada là một đất nước rộng lớn, và thường thận trọng để đảm bảo cho đại lý của nhà sản xuất gần với những người mua hàng tiềm năng.

#### Để bán cho

#### Đảm bảo cho đại lý ở

Lĩnh vực hàng không vũ trụ

Montreal

Lĩnh vực ô tô

Toronto

Chính phủ Canada

Ottawa

Lĩnh vực năng lượng Alberta

Calgary hoặc Edmonton

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.

### Thành lập văn phòng

Các công ty Hoa Kỳ có thể thành lập văn phòng đại diện hoặc chi nhánh, thiết lập doanh nghiệp tư nhân hoặc quan hệ đối tác, hoặc sáp nhập toàn bộ chi nhánh công ty hoặc liên doanh tại Canada. Công ty có thể là công ty công hoặc công ty tư nhân, và được thành lập theo chính quyền liên bang hoặc theo các điều lệ của tỉnh. Các công ty công và tư nhân được thành lập theo chính quyền liên bang theo Đạo luật công ty của Canada có thể hoạt động trên toàn quốc hoặc tại một số tỉnh, nhưng vẫn phải đăng ký như là một công ty ngoại tỉnh ở mỗi tỉnh mà công ty hoạt động kinh doanh. Các công ty Canada có hệ thống đăng ký trực tuyến liên kết cho phép việc đăng ký ngoại tỉnh đối với các tập đoàn liên bang với 4 tỉnh, cụ thể là Newfoundland và Labrador, Nova Scotia, Saskatchewan và Ontario. Lệ phí đăng ký thay đổi theo từng tỉnh, nhưng là mức thấp nhất. Các công ty được thành lập tại Quebec phải chấp nhận có tên công ty bằng tiếng Pháp theo Mục 63 của Điều lệ ngôn ngữ Pháp ở Quebec. Công ty ngoại tỉnh đăng ký tại Quebec phải cung cấp tên công ty của họ bằng tiếng Pháp. Các công ty quan tâm đến việc thành lập hoạt



động ở Quebec nên liên hệ với Văn phòng của ngôn ngữ Pháp ở Quebec (Office Québécois de la langue Française) để văn phòng này giúp cho các công ty tuân thủ các luật lệ về ngôn ngữ của Quebec.

## **Nhượng quyền**

Theo Hiệp hội Nhượng quyền thương mại Canada, lĩnh vực nhượng quyền thương mại của Canada bao gồm hơn 1.000 đặc quyền kinh doanh và hơn 78.000 đơn vị cá nhân, từ nhà hàng đến các cơ sở bán lẻ phi thực phẩm, từ các nhà bán lẻ sản phẩm ô tô đến những nhà cung cấp dịch vụ kinh doanh. Lĩnh vực này chiếm 10% GDP của Canada. Khoản đầu tư nhượng quyền thương mại trung bình ở Canada là từ 150.000 USD – 200.000 USD. Trong lĩnh vực nhà hàng, 35% tổng doanh thu là từ hoạt động nhượng quyền thương mại. Trong lĩnh vực bán lẻ, 45% doanh thu là từ hoạt động nhượng quyền thương mại. Đối tượng khách hàng phát triển nhanh nhất của những người mua nhượng quyền thương mại là phụ nữ.

Mặc dù không có luật nhượng quyền thương mại liên bang, nhưng tại Ontario, Đảo Prince Edward, và Alberta vẫn có luật nhượng quyền thương mại riêng nhằm đảm bảo tốt hơn cho các nhà đầu tư kinh doanh nhỏ có thể đưa ra các quyết định trước khi cam kết các thỏa thuận nhượng quyền thương mại. Việc công bố các yêu cầu cung cấp các đặc quyền kinh doanh có triển vọng với các thông tin về vấn đề làm thế nào người bán hàng có kế hoạch tiếp cận các vấn đề quan trọng theo hợp đồng, chẳng hạn như việc kết thúc, và hỗ trợ người mua biện pháp pháp lý mạnh hơn liên quan đến tố tụng. Luật lệ tương tự đang được cân nhắc ở các tỉnh khác.

## **Tiếp thị trực tiếp**

Hiệp hội Marketing Canada và Tin tức tiếp thị trực tiếp là 2 nguồn thông tin hàng đầu về tiếp thị trực tiếp ở Canada. Việc khai thác thị trường này có thể dễ dàng như cách đặt quảng cáo trên tạp chí hoặc internet.

## **Liên doanh/ cấp phép**

Hệ thống pháp luật của Canada áp đặt một số hạn chế đối với việc liên doanh hoặc cấp phép. Một số trường hợp liên doanh đòi hỏi phải có sự chấp thuận của Chính phủ Canada theo Luật Đầu tư Canada; nhưng, đối với đại đa số các dự án mới, các nhà đầu tư nước ngoài chỉ cần thông báo cho chính phủ Canada về việc đầu tư của họ. Cơ quan cấp giấy phép cho người nước ngoài cũng không yêu cầu đăng ký hoặc công bố công khai.

## **Bán hàng cho chính phủ**

Canada đã ký kết 3 hiệp định quốc tế liên quan đến việc mua sắm chính phủ (Hiệp định của WTO về Mua sắm Chính phủ (GPA), Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ (NAFTA), và Hiệp định mua sắm của chính phủ giữa Hoa Kỳ và Canada năm 2010). Canada phê chuẩn GPA của WTO được đổi mới vào ngày 03/12/2013, và có hiệu lực vào tháng 4/2014. Các hiệp định hiện tại cho phép các doanh nghiệp nước

ngoài quyền tiếp cận việc mua sắm do hầu hết các Bộ của liên bang Canada và một số lượng lớn các đơn vị cấp tỉnh thực hiện. Tuy nhiên, theo các hiệp định thương mại này, các nhà cung cấp nước ngoài chỉ có quyền tiếp cận việc mua sắm của 7 công ty quốc doanh của Canada. Các công ty quốc doanh của Canada là các tổ chức chính phủ hoạt động theo mô hình khu vực tư nhân, nhưng nhìn chung đều có mục tiêu về chính sách công và chính sách thương mại. Canada hiện có hơn 40 công ty quốc doanh.

Các công trình công cộng và dịch vụ Chính phủ Canada (PWGSC) là tổ chức thu mua lớn nhất của chính phủ, trung bình có 60.000 giao dịch và mua trên 14 tỷ USD hàng hóa và dịch vụ hàng năm. Trong khi PWGSC mua hàng hóa cho hầu hết các Bộ của chính phủ liên bang, thì các Bộ lại mua hầu hết các dịch vụ cho riêng họ.

Các dịch vụ đấu thầu điện tử trên internet, miễn phí và chính thức của chính phủ liên bang Canada xem tại website: <http://buyandsell.gc.ca/tenders>. Website này là nguồn thông tin có thể tin được về việc mua sắm của chính phủ liên bang, tùy thuộc vào các hiệp định thương mại hoặc các chính sách của Bộ, trong đó việc mua sắm được thực hiện dưới ngưỡng cho phép của hiệp định thương mại. Các đặc điểm của trang web bao gồm:

- Tìm kiếm các cơ hội bằng cách sử dụng các thuật ngữ tìm kiếm bằng ngôn ngữ đơn giản phù hợp với hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn đối với việc bỏ thầu có sẵn.
- Thu hẹp kết quả tìm kiếm để tìm các cơ hội liên quan đến khu vực, mã số nhận dạng hàng hóa và dịch vụ (GSIN), bộ ngành, v.v...
- Thông tin mua sắm cho các nhà thầu lớn, chẳng hạn như các hợp đồng trước đó hoặc các nhà cung cấp đã được sơ tuyển trước đó – những người giữ giá chào hàng thường xuyên hoặc các hợp đồng cung cấp.

Ngoài ra, dịch vụ Thông tin đăng ký của nhà cung cấp (SRI) được sử dụng bởi những người mua hàng thuộc chính phủ liên bang nhằm xác định các nhà cung cấp tiềm năng cho việc mua bán không tùy thuộc vào bất kỳ các hiệp định thương mại nào.

Năm tài chính của chính phủ liên bang Canada là từ ngày 01/4 đến 31/3.

Danh sách đầy đủ những nơi tìm các nhà thầu mua sắm của chính quyền tỉnh, xin vui lòng liên hệ theo địa chỉ [Lucy.Latka@trade.gov](mailto:Lucy.Latka@trade.gov).

### **Các kênh phân phối và bán hàng**

Phần lớn việc bán hàng cho các công ty của Canada được xử lý thông qua các kênh tiếp thị tương đối ngắn hạn; và trong nhiều trường hợp, các sản phẩm được chuyển trực tiếp từ nhà sản xuất đến người dùng cuối. Điều này đặc biệt đúng đối với các sản phẩm công nghiệp. 90% hoặc nhiều hơn nữa các khách hàng tiềm năng đối với các sản phẩm công nghiệp cư ngụ tại hoặc gần 2 hoặc 3 thành phố lớn. Mặt khác, thị trường hàng tiêu dùng của Canada được phổ biến rộng rãi hơn so với thị trường ngành công nghiệp. Nhìn từ khía cạnh khu vực, Canada có thể được chia thành 6 thị trường địa lý riêng biệt, cộng với các vùng lãnh thổ.

## Các yếu tố/ kỹ thuật bán hàng

Người mua hàng Canada mong muốn các khoản thanh toán hợp lý, công nghệ tiên tiến tối tân hoặc vượt trội, trong thời gian giao hàng và giá cả và chất lượng cạnh tranh. Dịch vụ sau khi bán hàng, hỗ trợ và đào tạo cũng rất quan trọng cho các doanh nghiệp Canada. Hầu hết các phong tục áp dụng trong văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ cũng được áp dụng ở Canada. Điều này bao gồm việc thiết lập các cuộc họp trước, được chuẩn bị, đến đúng giờ và mặc trang phục kinh doanh thích hợp. Khi kinh doanh tại Canada, doanh nghiệp phải hiểu biết về văn hóa của đất nước, lịch sử và địa lý, điều này sẽ rất hữu ích cho việc phát triển các mối quan hệ.

Các công ty nước ngoài, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, phải chứng minh sự tín nhiệm và cam kết lâu dài với thị trường. Thường xuyên nhắc đến các khách hàng nổi tiếng và các khách hàng đã được xác nhận, cũng như xác định những tác động tích cực về kinh tế hay môi trường đối với Canada khi thuyết trình bán hàng, điều này sẽ tạo ra sự đồng thuận mạnh mẽ với các đối tác Canada. Việc xác định các khía cạnh bền vững của một sản phẩm cũng là điểm bán hàng quan trọng ở Canada. Điều này có thể bao gồm việc sử dụng các vật liệu tái chế, hàm lượng hữu cơ, kỹ thuật sản xuất bền vững và sử dụng sản xuất địa phương.

## Thương mại điện tử

Người tiêu dùng Canada ngày càng tin cậy 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.

Cơ sở hạ tầng thương mại điện tử của Canada rất phát triển và tích hợp chặt chẽ với Hoa Kỳ. Việc truy cập internet băng thông rộng được cung cấp ở khắp Canada sử dụng nhiều thiết bị tương tự như ở Hoa Kỳ. Các luồng thông tin tự do chuyển qua biên giới, và không gặp khó khăn. Các công ty nước ngoài không cần phải thiết lập một trang web riêng biệt. 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.

Các công ty nước ngoài cần phải tuân thủ luật các điều luật riêng tư về dữ liệu của liên bang Canada, bao gồm Đạo luật về quyền Riêng tư và Đạo luật về Tài liệu Điện tử và Bảo vệ Thông tin Cá nhân của Canada (PIPEDA), cũng như các luật lệ về quyền riêng tư của tỉnh. Đạo luật về Tài liệu Điện tử và Bảo vệ Thông tin Cá nhân của Canada (PIPEDA) yêu cầu các cá nhân hoặc các công ty khi thu thập thông tin cá nhân trong quá trình hoạt động thương mại phải thông báo cho các đối tượng tất cả các khả năng sử dụng các dữ liệu và phải có được sự chấp thuận cho

phép sử dụng của đối tượng đó.

## Quảng cáo và xúc tiến thương mại

### • Lĩnh vực sản xuất

Một yếu tố rất quan trọng (và thường bị bỏ quên) trong việc đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm (cũng như các dịch vụ kỹ thuật) tại Canada là việc phát triển và duy trì một trang web bán hàng theo định hướng của công ty. Trang web này cần mô tả một cách ngắn gọn về sản phẩm và dịch vụ của công ty của bạn; các lợi thế dùng để so sánh hơn so với đối thủ cạnh tranh; thông số kỹ thuật; ví dụ hoặc thư khen ngợi của khách hàng dành cho công ty của bạn; và thông tin liên hệ bán hàng và dịch vụ.

### • Lĩnh vực khách hàng

Các công ty hàng tiêu dùng nước ngoài có quy mô vừa và nhỏ thâm nhập vào thị trường Canada nên tập trung vào việc phát triển sự hiện diện mạnh mẽ trên website. Việc quảng cáo trên thị trường đại chúng truyền thống của Canada (báo chí, truyền hình, và radio) là rất tốn kém. Do thị trường tiêu thụ tương đối nhỏ và bão hòa của Canada, triển vọng tăng từ việc quảng cáo trên thị trường đại chúng đối với một công ty nhỏ thường là không đáng giá.

### • Báo hàng ngày

Hiện tại có hơn 90 tờ báo hàng ngày ở Canada, trong đó có khoảng 90% được xuất bản bằng tiếng Anh và phần còn lại bằng tiếng Pháp. Các loại báo hàng ngày đứng hàng đầu ở Canada là:

- + The Globe and Mail - xuất bản ở Toronto, một phần của nhà xuất bản CTVGlobemedia
- + The Nation Post – xuất bản tại Toronto và một phần của Canada.com
- + TheGazette - tờ báo sử dụng tiếng Anh làm ngôn ngữ chính ở Montreal
- + The Toronto Star
- + The Sun

### • Tivi và Radio

Các đài phát thanh và truyền hình hàng đầu bao gồm:

- + The Canada Broadcasting Corporation/ Radio Canada (CBC / Radio Canada) - đài truyền hình quốc gia của Canada hoạt động ở Canada bằng tiếng Anh và tiếng Pháp, 8 ngôn ngữ thổ dân và hoạt động quốc tế bằng 9 ngôn ngữ.
- + CTV - phát sóng trên hai kênh tiếng Anh
- + Global Television - phát sóng trên một kênh tiếng Anh
- + TVA - phát sóng bằng tiếng Pháp



Các đài độc lập còn lại của Canada chủ yếu là các đài chuyên hướng về cộng đồng. Quảng cáo trên radio chiếm phần lớn ở địa phương.

- **Tiếp thị qua internet**

Người sử dụng trang web của Canada cũng tương tự như ở các quốc gia khác có nói tiếng Anh. Các trang web phổ biến nhất ở Canada là những trang web quốc tế lớn, chẳng hạn như Google, Yahoo và MSN. Facebook, Twitter và LinkedIn là các trang web mạng xã hội thông trị ở Canada.

## **Định giá**

Giá cả người sử dụng trực tiếp các của sản phẩm và dịch vụ đối với khách hàng Canada được tính bằng đồng đôla Canada. Đôla Canada gần đây đã mất giá và hiện đang dao động trong khoảng 90 cent Mỹ sau khi giảm xuống mức 89 cent vào hồi tháng 3/2014. Người mua hàng Canada nhạy cảm về giá cả, đặc biệt là trong bối cảnh cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2009. Các công ty nước ngoài nên nghiên cứu giá cả của các đối thủ cạnh tranh, và chuẩn bị đàm phán về giá để thắng các hợp đồng. Các công ty nước ngoài cũng cần phải có bảng giá minh họa bằng đơn vị tiền tệ của Canada.

## **Dịch vụ bán hàng/ Hỗ trợ khách hàng**

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 mà họ 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. Điều này có thể gây tốn kém và đòi hỏi nhiều thời gian để giải quyết việc trả lại sản phẩm, trao đổi và sửa chữa bảo hành qua biên giới do phụ thuộc vào chứng từ hải quan.

## **Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ**

- **Bảo vệ sở hữu trí tuệ ở Canada**

Tại Canada có một số nguyên tắc chung quan trọng để quản lý hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ ("IP"). Điều quan trọng là phải có một chiến lược tổng thể để bảo vệ việc sở hữu trí tuệ của bạn. Các quyền về sở hữu trí tuệ phải được đăng ký và thực thi tại Canada, theo luật pháp địa phương. Thương hiệu và bằng sáng chế đăng ký ở nước ngoài sẽ không bảo vệ được cho doanh nghiệp khi Canada. Ở Canada không chuyện "bản quyền quốc tế" sẽ tự động bảo vệ tác phẩm của tác giả trên toàn thế



giới. Việc bảo vệ chống lại việc sử dụng trái phép trong một quốc gia cụ thể, về cơ bản, tùy thuộc vào các luật lệ ở quốc gia đó. Tuy nhiên, hầu hết các nước đều đề xuất việc bảo vệ quyền tác giả đối với tác phẩm nước ngoài trong những điều kiện nhất định, và các điều kiện này đã được đơn giản hóa rất nhiều bởi các hiệp ước và công ước bản quyền quốc tế.

Đăng ký bằng sáng chế và nhãn hiệu hàng hoá là first-in-time, first-in-right basis, do đó bạn nên cân nhắc việc áp dụng bảo hộ thương hiệu và sáng chế, ngay trước khi bán sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn trên thị trường Canada. Điều quan trọng là các công ty hiểu rằng sở hữu trí tuệ chủ yếu là quyền tư nhân và chính phủ nước ngoài nói chung không thể thực thi các quyền cho các cá nhân ở Canada. Đây là trách nhiệm của người sở hữu bản quyền sáng chế phải đăng ký, bảo vệ và thực thi các quyền của họ ở nơi có liên quan, duy trì tư vấn và cố vấn riêng của họ. Các công ty có thể muốn tìm kiếm lời khuyên từ các luật sư địa phương hoặc các nhà tư vấn về sở hữu trí tuệ, họ là các chuyên gia về luật của Canada.

Canada luôn luôn khuyến khích tiến hành thẩm định các đối tác tiềm năng. Đàm phán từ vị trí của đối tác của bạn và cung cấp cho đối tác của bạn các ưu đãi để nâng giá trị hợp đồng. Một đối tác tốt là một đồng minh quan trọng trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, hãy xem xét một cách cẩn thận, cho dù bạn có cho phép đối tác của bạn đăng ký quyền sở hữu trí tuệ của bạn thay cho bạn hay không. Làm như vậy có thể dẫn đến nguy cơ là đối tác của bạn sẽ đăng ký họ là chủ sở hữu trí tuệ và không chuyển quyền sáng chế cho đối tác sau cùng. Theo dõi cơ cấu chi phí và làm giảm lợi nhuận (và ưu đãi) sẽ trở thành những yếu tố xấu. Các dự án và việc bán hàng hóa tại Canada cần chú ý liên tục. Làm việc với luật sư am hiểu luật pháp Canada để lập ra một hợp đồng vững chắc bao gồm các điều khoản không cạnh tranh, và các quy định bảo mật/ không tiết lộ.

Canada cũng khuyến nghị các công ty vừa và nhỏ hãy hiểu tầm quan trọng của việc hợp tác với các hiệp hội và các tổ chức thương mại để hỗ trợ các nỗ lực bảo vệ sở hữu trí tuệ và ngăn chặn hàng giả. Sau đây là một số các tổ chức có liên quan của Canada:

- + Hiệp hội các nhà sản xuất quốc gia (National Association of Manufacturers - NAM)
- + Liên minh sở hữu trí tuệ quốc tế (International Intellectual Property Alliance - IIPA)
- + Hiệp hội Nhãn hiệu Quốc tế (International Trademark Association - INTA)
- + Liên minh chống hàng giả và vi phạm bản quyền (The Coalition Against Counterfeiting and Piracy)
- + Liên minh chống hàng giả quốc tế (International Anti-Counterfeiting Coalition - IACC)
- + Tổ chức Công nghiệp Công nghệ sinh học (Biotechnology Industry Organization - BIO)

- **Các nguồn thông tin về sở hữu trí tuệ**

Một số nguồn tài nguyên cho các công ty liên quan đến sở hữu trí tuệ bao gồm:

- + Thông tin về bằng sáng chế, nhãn hiệu hàng hoá, hoặc các vấn đề bản quyền - bao gồm các vấn đề thực thi ở các nước khác – hãy gọi STOP! Đường dây nóng: 1-866-999-HALT hoặc truy cập website [www.STOPfakes.gov](http://www.STOPfakes.gov)
- + Thông tin về đăng ký thương hiệu và bằng sáng chế (ở nước ngoài), liên hệ với các bằng sáng chế và nhãn hiệu hàng hoá (USPTO) tại: 1-800-786-9199, hoặc truy cập website <http://www.uspto.gov/>
- + Thông tin về làm thế nào để đánh giá, bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ và các quyền này có thể quan trọng đối với các doanh nghiệp như thế nào, xin vui lòng truy cập vào phần "Resources" của trang web STOPfakes tại <http://www.stopfakes.gov/resources>.

### Các dịch vụ chuyên nghiệp địa phương

- [Canadian Accountants Listing](#)
- [Canadian Bar Association](#)
- [Canadian Society of Professional Engineers](#)
- [Certified General Accounts Association of Canada](#)
- [Canadian Lawyer Listing](#)

Các thành phố lớn của Canada có cụm các công ty dịch vụ chuyên nghiệp chất lượng cao, phục vụ cho các hai công ty quốc tế có quy mô lớn và nhỏ. Giá cho các dịch vụ khác nhau rất nhiều. các công ty Hoa Kỳ có thể tham khảo trang web của Một số các trang web cung cấp danh sách các nhà cung cấp dịch vụ kinh doanh ở Canada gồm:

- [Canadian Accountants Listing](#)
- [Canadian Bar Association](#)
- [Canadian Society of Professional Engineers](#)
- [Certified General Accounts Association of Canada](#)
- [Canadian Lawyer Listing](#)

### Các nguồn thông tin tham khảo thêm

- [Guide to Federal Incorporation](#)
- [Provincial Registrars](#)
- [Canada Corporations Act](#)
- [Corporations Canada](#)
- [Joint Online Registration System](#)
- [Section 63 of Quebec's Charter of the French Language](#)

- [Office Québécois de la Langue Française \(Quebec Office of the French Language\)](#)
- [Canadian Franchise Association](#)
- [Franchise Specific Legislation](#)
- [Canadian Marketing Association](#)
- [Direct Marketing News](#)
- [Investment Canada Act](#)
- [Public Works and Government Services Canada](#)
- [WTO Agreement on Government Procurement](#)
- [Standard Acquisition Clauses and Conditions Manual](#)
- [Government Electronic Directory \(MERX\)](#)
- [Supplier Registration Information](#)
- [Canadian Intellectual Property Office](#)
- [Patents](#)
- [Trademarks](#)
- [Copyrights](#)
- [The Patent Act](#)
- [Patent Rules](#)
- [The Trade-marks Act](#)
- [Trade-marks Regulations](#)
- [World Intellectual Property Organization](#)
- [Copyright Act and Copyright Regulations](#)
- [Integrated Circuit Topographies](#)
- [National Association of Manufacturers \(NAM\)](#)
- [International Intellectual Property Alliance](#)
- [International Trademark Association](#)
- [International Anti-Counterfeiting Coalition](#)
- [Biotechnology Industry Organization](#)
- [The Canadian Intellectual Property Council](#)

## Chương 4: Các lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Canada

### Thương mại Việt Nam – Canada

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Canada tăng trưởng ổn định trong những năm gần đây, đáng chú ý là hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang Canada liên tục tăng trưởng; được đánh giá là thị trường tự do, Canada đang là thị trường tiềm năng cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Canada đều là những nhóm hàng chủ lực của Việt Nam như: dệt may; thủy sản; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; giày dép; gỗ và sản phẩm; hàng nông sản...

Theo Cơ quan Thống kê Canada (Statistic Canada), tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Canada trong quý 1/2016 đạt 928,97 triệu USD, tăng 11,8% so với cùng kỳ năm trước.

Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong 7 tháng đầu năm 2016, hàng hóa xuất khẩu sang thị trường Canada đạt kim ngạch trên 1,47 tỷ USD, tăng 3,5% so với cùng kỳ năm trước.

Trong số 24 nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Canada 7 tháng đầu năm, thì hàng dệt may là nhóm hàng đứng đầu về kim ngạch, với 299,5 triệu USD, chiếm 20,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa các loại sang thị trường này, giảm 9% so với cùng kỳ; tiếp sau đó là nhóm hàng giày dép đạt 148,9 triệu USD (chiếm 10,1%, tăng 18,5%); máy vi tính, điện tử đạt 120,1 triệu USD (chiếm 8,2%, tăng 2,3%); thủy sản đạt 89,2 triệu USD (chiếm 6,1%, giảm 10,7%); gỗ và sản phẩm gỗ 72,1 triệu USD (chiếm 4,9%, giảm 19%).

