

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG  
KHOA KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:  
CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VÀ QUAN HỆ NGOẠI  
THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA**

**Giáo viên hướng dẫn : Lê Thị Thanh**  
**Người thực hiện : Hoàng Thị Ánh Hằng**  
**Lớp : A13 - K38 D**

**HÀ NỘI – 12/2003**

## Lời cảm ơn

Trước hết em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô giáo Lê Thị Thanh ở Khoa Kinh tế Ngoại thương, Đại học Ngoại thương vì sự nhiệt tình giúp đỡ em trong suốt thời gian làm khoá luận và những thầy cô giáo đã tận tụy dìu dắt em trong suốt hơn bốn năm học tập và rèn luyện ở trường Đại học Ngoại Thương. Em cũng xin gửi lời cảm ơn tới các bác, các cô, các chị làm ở thư viện, những người đã giúp đỡ em tìm tài liệu cần thiết để hoàn thành Khoá luận này.

Cuối cùng, em xin gửi tới gia đình và bạn bè những lời biết ơn sâu sắc vì sự giúp đỡ về tinh thần cũng như vật chất để em có thể yên tâm tập trung hoàn thành công trình đầu đời này của mình.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn.

## MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	2
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ ĐẤT NƯỚC CANADA VÀ QUAN HỆ VIỆT NAM - CANADA .....	6
<b>I. Tổng quan về đất nước canada .....</b>	<b>6</b>
1. Vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên.....	6
1.1 Sông hồ ở Canada.....	7
1.2. Khí hậu .....	9
1.3. Động, thực vật.....	10
1.4. Tài nguyên thiên nhiên .....	11
2. Tình hình chính trị, xã hội.....	12
2.1 Về dân số, sắc tộc, ngôn ngữ, tôn giáo .....	12
2.2 Đời sống xã hội, chính trị.....	15
3. Tình hình kinh tế Canada trong giai đoạn hiện nay .....	17
4. Ngoại thương của Canada với các nước khác.....	22
4.1. Hoạt động xuất khẩu .....	24
4.2 Hoạt động nhập khẩu.....	28
4.3 Các bạn hàng chính của Canada.....	33
4.3.1. Tình hình xuất khẩu hàng của Canada sang các nước.....	33
4.3.2 Tình hình nhập hàng của Canada từ các nước .....	36
<b>II. Quan hệ Việt Nam - Canada.....</b>	<b>39</b>
1. Lịch sử quan hệ Việt Nam - Canada.....	39
2. Ý nghĩa của sự phát triển quan hệ hai nước.....	40
CHƯƠNG II: CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VÀ THỰC TRẠNG QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CANADA .....	43
<b>I. Thực trạng chính sách ngoại thương giữa Việt Nam và Canada .....</b>	<b>43</b>
1. Những mặt tích cực.....	43
2 Những mặt hạn chế .....	46

<b>II. Thực trạng quan hệ ngoại thương giữa Việt Nam Và Canada .....</b>	<b>47</b>
1. Tình hình chung .....	47
2. Tình hình xuất khẩu hàng của Việt Nam sang Canada .....	49
3. Tình hình nhập khẩu hàng của Việt Nam từ Canada .....	56
4. Đánh giá chung về quan hệ ngoại thương Việt Nam và Canada .....	61
4.1 Những kết quả đạt được .....	61
4.2 Những mặt còn tồn tại .....	64
<b>CHƯƠNG III: MỘT SỐ KIẾN NGHỊ THúc ĐẨY QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG</b>	
<b>GIỮA HAI NƯỚC.....</b>	<b>68</b>
<b>I. Triển vọng mở rộng quan hệ ngoại thương Việt Nam-Canada.....</b>	<b>68</b>
1. Thuận lợi .....	68
2. Khó khăn .....	70
<b>II. Một số kiến nghị thúc đẩy quan hệ ngoại thương giữa hai nước.....</b>	<b>72</b>
1. Đối với nhà nước và các bộ ngành .....	72
2. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam .....	75
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>79</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>80</b>
<b>PHỤ LỤC</b>	

## LỜI MỞ ĐẦU

Canada là một trong tám cường quốc phát triển nhất thế giới, có tốc độ tăng trưởng cao, tương đối ổn định (GDP khoảng trên 900 tỉ USD), có thu nhập bình quân trên 20.000 USD/người, có nền khoa học và công nghệ phát triển cao, là đối thủ cạnh tranh về kinh tế, thương mại, khoa học - kĩ thuật với các đối tác lớn. Chính vì lẽ đó, đẩy mạnh quan hệ thương mại với Canada trở thành một yêu cầu khách quan đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam trong sự nghiệp công nghiệp hoá - hiện đại hoá đất nước và hội nhập với nền kinh tế thế giới. Thực tế cho thấy kể từ khi Việt Nam chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao với Canada khối lượng buôn bán của Việt Nam với Canada đã tăng lên đáng kể với tốc độ trung bình là 30,28%/năm, từ năm 1997 Việt Nam luôn đạt thặng dư thương mại trong buôn bán với Canada với tỉ lệ trung bình 52,43%/ năm.