Những nhóm hàng đạt mức tăng trưởng 2 con số so với cùng kỳ gồm có: Hạt tiêu (+27,6%), giày dép (+18,5%), bánh kẹo và sản phẩm từ ngũ cốc (+17,5%), phương tiện vận tải và phụ tùng (+12,8%), sản phẩm nhựa (+12,8%).

Những nhóm hàng bị sụt giảm mạnh về kim ngạch như: Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (-76%), nguyên liệu nhựa (-37%), sản phẩm gốm sứ (-23%), kim loại thường (-24%), gỗ và sản phẩm gỗ (-19%).

Trong 12 tháng tính đến tháng 8/2016, kim ngạch thương mại song phương đạt 5,26 tỷ đô la Canada (3,89 tỷ USD). Việt Nam hiện là đối tác thương mại hàng đầu của Canada trong 10 nước ASEAN.

- Số liệu thống kê sơ bộ của TCHQ về xuất khẩu sang Canada 7 tháng đầu năm 2016**

*DVT: USD*

Mặt hàng	7T/2016	7T/2015	+/- (%) 7T/2016 so với cùng kỳ
----------	---------	---------	---

Tổng kim ngạch	1.473.094.512	1.422.784.814	+3,54
Hàng dệt may	299.498.828	328.634.054	-8,87
Giày dép các loại	148.890.837	125.693.363	+18,46
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	120.104.725	117.403.245	+2,30
Hàng thủy sản	89.212.944	99.933.915	-10,73
Phương tiện vận tải và phụ tùng	83.326.436	73.883.676	+12,78
Gỗ và sản phẩm gỗ	72.102.462	88.859.763	-18,86
Hạt điều	51.744.297	51.123.976	+1,21
Túi xách, ví, va li, mũ ô dù	31.435.576	35.922.642	-12,49
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	28.200.530	30.419.494	-7,29
Sản phẩm từ sắt thép	26.630.883	27.550.635	-3,34
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	17.335.827	17.989.345	-3,63
Kim loại thường khác và sản phẩm	16.253.788	21.390.278	-24,01
Sản phẩm từ chất dẻo	15.926.037	14.117.744	+12,81
Vải màn, vải kỹ thuật khác	12.355.688	11.693.261	+5,67
Hạt tiêu	9.683.158	7.586.885	+27,63
Hàng rau quả	9.558.906	9.532.976	+0,27
Cà phê	7.462.142	7.307.789	+2,11
Bánh kẹo và sản phẩm từ ngũ cốc	4.293.335	3.652.990	+17,53
Sản phẩm mây, tre, cói thảm	3.743.773	3.608.055	+3,76
Cao su	2.411.133	2.655.176	-9,19
Chất dẻo nguyên liệu	2.339.573	3.714.065	-37,01
Thủy tinh và sản phẩm từ thủy tinh	2.202.108	2.430.159	-9,38
Sản phẩm gốm sứ	1.693.206	2.194.925	-22,86
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	612.870	2.551.601	-75,98



Nguồn: Tổng Cục Hải quan

### Cán cân thương mại giữa Việt Nam và Canada từ 2011 - 2015

Đơn vị: ngàn USD

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
Việt Nam xuất khẩu sang Canada	1,346,102	1,619,111	2,080,221	2,560,941	3,200,208
Việt Nam nhập khẩu từ Canada	338,624	370,249	414,957	432,048	513,838
Cán cân thương mại	-1,007,478	-1,248,862	-1,665,264	-2,128,893	-2,686,370

Nguồn: Tổ chức Thương mại Thế giới (ITC)

### Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Canada năm 2015

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Canada tăng dần từ năm 2011 đến năm 2015. Trong năm 2015, xuất khẩu của Việt Nam sang Canada đạt 3,2 tỉ USD, xếp vị trí thứ 12 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ cung cấp hàng hóa tại Canada, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Canada trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 24%, giai đoạn năm 2014 – 2015 giá trị xuất khẩu tăng 25%.

### Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Canada năm 2015

Đơn vị tính: ngàn USD

Mã sản phẩm (HS)	Tên sản phẩm	Trị giá					Tăng trưởng xuất khẩu (%) từ năm 2011 - 2015
		Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	
<b>Tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Canada năm 2015</b>		1,346,102	1,619,111	2,080,221	2,560,941	3,200,208	<b>24</b>
'85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; Máy	103,579	132,098	187,291	262,617	808,463	62

	ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên						
'61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	168,232	186,214	249,183	308,219	342,722	22
'64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của sản phẩm trên	166,972	196,482	229,319	290,338	338,151	20
'62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	171,918	201,143	239,058	289,292	319,566	20
'84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	66,908	102,757	236,826	293,907	269,393	47
'94	Đồ nội thất (giường, tủ, bàn ghế,...); bộ đồ giường, đệm, khung nệm, nệm và các đồ dùng nhồi tương tự; đèn và bộ đèn chưa được chi tiết hoặc ghi ở	168,444	206,374	222,875	249,111	259,497	11

	nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại trưng tự; các cấu kiện nhà lắp ghép						
'03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	106,678	106,786	133,385	169,527	146,774	8
'42	Các sản phẩm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa trưng tự, các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm)	34,037	37,911	51,301	69,990	95,546	31
'08	Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dưa	48,615	49,296	62,626	66,519	83,603	15
'16	Các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giáp xác, động vật thân mềm hoặc động vật thủy sinh không xương	26,975	24,698	35,448	74,493	56,158	59

sống khác						
-----------	--	--	--	--	--	--

Nguồn: Tổ chức Thương mại Thế giới (ITC)

**1. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên (HS 85)**

Đơn vị tính: nghìn USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	103,579	132,098	187,291	262,617	808,463
Nhập khẩu từ thế giới	45,459,152	45,425,159	45,392,352	44,093,440	41,312,273

Nguồn: Trademap.org

Việt Nam là nhà cung cấp đứng thứ 9 nhóm hàng (HS 85) của Canada. Trong năm 2015, chỉ chiếm 2% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Canada, giá trị xuất khẩu đạt khoảng 808,5 triệu USD, tăng 62% trong giai đoạn 2011 – 2015. Riêng trong năm 2015 nhóm hàng máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên xuất khẩu sang Canada tăng 208% so với năm 2014. Sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 85) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada trong năm 2015 là:

- Bộ điện thoại, kể cả điện thoại di động hoặc điện thoại dùng cho mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền và nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu khác, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (như loại sử dụng trong mạng nội bộ hoặc mạng diện rộng), trừ loại thiết bị truyền và thu của nhóm 84.4., 85.25, 85.27 hoặc 85.28. (HS 8517)
- Dây, cáp điện (kể cả cáp đồng trục) cách điện (kể cả loại đã tráng men cách điện hoặc mạ lớp cách điện và dây dẫn cách điện khác, đã hoặc chưa gắn với đầu nối; cáp sợi quang, làm bằng các bó sợi đơn có vỏ bọc riêng biệt từng sợi, có hoặc không gắn với dây dẫn điện hoặc gắn với đầu nối (HS 8544).
- Mạch điện tử tích hợp (HS 8542).

Xuất khẩu các nhóm hàng này từ Việt Nam sang Canada cụ thể như sau:

- (HS 8517) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada đạt giá trị 553 triệu USD, tăng 578% so với năm 2014, chiếm 5,8% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này. Tăng trưởng xuất khẩu của mặt hàng (HS 8517) sang Canada trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 83%.

- (HS 8544) là nhóm hàng xuất khẩu sang Canada, chiếm một phần nhỏ (3,7%) trong tổng thị phần xuất khẩu nhóm hàng (HS 8544), giá trị xuất khẩu tăng 6% so với năm 2014, đạt tổng giá trị khoảng 125,4 triệu USD. Nhìn chung trong toàn giai đoạn 2011 – 2015, (HS 8544) tăng 42%.
- (HS 8542), trong giai đoạn năm 2011 – 2015 đạt mức tăng trưởng xuất khẩu là 622%. Năm 2015, xuất khẩu sang Canada đạt khoảng 47,5 triệu USD, chiếm 2,4% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này, tăng 404% so với năm 2014.

Trung Quốc là nhà xuất khẩu hàng đầu nhóm hàng (HS 85) sang Canada. Năm 2015, Trung Quốc xuất khẩu nhóm hàng này sang Canada đạt 12,8 tỉ USD, chiếm 31% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng (HS 85) của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Hoa Kỳ xuất khẩu sang Canada đạt 12,5 tỉ USD (30,4%), kế đến là Mexico với tổng giá trị xuất khẩu nhóm hàng (HS 85) là 5,23 tỉ USD chiếm 12,7%. Xếp vị trí thứ 4 trong số các nhà xuất khẩu (HS 85) sang Canada là Nhật Bản, với giá trị xuất khẩu đạt 1,35 tỉ USD (3,3%), vị trí tiếp theo là Đài Loan xuất khẩu khoảng 1,34 tỉ USD (3,2%), Đức chiếm 2,6% thị phần, với giá trị xuất khẩu khoảng 1,1 tỉ USD.

## 2. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	168,232	186,214	249,183	308,219	342,722
Nhập khẩu từ thế giới	4,411,734	4,281,677	4,659,711	4,762,654	4,673,130

*Nguồn: trademap.org*

Việt Nam là nhà cung cấp quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61) lớn thứ 3 của Canada trong năm 2015, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam đạt 342,7 triệu USD, trong giai đoạn 2011 – 2015 giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng trưởng 22%, và tăng 11% so với năm 2014.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 61) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada trong năm 2015 là:

- Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS 6110) đạt giá trị xuất khẩu khoảng 94,3 triệu USD, chiếm 7,1% trong tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng này, tăng 12% so với năm 2014. Nhìn chung trong giai đoạn 2011 – 2015, nhóm hàng (HS 6110) tăng 22% về giá trị và tăng 16% về khối lượng khi xuất khẩu sang Canada.



- Xuất khẩu bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, áo váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc, (trừ quần áp bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dẹt kim hoặc móc (HS 6104) sang Canada đạt 77,1 triệu USD, chiếm 11,3% trong tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng (HS 6104). Trong giai đoạn 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu của nhóm hàng (HS 86104) sang Canada tăng 25%.
- Nhóm hàng áo phông, áo may ô và các loại áo khác, dẹt kim hoặc móc xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada chiếm vị trí thứ 3 trong nhóm (HS 61) là (HS 6109), xuất khẩu đạt 27,3 triệu USD, chiếm 4% thị phần nhóm hàng (HS 6109). Tuy đây là một trong những nhóm hàng xuất khẩu nhiều của Việt Nam sang Canada trong nhóm (HS 61), nhưng so với các quốc gia xuất khẩu khác sang Canada, nhóm hàng (HS 6109) lại có giá trị tăng trưởng giảm 6% so với năm 2014, giai đoạn năm 2011 – 2015, (HS 6109) chỉ tăng 2% về giá trị và giảm 4% về khối lượng.

Trung Quốc là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng (HS 61) của Canada trong năm 2015, giá trị xuất khẩu đạt khoảng 2 tỉ USD, chiếm tỷ trọng 42,6% trong tổng giá trị nhập khẩu của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Campuchia xuất khẩu đạt 501,1 triệu USD (10,7%), Bangladesh 454,4 triệu USD (9,7%), Việt Nam chiếm 7,3%.

### 3. Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của sản phẩm trên (HS 64)

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	166,972	196,482	229,319	290,338	338,151
Nhập khẩu từ thế giới	2,152,895	2,213,081	2,304,249	2,481,802	2,478,161

*Nguồn: Trademap.org*

Việt Nam là quốc gia lớn thứ 2 cung cấp nhóm hàng (HS 64) sang Canada. Trong năm 2015, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Canada đạt khoảng 338,2 triệu USD, tăng 16% so với năm 2014, chiếm 13,6% tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng này của Canada. Trong giai đoạn 2011 – 2015 xuất khẩu nhóm hàng giày dép, ghệt và các sản phẩm tương tự sang Canada tăng trưởng 20%.

Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 64) cho Canada. Năm 2015, Trung Quốc xuất khẩu được khoảng 1,45 tỉ USD sang Canada, chiếm tỷ trọng 58,3% trong tổng giá trị nhập khẩu của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Ý xuất khẩu sang Canada đạt khoảng 155 triệu USD (6,2%), Campuchia đạt 92.4 triệu USD (3,7%) và Indonesia (3,5%).

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 64) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada năm 2015 là:

- Nhóm hàng giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc (HS 6403), đạt giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada là 157,1 triệu USD, chiếm 13% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này. Tăng trưởng của mặt hàng (HS 6403) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 15% và tăng 7% về khối lượng, riêng năm 2014 giá trị xuất khẩu tăng 12%.
- Xuất khẩu giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt (HS 6404) đạt 103,7 triệu USD, chiếm 19,1% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này, tăng 28% so với năm 2014. Trong giai đoạn 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu (HS 6404) từ Việt Nam sang Canada tăng 30%.
- Giai đoạn 2011 – 2015, xuất khẩu nhóm hàng các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic (HS 6402) tăng 20% về giá trị và tăng 12% về khối lượng. Riêng trong năm 2015, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 6402) đạt 64,3 triệu USD, tăng 10% so với năm 2014, chiếm 12,5% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Canada.

#### 4. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	171,918	201,143	239,058	289,292	319,566
Nhập khẩu từ thế giới	4,242,168	4,223,346	4,398,070	4,400,365	4,338,063

Nguồn: Trademap.org

Trong năm 2015, Trung Quốc là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62) của Canada, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này của Trung Quốc sang Canada đạt 1,9 tỉ USD, chiếm tỷ trọng 44% trong tổng giá trị nhập khẩu của Canada.

Quốc gia cung cấp nhóm hàng (HS 62) lớn thứ 2 của Canada là Bangladesh, với giá trị xuất khẩu khoảng 574,7 triệu USD, chiếm 13,2% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Canada.

Việt Nam là quốc gia cung cấp lớn thứ 3 của nhóm hàng (HS 62) sang Canada.

Trong năm 2015, xuất khẩu của Việt Nam đạt khoảng 319,6 triệu USD. Giai đoạn năm 2011 – 2015 xuất khẩu nhóm hàng (HS 62) tăng 20% về giá trị. Riêng giai đoạn 2014 – 2015 xuất khẩu nhóm hàng (HS 62) tăng 10%.

Năm 2015, sản phẩm chính trong nhóm (HS 62) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada là: Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần sooc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS 6204); Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần sooc (trừ quần áo bơi) dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS 6203); Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 hoặc 59.07 (HS 6210). Tình hình xuất khẩu cụ thể như sau:

- (HS 6204) đạt giá trị xuất khẩu khoảng 70,7 triệu USD, chiếm 6,7% trong tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng này, tăng 5% so với năm 2014. Nhìn chung trong giai đoạn 2011 – 2015, nhóm hàng (HS 6204) tăng 21% về giá trị và tăng 20% về khối lượng khi xuất khẩu sang Canada.
- Xuất khẩu (HS 6203) sang Canada đạt 51,3 triệu USD, chiếm 6,1% trong tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng (HS 6203). Trong giai đoạn 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu của nhóm hàng (HS 6203) sang Canada tăng 22% và tăng 24% về khối lượng.
- Nhóm hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada chiếm vị trí thứ 2 trong nhóm (HS 62) là (HS 6210), xuất khẩu đạt 49,2 triệu USD, chiếm 15,7% thị phần nhóm hàng (HS 6210). Tuy đây là một trong những nhóm hàng xuất khẩu nhiều của Việt Nam sang Canada trong nhóm (HS 62), nhưng giá trị tăng trưởng chỉ có 3% so với năm 2014, giai đoạn năm 2011 – 2015, (HS 6210) tăng 26% về giá trị và tăng 29% về khối lượng.

## 5. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	66,908	102,757	236,826	293,907	269,393
Nhập khẩu từ thế giới	64,281,944	67,529,517	65,787,480	67,537,400	63,257,665

*Nguồn: Trademap.org*

Việt Nam là nhà cung cấp nhóm hàng (HS 84) lớn thứ 18 của Canada. Trong năm 2015 xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Canada đạt khoảng 269,4 triệu

USD, giảm 9% so với năm 2014, chiếm 0,4% tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Canada. Giai đoạn 2011 – 2015, xuất khẩu nhóm hàng (HS 84) của Việt Nam sang Canada tăng trưởng 47%.

Các sản phẩm chính trong nhóm (HS 84) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada trong năm 2015 là: HS 8471, HS 8443, HS 8470.

- Nhóm hàng (HS 8471) đạt giá trị xuất khẩu là 137,1 triệu USD, chiếm 1,7% tổng thị phần xuất khẩu của nhóm hàng (HS 8471). Tăng trưởng xuất khẩu của mặt hàng (HS 8471) giảm 15% so với năm 2014, nhìn chung trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng đạt 209%.
- (HS 8443) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada đạt 89,5 triệu USD, tăng 13% so với năm 2014, chiếm 4,4% trong tổng xuất khẩu của mặt hàng này. Tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng (HS 8443) của Việt Nam sang Canada trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 14%.
- Việt Nam là quốc gia xếp thứ 3 về xuất khẩu nhóm hàng (HS 8470) sang Canada. Xuất khẩu (HS 8470) sang Canada đạt khoảng 22,4 triệu USD, giảm 37% so với năm 2014. Giai đoạn năm 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng trưởng 42%.

Hoa Kỳ là nhà xuất khẩu hàng đầu sang Canada nhóm hàng (HS 84). Năm 2015, Hoa Kỳ xuất khẩu nhóm hàng này sang Canada đạt khoảng 31,9 tỉ USD, chiếm 50,4% trong tổng thị phần nhập khẩu (HS 84) của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Trung Quốc xuất khẩu đạt 9,6 tỉ USD (15,2%), Mexico khoảng 3,9 tỉ USD (6,1%), Đức 3,5 tỉ USD (5,6%).

**6. Đồ nội thất (giường, tủ, bàn ghế,...); bộ đồ giường, đệm, khung nệm, nệm và các đồ dùng nội tương tự; đèn và bộ đèn chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; các cấu kiện nhà lắp ghép (HS 94)**

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	168,444	206,374	222,875	249,111	259,497
Nhập khẩu từ thế giới	8,226,199	8,977,169	8,991,074	9,229,735	8,743,747

*Nguồn: trademap.org*

Trong năm 2015, Việt Nam là nhà cung cấp thứ 4 nhóm hàng (HS 94) của Canada, đạt giá trị xuất khẩu khoảng 259,5 triệu USD, tăng 4% so với năm 2014. Tăng



trường xuất khẩu của nhóm hàng (HS 94) trong giai đoạn 2011 – 2015 là 11% về giá trị và tăng 4% về khối lượng. Việt Nam xếp vị trí thứ 4 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu nhóm hàng (HS 94) sang Canada,

Sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 94) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada trong năm 2015 là: Đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng (HS 9403); Ghế ngồi (trừ các loại thuộc nhóm 94.02), có hoặc không chuyển được thành giường, và bộ phận của chúng (HS 9401); Đèn và bộ đèn kể cả đèn pha và đèn rọi và bộ phận của chúng, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự, có nguồn sáng cố định thường xuyên, và bộ phận của chúng chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác (HS 9405).

- Mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu cao nhất trong nhóm hàng (HS 94) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada là (HS 9403), đạt 196,7 triệu USD trong năm 2015, chiếm 7,3% thị phần xuất khẩu trong nhóm hàng (HS 9403), tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 9403) tăng 2% so với năm 2014. Nhìn chung, trong toàn giai đoạn năm 2011 – 2015, xuất khẩu tăng 10% về giá trị và tăng 5% về khối lượng.
- Xuất khẩu (HS 9401) đạt khoảng 60,9 triệu USD, chiếm 1,8% trong tổng giá trị xuất khẩu của mặt hàng (HS 94). Trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 9401) tăng 17%, riêng năm 2014 tăng 11% so với năm 2014.
- Nhóm hàng (HS 9405) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 5%. Riêng trong năm 2015 xuất khẩu nhóm hàng này đạt 1,5 triệu USD, tăng 12% so với năm 2014.

Hoa Kỳ là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng (HS 94) sang Canada trong năm 2015, đạt giá trị xuất khẩu 3,3 tỉ USD, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng (HS 94) của Canada là 38,1%.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Trung Quốc xuất khẩu đạt khoảng 2,9 tỉ USD, chiếm 32,9% thị phần của Canada, Mexico 1,1 tỉ USD (12,7%).

## 7. Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03)

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	106,678	106,786	133,385	169,527	146,774
Nhập khẩu từ thế giới	1,904,378	1,891,649	2,043,423	2,167,110	1,980,566

*Nguồn: Trademap.org*



Trong năm 2015, Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 3 nhóm hàng (HS 03) của Canada, đạt giá trị xuất khẩu khoảng 146,8 triệu USD, giảm 13% so với năm 2014. Tuy nhiên, tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 03) trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng 8%.

Hoa Kỳ là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng (HS 03) của Canada trong năm 2015, đạt 760,1 triệu USD, chiếm 38,4% thị phần trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng (HS 03) của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm: Trung Quốc đạt khoảng 310,3 triệu USD (15,7%), Chile 110,2 triệu USD (5,6%), Ấn Độ 100,1 triệu USD (5,1%).

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 03) mà Việt Nam xuất khẩu sang Canada trong năm 2015 là:

- Động vật giáp xác, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, sống, tươi, ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối hoặc ngâm muối; động vật giáp xác hun khói, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, đã hoặc chưa làm chín trước hoặc trong quá trình hun khói; động vật giáp xác chưa bóc mai, vỏ đã hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đã hoặc chưa ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối, hoặc ngâm nước muối; bột thô, bột mịn và bột viên của động vật giáp xác, thích hợp dùng làm thức ăn cho người (HS 0306), xuất khẩu đạt khoảng 89,5 triệu USD, chiếm 11,4% trong tổng giá trị nhập khẩu (HS 0306). Trong giai đoạn 2011 - 2015 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 0306) là 12%, riêng năm 2015 giảm 22% so với năm 2014.
- Phi-lê cá và các loại thịt cá khác (đã hoặc chưa xay, nghiền, băm), tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (HS 0304) chiếm 7,3% thị phần trong tổng giá trị xuất khẩu của mặt hàng (HS 0304), giảm 4% so với năm 2014. Trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 0304) giảm 1% về giá trị nhưng tăng 3% về khối lượng.
- Xuất khẩu cá, đông lạnh, trừ phi-lê cá và các loại thịt khác thuộc nhóm 03.03 (HS 0303) trong giai đoạn năm 2011 – 2015, đạt mức tăng trưởng là 26% về giá trị và 6% về khối lượng. Năm 2015, xuất khẩu nhóm hàng này sang Canada đạt 13.9 triệu USD, tăng 42% so với năm 2014, chiếm 8,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Canada.

#### 8. Các sản phẩm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự, các sản phẩm làm từ ruột (HS 42)

*Đơn vị tính: nghìn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	34,037	37,911	51,301	69,990	95,546
Nhập khẩu từ	1,412,604	1,501,461	1,600,747	1,641,547	1,615,008

thế giới					
----------	--	--	--	--	--

Nguồn: Trademap.org

Việt Nam là quốc gia lớn thứ 4 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ cung cấp của nhóm hàng (HS 42) sang Canada. Trong năm 2015, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam đạt 95,5 triệu USD, chiếm 5,9% trong tổng nhập khẩu của Canada, tăng 37% so với năm 2014. Trong giai đoạn 2011 - 2015 tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng (HS 42) sang Canada tăng 31%.

Các mặt hàng xuất khẩu sang Canada nhiều nhất trong nhóm hàng (HS 42) là hòm, vali, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách... bằng vật liệu dệt, bằng sợi lưu hóa hoặc bằng bìa, hoặc được phủ toàn bộ hay chủ yếu bằng các vật liệu trên hoặc bằng giấy (HS 4202); Hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo, bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp (HS 4203).

- Xuất khẩu (HS 4202) đạt 88,8 triệu USD, chiếm 6,9% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này, tăng 38% so với năm 2014. Trong giai đoạn 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu (HS 4202) từ Việt Nam sang Canada tăng 32%.
- Giai đoạn 2011 – 2015, giá trị xuất khẩu nhóm hàng (HS 4203) tăng 23%. Trong năm 2015, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 4203) đạt khoảng 5,3 triệu USD, tăng 21% so với năm 2014, chiếm 2,2% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Canada.

Trong năm 2015, Trung Quốc là quốc gia cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 42) của Canada, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này của Trung Quốc sang Canada đạt hơn 1 tỉ USD, chiếm 62,1% trong tổng giá trị nhập khẩu của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác bao gồm: Hoa Kỳ xuất khẩu khoảng 111 triệu USD (6,9%), Ý 105,8 triệu USD (6,6%), Pháp đạt hơn 60 triệu USD (3,7%), Ấn Độ 52,8 triệu USD (3,3%).