Tuy nhiên, cho tới nay thương mại Việt Nam - Canada phát triển chưa tương xứng với tiềm lực kinh tế của hai bên. Kim ngạch thương mại hai chiều mới chỉ chiếm khoảng 1,38 % kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam và 0,04% kim ngạch xuất nhập khẩu của Canada. Vì vậy, phân tích, đánh giá quan hệ ngoại thương và chính sách ngoại thương của Việt Nam với Canada là nhằm giúp Việt Nam có thể nhận thức rõ hơn những thuận lợi mà Việt Nam đang có cũng như những khó khăn mà Việt Nam gặp phải trong việc phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước, từ đó rút ra những chính sách, biện pháp phục vụ cho sự phát triển ngoại thương giữa Việt Nam và Canada.

Với lí do trên, người viết đã chọn đề tài ‘Quan hệ ngoại thương và chính sách ngoại thương giữa Việt Nam với Canada’ làm khoá luận tốt nghiệp với hy vọng có thể tìm ra được câu trả lời đúng để đẩy mạnh ngoại thương Việt Nam và Canada.

Phạm vi của đề tài là quan hệ ngoại thương và chính sách ngoại thương của Việt Nam với Canada từ năm 1998 đến nay. Trong quá trình nghiên cứu, người viết đã kết hợp các phương pháp duy vật biện chứng, phân tích, tổng hợp, thống kê và đánh giá thực tiễn để làm rõ yêu cầu của đề tài.

Ngoài lời nói đầu, kết luận, cấu trúc của Khoá luận gồm 3 chương:

Chương I: “Tổng quan về đất nước Canada và quan hệ Việt Nam và Canada ” giới thiệu chung về Canada bao gồm vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên; dân cư và môi trường xã hội; tình hình kinh tế và ngoại thương của Canada với các nước khác để người đọc có thể thấy được những yếu tố này tác động như thế nào đến sự phát triển quan hệ ngoại thương giữa Canada và Việt Nam

Chương II: “Chính sách ngoại thương và thực trạng quan hệ ngoại thương Việt Nam và Canada” giới thiệu về chính sách ngoại thương của Việt Nam và Canada và thực trạng quan hệ ngoại thương của hai nước trong thời gian qua. Từ đó người đọc có thể hiểu thêm về lợi ích của Canada và Việt Nam trong việc đẩy mạnh quan hệ thương mại song phương.

Chương III: “Một số kiến nghị thúc đẩy quan hệ ngoại thương giữa hai nước” đưa ra triển vọng phát triển quan hệ ngoại thương giữa Việt Nam và Canada và những kiến nghị cụ thể thúc đẩy quan hệ ngoại thương giữa hai nước. Từ những tồn tại trong quan hệ thương mại Việt Nam - Canada được đề cập ở chương 2 trên cơ sở những thuận lợi người viết mạo muội đưa ra một số kiến nghị với hi vọng hạn chế những cản trở đến quan hệ thương mại hai bên.

Khoá luận này được hoàn thành với niềm say mê và tinh thần trách nhiệm của một sinh viên năm cuối của Đại Học Ngoại Thương Hà Nội. Tuy nhiên, khoá luận vẫn còn có những vấn đề đang trong quá trình tranh luận, những khiếm khuyết nhất định, người viết mong muốn nhận được ý kiến đóng góp của người đọc.

Xin chân thành cảm ơn.

Sinh viên

Hoàng Thị ánh Hằng

## CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ ĐẤT NƯỚC CANADA VÀ QUAN HỆ VIỆT NAM - CANADA

### I. TỔNG QUAN VỀ ĐẤT NƯỚC CANADA

Để có thể đưa được các kiến nghị phát triển được mối quan hệ ngoại thương giữa Canada và Việt Nam, trước hết chúng ta phải nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới sự phát triển kinh tế và ngoại thương của Canada nói chung và mối quan hệ ngoại thương giữa Canada và Việt Nam nói riêng. Đó là vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên, dân cư và môi trường xã hội, tình hình kinh tế của Canada và quan hệ ngoại thương của Canada và các nước khác. Chúng ta sẽ lần lượt nghiên cứu các yếu tố này mà trước hết chúng ta xem xét vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên của Canada.