## 9. Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08)

Đơn vị tính: nghìn USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	48,615	49,296	62,626	66,519	83,603
Nhập khẩu từ thế giới	3,971,798	4,271,771	4,498,935	4,609,326	4,504,511

Nguồn: Trademap.org

Hoa Kỳ là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng (HS 08) sang Canada trong năm 2015, đạt giá trị xuất khẩu là 2,1 tỉ USD, chiếm tỷ trọng 46,9% trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng (HS 08) của Canada. Giá trị xuất khẩu nhóm hàng (HS 08) sang Canada giảm 7% so với năm 2014, tuy nhiên nhìn chung trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này đã tăng 2%.

Các nhà cung cấp lớn khác gồm có: Mexico đạt 543,4 triệu USD, chiếm 12,1%, Chile với hơn 306 triệu USD (6,8%), Guatemala khoảng 187,7 triệu USD (4,2%), Costa Rica khoảng 169,5 triệu USD (3,8%).

Năm 2015, Việt Nam là nhà cung cấp thứ 11 nhóm hàng (HS 08) của Canada, đạt giá trị xuất khẩu là 83,6 triệu USD, chiếm 1,9% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Canada. Về tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 08) trong giai đoạn 2011 – 2015 là 15%, riêng trong năm 2015, xuất khẩu đạt tăng trưởng 26% so với năm 2014.

- Năm 2015, dứa, quả hạch Brazil (Brazil nut) và hạt điều, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ (HS 0801) là nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu sang Canada của Canada và Việt Nam là quốc gia xuất khẩu hàng đầu của nhóm hàng này sang Canada. Xuất khẩu (HS 0801) đạt 74,2 triệu USD, chiếm 52,8% trong tổng giá trị xuất khẩu của mặt hàng. Trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 0801) là 16% về giá trị và tăng 22% về khối lượng, riêng năm 2015 xuất khẩu tăng 28% so với năm 2014.
- Quả và quả hạch, đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất làm ngọt khác (HS 0811) tuy là nhóm hàng có giá trị xuất khẩu không cao, 2,4 triệu USD, chỉ chiếm 1,1% thị phần nhập khẩu của Canada, tăng 44% về giá trị và tăng 40% trong giai đoạn 2011 – 2015. Riêng trong năm 2015, nhóm hàng này đạt mức tăng trưởng cao là 138% so với năm 2014.

## 10. Các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giết xác, động vật thân mềm hoặc động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 16)

*Đơn vị tính: ngàn USD*

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu từ Việt Nam	26,975	24,698	35,448	74,493	56,158
Nhập khẩu từ thế giới	1,223,475	1,370,897	1,492,239	1,590,376	1,439,632

*Nguồn: Trademap.org*

Việt Nam là nhà cung cấp thứ 3 nhóm hàng (HS 16) của Canada, chiếm 3,9% thị

phần nhập khẩu của Canada. Trong năm 2015, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam đạt giá trị khoảng 56,2 triệu USD. Trong giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng xuất khẩu của mặt hàng (HS 16) sang Canada là 59%, riêng năm 2015 xuất khẩu nhóm hàng (HS 16) sang Canada giảm 25%.

Trong năm 2015, Hoa Kỳ là nhà cung cấp hàng đầu nhóm hàng (HS 16) cho Canada, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ sang Canada đạt hơn 1 tỉ USD, chiếm tỷ trọng áp đảo là 70,1% trong tổng giá trị nhập khẩu của Canada.

Các nhà cung cấp lớn khác bao gồm: Thái Lan 220,2 triệu USD (3,9%), Trung Quốc 46,1 triệu USD (3,2%), Ấn Độ khoảng 21,1 triệu USD (1,5%).

Sản phẩm xuất khẩu chính trong nhóm hàng (HS 16) của Việt Nam sang Canada trong năm 2015 là: Động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác, đã được chế biến hoặc bảo quản (HS 1605); và (HS 1604) cá đã được chế biến hay bảo quản; trứng cá tầm muối và sản phẩm thay thế trứng cá tầm muối chế biến từ trứng cá.

- Việt Nam là quốc gia cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 1605) cho Canada. Xuất khẩu nhóm hàng (HS 1605), đạt 54,1 triệu USD, chiếm 26,6% trong tổng xuất khẩu của nhóm hàng này sang Canada. Tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2011 - 2015 là 68% về giá trị và tăng 62% về khối lượng, riêng trong năm 2015 xuất khẩu nhóm hàng này giảm 25% so với năm 2014.
- (HS 1604) xuất khẩu từ Việt Nam sang Canada đạt hơn 2 triệu USD, chiếm một phần khá khiêm tốn trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Canada (0,6%). Giá trị xuất khẩu năm 2015 giảm 11% so với năm 2014. Tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng (HS 1604) sang Canada trong giai đoạn 2011 - 2015 giảm cả về giá trị lẫn khối lượng (giảm 5% và 2%).

## Tình hình nhập khẩu của Việt Nam từ Canada năm 2015

**Bảng: Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Canada năm 2015**

*Đơn vị tính: nghìn USD*

Mã sản phẩm (HS)	Tên sản phẩm	Trị giá (ngàn USD)					Tỷ lệ tăng trưởng (%) từ năm 2011-2015
		Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	
<i>Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Canada năm 2015</i>		338,624	370,249	414,957	432,048	513,838	10



'03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	36,204	39,934	61,891	111,474	84,774	30
'10	Ngũ cốc	6,735	26,972	56,165	12,792	67,848	47
'31	Phân bón	89,977	75,887	70,542	49,335	59,821	-12
'12	Hạt và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rom rạ và cây làm thức ăn gia súc	48,613	32,301	29,008	47,573	51,649	5
'84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	26,003	28,986	19,063	29,120	36,232	7
'43	Da lông và da lông nhân tạo; các sản phẩm làm từ da lông và da lông nhân tạo	110	15	0	1,696	28,506	387
'87	Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ tùng của chúng	2,722	2,511	3,274	13,201	27,837	88



'23	Phế liệu và phế thải từ ngành công nghiệp thực phẩm; thức ăn gia súc đã chế biến	5,063	21,126	19,426	28,271	18,217	33
'39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	8,224	7,339	8,381	12,141	16,024	22

*Nguồn: trademap.org*

**Nguồn:**

- <http://bizlive.vn>
- [www.thoibaokinhdanh.vn](http://www.thoibaokinhdanh.vn)

## Chương 5: Các quy định thương mại, hải quan và các tiêu chuẩn

### Thuế quan

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.

### 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 và 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.

- **Miễn thuế cá nhân**

Hiện nay, người Canada dành hơn 24 giờ ở ngoài biên giới Canada để có thể lấy lại 200 CAD giá trị của hàng miễn thuế (hạn mức trước kia là 50 CAD). Canada đã nâng hạn mức miễn thuế lên 800 USD cho các kỳ nghỉ hơn 48 giờ, tăng từ hạn mức 400 CAD cho kỳ nghỉ có thời gian ở lại là 1 tuần và hạn mức 750 CAD đối với đợt nghỉ dài hơn 7 ngày. Tuy nhiên, Canada tiếp tục thực hiện việc không miễn thuế cho những người lưu trú rời khỏi Canada ít hơn 24 giờ.

### Chứng từ và các quy định nhập khẩu

Trang web của Cơ quan Dịch vụ Biên giới Canada liệt kê các tài liệu cần thiết cho việc nhập khẩu. Thủ tục quan trọng nhất mà quốc gia xuất khẩu cần phải có là Hóa đơn Hải quan Canada đã hoàn chỉnh hợp lệ hoặc các chứng từ tương đương được quy định đối với tất cả các lô hàng thương mại nhập khẩu vào Canada. Các nhà xuất khẩu có thể sử dụng mẫu đơn riêng nếu mẫu đơn này có chứa các thông tin được yêu cầu. Tại biên giới, các nhà nhập khẩu hoặc nhà môi giới hải quan cũng trình mẫu đơn B3, biểu mẫu mã hải quan. Thông tin thêm về mẫu đơn B3 có thể được tìm thấy trong ấn phẩm quảng cáo "Nhập khẩu Hàng hóa Thương mại vào thị trường Canada - Làm thế nào để hoàn thành mẫu đơn B3 khi nhập khẩu hàng hóa thương mại". Các thủ tục khác mà các công ty vận tải đường bộ sẽ cung cấp để

thông quan có thể gồm chứng từ kiểm soát hàng hóa (CCD) và vận đơn (B/L). Một số hàng hóa như thực phẩm hoặc các sản phẩm có liên quan đến sức khỏe có thể tùy thuộc vào các yêu cầu của cơ quan chính phủ liên bang khác và có thể cần giấy phép, giấy chứng nhận, hoặc kiểm tra.

Ngoài ra, để được miễn thuế theo các quy tắc xuất xứ NAFTA, một giao dịch thương mại nhập khẩu theo NAFTA trị giá hơn 1.600 CAD phải có kèm theo Giấy chứng nhận xuất xứ NAFTA; trong khi giao dịch nhập khẩu thương mại có giá trị ít hơn 1600 CAD chỉ cần có tuyên bố xuất xứ từ quốc gia xuất khẩu đối với các sản phẩm có nguồn gốc từ một nước trong NAFTA.

Hầu hết các chuyến hàng nhập khẩu được làm thủ tục hải quan ngay tại cửa khẩu hải quan biên giới. Tuy nhiên, nếu tại cửa khẩu biên giới không có văn phòng hải quan thì nhà nhập khẩu có thể lựa chọn một văn phòng trong nội địa để làm thủ tục hải quan. Người vận chuyển cung cấp cho hải quan các giấy tờ hợp lý báo cáo về việc chuyển hàng đến. Tùy theo hình thức vận tải mà xác định loại giấy tờ vận tải phải xuất trình. Nhà nhập khẩu có thể tự xuất trình những chứng từ liên quan hoặc thuê người môi giới hải quan làm giúp.

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 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 tất cả những gì các nhà bán lẻ cần làm là dỡ hàng từ xe tải và trả tiền hàng hóa cho nhà xuất khẩu. Nhiều nhà môi giới quảng cáo các chương trình về các nhà nhập khẩu không cư trú trên trang web của họ.

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.

Kể từ ngày 01/11/2011, Cơ quan Bảo vệ biên giới Canada (CBSA) bắt đầu triển khai sử dụng eManifest (Hệ thống khai báo lược khai hải quan điện tử) đối với các nhà vận tải đường bộ. Hệ thống E-Manifest là hệ thống "Tiếp nhận bản khai hàng hóa, các chứng từ khác có liên quan và thông quan điện tử đối với tàu biển nhập cảnh, xuất cảnh" dành cho người khai hải quan là các hãng tàu, đại lý hãng tàu và công ty giao nhận. Kể từ thời điểm này, các nhà vận tải không chấp hành quy định truyền dữ liệu về hàng hóa và phương tiện qua đường điện tử trước khi đến biên giới sẽ bị từ chối làm thủ tục nhập khẩu, nhập cảnh và chịu hình phạt phi tiền tệ (chịu thêm thuế giá trị gia tăng).

EManifest là giai đoạn thứ 3 của chương trình Thông tin thương mại (ACI). 2 giai đoạn đầu của ACI yêu cầu các hãng vận tải đường hàng không và đường biển truyền dữ liệu điện tử trước khi hàng hóa đến và thông tin vận chuyển cho CBSA.

Khi được triển khai toàn diện, eManifest sẽ yêu cầu các công ty vận chuyển, các công ty giao nhận vận tải và các nhập khẩu bằng tất cả các loại hình vận tải (hàng

không, đường biển, đường bộ và đường sắt) truyền dữ liệu điện tử về hàng hóa, thông tin vận chuyển, vận đơn phát hành bởi công ty giao nhận vận chuyển hàng hóa, hàng hóa bổ sung và dữ liệu của nhà nhập khẩu cho CBSA trước khi tải hàng bằng đường biển và trước khi hàng cập cảng bằng đường hàng không, đường sắt và đường bộ.

Thời gian tuân thủ được thông báo đối với các công ty vận tải đường bộ hiện nay đang có hiệu lực. CBSA dự báo có thể cho các công ty vận tải 45 ngày trước thời hạn của ngày tuân thủ bắt buộc. Một khi các quy định được đưa ra, các công ty vận tải đường bộ phải cung cấp dữ liệu hàng hóa điện tử và dữ liệu về thông tin vận chuyển cho CBSA trước khi đến hàng biên giới Canada. Các lô hàng được chuyển đến mà không cần thông báo trước sau khi các quy định được thực thi sẽ bị từ chối nhập cảnh vào Canada.

Để biết thêm thông tin về các quy định của eManifest, hãy truy cập trang web CBSA tại [www.cbsa.gc.ca](http://www.cbsa.gc.ca).

## 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. Thông tin về tạm nhập hàng hóa và thiết bị cá nhân cũng có thể được tìm thấy trên trang web này.

## Các quy định về nhãn mác và đánh dấu

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/ 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 sẵn 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.

Các công ty xuất khẩu các sản phẩm thực phẩm phải đối mặt với những thách thức



nhều hơn thường lệ do các quy tắc khác nhau liên quan đến các tuyên bố về sức khỏe có thể được đề trên nhãn và các tiêu chuẩn dinh dưỡng khác nhau, chẳng hạn như việc công nhận các loại vitamin được giới thiệu mỗi ngày, v.v...

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, cầm 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.

## **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 bằng 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.

### **• Hạn chế kích cỡ container**

Năm 2012, Canada đã công bố bãi bỏ các quy định về kích thước tiêu chuẩn của container đối với sản phẩm thực phẩm. Chính phủ Canada đã tuyên bố rằng những

quy định này không mang lại lợi ích về an toàn thực phẩm và việc hủy bỏ các quy định như vậy sẽ loại bỏ một rào cản không cần thiết đối với việc nhập khẩu các sản phẩm mới từ các thị trường quốc tế. Mốc thời gian cho việc thực hiện các quy định mới vẫn tiếp tục được kéo dài, tuy nhiên, và cho đến nay các quy định hiện hành vẫn chưa được bãi bỏ. Cơ quan Thanh tra Thực phẩm Canada đã tiến hành lấy ý kiến một số công ty và các tập đoàn ngành công nghiệp vào năm 2013, trong đó một số công ty sản xuất thực phẩm của Canada đã bày tỏ sự phản đối việc hủy bỏ các quy định về kích thước container. Trong thời gian này, các quy định hiện hành đối với kích thước container thực phẩm vẫn còn hiệu lực.

## **Các quy định hải quan và thông tin liên hệ**

Các thông tin và quy định hải quan của Canada có thể tìm thấy ở trang web của Cơ quan Dịch vụ biên giới Canada: [www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca).

## **Các tiêu chuẩn**

### **• Tổng quan**

Các quy định tiêu chuẩn ở Canada nhằm thực hiện theo các nguyên tắc cơ bản của WTO và NAFTA, và do đó không tạo ra những rào cản không cần thiết đối với thương mại. Nhằm giảm bớt các rào cản thương mại, NAFTA áp dụng 3 nguyên tắc cơ bản đối với thương mại song phương như sau:

- + Việc kiểm tra các cơ sở và các cơ quan chứng nhận được xử lý theo cách không phân biệt đối xử.
- + Các thước đo liên quan đến các tiêu chuẩn của liên bang sẽ được hài hoà đến mức tối đa khi có thể.
- + Công khai hơn trong quá trình quản lý.

### **▫ Hệ thống tiêu chuẩn quốc gia**

Hệ thống tiêu chuẩn quốc gia của Canada (NSS) xây dựng, phát triển, và thực thi các tiêu chuẩn ở Canada. NSS bao gồm hơn 400 tổ chức được công nhận bởi Hội đồng Tiêu chuẩn Canada. Những tổ chức này liên quan đến nhiều hoạt động khác nhau, chẳng hạn như: xây dựng tiêu chuẩn, thử nghiệm sản phẩm và chất lượng (đánh giá sự phù hợp), chứng nhận sản phẩm hoặc dịch vụ, đăng ký hệ thống sản xuất và quản lý môi trường.

### **▫ Hội đồng tiêu chuẩn Canada**

Là một liên đoàn công ty quốc doanh liên bang, Hội đồng tiêu chuẩn Canada (SCC) điều phối các hoạt động tiêu chuẩn hóa ở Canada. Cơ quan này báo cáo lên Quốc hội thông qua Bộ trưởng Bộ Công nghiệp và Hệ thống Giám sát các Tiêu chuẩn Quốc gia của Canada. SCC bao gồm các đại diện của chính quyền liên bang và cấp tỉnh cũng như từ một loạt các lợi ích công cộng và tư nhân. Nó quy định chính sách và thủ tục cho việc phát triển các tiêu chuẩn quốc gia của Canada, phối sự tham gia của Canada trong hệ thống tiêu chuẩn quốc tế, và kiểm định hơn 400 tổ chức tham

gia phát triển các tiêu chuẩn, chứng nhận sản phẩm hoặc dịch vụ, hoạt động kiểm tra và đăng ký hệ thống quản lý ở Canada. SCC là cơ quan độc lập của chính phủ, mặc dù nó vẫn được tài trợ một phần bằng nguồn quỹ chung.

SCC không xây dựng các tiêu chuẩn riêng, cũng không thực hiện bất kỳ việc đưa ra các đánh giá phù hợp nào. Thay vào đó, nhiệm vụ của SCC là phối hợp và giám sát những nỗ lực của Hệ thống Tiêu chuẩn Quốc gia, SCC ủy nhiệm cho các tổ chức kiểm tra và cấp giấy chứng nhận thực hiện các đánh giá phù hợp và xem xét các tiêu chuẩn đã được đệ trình bởi các tổ chức phát triển các tiêu chuẩn đối với việc phê chuẩn như các tiêu chuẩn quốc gia của Canada.

#### + Các tổ chức tiêu chuẩn

Có 4 tổ chức xây dựng tiêu chuẩn được công nhận (SDOs) ở Canada: Hiệp hội Tiêu chuẩn Canada (CSA), Tổ chức hợp tác giữa các phòng thí nghiệm Canada (ULC), Ủy ban tiêu chuẩn chung của Canada (CGSB), và Cục tiêu chuẩn Québec (BNQ). CSA và ULC là các tổ chức khu vực tư nhân bao gồm một loạt các hàng hóa và dịch vụ thương mại. Các CGSB và BNQ bao gồm các lĩnh vực liên quan đến các hoạt động của chính quyền tỉnh Quebec và chính quyền liên bang Canada. Mỗi tổ chức xây dựng các tiêu chuẩn riêng thông qua các ủy ban đại diện cho nhiều lợi ích khác nhau. SDOs có thể đệ trình các tiêu chuẩn lên SCC để được công nhận là các tiêu chuẩn quốc gia của Canada.

Trang web của 4 tổ chức này cung cấp thông tin hỗ trợ các công ty bắt kịp với sự phát triển hiện nay. Các công ty sẽ trở nên quen thuộc với quá trình phát triển, đặc biệt là giai đoạn đề xuất. Điều này giúp cho họ có thể tìm hiểu về các tiêu chuẩn mới ở thời điểm sớm nhất có thể.

Các nước thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) bắt buộc tuân theo Hiệp định về Hàng rào kỹ thuật trong thương mại (Hiệp định TBT) báo cáo với WTO tất cả các quy định về kỹ thuật được đề xuất mà có thể ảnh hưởng đến thương mại với các quốc gia thành viên khác.

#### + Đánh giá sự phù hợp

Việc kiểm tra sản phẩm, được gọi là đánh giá sự phù hợp, thường được thực hiện bởi tổ chức kiểm tra và chứng nhận hoặc phòng thí nghiệm được chính thức công nhận để tiến hành kiểm tra sự phù hợp của sản phẩm đối với các tiêu chuẩn hiện hành. Tất cả các sản phẩm được điều chỉnh phải được kiểm tra và chứng nhận. Hội đồng Tiêu chuẩn ủy nhiệm cho các tổ chức đánh giá sự phù hợp thuộc 6 hạng mục sau:

- Phòng thử nghiệm và hiệu chuẩn;
- Cơ quan chứng nhận hệ thống quản lý;
- Cơ quan chứng nhận nhân sự;
- Cơ quan chứng nhận sản phẩm và dịch vụ;
- Cơ quan thanh tra

- Tổ chức phê chuẩn và kiểm tra xác nhận về khí thải nhà kính.

### + 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 và, 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.

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, và (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.

- **CSA International** - Dữ liệu của CSA gồm danh sách hoàn chỉnh các sản phẩm mà CSA chứng nhận để có thể nhập cảnh Canada, thông tin chi tiết có thể tham khảo tại website: <http://www.csa.ca>
- **ULC** - Dữ liệu của ULC gồm danh sách hoàn chỉnh các sản phẩm mà ULC chứng nhận, danh sách chi tiết có trên website: <http://www.ulc.ca/>
- **CGSB** - Dữ liệu của CGSB gồm danh sách hoàn chỉnh các sản phẩm mà CGSB chứng nhận để có thể nhập cảnh Canada, thông tin chi tiết có thể tham khảo tại website:  
<http://www.ihs.com/products/industry-standards/organizations/cgsb/index.aspx>
- **BNQ** - Dữ liệu của BNQ gồm danh sách hoàn chỉnh các sản phẩm mà BNQ chứng nhận, danh sách chi tiết có trên website: <http://www.bnq.qc.ca/>

### + Cấp phép

Hội đồng tiêu chuẩn của Canada (SCC) ủy quyền việc cấp phép cho hơn 300 phòng thí nghiệm Canada tiến hành thử nghiệm khoa học các hạng mục khác nhau và các lĩnh vực thuộc chương trình đặc biệt.

### + Công bố các quy chuẩn kỹ thuật (Publication of Technical Regulations)

Hội đồng Tiêu chuẩn vận hành điểm hỏi đáp và cung cấp thông tin về các tiêu chuẩn của WTO của Canada. Các điểm hỏi đáp và cung cấp thông tin cung cấp cơ sở dữ liệu hiện tại về tất cả các tiêu chuẩn và các quy định hiện hành của Canada và cung cấp cho các đối tác thương mại của Canada. Xem thêm thông tin tại website: <http://www.scc.ca/en/information-services/enquiry-point>, các doanh nghiệp có thể đăng ký chương trình cảnh báo tiêu chuẩn để nhận thông tin cập nhật về những thay



đổi pháp lý trong lĩnh vực kinh doanh của họ.

Các thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) bao gồm Canada phải tuân theo Hiệp định về Hàng rào Kỹ thuật trong Thương mại của WTO để báo cáo các quy chuẩn kỹ thuật được đề xuất có thể ảnh hưởng đến thương mại lên Ban Thư ký WTO, những người này sẽ lần lượt chuyển thông tin này đến tất cả các quốc gia thành viên của WTO. Đồng thời, bất kỳ sự thay đổi quy định nào được đề xuất ở Canada cũng được đăng trên Công báo Canada ([Canada Gazette](#)). Các công ty nước ngoài có thể gửi ý kiến cho Chính phủ Canada về đề nghị thay đổi, đặc biệt là nếu những quy chuẩn này có khả năng tạo thành một rào cản thương mại.

## Trade Agreements

Năm 2012, Canada và Mexico trở thành người quốc gia tham gia vào các cuộc đàm phán của Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (TPP), thông qua đó Hoa Kỳ và 11 đối tác khác thuộc khu vực Châu Á - Thái Bình Dương đang tìm cách thiết lập hiệp định khu vực thế hệ tiếp theo toàn diện để tự do hóa thương mại và đầu tư. Hiệp định này sẽ làm tăng các lợi ích kinh tế cùng với việc phát triển nhanh nhất của các nền kinh tế trên thế giới; mở rộng xuất khẩu, trong đó quan trọng là tạo ra và duy trì công ăn việc làm; và đóng vai trò như là một nền tảng tiềm năng cho việc hội nhập kinh tế khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Thỏa thuận TPP sẽ bao gồm các cam kết cao về hàng hóa, dịch vụ, và các vấn đề thương mại và đầu tư truyền thống khác. Hiệp định này cũng bao gồm một loạt các vấn đề mới và đang nổi lên để giải quyết thương mại liên quan đến các doanh nghiệp và người lao động của chúng ta phải đối mặt trong thế kỷ 21. Ngoài Hoa Kỳ, Canada và Mexico, các đối tác đàm phán TPP hiện nay bao gồm Úc, Brunei, Chile, Nhật Bản, Malaysia, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam.

Hiệp định TPP đã được ký tại New Zealand hôm 04/02/2016. TPP bao gồm các thành viên Mỹ, Nhật Bản, Malaysia, Việt Nam, Singapore, Brunei, Úc, New Zealand, Canada, Mexico, Chile và Peru. TPP có thể góp thêm cho GDP thế giới gần 300 tỉ USD mỗi năm. Sau lễ ký, 12 nước tham gia sẽ bắt đầu quá trình hợp thức hoá trong nước và mất 2 năm để thỏa thuận có hiệu lực. TPP đề ra các quy định mới về các vấn đề: quyền sở hữu trí tuệ, luật đầu tư nước ngoài, tiêu chuẩn môi trường và lao động, chính sách thu mua, cạnh tranh và công ty quốc doanh, quy trình xử lý tranh chấp. TPP sẽ hạ thấp hàng rào thuế quan ở các nước thành viên, đồng thời tạo ra các tiêu chuẩn chung cho các vấn đề như quyền lợi công nhân, bảo vệ môi trường. Theo thỏa thuận, khoảng 18.000 chủng loại hàng hóa xuất nhập khẩu sẽ được giảm hoặc xóa bỏ thuế quan.

Đối với Canada, xuất khẩu thịt bò là ngành được hưởng lợi nhiều nhất từ TPP. Vì vậy, việc ký kết TPP có ý nghĩa rất quan trọng đối với ngành công nghiệp bò thịt của Canada do sẽ giúp hạ thấp mức thuế nhập khẩu thịt bò vào các thị trường thành viên trong vòng 15 năm. Khi TPP chính thức có hiệu lực, Việt Nam sẽ xóa bỏ trong vòng 3-8 năm.

Theo Vụ Hợp tác Quốc tế (Bộ Tài chính), Canada cam kết xóa bỏ ngay 94,9% số dòng thuế, tương đương 77,9% kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam (0,88 tỷ USD) ngay khi Hiệp định TPP có hiệu lực và tổng số dòng thuế được xóa bỏ lên tới

96,3% số dòng thuế, tương đương với 93,4% kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam vào năm thứ 4. Theo đó, Canada sẽ duy trì hạn ngạch thuế đối với 96 dòng thuế của 3 nhóm mặt hàng: thịt gà; trứng; bơ sữa và sản phẩm bơ sữa.

Các mặt hàng như nông sản, điện, điện tử của Việt Nam được xóa bỏ phần lớn thuế quan ngay thời điểm bắt đầu triển khai cam kết. Trong khi đó, các mặt hàng đồ nội thất, cao su sẽ được xóa bỏ hoàn toàn ngay từ khi Hiệp định có hiệu lực hoặc vào năm thứ 5.

Các mặt hàng dệt may Canada cam kết sẽ được xóa bỏ 100% thuế vào năm thứ 4, trong đó 42,9% kim ngạch xuất khẩu dệt may được hưởng thuế 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

Mặt hàng giày dép, đa số xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực (chiếm 67% kim ngạch xuất khẩu giày dép), 12% kim ngạch xuất khẩu sẽ xóa bỏ thuế vào năm thứ 7, 1 dòng thuế có kim ngạch lớn (10,7% kim ngạch giày dép) sẽ được cắt giảm 75% so với mức hiện hành và 9 dòng cam kết xóa bỏ vào năm thứ 12 (9,5% kim ngạch xuất khẩu giày dép).

Riêng về cam kết song phương, Việt Nam đã đạt được các cam kết về nhãn hiệu chứng nhận, sản phẩm đặc thù với Canada.

### **Các nguồn thông tin có liên quan**

- [Form B3 – Customs Coding Form](#)
- [NAFTA Certificate of Origin Interactive Tool](#)
- [Non-Resident Importer Program](#)
- [Automated Export System](#)
- [Canada Border Services Agency Memorandum D8-1-1 Temporary Import Regulations](#)
- [The Canada Border Services Agency Importer step-by-step guide](#)
- [The Export and Import Control Bureau](#)
- [The Canada Border Services Agency Import Control List](#)
- [Tips for Travelers to Canada](#)
- [Office québécois de la langue française](#)
- [Canada Border Services Agency](#)
- [Canadian Standards Association](#)
- [Underwriters Laboratories of Canada](#)
- [Canada General Standards Board](#)
- [Bureau de Normalisation du Québec](#)
- [Standards Council of Canada](#)

- [SCC Standards Alerts](#)
- [World Trade Organization Agreement Technical Barriers to Trade](#)
- [Canada Gazette](#)
- [Consumer Packaging and Labeling Act](#)
- [Industry Canada's Competition Bureau](#)
- [Guide to Food Labeling and Advertising](#)

**Nguồn:**

<http://www.moit.gov.vn>

## Chương 6: Môi trường đầu tư

### Mở cửa cho đầu tư nước ngoài

Với một số ngoại lệ, Canada đưa ra nguyên tắc đãi ngộ quốc gia đầy đủ cho các nhà đầu tư nước ngoài trong bối cảnh hoạt động của nền kinh tế thị trường mở phát triển với các nguyên tắc và thể chế dân chủ. Canada đánh giá các hoạt động đầu tư dựa theo Đạo luật Đầu tư của Canada (ICA). Đầu tư nước ngoài bị cấm hoặc hạn chế trong một số lĩnh vực của nền kinh tế.

Tháng 12/2012, Canada đã công bố rằng việc sáp nhập trong tương lai của các doanh nghiệp cát dầu Canada bởi doanh nghiệp nhà nước (SOE) sẽ chỉ có lợi ích thuần đối với các trường hợp ngoại lệ ở Canada, đây là một phần trong các hướng dẫn dành cho doanh nghiệp nhà nước mới của chính phủ. Dự luật sử dụng ngân sách năm 2013 của Canada đã có hiệu lực với các biện pháp được công bố trước đó, bao gồm ngưỡng đánh giá tài chính độc lập đối với các đầu tư của SOE và xác định SOE rõ ràng hơn. Các quy định đã được mở rộng nhằm đáp ứng việc gia tăng đáng kể trong đầu tư của các SOE ở Canada kể từ năm 2008.

Mặc dù đầu tư nước ngoài là yếu tố then chốt trong phát triển kinh tế của Canada, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế trong các lĩnh vực chính. Theo Đạo luật Viễn thông, Canada vẫn duy trì giới hạn 46,7% sở hữu nước ngoài các cổ phần có quyền biểu quyết đối với các công ty cung cấp dịch vụ viễn thông Canada. Canada đã sửa đổi Đạo luật Viễn thông vào tháng 6/2012 nhằm miễn trừ cho các hãng vận tải có ít hơn 10% cổ phần giới hạn sở hữu. Canada hạn chế quyền sở hữu của người nước ngoài trong các công ty vận tải hàng không Canada là 25% cổ phần có quyền biểu quyết. Đầu tư vào các ngành công nghiệp văn hóa cũng có những hạn chế, bao gồm điều khoản theo Đạo luật Đầu tư của Canada rằng đầu tư nước ngoài trong việc xuất bản và phân phối sách phải phù hợp với các chính sách văn hóa quốc gia của Canada, và mang lại lợi ích thuần cho Canada. Canada mở cửa cho đầu tư vào lĩnh vực tài chính, nhưng vẫn còn các rào cản trong ngành ngân hàng bán lẻ.

Thước đo	Năm	Xếp hạng	Website
Chỉ số tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế (TI)	2015	9 of 167	<a href="http://www.transparency.org/cpi2015/">http://www.transparency.org/cpi2015/</a>
Báo cáo kinh doanh “Ease of Doing Business” của Ngân hàng thế giới	2015	14 of 189	<a href="http://www.doingbusiness.org/rankings">http://www.doingbusiness.org/rankings</a>
Chỉ số sáng tạo toàn cầu	2015	16 of 143	<a href="https://www.globalinnovationindex.org/content/page/data-analysis/">https://www.globalinnovationindex.org/content/page/data-analysis/</a>
Thu nhập quốc dân (GNI) tính theo đầu người của Ngân hàng thế giới	2014	\$51,630	<a href="http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD">http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD</a>



- **Khuôn khổ pháp lý: Đạo luật đầu tư của Canada**

Chính sách đầu tư nước ngoài tại Canada được quy định chi tiết bởi Luật Đầu tư của Canada (ICA) kể từ năm 1985. ICA tự do hóa chính sách về đầu tư nước ngoài do nhận ra rằng đầu tư là yếu tố chủ yếu để kinh tế phát triển và là chìa khóa để cải thiện công nghệ. ICA đưa ra đánh giá về các vụ mua lại có quy mô lớn mà không do doanh nghiệp Canada thực hiện và đưa ra quy định rằng các đầu tư này phải có “lợi ích thuần” cho Canada. Đối với đại đa số các vụ mua lại có quy mô nhỏ và thành lập các doanh nghiệp mới, các nhà đầu tư nước ngoài chỉ cần thông báo cho chính phủ Canada biết về đầu tư của họ. Dưới 10% các vụ mua lại của nước ngoài phải chịu sự đánh giá của ICA. Ngưỡng đầu tư phải chịu sự kiểm soát của ICA trong năm 2014 là 354 triệu USD đối với các thành viên WTO. (Việc mua lại quyền kiểm soát gián tiếp bởi các quốc gia thành viên WTO thì không bị kiểm soát). Đối với các quốc gia không phải là thành viên WTO, ngưỡng đầu tư vẫn ở mức 5 triệu USD đối với các giao dịch mua lại quyền kiểm soát trực tiếp và 50 triệu USD đối với giao dịch mua lại quyền kiểm soát gián tiếp. Năm 2009, Canada đã sửa đổi ICA nhằm tăng hạn mức đánh giá đối với khoản đầu tư 1 tỷ USD trong khoảng thời gian hơn 4 năm. Việc nâng hạn mức này sẽ có ảnh hưởng một khi các quy định thực hiện cải cách có hiệu lực.

Tháng 12/2012, Canada đã công bố các hướng dẫn mới cho doanh nghiệp nhà nước, bao gồm việc thông báo rằng việc bỏ thầu của các doanh nghiệp nhà nước trong tương lai sẽ được kiểm soát doanh nghiệp cát dầu Canada sẽ chỉ được chấp thuận trên “cơ sở ngoại lệ”. Canada đã thay đổi định nghĩa doanh nghiệp nhà nước trong Dự luật bổ sung ngân sách năm 2013 thành một cơ quan hay một cá nhân chịu ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp của chính phủ nước ngoài. Dự luật này cũng lập ra một ngưỡng đánh giá riêng đối với các giao dịch mua lại quyền kiểm soát của các doanh nghiệp nhà nước, và cho phép Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Canada kiểm soát một phần nhỏ các giao dịch của doanh nghiệp nhà nước đầu tư trong lần đầu tiên. Các quy định mới được phát triển để đáp ứng với sự gia tăng đầu tư của doanh nghiệp nhà nước trong giai đoạn 2008 - 2011 và xu hướng ngày càng tăng đối với các nhà đầu tư nhằm có được quyền kiểm soát của các doanh nghiệp Canada. Canada đã thêm vào các hướng dẫn doanh nghiệp nhà nước trong năm 2007 để thu được lợi ích cuối cùng nhằm đảm bảo rằng doanh nghiệp nhà nước tuân thủ các nguyên tắc của thị trường Bắc Mỹ và tiêu chuẩn về quản trị và trách nhiệm kế toán của Canada. Các quy định mới bổ sung cho các hướng dẫn doanh nghiệp nhà nước của Canada năm 2007.

Dự luật ngân sách năm 2013 của Canada cũng bao gồm các biện pháp nhằm cho phép Bộ trưởng Bộ Công nghiệp linh hoạt hơn để nới rộng thời hạn đối với các đánh giá về an ninh quốc gia. Mốc thời gian mới sẽ có hiệu lực một khi các quy định được hoàn chỉnh. Năm 2009, Canada đã bổ sung đánh giá an ninh quốc gia vào Luật đầu tư Canada (ICA) nhằm cho phép Bộ trưởng Bộ Công nghiệp kiểm tra các khoản đầu tư có thể "gây tổn hại đến an ninh quốc gia." Việc đánh giá an ninh quốc gia có thể mất đến 130 ngày mới hoàn thành theo mốc thời gian hiện tại.

Tháng 6/2012, Canada đã sửa đổi ICA nhằm cho phép Bộ trưởng Bộ Công nghiệp công khai tiết lộ lý do công chúng biết lý do tại sao một dự án đầu tư không đáp ứng được bài kiểm tra về lợi ích thuần, miễn là tiết lộ sẽ không gây tổn hại cho các doanh nghiệp Canada hoặc chủ đầu tư. Một sửa đổi khác cho phép Bộ trưởng Bộ Công nghiệp chấp nhận khoản thanh toán bảo lãnh từ nhà đầu tư khi tòa án nhận thấy nhà

đầu tư vi phạm các ràng buộc của ICA. Canada cũng đưa ra các hướng dẫn cung cấp cho các nhà đầu tư nước ngoài lựa chọn quá trình hòa giải chính thức để giải quyết tranh chấp khi Bộ trưởng Bộ Công nghiệp cho rằng nhà đầu tư nước ngoài đã không tuân thủ theo cam kết trên giấy tờ.

Canada đã chấp thuận việc 2 doanh nghiệp nhà nước ở châu Á mua lại 02 công ty năng lượng của Canada đi đôi với việc tiết lộ quy tắc đầu tư của các doanh nghiệp nhà nước tháng 12/2012, nhưng việc chấp thuận này của họ được báo hiệu là “sự kết thúc của một xu hướng”.

Canada chỉ từ chối các đề xuất đầu tư 03 lần kể từ khi ICA có hiệu lực vào 25 năm trước. Canada đã ngăn việc mua lại Manitoba Telecom Services Allstream Division có giá trị 520 triệu USD được đề xuất bởi công ty quản lý và đầu tư có trụ sở ở Cairo theo các điều khoản an ninh quốc gia của ICA vào tháng 10/2013. Chính phủ Canada đã không nêu chi tiết nguyên nhân phía sau quyết định này. Tháng 11/2013, Canada đã chặn giao dịch của một công ty có trụ sở ở Úc thu mua một công ty sản xuất kali cacbonat ở Saskatchewan với số tiền 38,6 tỉ USD, được tin rằng việc tiếp quản không mang lại lợi ích thuần cho Canada dựa theo luật đầu tư của Canada. Trường hợp thứ 3 xảy ra vào tháng 4/2008, khi Canada từ chối việc bán các hoạt động vệ tinh MacDonald Dettwiler của công ty truyền thông Canada cho một doanh nghiệp Mỹ do các vấn đề liên quan đến an ninh.

Canada đã đánh giá một vài trường hợp đầu tư nổi bật khác trong những năm gần đây. Việc sáp nhập sàn giao dịch chứng khoán lớn nhất của Canada và sàn giao dịch lớn có trụ sở ở London đã được công bố vào tháng 2/2011 đã được thực hiện đánh giá theo luật đầu tư Canada. Thỏa thuận này không đủ thu hút sự hỗ trợ từ các cổ đông của sàn giao dịch chứng khoán Canada và thỏa thuận này đã được dừng lại trước khi quá trình đánh giá theo ICA được hoàn tất.

Tháng 7/2009, Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Canada đã xin lệnh tòa án liên bang liên quan đến việc cáo buộc một công ty sản xuất thép Hoa Kỳ rằng công ty này đã không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ theo luật đầu tư của Canada về duy trì tiêu chuẩn việc làm tối thiểu để được phép mua nhà máy thép Canada. Theo ICA, Canada có thẩm quyền thu tiền phạt tài chính đối với những nhà sản xuất vi phạm cam kết. Sau kháng cáo không thành công của công ty, Canada đã bỏ vụ kiện vào tháng 12/2011, đổi lại công ty này cam kết tiếp tục sản xuất thép ở Canada đến năm 2015 và cam kết đầu tư thêm 50 triệu USD vào các nhà máy ở Canada.

Việc đầu tư trong các lĩnh vực đặc thù được kiểm soát theo quy định riêng của pháp luật. Đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực tài chính được quản lý bởi Bộ Tài chính. Đầu tư vào bất kỳ hoạt động liên quan đến di sản văn hoá, bản sắc dân tộc của Canada được quản lý bởi Bộ Di sản. Việc sở hữu nước ngoài các công ty viễn thông Canada được quản lý theo Luật Viễn thông, trong khi Luật Phát thanh Truyền hình quản lý việc đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực phát thanh và truyền hình.

Việc đầu tư tại Canada cũng tùy thuộc vào quyền tài phán của tỉnh. Các hạn chế về đầu tư nước ngoài ở các tỉnh thì khác nhau, nhưng phần lớn chỉ giới hạn ở việc mua đất và các dịch vụ tài chính theo quy định của tỉnh. Việc liên quan các chính sách của chính quyền tỉnh đến nền văn hóa, ngôn ngữ, quan hệ lao động hoặc môi trường, có thể là một yếu tố cho các nhà đầu tư nước ngoài.

Canada miễn thuế cho các công ty thuộc sở hữu nước ngoài dựa trên nền tảng khác nhau từ các công ty trong nước, điều này không dẫn đến việc phân biệt đối xử tùy tiện hay vô lý. Chính phủ cũng có thể hủy bỏ việc mua bán các công ty quốc doanh dựa trên bất kỳ các quy ước nào của nguyên tắc đãi ngộ quốc gia. Canada vẫn có sự linh hoạt trong việc áp dụng các quy ước của nguyên tắc đãi ngộ quốc gia.

- **Đầu tư các ngành công nghiệp văn hóa**

Canada định nghĩa các ngành công nghiệp văn hóa bao gồm: các ấn phẩm, việc phân phối hoặc bán sách, tạp chí phổ thông, tạp chí xuất bản định kỳ, báo, trừ hoạt động chỉ chuyên về in ấn hoặc sắp chữ; sản xuất, phân phối, bán hàng hoặc triển lãm phim hoặc quay video, ghi âm hoặc video âm nhạc; các ấn phẩm, phân phối hoặc bán dưới dạng bản in của bài nhạc hoặc máy đọc nhạc; bất kỳ việc kinh doanh phát thanh vô tuyến, truyền hình và truyền hình cáp và bất kỳ chương trình vệ tinh và các dịch vụ băng thông rộng (BNS).

Luật Đầu tư của Canada quy định vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực xuất bản và phân phối sách phải phù hợp với các chính sách văn hóa quốc gia của Canada và mang lại lợi ích thuần cho Canada. Việc mua lại quyền kiểm soát các doanh nghiệp phân phối do người sở hữu và quản lý là không được phép. Việc thành lập các công ty phát hành phim mới ở Canada chỉ được phép nhập khẩu và phân phối các sản phẩm độc quyền. Việc mua lại quyền kiểm soát trực tiếp và gián tiếp của các doanh nghiệp phân phối nước ngoài đang hoạt động tại Canada chỉ được phép nếu chủ đầu tư cam kết dùng một phần thu nhập có được ở Canada để tái đầu tư vào Canada.

Luật Phát thanh Truyền hình đưa ra các mục tiêu của chính sách về làm phong phú và tăng cường kết cấu văn hóa, cơ cấu chính trị, xã hội và kinh tế của Canada. Ủy ban Viễn thông và Phát thanh Truyền hình Canada (CRTC) thực thi chính sách phát sóng. Giấy phép sẽ không được cấp hoặc gia hạn cho các công ty không có ít nhất 80% quyền kiểm soát thuộc về người Canada, được thay mặt cổ đông và đại diện cho ban giám đốc công ty.

Tháng 10/2012, Ủy ban Viễn thông và Phát thanh Truyền hình Canada đã từ chối đề nghị của một đài truyền hình lớn của Canada mua lại một công ty truyền thông hàng đầu của Canada. CRTC không tin giao dịch này sẽ mang lại lợi ích đáng kể cho hệ thống phát thanh truyền hình Canada và cho biết thỏa thuận này dấy lên những lo ngại về khả năng cạnh tranh. Tháng 11/2012, đài truyền hình Canada đã đệ trình đơn xin đã được sửa lại về đề xuất mua lại lên CRTC.

Canada chấp thuận vốn nước ngoài lên đến 100% trong một doanh nghiệp về xuất bản, phân phối và bán các tạp chí xuất bản định kỳ nhưng tất cả các khoản đầu tư nước ngoài trong ngành công nghiệp này tùy thuộc vào việc xem xét của Bộ trưởng Bộ Di sản Canada, và các khoản đầu tư không thể diễn ra thông qua việc mua lại một doanh nghiệp do người Canada sở hữu. Toàn bộ phần dành cho quảng cáo không quá 18% trong các tạp chí xuất bản định kỳ của nước ngoài được xuất khẩu sang Canada có thể được nhắm chủ yếu vào thị trường Canada. Các công ty quảng cáo Canada có thể đặt quảng cáo trên các tạp chí nước ngoài, và có thể yêu cầu khấu trừ thuế cho các chi phí quảng cáo, kể cả trong trường hợp ấn phẩm bằng tiếng Canada thuộc tạp chí xuất bản định kỳ của nước ngoài. Một nửa chi phí quảng cáo có thể được khấu trừ trong trường



hợp các ấn phẩm xuất bản có 0 – 79% nội dung gốc được giữ nguyên khi biên tập, và toàn bộ chi phí quảng cáo có thể được khấu trừ trong trường hợp của các ấn phẩm được xuất bản với quảng cáo có nội dung gốc là 80% hoặc nhiều hơn khi biên tập.

Một quyết định của Canada vào tháng 4/2010 cho phép nhà bán lẻ trực tuyến Amazon mở trung tâm phân phối ở Canada cho thấy việc sẵn sàng cho phép các nhà đầu tư nước ngoài tiếp cận nhiều hơn với các ngành công nghiệp văn hóa để đổi lấy cam kết phát triển đáng kể của Canada.

### • Đầu tư vào lĩnh vực tài chính

Canada mở cửa cho đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm và môi giới chứng khoán, nhưng cũng có những rào cản đối với đầu tư nước ngoài tại ngân hàng bán lẻ. Các công ty tài chính nước ngoài quan tâm đến việc đầu tư sẽ đăng ký nộp hồ sơ tại Văn phòng Ủy ban giám sát các tổ chức tài chính của Canada (OSFI) do Bộ trưởng Bộ Tài chính phê duyệt. Các ngân hàng nước ngoài từ lâu đã có thể thành lập các ngân hàng con ở Canada.

Quy định về việc sở hữu ngân hàng có quy mô lớn với không quá 25% cổ phần thuộc sở hữu của một cổ đông duy nhất được cho là để ngăn chặn việc tập trung quyền sở hữu mà không có phân biệt đối xử đối với các nhà đầu tư nước ngoài; tuy nhiên, ảnh hưởng của Canada vẫn còn tác dụng thông qua các yêu cầu nhất định của Luật Ngân hàng:

- + Trụ sở chính của ngân hàng phải được đặt tại Canada;
- + Các cuộc họp cổ đông được yêu cầu phải tổ chức tại Canada;
- + 2/3 giám đốc phải là thường trú nhân của Canada;
- + Giám đốc điều hành của ngân hàng thường phải là thường trú nhân của Canada;
- + Các hợp đồng công ty và giao dịch quan trọng phải được giữ ở Canada;
- + Các thay đổi hành chính phải có sự phê duyệt của Bộ.

### • Đầu tư vào các lĩnh vực khác

#### + Viễn thông

Theo các quy định của Luật Viễn thông của Canada, sở hữu nước ngoài của các cơ sở truyền tải được giới hạn 20% đối với việc sở hữu trực tiếp và 33% thông qua một công ty cổ phần, 46,7% tổng sở hữu nước ngoài. Canada cũng yêu cầu ít nhất 80% thành viên ban giám đốc các cơ sở của các công ty cung cấp dịch vụ viễn thông là công dân Canada.

Tháng 6/2012, Canada đã sửa đổi Đạo luật Viễn thông nhằm hủy bỏ những hạn chế sở hữu nước ngoài cho các hãng có ít hơn 10% cổ phần của tổng thị trường viễn thông Canada. Các hãng do người nước ngoài làm chủ được phép tiếp tục hoạt động nếu thị phần của họ tăng hơn 10% mà sự tăng trưởng này không phải là kết quả từ việc mua lại hoặc sáp nhập với một hãng điện thoại khác của Canada. Việc thay đổi chính sách là một phần trong chiến lược của chính phủ Canada nhằm tạo điều kiện cạnh tranh



nhiều hơn trong lĩnh vực viễn thông. Ngày 18/2/2014, Canada đã công bố kết quả đấu giá băng tần 700 Mhz. 03 nhà cung cấp viễn thông lớn nhất của Canada đã có được đa số các giấy phép của băng tần đã được bán ra, và cuộc đấu giá đã không có bất kỳ người mua nước ngoài mới nào.

#### + **Đánh cá**

Người nước ngoài có thể sở hữu đến 49% các công ty có giấy phép đánh cá thương mại của Canada.

#### + **Bất động sản**

Nghĩa vụ căn bản trong luật bất động sản tùy thuộc vào các tỉnh. Đảo Prince Edward, Saskatchewan, và Nova Scotia giới hạn tất cả việc bán bất động sản cho các bên tham gia ngoài tỉnh. Cơ quan chính phủ có thể sung công tài sản sau khi trả tiền bồi thường thích hợp.

#### + **Tư hữu hóa**

Việc tư hữu hóa cấp tỉnh và liên bang được xem xét dựa trên cơ sở từng trường hợp cụ thể, và không có giới hạn chung liên quan đến quyền sở hữu nước ngoài.

#### • **Ưu đãi đầu tư**

Chính quyền liên bang và cấp tỉnh ở Canada đưa ra một chuỗi mở rộng các ưu đãi khuyến khích đầu tư mà các thành phố tự trị thường bị cấm thực hiện. Không có các ưu đãi liên bang nào riêng biệt nhằm thúc đẩy hoặc khuyến khích đầu tư nước ngoài vào Canada. Các ưu đãi được đưa ra với mục đích thực hiện các mục tiêu chính sách rộng lớn hơn, chẳng hạn như tăng cường nghiên cứu và phát triển hoặc thúc đẩy các nền kinh tế khu vực. Các nguồn quỹ có thể cung cấp cho các nhà đầu tư nước ngoài hoặc nhà đầu tư Canada có đủ tư cách mà những nhà đầu tư này đồng ý sử dụng tiền cho mục đích đã được đề ra. Ví dụ, Cơ quan Phát triển Xuất khẩu Canada có thể hỗ trợ đầu tư trong nước theo các điều kiện cụ thể (ví dụ, việc đầu tư phải xuất tập trung vào xuất khẩu; phải có trong tay các hợp đồng xuất khẩu hoặc các công ty phải có hồ sơ theo dõi, có một vùng hoặc khu vực uỷ thác sản phẩm dành cho các sản phẩm được sản xuất).

Một số tỉnh đã phát triển các sáng kiến nhằm thu hút đầu tư nước ngoài. Tỉnh Quebec đã đưa ra "Plan Nord" (Kế hoạch cho miền Bắc) vào tháng 5/2011, nay được gọi là "Le Nord pour tous" (miền Bắc cho mọi người), chương trình này thuộc chính quyền được bầu cử vào tháng 5/2012. Kế hoạch này có thời hạn là 25 năm, 80 tỷ USD đầu tư bước đầu nhằm phát triển 1,2 triệu km<sup>2</sup> lãnh thổ phía Bắc Quebec. Phần lớn khoản đầu tư này sẽ hướng đến tái tạo năng lượng, cơ sở hạ tầng và các dự án phát triển tài nguyên thiên nhiên. Chính quyền tỉnh Quebec đã cho biết dự án đầu tư chính của họ, việc đầu tư vốn vào Quebec, nhằm thu hút và hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài để phát triển các dự án theo sáng kiến. Các ưu đãi của tỉnh hướng đến nhiều nhà đầu tư cụ thể hơn và tạo điều kiện cho việc áp dụng các quỹ vào việc đầu tư theo sự chấp thuận của tỉnh. Ví dụ, AdvantageBC điều hành một chương trình ưu đãi của tỉnh, chương trình này dùng để đăng ký cho các công ty nước ngoài trong chương trình hoạt

động quốc tế kinh doanh của British Columbia, và hỗ trợ họ nhận được toàn bộ số tiền được hoàn trả của thuế thu nhập doanh nghiệp của tỉnh.

Các ưu đãi của tỉnh cũng có thể bị giới hạn đối với các công ty được thành lập tại tỉnh, hoặc đồng ý thành lập cơ sở trên địa bàn tỉnh. Các quan chức chính phủ cấp liên bang và cấp tỉnh kỳ vọng rằng các nhà đầu tư nhận ưu đãi đầu tư để sử dụng cho các mục đích đã thoả thuận, nhưng không có cơ chế thực thi hiện hành.

Ưu đãi đầu tư trong các ngành công nghiệp văn hóa cấp liên bang và cấp tỉnh, nhìn chung chỉ dành cho các công ty do công dân Canada kiểm soát. Ưu đãi có thể dưới dạng các khoản tài trợ, cho vay, bảo lãnh vốn vay, vốn liên doanh, hoặc các khoản tín dụng thuế. Chương trình ưu đãi ở Canada nói chung không hướng đến việc xúc tiến xuất khẩu. Chương trình ưu đãi của tỉnh đối với việc sản xuất phim ở Canada có hiệu lực đối với các nhà làm phim nước ngoài.

### **Bảng xếp hạng của Canada về các chỉ số kinh doanh được lựa chọn**

<b>Thước đo</b>	<b>Năm</b>	<b>Xếp hạng</b>
Chỉ số tham nhũng	2014	10/177
Chỉ số tự do kinh tế	2015	6/177
Chỉ số thuận lợi kinh doanh	2014	16/189
Chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (Các chỉ số MCC không được áp dụng)	2014	12/142

### **Chính sách chuyển đổi và chuyển tiền**

Đồng đô la Canada được chuyển đổi hoàn toàn. Canada đưa ra một số ưu đãi dành cho việc đầu tư của Canada ở các nước đang phát triển thông qua các chương trình của Cơ quan Phát triển Quốc tế Canada (CIDA). Cơ quan tín dụng xuất khẩu chính thức của Canada, Cơ quan Phát triển xuất khẩu Canada (EDC), cung cấp việc bảo hiểm rủi ro chính trị cho các công ty của Canada có các khoản đầu tư ở nước ngoài và những người cho vay mà những người này tài trợ cho các giao dịch được thực hiện bởi các công ty của Canada ở nước ngoài.

Ngân hàng Canada là ngân hàng trung ương quốc gia. Vai trò chủ yếu là "thúc đẩy phúc lợi kinh tế và tài chính của Canada," theo quy định của Đạo luật Ngân hàng Canada. 04 lĩnh vực chính mà ngân hàng chịu trách nhiệm là chính sách tiền tệ; phát triển an toàn, lành mạnh và hiệu quả hệ thống tài chính; phát hành và phân phối tiền tệ; và là cơ quan quản lý tài khóa của Canada.

Canada cung cấp các ưu đãi cho việc đầu tư của Canada ở các nước đang phát triển thông qua các chương trình được đề xuất bởi Bộ Ngoại giao Canada. Thông tin chi tiết xem tại website: <http://tradecommissioner.gc.ca/funding-financement/goa-oma/index.aspx?lang=eng>

## Sung công và bồi thường

Luật liên bang và cấp tỉnh của Canada công nhận quyền của chính phủ đối với sung công tài sản cá nhân cho mục đích chung, và có nghĩa vụ bồi thường.

## Giải quyết tranh chấp

Canada là thành viên của Công ước New York năm 1958 về việc Công nhận và Thực thi Quyết định của Trọng tài nước ngoài. Canada đã đưa ra quyết định về nguyên tắc trở thành thành viên của Trung tâm Giải quyết Tranh chấp Đầu tư Quốc tế (ICSID). Tuy nhiên, do cơ chế thực thi pháp luật ICSID quy định luật pháp của tỉnh, thì chính quyền liên bang cũng phải có được sự đồng thuận từ các tỉnh rằng họ sẽ thi hành các quyết định của ICSID. Mặc dù hầu hết các tỉnh đã xác nhận thỏa thuận, nhưng việc chấp thuận hoàn toàn là điều khó xảy ra trong tương lai gần.

Canada chấp nhận trọng tài ràng buộc của các tranh chấp đầu tư mà Canada là một bên duy nhất khi Canada đã thỏa thuận rõ ràng để thực hiện thông qua một thỏa thuận song phương hoặc đa phương như Hiệp định bảo hộ đầu tư nước ngoài. Các quy định trong Chương 11 của NAFTA hướng dẫn việc giải quyết tranh chấp đầu tư giữa các cá thể của NAFTA và chính phủ các nước thành viên thuộc NAFTA. NAFTA khuyến khích các bên giải quyết tranh chấp thông qua thảo luận hoặc đàm phán. NAFTA cũng thiết lập các thủ tục trọng tài đặc biệt cho các tranh chấp đầu tư tách biệt với các quy định giải quyết tranh chấp chung của NAFTA. Theo NAFTA, một phạm vi hẹp của các tranh chấp giao dịch với các công ty độc quyền của chính phủ và sung công giữa nhà đầu tư từ một nước NAFTA và một chính phủ thuộc NAFTA có thể được giải quyết, tùy theo lựa chọn của nhà đầu tư, bởi trọng tài ràng buộc quốc tế. Một nhà đầu tư yêu cầu trọng tài ràng buộc trong cuộc tranh chấp với một bên thuộc NAFTA từ bỏ quyền của mình để đạt được việc bồi thường thông qua hệ thống tòa án của bên thuộc NAFTA, ngoại trừ các vụ kiện nhằm vào những thiệt hại phi tiền tệ.

## Quy định thực hiện và các ưu đãi

NAFTA cấm Canada áp đặt các quy định thực hiện đối với xuất khẩu hoặc nội địa, và Canada không thương lượng rõ ràng các yêu cầu thực hiện với các nhà đầu tư nước ngoài. Đối với các khoản đầu tư phải rà soát, tuy nhiên, những ý định của chủ đầu tư liên quan đến việc làm, chế biến tài nguyên, hàm lượng nội địa, xuất khẩu và phát triển công nghệ hoặc chuyển nhượng có thể bị kiểm tra bởi chính phủ Canada. Các đánh giá đầu tư thường dẫn đến việc đàm phán của một bộ phận kinh doanh cụ thể, như thỏa thuận để quảng bá sản phẩm của Canada.

## Quyền sở hữu tư nhân và thành lập doanh nghiệp

Các nhà đầu tư có đầy đủ quyền sở hữu tư nhân.

## Bảo vệ quyền sở hữu

Nhà đầu tư nước ngoài có quyền tiếp cận đầy đủ và hợp lý hệ thống pháp luật của

Canada, quyền sở hữu tư nhân chỉ bị hạn chế bởi các quyền của chính phủ để thành lập công ty độc quyền và sung công cho các mục đích công cộng. Các nhà đầu tư từ các nước NAFTA có sẵn các cơ chế để giải quyết tranh chấp liên quan đến vấn đề sung công tài sản của Chính phủ Canada.

### **Tính minh bạch của hệ thống pháp quy**

Pháp luật được đề xuất tùy thuộc vào thảo luận của quốc hội và điều trần công khai, và các quy định được ban hành ở dạng dự thảo để lấy ý kiến công chúng trước khi thực thi. Trong khi việc cấp phép hoặc giấy phép của liên bang hoặc tỉnh có thể cần thiết để tham gia vào các hoạt động kinh tế, thì quy định về những hoạt động này thường là vì các lý do phù hợp với thuế hoặc thống kê. Cục Chính sách cạnh tranh và Tòa án Cạnh tranh Canada là một cơ quan bán tư pháp, thực thi luật chống độc quyền của Canada.

### **Thị trường vốn và danh mục đầu tư hiệu quả**

Thị trường vốn của Canada đang mở cửa, dễ tiếp cận, và không có các quy định quản lý phiền hà. Nhà đầu tư nước ngoài có thể nhận được tín dụng tại thị trường địa phương. Diễn đàn Kinh tế Thế giới xếp hạng hệ thống ngân hàng Canada là "đầy đủ và hoàn chỉnh nhất" trên thế giới vào năm 2012. Tính ổn định của ngân hàng Canada được liên kết với tỷ lệ vốn hóa cao mà tỉ lệ này cao hơn tiêu chuẩn định mức do Ngân hàng Thanh toán Quốc tế đề ra.

Ngành công nghiệp ngân hàng của Canada bao gồm 22 ngân hàng trong nước, 25 công ty con của ngân hàng nước ngoài, 23 chi nhánh ngân hàng nước ngoài với đầy đủ các dịch vụ và 7 chi nhánh ngân hàng nước ngoài cho vay hoạt động tại Canada. Các tổ chức này quản lý gần 3,1 nghìn tỷ USD tài sản. Nhiều ngân hàng quốc tế lớn đã có mặt tại Canada thông qua công ty con, văn phòng đại diện hoặc chi nhánh của ngân hàng mẹ.

Tại Canada, các quy định về chiến thuật phòng thủ chống thâm thâu tóm thù địch được xử lý bởi những người quản lý chứng khoán của tỉnh thay vì các tòa án. Chính quyền tỉnh dựa vào Chính sách Quốc gia số 62 – 202 về quản trị Chứng khoán Canada liên quan đến việc mua lại để giành quyền kiểm soát công ty để tìm cách khuyến khích các cuộc đấu giá mở và không hạn chế nhằm tối đa hóa giá trị cổ đông công ty mục tiêu và lựa chọn giữa các phương án thay thế cạnh tranh. Cơ quan đấu thầu quốc gia không bị kiểm tra bởi các nhà quản lý chứng khoán của tỉnh nhưng thực thi việc đánh giá của liên bang theo Đạo luật Đầu tư Canada.

Do việc sắp xếp cổ phần chéo được phép ở Canada, nên mức độ đầu tư nước ngoài và hoạt động sáp nhập và mua lại quyền kiểm soát xuyên biên giới cho thấy Canada không gây ra bất kỳ rào cản thực tế nào.

### **Cạnh tranh từ các doanh nghiệp nhà nước (SOEs)**

Canada có hơn 40 doanh nghiệp nhà nước (DNNN) ở cấp liên bang, với phần lớn tài sản do 03 công ty quốc doanh của liên bang nắm giữ: Công ty Phát triển Xuất khẩu



Canada; Tín dụng trang trại Canada; và Ngân hàng Phát triển Kinh doanh Canada. Canada còn có hơn 100 doanh nghiệp nhà nước ở cấp tỉnh đóng góp vào một loạt các lĩnh vực bao gồm, tài chính; năng lượng, điện, các tiện ích; và vận chuyển. Văn phòng Ủy ban Ngân khố Canada cung cấp báo cáo hàng năm cho Quốc hội liên quan đến việc quản lý và hoạt động của các công ty quốc doanh liên bang Canada và lợi nhuận của công ty khác.

Không hạn chế khả năng các doanh nghiệp tư nhân cạnh tranh với các doanh nghiệp nhà nước. Chức năng của hầu hết các công ty quốc doanh Canada đã giới hạn việc thu hút khu vực tư nhân, ví dụ Cơ quan Vũ trụ Canada. Các hoạt động của một số SOEs như Đường sắt VIA và Bưu điện Canada hoạt động trùng lặp với các doanh nghiệp tư nhân. Như vậy, họ phải tuân theo các quy định của Đạo luật Cạnh tranh nhằm ngăn chặn sự lạm dụng sự thống trị và các hành vi phản cạnh tranh khác. Nhà đầu tư nước ngoài cũng có thể không thừa nhận các doanh nghiệp nhà nước theo NAFTA và WTO.

Canada không có một quỹ thịnh vượng nhưng tỉnh Alberta có Quỹ tín thác tiết kiệm di sản thành lập thông qua phần tinh của hồng dầu khí. Giá trị của quỹ là gần 17 tỷ \$ vào năm 2013. Nó được đầu tư vào một danh mục đầu tư đa dạng hóa toàn cầu của chủ sở hữu công cộng và tư nhân, thu nhập cố định và các tài sản thực.

### **Trách nhiệm xã hội (CSR)**

Canada khuyến khích các công ty Canada tuân theo hướng dẫn của OECD dành cho các doanh nghiệp đa quốc gia trong các hoạt động ở nước ngoài và cung cấp Điểm Liên hệ Quốc gia để giải quyết các vấn đề phát sinh liên quan đến các công ty của Canada.

### **Tham nhũng**

Tham nhũng, kể cả hối lộ, làm tăng chi phí và rủi ro trong kinh doanh. Tham nhũng có tác động phá hủy dần các cơ hội thị trường ở nước ngoài và môi trường kinh doanh rộng lớn. Tham nhũng cũng ngăn cản việc đầu tư quốc tế, dập tắt sự tăng trưởng và phát triển kinh tế, làm thay đổi giá cả, và làm suy yếu các quy tắc của pháp luật.

Điều quan trọng đối với các công ty nước ngoài là bất kể quy mô công ty, để đánh giá môi trường kinh doanh trong thị trường liên quan, nơi mà họ sẽ hoạt động hoặc đầu tư, và có một chương trình hoặc các biện pháp phù hợp hiệu quả để ngăn chặn và phát hiện tham nhũng, kể cả hối lộ nước ngoài. Các cá nhân và các công ty nước ngoài đang hoạt động hoặc đầu tư vào các thị trường nước ngoài nên dành thời gian để làm quen với các luật chống tham nhũng có liên quan của nước ngoài để thực hiện đúng, và nếu cần thì nên tìm kiếm lời khuyên của luật sư.

#### **• Các nguồn thông tin chống tham nhũng**

Một số nguồn hữu ích cho các cá nhân và công ty liên quan đến chống tham nhũng tại các thị trường trên toàn cầu bao gồm:

- + Thông tin về Công Ước Chống Hối Lộ của tổ chức OECD (OECD Anti-Bribery

Convention) bao gồm các liên kết về việc thực thi luật pháp quốc gia và báo cáo giám sát quốc gia:

[http://www.oecd.org/department/0,3355,en\\_2649\\_34859\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/department/0,3355,en_2649_34859_1_1_1_1_1,00.html).

Xem thêm thông tin về Phụ lục Hướng dẫn Thực hành tốt và Khuyến nghị Chống hối lộ dành cho các công ty tại website:

<http://www.oecd.org/investment/anti-bribery/anti-briberyconvention/oecdantibriberyrecommendation2009.htm>

+ Thông tin chung về các sáng kiến chống tham nhũng, như Công ước OECD và FCPA, bao gồm cả bản dịch quy chế thành nhiều ngôn ngữ, có thể tìm thấy tại trang web của Văn phòng luật sư trưởng về Thương mại Quốc tế của Bộ Thương mại: <http://www.commerce.gov/os/ogc/transparency-and-anti-bribery-initiatives>

+ Tổ chức Minh bạch Quốc tế (TI) công bố chỉ số nhận thức tham nhũng hàng năm (CPI). CPI đo lường mức độ nhận thức về tham nhũng trong khu vực công ở 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Thông tin chi tiết xem tại website: [http://www.transparency.org/policy\\_research/surveys\\_indices/cpi/2009](http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2009)

TI cũng xuất bản Báo cáo Tham nhũng Toàn cầu hàng năm cung cấp một đánh giá có hệ thống về tình trạng tham nhũng trên toàn thế giới. Báo cáo bao gồm một phân tích sâu về một chủ đề trọng tâm, một loạt các báo cáo quốc gia mà tài liệu về tham nhũng chủ yếu liên quan đến các sự kiện và phát triển từ tất cả các châu lục và tổng quan của các kết quả nghiên cứu mới nhất về các phát hiện chống tham nhũng và các công cụ. Xem thông tin chi tiết tại website: <http://www.transparency.org/whatwedo/publications>.

+ Viện Ngân hàng Thế giới công bố Chỉ số Quản trị Toàn cầu (WGI). Các chỉ số đánh giá 06 yếu tố của quản trị ở 213 quốc gia, bao gồm: chỉ tiêu về mức độ tự do công dân và cơ chế vận hành các thể chế chính trị (Voice and Accountability – V&A), chỉ tiêu về mức độ ổn định và không có bạo lực chính trị (Political Stability - PolStab), năng lực của Nhà nước trong việc hoạch định và thực thi chính sách (Government Effectiveness - GovEff), sự tự do vận hành của các thị trường (Regulatory Quality - RegQual), quy định về luật pháp và kiểm soát tham nhũng. Thông tin chi tiết xem tại website:

<http://data.worldbank.org/data-catalog/worldwide-governance-indicators>.

Khảo sát việc thực hiện của doanh nghiệp và môi trường kinh doanh của ngân hàng thế giới có thể xem tại: <http://data.worldbank.org/data-catalog/BEEPS>

+ Diễn đàn Kinh tế Thế giới xuất bản Báo cáo Môi trường Thương mại Toàn cầu, trong đó trình bày các bảng xếp hạng của các về chỉ số thương mại cho phép, và bao gồm đánh giá về tính minh bạch của quản lý biên giới (tập trung vào việc thanh toán hối lộ và tham nhũng) và một phần riêng biệt về tham nhũng và môi trường pháp lý. Xem tại:

<http://www.weforum.org/s?s=global+enabling+trade+report>.

+ Thông tin về quốc gia khác liên quan đến tham nhũng có thể được tìm thấy trong Báo cáo nhân quyền hàng năm của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ tại website:

<http://www.state.gov/g/drl/rls/hrrpt/>

- + Global Integrity, một tổ chức phi lợi nhuận, công bố Báo cáo về tính liêm chính toàn cầu hàng năm, cung cấp các chỉ số về 106 quốc gia liên quan đến quản trị và chống tham nhũng. Báo cáo nhấn mạnh những điểm mạnh và điểm yếu của hệ thống chống tham nhũng cấp quốc gia. Xem tại: <http://report.globalintegrity.org>.

## Lao động

Chính quyền liên bang, chính quyền tỉnh và khu vực tự trị chia sẻ thẩm quyền về các quy định và tiêu chuẩn lao động. Người lao động liên bang và những người làm việc trong ngành đường sắt, hàng không, và lĩnh vực ngân hàng được bảo vệ theo Luật Lao động Canada do chính quyền liên bang quản lý. Người lao động trong hầu hết các lĩnh vực khác nằm trong diện quản lý theo luật lao động của chính quyền tỉnh. Do các luật lệ ở mỗi khu vực khác nhau đôi chút, nên người lao động được khuyến khích liên lạc với văn phòng lao động liên bang hoặc tỉnh về các vấn đề cụ thể, chẳng hạn như các yêu cầu về tiền lương và quyền lợi tối thiểu. Canada đang dần phục hồi từ cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008 – 2009, cuộc khủng hoảng này đã gây ra tình trạng mất việc làm trên cả nước đặc biệt trong sản xuất và xây dựng. Tỷ lệ thất nghiệp của Canada vào tháng 01/2014 là 7%, vẫn còn cao so với tỷ lệ trước khủng hoảng (6% – 6,5%). Newfoundland và Labrador là tỉnh có tỷ lệ thất nghiệp cao nhất cả nước trong tháng 01/2014 là 12%, trong khi tỷ lệ thấp nhất là ở Saskatchewan (4,3%).

Liên đoàn lao động Canada đã xung đột với chính quyền liên bang nhiều lần trong những năm gần đây. Tháng 12/2013, 18 công đoàn và các tổ chức lao động đã thông báo kế hoạch đưa ra hành động pháp lý phản đối chính quyền liên bang Canada đối với các điều khoản bao gồm trong dự luật ngân sách của chính phủ năm 2013 (Bill C-4). Các công đoàn xác nhận rằng dự luật C-4 làm suy yếu quyền thương lượng tập thể của họ bằng cách cho phép chính quyền liên bang xác định những người lao động liên bang sẽ được phép đình công và các thỏa thuận tập thể sẽ được giải quyết thông qua trọng tài. Canada đã thông qua luật “quay trở lại công việc” vào tháng 3/2012 và tháng 5/2012 để chấm dứt tranh chấp lao động liên quan đến một hãng hàng không và công ty đường sắt của Canada. Canada chứng minh việc ban hành pháp luật là một hành động cần thiết để bảo vệ nền kinh tế Canada.

## Vùng ngoại thương/ Cảng tự do

CentrePort Canada là cảng nội địa duy nhất ở Canada cung cấp việc kinh doanh một cửa tiếp cận với các lợi ích của khu vực ngoại thương (FTZ). Các chương trình của FTZ có thể mang đến sự thuận lợi giúp cho các công ty quản lý hàng tồn kho nhập khẩu bằng cách cung cấp những dòng tiền trợ cấp ngay lập tức. Các chương trình của FTZ bao gồm: hoãn thuế - thuế được miễn trước hoặc giảm sau. Giảm thuế bán hàng - miễn thuế doanh thu liên bang và cấp tỉnh. Kho ngoại quan – thuế bán hàng và miễn thuế lưu kho/ các phương tiện phân phối.

Khu vực ngoại thương (FTZ) hoặc khu chế xuất (EPZ) được chỉ định ở các vùng trong một quốc gia, nơi mà các rào cản thương mại như thuế được giảm hoặc loại bỏ, và các quy định về hành chính được giảm xuống với mục đích thu hút đầu tư nước ngoài và



kinh doanh quốc tế. Khu vực ngoại thương Canada sẽ cho phép các công ty hoãn nộp thuế và thanh toán GST đối với hàng hóa đã nhập khẩu mà không được bán vào thị trường nội địa, thay vì được lưu kho hoặc được phân phối vào một ngày sau đó đến các thị trường quốc tế như là một phần của sản phẩm giá trị gia tăng hay sản phẩm chưa được chế biến.

CentrePort Canada - Winnipeg là khu vực thương mại và cảng nội địa có diện tích rộng 8.000 ha sẽ là khu vực ngoại thương đầu tiên và duy nhất tại Canada.

Chương trình của các khu ngoại thương có thể sử dụng tại thành phố cảng Colborne. Các chương trình này cung cấp các thủ tục hải quan đặc biệt cho các ngành công nghiệp tham gia vào thương mại quốc tế. Thông qua việc cung cấp ưu đãi để loại bỏ hoặc giảm bớt gánh nặng thuế đối với hàng nhập khẩu, cũng như thuế giá trị gia tăng tại địa phương, khu vực ngoại thương cung cấp các biện pháp tiết kiệm chi phí cho các ngành công nghiệp hoạt động trong khu vực này.

### **Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài**

Ưu điểm chính của Canada là lực lượng lao động có trình độ, môi trường kinh doanh thân thiện và việc tiếp cận thị trường hiếm có. Đây là một trong những nền kinh tế năng động nhất trên thế giới, với một thị trường có 30 triệu người tiêu dùng và cơ sở hạ tầng tối tân, cũng như một mạng lưới vận tải rất hiện đại.

Điểm yếu của Canada là phụ thuộc quá nhiều vào Hoa Kỳ và một hệ thống tài chính đang phải cố gắng phục hồi từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Canada đưa ra các loại thuế kinh doanh thấp cho các công ty. Tổng chi phí thuế doanh nghiệp cho đến nay ở Canada là thấp nhất trong số các nước G7. Ngoài ra, Canada đem lại môi trường phát triển và nghiên cứu mang tính cạnh tranh, với các chi phí kinh doanh thấp nhất trong G7 đối với các ngành tập trung nhiều vào R&D.

Năm 2015, Canada đã sửa đổi các quy định đầu tư Canada, làm thay đổi giá trị vụ mua lại quyền kiểm soát của một doanh nghiệp Canada được đánh giá để mua lại hoặc bán bởi các nhà đầu tư tư nhân từ các quốc gia thành viên WTO và từng bước nâng cao ngưỡng này dẫn đến việc kiểm tra theo Luật Đầu tư Canada đối với các vụ mua lại bởi các nhà đầu tư tư nhân nước ngoài.

Canada thu hút được 2,8% FDI của thế giới vào năm 2012.

Người dân Canada ngày càng trở nên năng động với vai trò là các nhà đầu tư trên toàn thế giới, và các khoản nợ quốc tế ròng đã được thu hẹp lại trong thập kỷ qua tùy thuộc vào thu nhập quốc dân.

- **Bảo hộ đầu tư nước ngoài**

Tính đến ngày 01/5/2015, Canada đã ký kết các thỏa thuận song phương với 38 quốc gia (trong đó có 29 thỏa thuận đang có hiệu lực).

Tính đến tháng 12/2014, Canada đã có thỏa thuận vận chuyển hàng không hoặc các thỏa thuận với 115 quốc gia. Chỉ tính riêng trong năm 2014, Canada đã ký thỏa thuận với Philippines, Mexico, Trung Quốc và Hàn Quốc. Trong năm 2015, các thỏa thuận



mới cũng đã được ký với Hoa Kỳ và Úc.

Canada đã ký 15 hiệp định thương mại tự do song phương hoặc đa phương. Tính đến tháng 2/2016, 12 Hiệp định Thương mại Tự do (FTAs) hiện đã có hiệu lực (một thỏa thuận song phương với Hàn Quốc đã có hiệu lực vào tháng 01/2015). Năm 2015, Canada đã ký Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), thông qua đó Canada và 10 đối tác ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương khác đang tìm cách thiết lập một hiệp định khu vực toàn diện để tự do hóa thương mại và đầu tư - cũng như một thỏa thuận song phương với Ukraine. Ngoài ra, 08 FTAs đang được đàm phán trong năm 2016 và các thảo luận thăm dò đang được tiến hành đối với 4 thỏa thuận.

Canada đã ký 37 Hiệp định Bảo hộ Đầu tư Nước ngoài (FIPAs), trong số đó 30 hiệp định hiện đang có hiệu lực. FIPAs với Côte d'Ivoire và Serbia đã có hiệu lực vào năm 2015 và các thỏa thuận mới ký kết với Burkina Faso và Guinea. Tháng 02/2016, Canada đã ký FIPA với Hồng Kông. Canada đang tích cực theo đuổi của FIPA với 10 quốc gia khác, bao gồm Ấn Độ, UAE và Pakistan. Các cuộc đàm phán đã kết thúc đối với các thỏa thuận với năm quốc gia khác, nhưng các thỏa thuận này vẫn chưa được ký kết.

- So sánh của quốc gia về việc bảo hộ nhà đầu tư

	Canada	OECD	Hoa Kỳ	Đức
Chỉ số giao dịch minh bạch	8,0	6,0	7,0	5,0
Chỉ số trách nhiệm quản lý	9,0	5,0	9,0	5,0
Chỉ số quyền lực cổ đông	9,0	7,0	9,0	5,0
Chỉ số bảo hộ nhà đầu tư	8,7	6,1	8,3	5,0

*Nguồn: Doing Business – 2014.*

- Nguồn và điểm đến của FDI (Sources and Destination of FDI)

<b>Đầu tư trực tiếp từ/ trong Dữ liệu Kinh tế Đối chiếu</b>					
<b>Từ top 5 nguồn FDI/ Đến top 5 Điểm đến FDI (Triệu USD)</b>					
<b>Dòng vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài</b>			<b>Dòng vốn đầu tư trực tiếp ra nước ngoài</b>		
Tổng vốn đầu tư vào	631,316	100%	Tổng vốn đầu tư ra nước ngoài	714,555	100%
Hoa Kỳ	311,554	49%	Hoa Kỳ	301,720	42%

Hà Lan	59,624	9%	Barbados	61,372	9%
Luxembourg	46,216	7%	Anh	59,292	8%
Anh	41,613	7%	Quần đảo Cayman	31,553	4%
Thụy Sĩ	23,862	4%	Luxembourg	28,843	4%

Nguồn: International Monetary Fund ([2014 Figures](#))

- **Các quốc gia có dự án đầu tư (Sources of Portfolio Investment)**

Danh mục đầu tư tài sản								
Top 5 đối tác (Triệu USD)								
Tổng			Vốn sở hữu chứng khoán			Tổng nợ chứng khoán		
Thế giới	1,185,959	100%	Thế giới	941,973	100%	Thế giới	243,987	100%
Hoa Kỳ	718,402	61%	Hoa Kỳ	561,575	60%	Hoa Kỳ	156,826	64%
Anh	89,088	4%	Anh	66,742	7%	Anh	22,346	9%
Nhật Bản	49,615	4%	Nhật Bản	48,283	5%	Đức	11,461	5%
Pháp	32,950	3%	Pháp	26,683	3%	Úc	10,348	4%
Úc	24,001	2%	Thụy Sĩ	23,399	2%	Pháp	6,267	3%

Nguồn: International Monetary Fund ([2014 Figures](#))

- **Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài từ năm 2012 đến năm 2014**

Dòng vốn FDI vào Canada đã giảm đáng kể trong năm 2015 (-16%), chủ yếu là do sự sụt giảm trong các lĩnh vực chính cũng như giảm các khoản vay trong nội bộ công ty, đặc biệt là đối với các công ty năng lượng và khai thác mỏ.

Theo [Báo cáo Đầu tư Thế giới của UNCTAD năm 2015](#), Canada nằm trong danh sách 10 quốc gia nhận FDI lớn nhất. Canada có môi trường kinh doanh hấp dẫn, xếp vị trí thứ 14 trong số 189 quốc gia của [Báo cáo kinh doanh năm 2016](#) do Ngân hàng Thế giới phát hành.

Canada là quốc gia đầu tiên trong số các nước OECD có số lượng thủ tục thấp (2) và thời hạn ngắn nhất (3 ngày) cần thiết cho việc thiết lập một công ty công nghiệp hoặc thương mại. Một công ty nước ngoài có thể thành lập ở Canada bằng cách thành lập một cơ quan pháp lý riêng biệt hoặc một công ty con theo luật liên bang Canada hoặc luật quản lý các công ty của tỉnh. Một công ty con được xem như một văn phòng chi nhánh và phải có giấy phép kinh doanh hoặc được đăng ký ở tỉnh mà công ty con này hoạt động.

Đầu tư trong các lĩnh vực cụ thể được kiểm soát theo luật lệ riêng biệt. Đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực tài chính được quản lý bởi Bộ Tài chính. Đầu tư vào bất kỳ hoạt động liên quan đến di sản văn hoá hoặc bản sắc dân tộc Canada sẽ được quản lý bởi Bộ Di sản. Những vấn đề cấm đầu tư nước ngoài chủ yếu liên quan đến "ngành công nghiệp văn hóa", lĩnh vực tài chính, cũng như ngành công nghiệp hàng không, khai thác mỏ, viễn thông và đánh cá. Việc hạn chế đầu tư nước ngoài khác nhau ở các tỉnh, nhưng phần lớn là hạn chế ở việc thu mua đất và các dịch vụ tài chính

- **Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài**

	2012	2013	2014
Dòng vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (Triệu USD)	39,266	70,565	53,864
FDI thực hiện tích lũy (Triệu USD)	636,835	650,321	631,316
Số lượng đầu tư mới ***	320	275	422
Dòng vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (% GFCF****)	8,8	16,1	12,7
FDI thực hiện tích lũy (% USD)	34,7	35,4	35,3

Nguồn: UNCTAD 2014

- **Vị trí đầu tư quốc tế, đầu tư trực tiếp nước ngoài Canada và đầu tư trực tiếp nước ngoài ở Canada, theo quốc gia**

Đơn vị: triệu USD

Quốc gia và khu vực	2012	2013	2014	2015
<b>Đầu tư trực tiếp của Canada ra nước ngoài</b>				
Tất cả các nước	704,335	778,371	825,303	1,005,227
Bắc Mỹ	417,538	467,506	512,440	653,699
Nam và Trung Mỹ	43,187	52,730	54,555	44,897

Châu Âu	179,047	196,858	192,360	226,749
Châu Phi	1,449	1,798	1,185	762
Châu Á	63,114	59,478	64,575	78,934
<b>Đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào Canada</b>				
Tất cả các nước	633,778	688,873	719,574	768,467
Bắc Mỹ	312,445	341,152	359,894	397,526
Nam và Trung Mỹ	19,037	19,033	18,044	20,064
Châu Âu	226,867	250,382	254,424	259,447
Châu Phi	5,748	4,810	3,484	3,258
Châu Á	69,684	73,497	83,562	87,962

Nguồn: [Statistics Canada](#)

- **Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Canada và đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Canada theo ngành công nghiệp**

Đơn vị: triệu USD

<b>Đầu tư trực tiếp của Canada ra nước ngoài</b>				
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Tất cả ngành công nghiệp	704,335	778,371	825,303	1,005,227
Nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp và săn bắn	3,827	3,377	3,802	4,366
Khai thác mỏ và khai thác dầu và khí đốt	143,874	160,765	168,352	179,178
Các tiện ích	16,447	21,481	22,524	27,460
Xây dựng	519	914	770	1,147
Sản xuất	55,560	57,487	56,513	75,453
Thương mại bán sỉ	9,690	10,113	10,543	10,981
Thương mại bán lẻ	5,696	7,979	7,723	9,556



Vận chuyển và kho bãi	21,534	27,062	26,117	33,043
Ngành công nghiệp thông tin và văn hóa	34,009	35,957	35,302	40,460
Tài chính và bảo hiểm	279,063	297,596	320,904	417,289
Bất động sản và thuê và cho thuê	26,915	31,052	40,371	48,499
Các dịch vụ chuyên nghiệp, khoa học và kỹ thuật	10,456	12,507	13,205	15,880
Quản lý công ty và doanh nghiệp	85,655	96,082	99,070	119,280
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	2,088	2,582	2,595	2,681
Các ngành công nghiệp khác	9,004	13,417	17,514	19,955
<b>Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Canada</b>				
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Tất cả ngành công nghiệp	633,778	688,873	719,574	768,467
Nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp và săn bắn	533	335	304	326
Khai thác mỏ và khai thác dầu và khí đốt	116,872	147,487	156,839	157,983
Các tiện ích	1,802	3,806	3,128	3,301
Xây dựng	5,126	4,865	5,166	5,669
Sản xuất	186,505	198,820	198,057	204,981
Thương mại bán sỉ	54,988	58,888	54,873	58,028
Thương mại bán lẻ	31,008	35,164	37,474	39,303
Vận chuyển và kho bãi	10,915	5,648	7,576	11,707
Ngành công nghiệp thông tin và văn hóa	4,902	4,469	5,130	7,389
Tài chính và bảo hiểm	84,633	91,563	97,692	97,998
Bất động sản và thuê và cho thuê	4,056	4,455	7,009	7,346

Các dịch vụ chuyên nghiệp, khoa học và kỹ thuật	9,641	9,138	11,013	22,134
Quản lý công ty và doanh nghiệp	111,995	113,007	123,039	138,334
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	4,104	4,031	3,963	4,591
Các ngành công nghiệp khác	6,699	7,207	8,312	9,378

Nguồn: [Statistics Canada](#)

- Vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài vào Canada của các nước Châu Á**

Đơn vị: triệu CAD

	2013	2014	2015
Australia	5,173	5,933	8,338
China	13,742	20,744	20,581
Hong Kong, SAR	13,966	15,895	16,355
India	3,244	3,317	3,100
Japan	19,519	21,093	22,000
Malaysia	-10	5	10
New Zealand	46	49	49
Philippines	51	48	48
Singapore	792	920	953
South Korea	4,127	3,477	3,224
Taiwan	29	106	108
Thailand	6	7	7
Total	60,685	71,594	74,773

Nguồn: [Statistics Canada CANSIM database](#).

- Vốn đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Canada ở các nước Châu Á**

Đơn vị: triệu CAD

	2013	2014	2015
Australia	19,627	21,272	24,836
China	6,050	8,118	12,410
Hong Kong, SAR	4,404	5,257	7,302
India	1,015	682	934
Indonesia	3,753	3,905	4,127
Japan	6,122	6,888	8,327
Malaysia	588	557	666
New Zealand	619	532	1,117
Papua New Guinea	344	375	42
Philippines	1,074	1,123	1,427
Singapore	2,892	3,318	3,692
South Korea	524	420	1,288
Sri Lanka	-	-	-
Taiwan	90	98	115
Thailand	211	205	233
Vietnam	-67	-110	-127
Total	47,246	52,640	66,389

Nguồn: *Statistics Canada CANSIM database.*

**Nguồn:**

- <http://www.tradingeconomics.com>
- <https://en.santandertrade.com>
- <http://stats.oecd.org>
- <https://www.asiapacific.ca>

## Chương 7: Tài trợ dự án và thương mại

### Phương thức thanh toán

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 - ít nhất là cho đến khi xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng..

### Hoạt động của hệ thống ngân hàng

Hệ thống ngân hàng của Canada phát triển tốt, hoàn chỉnh, và nhìn chung rất ổn định và được kiểm soát bằng nhiều luật lệ chặt chẽ về tỉ suất vốn vay và tiền vốn của chính phủ. Trong khi hầu hết các lĩnh vực tài chính của Canada do các cơ quan liên bang kiểm soát, thì các công ty cho vay và ủy thác, cũng như các nhà cung cấp bảo hiểm nhân thọ có thể cũng bị quản lý theo các quy định của liên bang hoặc quy định của tỉnh. Ví dụ, các hoạt động tín dụng hợp tác xã, trong đó bao gồm các liên hiệp tín dụng và các Quỹ Nhân dân ở Quebec hầu hết do cơ quan có thẩm quyền cấp tỉnh quản lý. Cơ quan giám sát các tổ chức tài chính Canada (OSFI) là cơ quan quản lý và giám sát chính của chính quyền liên bang kiểm soát các tổ chức nhận tiền gửi, các công ty bảo hiểm, và các chương trình trợ cấp hưu trí tư nhân do liên bang quản lý. Cơ quan này cũng điều hành và giám sát tất cả các công ty dịch vụ tài chính nước ngoài hoạt động ở Canada.

Hệ thống ngân hàng Canada nhóm các tổ chức tài chính vào 5 nhóm chính: các ngân hàng đặc quyền, các công ty cho vay và ủy thác, hoạt động tín dụng hợp tác xã, các công ty bảo hiểm nhân thọ, và những người mua bán chứng khoán. 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. Thêm vào đó, những tổ chức này quản lý 3,6 nghìn tỷ CAD tài sản. Các ngân hàng chiếm hơn 70% tổng số tài sản trong lĩnh vực dịch vụ tài chính của Canada, với 6 ngân hàng nội địa lớn nhất chiếm hơn 90% tài sản ngành công nghiệp ngân hàng. 6 ngân hàng lớn này có sự hiện diện đáng kể ngoài Canada tại các nơi như Hoa Kỳ, Mỹ Latin, vùng Caribe và châu Á.

Các ngân hàng Canada hoạt động thông qua một mạng lưới rộng lớn bao gồm hơn 6.205 chi nhánh và 18.303 máy ngân hàng tự động (ABM) trên cả nước. Canada là một trong những quốc gia có số ABM cao nhất tính theo bình quân đầu người trên thế giới và những lợi nhuận từ các kênh điện tử như thẻ ghi nợ, ngân hàng trực tuyến và



ngân hàng qua điện thoại. Gần 26% người dân Canada cho biết họ thực hiện phần lớn các giao dịch ngân hàng thông qua sử dụng ABM. Năm 2012, ABM đạt hơn 885 triệu giao dịch.

### **Kiểm soát trao đổi ngoại tệ**

Chính phủ Canada không hạn chế hoạt động của các quỹ chuyên 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.

### **Tài trợ dự án**

Chính phủ Canada, chính quyền các tỉnh, thành phố cung cấp hỗ trợ tài chính rộng rãi cho các dự án lớn như cơ sở hạ tầng, năng lượng, các lĩnh vực xử lý nước và chất thải. Trong một số trường hợp, các cơ quan của Canada cung cấp toàn bộ tài chính cho dự án (thường là thông qua việc bán trái phiếu), và mở các dự án đấu thầu cạnh tranh. Trong nhiều trường hợp (thường xuyên nhất là trong lĩnh vực năng lượng), các cơ quan của Canada đưa các nguồn tài sản tài nguyên ra đấu giá hoặc đấu thầu và tìm kiếm các nhà phát triển dự án – những người có thể chắc chắn về nguồn tài chính của họ. Trong một số trường hợp ngày càng phát triển, các cơ quan Canada tìm cách phát triển các dự án về cơ sở hạ tầng hoặc năng lượng thông qua mối quan hệ đối tác công - tư, trong đó phía Canada cung cấp các quyền, các bảo lãnh vốn vay, và/ hoặc tài trợ từng phần trong nỗ lực nhằm tận dụng nguồn tài trợ dự án tăng thêm cần thiết từ các đối tác khu vực tư nhân.

### **Nguồn website**

- Ngân hàng Canada ([Bank of Canada](#))
- Hiệp hội các ngân hàng Canada ([Canadian Bankers Association](#))
- [Ex-Im Bank Country Limitation Schedule](#)
- Cơ quan giám sát các tổ chức tài chính Canada (OSFI) ([Office of the Superintendent of Financial Institutions Canada](#))
- Công ty bảo hộ tư nhân hải ngoại (OPIC) ([Overseas Private Insurance Corporation \(OPIC\)](#))
- Văn phòng Thương mại Quốc tế của SBA ([SBA's Office of International Trade](#))
- Cơ quan Phát triển và Thương mại Canada ([Trade and Development Agency](#))
- Cơ sở hạ tầng Canada ([Infrastructure Canada](#))

## Chương 8: Đi lại

### Phong tục tập quán kinh doanh

- **Văn hóa giao tiếp**

- + **Chia sẻ văn hóa**

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.

Có rất nhiều nghi thức xã giao châu Âu được áp dụng tại Canada.

- + **Tuổi tác và vẻ ngoài**

Thông thường việc hỏi tuổi của nam và nữ đều là bất lịch sự. Hỏi tuổi một ai đó thường dễ được chấp nhận hơn khi họ ở độ tuổi dưới 30. Hỏi về trọng lượng dễ được chấp nhận hơn khi người được hỏi trông rảnh rỗi, nhất là khi hỏi để khen. Thông thường hỏi người nam về điều này thì dễ được chấp nhận hơn.

Khen một ai đó về việc giảm cân thì rất được hoan nghênh. Nhưng khen ai đó không khéo léo về việc giảm cân do bệnh tật là một lỗi giao tiếp.

- + **Sự tự tôn và giao tiếp bằng mắt**

Cũng như nhiều nơi khác trên thế giới, người Canada tự hào về dân tộc, quốc gia, tôn giáo, ngôn ngữ hay các đặc điểm văn hóa của mình và họ cảm thấy bị xúc phạm nếu có người giao tiếp với họ không công nhận những điều đó.

Không nhìn thẳng vào mắt của người đối thoại có thể bị xem là bạn đang tránh né một điều gì đó, đặc biệt là khi bạn nhấn mạnh một điểm nghi ngờ.

- + **Bắt tay**

Rất nhiều người bắt tay rất chặt. Họ không cảm thấy thoải mái hoặc không đánh giá cao những người không siết tay một cách mạnh mẽ.

Giữa những người ở vùng Quebec và các khu vực khác nói tiếng Pháp tại Canada, việc bắt tay trong môi trường bình thường lại có vẻ không thân thiện. Ôm nhẹ nhàng trong khi hôn lên má phù hợp hơn đối với bạn bè thân và gia đình. Phương cách này được áp dụng giữa nam và nữ và giữa hai phụ nữ với nhau. Nhưng lại không phải là cách chào hỏi thông thường giữa hai người nam.

- + **Mũ nón**

Một số người xem việc nam giới đội mũ nón trong nhà là bất lịch sự. Mũ nón phải được bỏ ra trong nhà thờ hay khi ngồi vào bàn ăn. Tuy nhiên, việc này không áp dụng với những người theo một số tôn giáo hay bị bệnh (thí dụ bị rụng tóc).

- + **Giày dép**

Tại Canada, việc tháo giày khi vào nhà là phổ biến và cần làm.

Khi vào nhà người Mỹ, bạn nên hỏi xem có cần tháo giày ra không vì một số nhà có thói quen này. Nếu giày bị bẩn, tốt nhất là hỏi xem bạn phải làm những gì vì giày của bạn có thể làm bẩn nhà.

Tại Mỹ, trừ trường hợp khách về cùng với chủ nhà và thấy chủ nhà tháo giày hoặc đã đến chơi một lần và biết lệ tháo giày trước khi vào nhà, việc tháo giày có thể lại trở thành bất lịch sự. Tháo giày ra trước khi vào nhà có nghĩa là muốn ở chơi lâu hơn mong muốn của chủ nhà hoặc quá tự nhiên. Việc hỏi xin phép tháo giày phải phù hợp và lịch sự.

Một trong những yếu tố liên quan đến việc tháo giày là khí hậu nóng, lạnh, hay có tuyết. Một vài gia đình yêu cầu tháo giày vì lý do truyền thống, nhưng nhiều hơn là do tránh để tuyết theo vào nhà.

### + Tên và kính ngữ

Người Canada rất lịch thiệp và nhẹ nhàng trong giao tiếp. Ở đây, câu "xin lỗi" được sử dụng rất thường xuyên, đây cũng được coi là nét đặc trưng trong văn hóa Canada. Bên cạnh đó, người Canada có thể nhanh chóng chuyển sang gọi bạn bằng tên, chứ không gọi theo họ của bạn. Song điều đó chỉ báo hiệu là họ đã tặng thêm phần cởi mở mà thôi.

Những kính ngữ như "Ngài" (Sir) vẫn còn được dùng trong một số trường hợp. Trong công sở, những người chủ hay quản lý cao cấp thường được gọi bằng những từ như vậy, đặc biệt là khi có khoảng cách thế hệ giữa họ và hầu hết nhân viên trong công ty.

"Madam" hầu như không được dùng trừ trường hợp mĩa mai, ngoại trừ ở Canada. Trong vùng Canada nói tiếng Pháp, Madam và Mrs được dùng hoán đổi cho nhau.

"Ms" được dùng phổ biến dù người phụ nữ đã lập gia đình hay chưa. Mặc dù dùng từ này thường dẫn đến việc bị phê bình gay gắt trước kia ("Mrs chứ không phải Mss"), hiện nay lại được dùng phổ biến (thậm chí bởi những người lớn tuổi) như là một cố gắng tỏ ra lịch sự.

Khi không biết tên người nói chuyện thì kính ngữ "Sir" và "Miss" (cho phụ nữ trẻ) hay "Madam" thường được dùng. "Mr." dùng một mình (hay Mister) có thể nghe thô lỗ, hay xa lạ tùy trường hợp.

Trong những trường hợp trang trọng giữa bạn bè hay những người lạ cùng một độ tuổi, người ta chấp nhận việc gọi người khác là "Man". Điều này không tùy vào độ tuổi cả nam lẫn nữ đều có thể được gọi theo kiểu này. (Một số phụ nữ có thể bị xúc phạm khi bị dùng bằng một chữ để chỉ nam giới, vì vậy tốt nhất nên tránh gọi phụ nữ lạ mặt bằng từ này). Cách dùng "Man" như trên không quen thuộc với những người ở độ tuổi trung niên và càng hiếm hơn đối với lão niên. Chú ý là bất kỳ trường hợp nào cũng không được gọi một phụ nữ là "Woman", vì sẽ bị hiểu nhầm là nghĩa xấu và kهنh kiêu.

### + Thăm viếng

Khi đi thăm viếng, bạn nên mang theo quà tượng trưng, thí dụ như đồ chơi nhỏ, kẹo

cho trẻ con, rượu để cùng uống hay hoa. Thậm chí những người trẻ ít khi tuân thủ các tục lệ này cũng cảm thấy thích thú khi nhận quà.

Tục lệ này cũng được áp dụng khi được mời hay tự ý đi đến nhà người khác. Cho dù việc không mời mà đến cũng là một lỗi trong giao tiếp nếu gia chủ không thể hiện sự chấp nhận.

Một chai rượu được xem là một món quà phù hợp và vui vẻ trong các dịp ghé thăm nhà người khác ngoại trừ trường hợp chủ nhà kiêng rượu, tuy nhiên điều này hiếm khi xảy ra.

Một số người kiêng rượu có những lựa chọn riêng và thường không uống gì khác, trừ trường hợp biết rõ họ uống gì, bạn nên hỏi: "Anh có muốn tôi mang đồ uống gì không" và hỏi thêm "Nhãn hiệu nào?".

Mang một món ăn khác đến là không lịch sự khi biết mọi người sẽ vào bàn ăn. Vì điều này bị ngầm hiểu là chủ tiệc sẽ không cung cấp đủ thức ăn cho khách và mình cố ý để không phải ra về với bụng đói. Tuy nhiên, món quà như vậy có thể là một ngạc nhiên thú vị cho một bữa tiệc lớn trừ trường hợp một số món cần tránh vì lý do tôn giáo hay sắc tộc.

Khi tặng quà cho ai mà chỉ dùng một tay thì bị xem là thô vụng. Trong hầu hết các trường hợp nhất là khi giao tiếp với người lạ hay người cao cấp hơn, người Canada thường dùng tay phải và có sự hỗ trợ của tay trái.

#### + Ẩm thực

Canada là quốc gia của dân nhập cư, lại có truyền thống và chính sách khuyến khích sự đa dạng văn hoá. Vì vậy, hầu hết các loại thức ăn đặc thù của các dân tộc đều có ở Canada.

Ăn trước khi những người khác vào bàn bị coi là bất lịch sự, cũng tương tự như ăn một mình mà không mời ai. Thường thì người ta đợi chủ tiệc hay khách danh dự nói "hãy nhập tiệc" theo cách nào đó trước khi bắt đầu ăn.

Đỡ một tay hay chống khuỷu lên bàn ăn là không phù hợp trong môi trường trang trọng.

#### + Nhà hàng

Trong nhà hàng, chỉ cần ra hiệu nhẹ cho người phục vụ, thí dụ bằng cách gật đầu là họ đã chú ý. Trong nhà hàng đông đúc hay khi người phục vụ không chú ý thì nói "xin thứ lỗi,...". Bạn có thể dùng ngón tay trở với lòng bàn tay hướng về phía người phục vụ, cầm nâng lên hay chỉ cần nhướn mày.

Trừ trường hợp thức ăn rất tệ, tiền thưởng nên cho người phục vụ trong những nhà hàng mà người phục vụ mang thức ăn đến tận bàn.

#### + Chúc rượu

Cụng ly khi chúc mừng chỉ việc nói "chúc mừng", "chúc ngon miệng". Việc chúc rượu mà không cụng ly ngày càng trở nên phổ biến vì việc cụng ly đôi khi bị coi là quá khách sáo.



Trừ những dịp lễ cưới hay lễ kỷ niệm việc đề nghị được chúc rượu theo cách trang trọng là không phổ biến lắm. Tuy nhiên khi ai đó làm việc này, mọi người cũng đều hưởng ứng cho dù đang ở trong hoàn cảnh nào.

Nếu một người khác cũng muốn chúc rượu, lần chúc rượu này phải khác lần trước. Thí dụ lần hai chúc mừng thi đậu trong khi lần một chúc mừng công việc mới. Lần chúc này phải đơn giản hơn để không lẫn lộn lần đầu. Lần sau nữa phải đơn giản nữa.

Người Canada chỉ chúc rượu trang trọng một lần trong suốt buổi tiệc. Thậm chí nhắc ly mới rót lên và nói chúc mừng ở những lần sau cũng không phù hợp với phong tục và có thể bị xem là học đòi.

### + Chờ đợi

Việc xếp hàng là phù hợp trong nhiều tình huống và cắt ngang hay cố vượt qua lượt chờ đợi là không lịch sự.

Trong vài trường hợp hiếm hoi người Canada có thể dùng từ tiếng Anh "queue" để chỉ việc xếp hàng, tuy nhiên, thông thường người ta dùng tiếng Anh Canada "line - up".

Tuy vẫn có những trường hợp hung hăng chen lấn để vượt qua người khác (như trên xe bus), người lịch sự thường để cho những người khác xuống khỏi xe buýt hoặc xe lửa trước khi lên.

Trong các phòng chờ tại bệnh viện, hiệu làm đầu hay những nơi khác, than phiền với bạn bè hay hỏi tiếp viên "Làm gì mà lâu vậy?" hiếm khi được việc và có thể có phản ứng ngược. Việc hỏi xem phải chờ bao lâu thì có thể chấp nhận được nhưng phải nói một cách lịch sự.

### + Chỗ ngồi

Trong hầu hết các trường hợp, hành vi được đánh giá cao là nhường ghế cho người khuyết tật, người già và phụ nữ mang thai.

Việc người nam nhường ghế cho người nữ cũng đã thay đổi. Người nam có thể nhường ghế cho vợ mình hay người quen phái nữ lớn tuổi, bạn của vợ, hay đồng nghiệp nữ. Tuy nhiên, có lúc việc nhường ghế cho một phụ nữ không quen bị xem là nịnh đầm.

### + Tiền bạc

Một số người ở Canada và Hoa Kỳ có thể thảo luận về sự giàu sang, của cải hay thành tựu theo cách có thể bị xem là khoe khoang trong xã hội khác. Việc hỏi thông tin về lương bổng là không lịch sự và trong một số nơi có thể bị cấm.

Khi trả tiền, cần phải đặt tiền gọn gàng vào tay người nhận, nếu không có thể bị coi là thô lỗ. Trong ngân hàng, nhân viên đặt tiền lên bàn cho khách. Trong quán bar, người ta để tiền lên bàn của người phục vụ quầy.

Quà bằng tiền nên luôn để trong một bao thư. Ngoại trừ trường hợp cho tiền trẻ trong tuổi đi học hay nhỏ hơn, khi cho như vậy có nghĩa là người ta muốn đưa trẻ có tiền tiêu vặt mà bố mẹ chúng không biết tới.

## + Vệ sinh

Người Canada và Hoa Kỳ thường bị xúc phạm khi tiêu chuẩn vệ sinh cao của họ không được đáp ứng.

Khi có người hắt hơi, việc nói "God bless you" hay chỉ là "Bless you", người hắt hơi sẽ nói "xin thứ lỗi", nhất là trong trường hợp tiếng hắt hơi quá to hay không chuẩn bị sẵn khăn.

## + Các bộ môn nghệ thuật rất phát triển

Tại Canada, đặc biệt là các thành phố lớn, có hàng ngàn công trình kiến trúc, phòng tranh, bảo tàng và học viện nghệ thuật... Không chỉ thế, đất nước Bắc Mỹ này còn là một trong các nước có nền điện ảnh và âm nhạc, nghệ thuật đương đại rất phát triển trên thế giới.

## + Thừa nhận kết hôn đồng tính

Quốc gia này có rất nhiều các chính sách xã hội nhằm đảm bảo cuộc sống cho người dân như: chăm sóc sức khỏe cộng đồng, chính sách thuế để phân loại giàu nghèo, cấm án tử hình, nỗ lực mạnh mẽ để hạn chế nghèo đói, kiểm soát chặt chẽ súng và vũ khí, thừa nhận kết hôn đồng tính...

Do vậy, nguyên tắc hàng đầu trong nói chuyện với người Canada là bạn không được có bất cứ lời nào với ẩn ý "phê phán" về văn hóa, sắc tộc, tôn giáo, hay vấn đề về giới tính...

## • Văn hóa kinh doanh

Tập quán kinh doanh tại Canada tương tự như Hoa Kỳ. Cuộc gặp gỡ ban đầu thường là chính thức và để trao đổi danh thiếp. Việc sử dụng một bài thuyết trình bằng Power Point cho bài giới thiệu bán hàng là phổ biến. Văn hóa doanh nghiệp ở Canada khác nhau tùy thuộc từng vùng. Người nước ngoài khi đến Canada nên ghi nhớ, và làm quen với văn hóa, lịch sử và địa lý ở vùng mà họ sẽ tiến hành kinh doanh. Quan trọng nhất, du khách du lịch với mục đích kinh doanh nên tạo ấn tượng đầu tiên tốt, và tạo được sự tin cậy với đối tác và công ty của họ trước khi cố gắng bán sản phẩm hoặc dịch vụ.

## + Ngôn ngữ

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. Bên cạnh đó, một số ngôn ngữ của các thổ dân cũng được xem là ngôn ngữ chính thức tại các lãnh thổ tự trị, đặc biệt là tiếng Inuktitut.

## + Trang phục

Vẻ 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 vét 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 comple 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.

## + Chào hỏi, làm quen

Khi chào hỏi, làm quen với người Canada, đối tác nước ngoài cần hết sức lưu ý rằng Canada là đất nước ở Bắc Mỹ nhưng có hai khu vực ngôn ngữ là tiếng Anh và tiếng Pháp, tuy ở bên cạnh Hoa Kỳ nhưng người Canada lại gắn bó với nước Anh nhiều hơn. Người Canada rất lịch thiệp và nhẹ nhàng trong giao tiếp.

“Xin lỗi” là từ được người Canada sử dụng rất nhiều. Câu “xin lỗi” được sử dụng ở Canada thường xuyên hơn ở những nơi khác. Người Canada có thể nhanh chóng chuyển sang gọi bạn bằng tên gọi chứ không bằng tên họ của bạn, nhưng điều đó không có nghĩa là xuống xã hay thân thiết mà là dấu hiệu rất tích cực cho thấy họ đã tăng thêm phần cởi mở đối với bạn.

Đối với doanh nhân người Canada, máy tính xách tay và điện thoại là những thiết bị gần như không thể thiếu và là bộ phận của hình ảnh về người doanh nhân hiện đại. Đối tác người nước ngoài có thể không trực tiếp sử dụng chúng (vì đã có thư ký chẳng hạn), nhưng sẽ gây ấn tượng tốt nếu cũng luôn có các thứ ấy bên mình.

## + Chủ đề trao đổi

“Chuẩn xác về chính trị” là nguyên tắc hàng đầu trong tiếp xúc và nói chuyện với người Canada. Tuyệt đối không được có bất cứ lời gì ẩn ý thóa mạ về văn hóa, sắc tộc, tôn giáo, chính trị hay thậm chí về giới tính. Vì phòng bệnh hơn chữa bệnh, đối tác người nước ngoài đến Canada nên rất hạn chế uống rượu. Cũng chính vì thế mà đất nước này rất ngặt nghèo trong việc bán rượu và uống rượu. Trong bữa ăn trưa thường không uống bất cứ đồ uống có cồn nào, bữa tối nhiều lắm cũng chỉ có một cốc rượu vang.

## + Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi

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. Thứ tự tên của người Canada là tên thánh- tên đệm- tên họ.

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.

### + **Gặp gỡ, đàm phán**

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.

Giờ hành chính của cơ quan ở Canada là từ 9h tới 17h từ thứ 2 đến thứ 6, tuy nhiên thời gian làm việc thực tế thường kéo dài hơn. Thời gian thích hợp để sắp xếp cuộc hẹn là vào các buổi sáng.

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, 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 có gốc rễ 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 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.

#### + Mời

Nên lưu ý rằng, nếu cuộc trao đổi với đối tác Canada kết thúc vào tầm trưa, các đối tác có thể mời nhau cùng đi ăn trưa. Mời ăn tối hay về nhà riêng trong giai đoạn mới bắt đầu thiết lập mối quan hệ làm ăn với nhau là chuyện rất hiếm thấy.

Trong nhà hàng, tập tục ở đây là khách trả tiền tip ít nhất từ 10 – 15% tiền thanh toán trong hóa đơn. Ở Canada cấm hút thuốc lá trong nhà hàng, văn phòng, các cơ sở công cộng. Ai muốn hút thuốc phải ra ngoài trời, bất kể khi đó đang là mùa đông hay mùa mưa gió.

Đất nước này cũng có những quy định rất ngặt nghèo trong việc bán rượu và uống rượu. Vào bữa ăn trưa thường họ không uống đồ uống có cồn, bữa tối nhiều lắm cũng chỉ có một cốc rượu vang.

Việc tổ chức các buổi chiêu đãi cũng như tiệc kinh doanh rất phổ biến ở Canada. Khi đến một bữa tiệc chiêu đãi xã giao, bạn có thể đến muộn song không được muộn quá 15 phút. Hiện nay, họ thường tổ chức các buổi tiệc nhẹ vào bữa điếm tâm hoặc bữa trưa. Người Canada chỉ mời những vị khách rất danh dự đến nhà mình dùng bữa, thường là bữa tối. Bạn chỉ được phép ăn khi chủ nhà đã bắt đầu ăn, và cần phải mời mọi người những món ăn chính trước khi tự ăn. Khi bạn không muốn ăn gì đó, bạn chỉ cần từ chối lịch sự, điều đó là bình thường và không bị coi là bạn không tôn trọng chủ nhà. Bạn cũng phải hết sức chú ý trong việc sử dụng dao và dĩa. Người Canada sẽ đánh giá rất cao về bạn nếu sau bữa tối đó bạn gọi điện hoặc gửi thư cảm ơn họ.

#### **Yêu cầu thị thực**

Việc nhập cảnh vào Canada chỉ được quyết định bởi văn phòng Cơ quan dịch vụ biên giới Canada (CBSA) theo luật pháp Canada. Tham khảo thêm thông tin chi tiết tại trang web của [CBSA](http://CBSA). Pháp luật Canada yêu cầu tất cả những người nhập cảnh vào Canada mang theo giấy tờ chứng minh về quốc tịch và nhân thân. Bất cứ ai muốn nhập cảnh vào Canada khác mục đích tham quan (ví dụ như làm việc, học tập hoặc nhập cư) thì phải chuẩn bị đầy đủ chứng nhận dành cho việc nhập cảnh, và cần liên hệ

với Đại sứ quán Canada hoặc Lãnh sự quán Canada gần nhất. Do việc cấp visa có thể mất vài tuần để xử lý, nên việc nộp đơn phải nộp càng sớm càng tốt.

## **Bưu chính viễn thông**

Các mạng viễn thông ở Canada rất phức tạp. Người dân Canada phải trả tiền dịch vụ điện thoại không dây cao hơn so với công dân thuộc nhóm 7 nước công nghiệp phát triển (G7) và Úc. Canada đứng đầu các nước G7 về chi phí điện thoại di động đắt đỏ, đứng thứ 2 về dịch vụ điện thoại di động cơ bản bao gồm thời lượng và dung lượng sử dụng trong G7.

Canada cũng nằm trong nhóm 3 nước có chi phí đường truyền internet băng thông rộng, dịch vụ trọn gói và dữ liệu di động đắt đỏ nhất, cao gấp ba lần so với Hoa Kỳ, Ý và Úc. So sánh chi phí dịch vụ viễn thông tại Canada và các nước trong G7 cho thấy, người dân Canada phải trả số tiền cao nhất cho 150 phút di động là 41,08 USD, tăng so với con số 37,29 USD năm 2015, và gấp đôi so với nước có cước phí thấp là Đức, chỉ với 17,15 USD.

Người Canada cũng phải trả mức tiền cao thứ hai đối với các dịch vụ không dây cao cấp hơn, 74,67 USD cho 1.200 phút và 1 GB dữ liệu, cao gần gấp 2,5 lần so với cước phí ở Anh là 30,13 USD.

Cước phí cao quá mức khi so sánh với các đối thủ cạnh tranh nước ngoài bất chấp chính sách khuyến khích cạnh tranh trong thị trường cung cấp dịch vụ di động bị thống trị bởi 3 "ông lớn" gồm tập đoàn BCE, tập đoàn Roger và tập đoàn Telus, từ thời chính phủ của đảng Bảo thủ trước đó. Hiện Canada đang lôi kéo thêm các nhà cung cấp dịch vụ như Wind Mobile và Mobilicity.

Tuy nhiên, với cước điện thoại có dây, Canada lại nằm trong số các nước có cước phí ít đắt nhỏ nhất ở mạng dịch vụ này. Theo đó, Canada được xếp thứ 3 trong số những nước có cước dịch vụ điện thoại có dây rẻ nhất, và xếp thứ 4 về cước điện thoại đường dài.

## **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 trong 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 bận rộn 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.

Hầu hết du khách nước ngoài đến Canada qua các sân bay quốc tế ở Toronto, Montréal hoặc Vancouver. Canada có các đường bay mở rộng giữa các thành phố Canada với các thành phố ở Hoa Kỳ. Du lịch bằng đường hàng không giữa các bờ biển tại Canada (coat-to-coat) (không tính thời gian nối chuyến và ảnh hưởng của múi giờ) hết khoảng 8 tiếng; thời gian đi bằng máy bay từ miền Trung Canada (Toronto) và bờ biển phía tây (Vancouver) xấp xỉ 5 tiếng, từ Toronto đến Montréal là 1,5 tiếng.

Tất cả các thành phố của Canada đều có hệ thống giao thông công cộng với giá cả hợp lý, đồng thời Canada cũng là một "xã hội ô tô" nhiều như Hoa Kỳ. Trong vòng 200 dặm thuộc biên giới Hoa Kỳ có hệ thống đường cao tốc tuyệt vời kết nối với đường cao tốc giữa các bang lớn của Hoa Kỳ tại biên giới và hỗ trợ cho việc vận chuyển của xe tải nặng, xe buýt và ô tô. Thực tế, Canada được xếp hạng nhất về cung cấp các tuyến đường giữa các nước G7.

Trans-Canada Highway là hệ thống đường cao tốc nối liền 10 tỉnh của Canada. Với tuyến đường chính trải dài 8.030 km (4.990 dặm), đường cao tốc Trans-Canada là một trong những quốc lộ dài nhất thế giới và được nhận biết bằng những biển báo lộ trình có hình đặc trưng lá phong trắng trên nền màu xanh lá.

Hệ thống giao thông Canada rất tốt. Ở các thành phố, phương tiện giao thông công cộng rất phổ biến, bao gồm xe buýt, tàu hỏa, máy bay. Ở những nơi mà mạng lưới giao thông công cộng chưa phổ biến, dịch vụ taxi rất phát triển. Ngoài ra, phương tiện cá nhân cũng rất phổ biến. Khi di chuyển giữa khu vực có và không có mạng giao thông công cộng, người ta có thể dùng phương tiện cá nhân, gửi xe, rồi dùng phương tiện công cộng. Thông tin về các tuyến đường và lịch trình của các tuyến xe buýt và tàu hỏa luôn có sẵn ở mọi nơi.

Các lựa chọn về giao thông công cộng đều khác nhau trên khắp đất nước Canada. Các thành phố lớn như Toronto, Montreal và Vancouver lựa chọn nhiều nhất với các phương tiện xe công cộng như xe buýt, xe lửa hoặc tàu điện ngầm đô thị. Đối với các thành phố nhỏ thì có xe buýt và xe lửa. Thị trấn nhỏ hơn hoặc các khu vực nông thôn thường không có phương tiện giao thông công cộng, nhưng nhiều nơi có dịch vụ taxi địa phương.

Hành khách phải đi đến các điểm đỗ xe buýt để đợi xe buýt hoặc xe lửa. Một số thành phố cũng có dịch vụ được gọi là "Park & Ride". Nếu bạn sống ở cách xa với trạm xe



buýt, bạn có thể lái xe tới điểm đỗ xe, gửi xe của bạn ở đó rồi bắt xe buýt hoặc xe lửa.

Giờ giấc hoạt động và chi phí cho giao thông công cộng khác nhau. Bạn nên kiểm tra lịch trình của các phương tiện giao thông công cộng ở địa phương cho chính xác thời gian và thông tin về xe buýt, xe lửa và xe tàu điện có thể đưa đón bạn. Thông tin về phương tiện giao thông có thể tìm thấy trên internet hoặc trong các trang vàng của sổ điện thoại hoặc trong danh sách chính quyền thành phố tại các trang màu trắng của sổ điện thoại.

Du khách nên chú ý đến những nét tương đồng và khác biệt khi lái xe ở Canada. Xăng được bán theo lít ở Canada. Các ký hiệu đường cao tốc quốc tế được sử dụng ở Canada, khoảng cách và giới hạn tốc độ được tính bằng km. Đại an toàn và ghế ngồi có đại an toàn dành cho trẻ em/ trẻ sơ sinh là điều bắt buộc ở tất cả các tỉnh của Canada. Các khoản tiền phạt được áp dụng trong các trường hợp không sử dụng dây an toàn và ghế trẻ em. Khách du lịch khi thuê xe ô tô ở Canada vào mùa đông nên chắc chắn rằng được trang bị lốp xe mùa đông (điều này bắt buộc ở Quebec), do lốp xe 4 mùa giải bắt đầu mất độ bám đường trong thời tiết lạnh.

## Ngôn ngữ

Canada có 2 ngôn ngữ chính là tiếng Anh và tiếng Pháp. Tất cả các dịch vụ và chứng từ của Chính phủ Canada đều dùng 2 ngôn ngữ này. Tuy nhiên, tiếng Anh lại được dùng chính thức và được nói phổ biến ở hầu hết các tỉnh, trừ Quebec. Tại Quebec, tiếng Pháp là ngôn ngữ chính thức dùng trong công việc và thường được dùng nhiều nhất trong giao tiếp. New Brunswick là nơi có nhiều người nói tiếng Pháp, đây là tỉnh duy nhất của Canada sử dụng cả tiếng Anh và tiếng Pháp là ngôn ngữ chính thức. Hiểu biết và đánh giá cao người Pháp và lịch sử nơi người Pháp Mỹ sinh ra sẽ có rất nhiều lợi ích giúp cho việc xây dựng mối quan hệ kinh doanh với các đối tác Canada, đặc biệt là ở Quebec.

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. Theo điều tra dân số năm 2006 của Canada, sau đây là 10 ngôn ngữ hàng đầu được người Canada dùng trong giao tiếp như ngôn ngữ bản xứ và mức độ quan trọng tương ứng với tỷ lệ % tổng dân số cả nước: tiếng Anh 20.584.775 (67,1%), Pháp 6.608.125 (21,5%), Trung Quốc 790.035 (2,6%), Punjabi 500.000 (1%), Tây Ban Nha 209.955 (0,7%), Ý 170.330 (0,6%), Hà Lan 159.440 (0,6%), Ucraina 148.090 (0,5%), tiếng Ả Rập 144.745 (0,5%) và Đức 128.350 (0,4%).

## Y tế

Trình độ y tế công cộng và vệ sinh môi trường ở Canada cao. Phúc lợi y tế của Canada có tiêu chuẩn cao và do chính phủ kiểm soát và quy định. Việc tiếp cận nhanh chóng và dễ dàng về chăm sóc y tế có thể là điều khó khăn đối với các du khách lưu trú tạm thời – những người không phải là thành viên trong chương trình chăm sóc sức khỏe của chính phủ ở các tỉnh, và nhiều bác sĩ sẽ không nhận bệnh nhân mới. Để tiếp cận được với chuyên gia thì phải thông qua giấy giới thiệu và có thể phải mất vài tháng



mới gặp được. Việc chờ đợi tại phòng cấp cứu có thể rất dài. Một số chuyên gia chăm sóc sức khỏe ở tỉnh Quebec chỉ có thể nói tiếng Pháp. Các du khách khi yêu cầu bất kỳ dịch vụ chăm sóc y tế nào tại Canada sẽ phải trả bằng tiền mặt hoặc thẻ tín dụng, và nhận được một giấy biên nhận và bảng mô tả điều trị để cung cấp hồ sơ các xác nhận cho bảo hiểm của họ. Bảo hiểm y tế du lịch được đánh giá cao ngay cả với các chuyến tham quan ngắn ngày.

### Giờ địa phương, giờ làm việc và các ngày nghỉ lễ

- Giờ địa phương**

Thời gian làm việc của các doanh nghiệp địa phương là từ thứ Hai đến thứ Sáu, một ngày làm việc thường bắt đầu từ 8h sáng và 9h sáng.

- Các ngày nghỉ lễ của Canada năm 2016 và 2017**

Ngày lễ	Thời gian		Nơi áp dụng
	2016	2017	
Năm mới	Thứ Sáu, 01/01	Chủ Nhật, 01/01	
Islander Day	Thứ Hai, 15/02	Thứ Hai, 20/02	Đảo Hoàng tử Edward (PEI)
Lois Riel Day	Thứ Hai, 15/02	Thứ Hai, 20/02	Manitoba (MB)
Joseph Howes Day	Thứ Hai, 15/02	-	Nova Scotia (NS)
Ngày di sản	-	Thứ Hai, 20/02	Nova Scotia (NS)
Ngày gia đình	Thứ Hai, 08/02	Thứ Hai, 13/02	British Columbia
	Thứ Hai, 15/02	Thứ Hai, 20/02	Alberta (AB), Saskatchewan (SK), Ontario (ON)
Lễ tình nhân	Chủ nhật, 14/02	Thứ Ba, 14/02	
Ngày nhuận (Leap Day)	Thứ Hai, 29/02	-	
Lễ Thánh Patrick	Thứ Năm, 17/3	Thứ Sáu, 17/3	
Thứ 6 tuần thánh (Good Friday)	Thứ Sáu, 25/3	Thứ Sáu, 14/4	Toàn quốc, trừ Quebec
Thứ hai phục sinh (Easter Monday)	Thứ Hai, 28/3	Thứ Hai, 17/4	Quebec

Ngày của mẹ	Chủ Nhật, 08/5	Chủ Nhật, 14/5	
Ngày của Nữ hoàng Victoria	Thứ Hai, 23/5	Thứ Hai, 22/5	Toàn quốc, trừ New Brunswick (NB), Nova Scotia (NS), Newfoundland và Labrador (NL)
Ngày của cha	Chủ Nhật, 19/6	Chủ Nhật, 18/6	
Ngày thổ dân (Aboriginal Day)	Thứ Ba, 21/6	Thứ Tư, 21/6	Vùng lãnh thổ phía Tây Bắc (NWT)
St. Jean Baptiste Day	Thứ Sáu, 24/6	Thứ Bảy, 24/6	Quebec
Quốc khánh Canada	Thứ Sáu, 01/7	Thứ Bảy, 01/7	
Ngày Thành phố/Tỉnh bang (Civic/Provincial Day)	Thứ Hai, 01/8	Thứ Hai, 07/8	Alberta (AB), British Columbia (BC), Saskatchewan (SK), Ontario (ON), New Brunswick (NB), Nunavut (NU)
Lễ Lao động	Thứ Hai, 05/9	Thứ Hai, 04/9	
Lễ Tạ ơn	Thứ Hai, 10/10	Thứ Hai, 09/10	Toàn quốc, trừ New Brunswick (NB), Nova Scotia (NS), Newfoundland và Labrador (NL)
Lễ hội hóa trang	Thứ Hai, 31/10	Thứ Ba, 31/10	
Ngày tưởng niệm	Thứ Sáu, 11/11	Thứ Bảy, 11/11	Toàn quốc, trừ Manitoba (MB), Ontario (ON), Quebec (QC), Nova Scotia (NS)
Giáng sinh	Chủ nhật, 25/12	Thứ Hai, 25/12	
Ngày tặng quà (Boxing Day)	Thứ Hai, 26/12	Thứ Ba, 26/12	Ontario (ON)

Nguồn: <http://www.statutoryholidays.com>

**Tạm nhập nguyên vật liệu và đồ dùng cá nhân**

Các du khách doanh nhân đến Canada có thể mang một số đồ dùng cá nhân nhất định vào Canada và được miễn thuế, với điều kiện là tất cả các mặt hàng đó được khai báo với Cơ quan Dịch vụ Biên giới Canada khi đến và không phải là đồ dùng bị hạn chế. Thông tin thêm về các quy định nhập cảnh vào Canada dành cho du khách doanh nhân có thể tìm thấy tại trang web bản ghi nhớ D2-1-1 của Cơ quan Dịch vụ biên giới Canada về "[Hành lý và phương tiện vận chuyển tam nhập bởi những người không thường trú.](#)" Xem thêm thông tin tại website:

- <http://www.cbsa.gc.ca/travel-voyage/ivc-rnc-eng.html>
- <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/travel-voyage/menu-eng.html>

Du khách đến Canada cũng có thể nhận được một khoản hoàn thuế GST hay HST đã chi trả cho những chi phí nhất định ở Canada như phòng khách sạn.

### Website tham khảo

- Đại sứ quán Canada ([Canadian Embassy](#))
- Các ngày lễ liên bang Canada ([Canadian Federal Holidays](#))
- Cơ quan Dịch vụ Biên giới Canada ([Canada Border Services Agency](#))
- Các mẹo du lịch nước ngoài ([Tips for Traveling Abroad](#))
- Các mẹo du lịch Canada ([Tips for Travelers to Canada](#))
- Hoàn thuế GST/ HST ([Refund of GST/HST Sales Tax](#))
- Trang thông tin lãnh sự của Canada ([Consular Information Sheet for Canada](#))

### Nguồn:

- <http://ibid.vn>
- <http://www.giaoduc.edu.vn/canada-co-cuoc-dich-vu-dien-thoai-di-dong-dat-do-nhat-trong-g7.htm>
- <http://quantrimang.com/hai-hang-vien-thong-canada-ganh-dua-cong-nghe-78175>

## Chương 9: Thông tin liên hệ và các sự kiện thương mại

### Liên hệ

- + Cơ quan Xúc tiến Thương mại Canada ([Trade Facilitation Office Canada](#))
- + Bộ Tài chính Canada ([Finance Department of Canada](#))
- + Bộ Thương mại Quốc tế Canada ([International Trade Department of Canada](#))
- + Bộ Công nghiệp Canada ([Industry Department of Canada](#))
- + Bộ Tư pháp Canada ([Justice Department of Canada](#))
- + Cơ quan Dịch vụ Biên giới Canada ([Canada Border Service Agency](#))
- + Cục Ngân sách Quốc gia Canada ([Canada Revenue Agency](#))
- + Cục Thống kê Canada ([Canada Statistics](#))
- + Phòng Thương mại Canada ([Canadian Chamber of Commerce](#))
- + Thông tin chi tiết hơn về các Bộ, ngành khác tại Canada: <https://www.canada.ca/en/government/dept.html>

### • Các Hiệp hội Công nghiệp và Thương mại Canada

- + Hiệp hội công nghệ Hàng không vũ trụ của Canada ([Aerospace Industries Association of Canada](#))
- + Hiệp hội các nhà xuất khẩu và sản xuất Canada ([Canadian Manufacturers and Exporters](#))
- + Hiệp hội ngành công nghiệp ô tô Canada ([Automotive Industries Association of Canada](#))
- + Liên minh Công nghệ Tiên tiến Canada ([CATA Alliance \(Canadian Advanced Technology Association\)](#))
- + Hiệp hội các nhà xuất khẩu và nhập khẩu Canada ([The Canadian Association of Importers & Exporters](#))
- + Hiệp hội Nhượng quyền thương mại Canada ([Canadian Franchise Association](#))
- + Hiệp hội marketing Canada ([Canadian Marketing Association](#))
- + Hiệp hội Công nghệ thông tin của Canada ([Information Technology Association of Canada](#))
- + Hiệp hội Công nghiệp quốc phòng và an ninh của Canada ([Canadian Association of Defence and Security Industries](#))

### • Chính phủ liên bang Canada

- + Cổng thông tin điện tử các Sở và Bộ của Liên bang Canada ([Canadian Federal](#))



### Departments and Agencies Portal

- + Bộ Nông nghiệp và Nông sản thực phẩm Canada ([Department of Agriculture and Agri-food Canada](#))
- + Cơ quan Ngoại giao và Thương mại Quốc tế ([Foreign Affairs and International Trade Canada](#))
- + Ngành công nghiệp Canada ([Industry Canada](#))
- + [Public Works and Government Services Canada](#)
- + Cơ quan thuế Canada (CRA) ([Canada Revenue Agency](#))
- + Lực lượng quân đội quốc phòng Canada ([National Defence and Canadian Forces](#))

### Sự kiện thương mại

- **Thực phẩm và thức uống**



[SIAL Canada](#) là sự kiện hàng đầu về nông nghiệp thực phẩm của Bắc Mỹ, đây là chương trình triển lãm quốc tế về thực phẩm, đồ uống, rượu vang và rượu mạnh.

Thời gian: 02/5 – 04/5/2017

Website: <https://sialcanada.com/en/>



[Canadian Produce Management Association \(CPMA\) Convention & Trade Show](#) is Canada's largest event dedicated to fresh fruit and vegetables.

Triển lãm Thương mại và Hội nghị của Hiệp hội Quản lý Sản xuất Canada ([Canadian Produce Management Association \(CPMA\) Convention & Trade Show](#)) là sự kiện lớn nhất của Canada dành riêng cho trái cây tươi và rau quả.

Thời gian: 4/2016

Website: <http://convention.cpma.ca/>



[Canadian Health Food Association \(CHFA\)](#) is Canada's largest trade association dedicated to natural and organic products.

Hiệp hội Thực phẩm sức khỏe Canada ([Canadian Health Food Association \(CHFA\)](#)) là hiệp hội thương mại lớn nhất của Canada chuyên về các sản phẩm tự nhiên và hữu cơ.

Thời gian: 15/9 – 18/9/2016

Website: <https://chfa.ca/en/index.html>



Những sáng kiến về cửa hàng tạp hóa Canada ([Grocery Innovations Canada](#)) là sự kiện trưng bày nổi tiếng được tham dự bởi các thành viên của Liên đoàn các nhà bán tạp hóa độc lập, một hiệp hội thương mại phi lợi nhuận đại diện cho hơn 4.000 nhà bán lẻ tạp hóa ở Canada.

Thời gian: 17/10 – 18/10/2016

Website: <https://cfig.ca/grocery-innovations-canada/>



Cửa hàng tạp hóa & Đặc sản miền Tây (GSF) ([Grocery & Specialty Food West \(GSF\)](#)) là triển lãm thương mại thường niên lần thứ 02 do Liên đoàn các nhà bán tạp hóa độc lập của Canada tổ chức tại Vancouver.

Thời gian: 20/3 – 21/3/2017

Website: <https://cfig.ca/grocery-specialty-food-west/>



Triển lãm ngành nhà hàng Canada ([Restaurants Canada Show](#)) trước đây là CRFA Show; triển lãm tập trung vào ngành công nghiệp nhà hàng và dịch vụ khách hàng, trưng bày các sản phẩm hàng hóa và sản phẩm ngách, chuyên biệt của các nhà cung cấp địa phương, quốc gia và quốc tế.

Thời gian: 28/2 – 01/3/2016

Website: <http://restaurantshow.ca/>



Triển lãm Trà và Cà phê Canada ([Canadian Coffee & Tea Show](#)), tập trung gồm các nhà cung cấp địa phương, quốc gia và thế giới, trưng bày các thiết bị, sản phẩm mới nhất và các dịch vụ có sẵn trong ngành công nghiệp.

Thời gian: 25/9 – 26/9/2016

Website: <http://coffeeteashow.ca/>



Lễ hội thực phẩm Halal ([Halal Food Fest](#)) tại Toronto là chương trình triển lãm duy nhất về các loại thực phẩm Halal ở Canada. Năm 2016 là năm thứ ba được tổ chức, sự kiện này đã trở thành lễ hội thực phẩm halal lớn nhất ở Bắc Mỹ, với hơn 27.000 lượt khách tham quan mỗi năm.

Thời gian: 21/5 – 22/5/2016

Website: <http://halalfoodfestto.com/>

- Quà tặng, trang trí nội thất và đồ gỗ



Hiệp hội quà tặng Canada ([Canadian Gift Association \(CanGift\)](https://www.cangift.org/en/home/)) là một hiệp hội của ngành công nghiệp quốc gia. Người tham gia triển lãm tại các sự kiện này giới thiệu về các ý tưởng mới mang tính hiện đại đối với sản phẩm quà tặng, các vật trang trí nhỏ để bàn, văn phòng phẩm, phụ kiện trang trí, giường, phòng tắm và khăn, cũng như các sản phẩm và dịch vụ mới nhất cho các hoạt động của cửa hàng.

Thời gian: Toronto Gift Fair: 07/8 – 10/8/2016

Alberta Gift Fair: 14/8 – 17/8/2016

Quebec Gift Fair: 26/3 – 29/3/2017

Website: <https://www.cangift.org/en/home/>

Triển lãm đồ gỗ Canada ([Canadian Furniture Show](http://www.canadianfurnitureshow.com/)) là triển lãm thương mại duy nhất về đồ gỗ tại Canada.

Thời gian: 27/5 – 29/5/2017

26/5 – 28/5/2018

25/5 – 27/5/2019

23/5 – 25/5/2020

Website: <http://www.canadianfurnitureshow.com/>



Triển lãm thiết kế nội thất ([Interior Design Show](http://www.interiordesignshow.com/)) là chương trình hàng đầu của Canada về thiết kế dành cho nhà ở đương đại.

Thời gian: 22/9 – 25/9/2016 (Vancouver)

19/01 – 22/01/2017 (Toronto)

Website: <http://www.interiordesignshow.com/>



[IIDEX](http://www.interiordesignshow.com/) là Hội nghị & Triển lãm Kiến trúc và Thiết kế Quốc gia của Canada được tổ chức tại Toronto. Triển lãm tập trung vào chuyên ngành thiết kế nội thất và kiến trúc đối với nguồn cung ứng, kết nối mạng, giáo dục và tôn vinh sự sáng tạo và các ứng dụng tốt nhất trong ngành công nghiệp.

Thời gian: 30/11 – 01/12/2016

Website: <http://www.interiordesignshow.com/>





SIDIM là Triển lãm Thương mại Thiết kế Quốc tế tại Montreal, đây là cuộc họp thường niên của hơn 20.000 chuyên gia trong ngành công nghiệp và những người đứng đầu trong lĩnh vực thiết kế nội thất, kiến trúc và xây dựng.

Thời gian: 05/5 – 07/5/2016

Website: <http://www.sidim.com/en/>



Mục đích của One of a Kind Show and Sale là cung nơi để kết nối các nhà sản xuất và người mua hàng tham gia vào cam kết thủ công xuất sắc.

Thời gian: 24/11 – 04/12/2016 (Án phẩm mùa Giáng sinh)  
29/3 – 02/4/2017 (Án phẩm mùa xuân)

Website: <http://oneofakindshow.com/toronto/index.php>

- **Thời trang, nữ trang và dệt may**



Triển lãm phụ kiện thời trang (Mode Accessories Show) là triển lãm thương mại duy nhất của Canada về phụ kiện thời trang nữ giới, trang phục thường ngày và các mặt hàng thời trang.

Thời gian: 07/8 – 09/8/2016 (Triển lãm mùa thu)

29/01 – 31/01/2017 (Triển lãm thu/ hè)

Website: <http://mode-accessories.com/>



Triển lãm giày ở Toronto (Toronto Shoe Show) là sàn giao dịch lớn nhất của Canada dành cho các sản phẩm giày dép, túi xách và các phụ kiện.

Thời gian: 21/8 – 23/8/2016

Website: <http://www.torontoshoeshow.com/index.aspx>



Stylelab Montreal nhấn mạnh các nhãn hiệu quần áo may sẵn và thiết kế cao cấp, khoác ngoài bằng lông thú xa xỉ, quần áo mặc ngoài, các phụ kiện thời trang và phong cách.

Website: <http://www.stylelabmontreal.com/>



Fashion Exchange Vancouver cung cấp các dòng sản phẩm thời trang mới nhất và tốt nhất, bao gồm: sản phẩm dành cho phụ nữ; đàn ông; trẻ em; và đồ thể thao.

Thời gian:



- 03/02 – 07/02/2016 & 03/8 – 07/8/2016 (tập trung vào các sản phẩm quần áo thiết kế cao cấp dành cho nam giới và nữ giới)
- 10/3 – 17/3/2016 & 15/9 – 22/9/2016 (tập trung vào dòng sản phẩm thời trang đường phố/ jean và quần áo có mức giá trung bình)

Website:

<http://www.fxfashionexchange.com/aboutthefx.html>



Triển lãm xu hướng hàng may mặc ([The Apparel Trends Show](#)) thu hút các đại diện bán sỉ thương mại trưng bày quần áo nam, nữ, trẻ em, thể thao, đường phố, quần áo bảo hộ lao động, và quần áo cho người phương tây.

Website: <http://www.trendsapparel.com/about/index.php>



[The Profile Show](#) tập hợp các lựa chọn tốt nhất về trang phục và phụ kiện bao gồm tất cả các phân khúc của ngành công nghiệp thời trang ngày nay từ các nhãn hàng dành cho giới trẻ, nhãn hàng đương đại, các thương hiệu trẻ em và phong cách sống.

Thời gian: 11/9 – 14/9/2016

Website: <https://www.profileshow.ca/index.html>



Triển lãm Phụ kiện và Túi xách, Đồ da, Hành lý ([Luggage, Leathersgoods, Handbags and Accessories Show](#)) là chương trình triển lãm thường niên về các xu hướng mới nhất dành cho hành lý, ba lô, phụ kiện du lịch, túi doanh nhân, túi xách, đồ trang sức, khăn choàng, quần tất và nhiều món hàng khác mới đưa vào thị trường.

Thời gian: 18/9 – 20/9/2016

Website:

<http://www.llha.ca/index.php/event-information>



Lễ hội Thời trang & Thiết kế ([The Fashion & Design Festival](#)) cung cấp một cái nhìn bên trong thế giới thời trang và thiết kế thông qua một chương trình hoạt động đa dạng như biểu diễn thời trang, các buổi hội thảo sáng tạo trực tiếp, giới thiệu thiết kế và biểu diễn âm nhạc.

Thời gian: 15/8 – 20/8/2016

Website: <http://2016.festivalmodedesign.com/>



Triển lãm nữ trang Canada ([Canadian Jewellery Expos](#)) là triển lãm đồ trang sức chuyên nghiệp lớn nhất của Canada.

Thời gian: 07/8 – 09/8/2016 (Toronto)

13/8 – 15/8/2016 (Edmonton)

Website: <http://www.cjexpos.com/>

- **Thiết kế xây dựng**



Triển lãm Xây dựng ([The Buildings Show](#)) là triển lãm thường niên quan trọng nhất của Canada dành cho việc thiết kế, xây dựng và quản lý bất động sản.

Thời gian: 30/11 – 02/12/2016

Website: <http://www.thebuildingsshow.com/>



[Buildex Vancouver](#) là chương trình hội thảo lớn nhất miền Tây Canada dành cho các chuyên gia về xây dựng, thiết kế và quản lý bất động sản.

Thời gian: 15/02 – 16/02/2017

Website: <http://buildexvancouver.com/>



Chương trình Hội nghị Công trình xanh Quốc gia ([National Green Building Conference](#)) được thiết kế để huấn luyện và cung cấp thông tin cho các thành viên ngành công nghiệp về những tiến bộ mới nhất và ứng dụng tốt nhất trong thiết kế xanh, xây dựng, bàn giao dự án và quản lý công trình.

Thời gian: 30/11 – 02/12/2016

Website: <http://buildexvancouver.com/>



Triển lãm Máy móc và Ống nước của Canada ([The Canadian Mechanical & Plumbing Exposition](#)) là triển lãm thương mại lớn nhất Bắc Mỹ về lò sưởi, điều hòa không khí, hệ thống thông gió, buồng đốt, ống nước, ống dẫn, điện lạnh và ngành công nghiệp công nghệ đang nổi.

Thời gian: 21/3 – 23/3/2018

Website: <http://www.cmxciphexshow.com/>



Triển lãm Nhà ở Quốc gia ([The National Home Show](http://www.nationalhomeshow.com/)) thu hút những người đang tìm kiếm lời khuyên hữu ích, hàng ngàn các giải pháp và sản phẩm mới dùng trong và xung quanh ngôi nhà.

Thời gian: 10/3 – 19/3/2017

Website: <http://www.nationalhomeshow.com/>

- **Nghề trồng hoa và làm vườn**



[Canada Blooms](http://canadablooms.com/) là lễ hội hoa và vườn hoa lớn nhất nước, thu hút các nhà thiết kế hàng đầu thế giới, kiến trúc sư và những người xây dựng vườn.

Thời gian: 10/3 – 19/3/2017

Website: <http://canadablooms.com/>



[Landscape Ontario's Garden and Floral Expo](https://locongress.com/exhibitors) là một trong những triển lãm mua sắm lớn nhất về nghề làm vườn và trồng hoa.

Thời gian: 10/01 – 12/01/2017

Website: <https://locongress.com/exhibitors>



Hội nghị nhà kính Canada (CGC) ([Canadian Greenhouse Conference \(CGC\)](http://www.canadiangreenhouseconference.com/)) là sàn giao dịch công nghệ trồng trọt của Canada.

Thời gian: 05/10 – 06/10/2016

Website: <http://www.canadiangreenhouseconference.com/>



Triển lãm nghề làm vườn ([Canwest Horticulture Show](http://canwesthortshow.com/index.htm)) là triển lãm thương mại rau quả lớn nhất miền Tây Canada.

Thời gian: 28/9 – 29/9/2016

Website: <http://canwesthortshow.com/index.htm>



[HortEast](http://www.horteast.com/) là triển lãm thương mại thường niên dành cho các thành viên ngành công nghiệp ở Đại Tây Dương Canada, tập trung vào các cuộc hội thảo và triển lãm về: thiết kế cảnh quan, chuyên ngành bảo dưỡng và xây dựng, khai thác nhà kính và vườn ươm, đô thị, chuyên gia cây trồng, chuyên gia chăm sóc cỏ, tạo thảm cỏ, các sân golf nhà nghề.

Website: <http://www.horteast.com/>



Hội nghị thành phố xanh quốc tế do Hiệp hội doanh nghiệp nghề làm vườn hoa quốc tế (AIPH) tổ chức ([The International Association of Horticulture Producers International Green City Conference](#)) mang đến cho các thành viên cơ hội thấy những sáng kiến về cơ sở hạ tầng đô thị xanh và quy hoạch trên quy mô toàn cầu.

Thời gian: 14/3 – 18/3/2016

Website: <http://www.canadanursery.com>

- **Mỹ phẩm, Spa và sản phẩm làm đẹp**



ABA ([The Allied Beauty Association](#)) là hiệp hội thương mại của các nhà sản xuất và nhà phân phối sản phẩm làm đẹp chuyên nghiệp và thiết bị sử dụng cho thẩm mỹ viện và spa. ABA được tổ chức tại Toronto, Montreal, Calgary và Edmonton hàng năm quy tụ các nhà cung cấp lớn của Canada về ngành công nghiệp làm đẹp và đây là triển lãm thương mại về làm đẹp lớn nhất và được tham dự nhiều nhất tại Canada.

Thời gian: 02/10 – 03/10/2016 (ABA Calgary 2016)

12/3 – 13/3/2017 (ABA Montréal 2017)

26/3 – 27/3/2017 (ABA Toronto 2017)

30/4 – 01/5/2017 (ABA Edmonton 2017)

Website: <http://www.abacanada.com/>



[Esthétique Spa International](#) với mục đích giúp cho các chuyên gia và chủ doanh nghiệp đa dạng hóa, cải tiến sản phẩm và dịch vụ của họ để đảm bảo tiếp tục tăng trưởng. ESI là triển lãm thương mại duy nhất về ngành công nghiệp mang đến sự lựa chọn đa dạng về sản phẩm, miễn phí phương pháp điều trị tại chỗ và các hội nghị, hội thảo đẳng cấp thế giới.

Thời gian: 28/02 – 29/02/2016 (Vancouver)

24/4 – 25/4/2016 (Toronto)

16/10 – 17/10/2016 (Montréal)

Website: <http://www.spa-show.com/index.php>

- **Dịch vụ và du lịch**





Các diễn đàn, triển lãm thương mại, hội nghị của Hiệp hội khách sạn Canada ([The Hotel Association of Canada](http://www.hotelassociation.ca)), nhằm cung cấp cho các thành viên của họ có cơ hội gặp gỡ, tìm hiểu và am hiểu hơn về ngành công nghiệp và tăng khả năng cạnh tranh của họ.

<http://www.hotelassociation.ca/Home.asp>



[The Travel & Vacation Show](http://www.travelandvacationshow.ca) là cách hiệu quả nhất để nhắm đến những khách hàng đang tìm kiếm thông tin du lịch và nghỉ mát và các đại lý du lịch tìm kiếm các tour du lịch mới nhất và các điểm đến.

Website: <http://www.travelandvacationshow.ca/>

- **Điện tử và linh kiện điện tử**



Sự kiện công nghệ của Chính phủ Canada - GTEC ([Canada's Government Technology Event - GTEC](http://www.gtec.ca)) cung cấp các chuyên gia đẳng cấp thế giới và các diễn giả từ khu vực công nghiệp và công nghệ, những người sẽ tham gia với các đại biểu về những thách thức và cơ hội của công nghệ.

Thời gian: 01/11 – 03/11/2016

Website: <http://www.gtec.ca/ottawa/>

Các trang web về thông tin triển lãm thương mại tại Canada và quốc tế:

- <http://www.tfocanada.ca>
- <http://www.export.gov/tradeevents/index.asp>
- [http://export.gov/canada/eventsforu.s.companies/eg\\_ca\\_029302.asp](http://export.gov/canada/eventsforu.s.companies/eg_ca_029302.asp)