#### 1. Vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên

Canada là một quốc gia nằm trong khu vực Bắc Mỹ, có mười tỉnh và ba lãnh thổ và là nước có diện tích lớn thứ hai thế giới, chỉ xếp sau Liên bang Nga. Canada chiếm hầu hết vùng đất Bắc Mỹ, ở vĩ độ 49<sup>0</sup> Bắc và kinh độ 141<sup>0</sup> Đông, với diện tích đất đai là 9.970.610 km<sup>2</sup>, trong đó 7,6% hay 755.180 km<sup>2</sup> được bao phủ bằng nước ngọt như sông, hồ, kể cả hồ Great Lakes. Phía Bắc Canada giáp Bắc Băng Dương, phía Đông Bắc giáp vịnh Baffin và eo biển Davis; phía Đông giáp Đại tây Dương, phía Tây giáp Thái Bình Dương và Alaska và phía Nam giáp với Mỹ.

Những đặc tính về vật chất của Canada ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình phát triển của nó. Đó là một đất nước chỉ nhường Nga về bề rộng đất đai và bao gồm nhiều vùng khác nhau thường được chia cách bởi những rào chắn thiên nhiên. Canada có nhiều tài nguyên thiên nhiên như rừng, khoáng sản,

cá... Sự phong phú của loại tài nguyên này khuyến khích người Canada phát triển nền kinh tế thông qua xuất khẩu nguyên liệu và việc bảo tồn những nguồn tài nguyên này đã trở thành ưu tiên hàng đầu trong kế hoạch phát triển quốc gia.

Về mặt địa lý, Canada là một quốc gia có địa hình phức tạp. Phần lớn đất đai nằm dưới mặt nước hoặc lùm chỏm đá hoặc không thể cư trú được, do đó cư dân Canada thường tập trung sinh sống ở những vùng cao hoặc đất đai phì nhiêu. Khí hậu cực Bắc với những mùa Đông kéo dài khiến cho dân cư quần tụ nhiều hơn ở phía Nam, nơi những điều kiện về nông nghiệp và sinh sống thuận lợi nhiều hơn cả. Hiện nay, phần lớn dân cư Canada sống tập trung trong khoảng 320 km cách biên giới Canada và Mỹ.

Để hiểu rõ hơn sự tác động của vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên tới sự phát triển của kinh tế, thương mại của Canada, chúng ta hãy đi sâu nghiên cứu vào từng điều kiện tự nhiên cụ thể.

### **1.1 Sông hồ ở Canada**

Canada có thể được chia thành 6 vùng đất đai khác nhau là: Appalachian, Great Lakes-Saint Lawrence, Canadian Shield, Interior Plains, Cordillera và Arctic Archipelago. Đất nước này có nhiều hồ và nguồn nước trên đất liền nhiều hơn bất cứ một quốc gia nào khác trên thế giới. Ngoài Great Lakes ở biên giới với Mỹ, Canada có 31 hồ hay khu vực chứa nước nhỏ với diện tích khoảng 1.300 km<sup>2</sup>. Hai hồ lớn nhất nằm một phần trên lãnh thổ Canada là Hồ Superior và hồ Huron, có diện tích 82.100 km<sup>2</sup> và 59.600 km<sup>2</sup>. Khoảng 1/3 hồ Superior và 3/5 hồ Huron nằm trên đất Canada. Hai con sông lớn nhất ở Canada là Saint Lawrence, đưa nước vào hồ Great Lakes và chảy ra vịnh Saint Lawrence, và sông Mackenzie cung cấp nước cho phần lớn vùng Tây Bắc Canada và đổ ra Bắc Băng Dương. Trong khi Saint Lawrence có lưu lượng nước lớn nhất thì Mackenzie là con sông dài nhất. Ngoài hai con sông



trên, những sông lớn khác về cả lưu lượng lẫn độ dài là sông Yukon đổ ra biển Bering, sông Nelson-Saskatchewan đổ ra vịnh Hudson, sông Churchill cũng đổ ra vịnh Hudson... Những con sông này đều có thể lưu thông tàu bè được, ít nhất trên một độ dài nào đó, nhưng chỉ có hai con sông Saint Lawrence và Mackenzie được sử dụng vào mục đích thương mại.

Nói chung, tất cả sông hồ ở Canada đều có giá trị là những nguồn nước dành cho nông công nghiệp và đời sống đô thị, một số có ích dụng về thương mại đặc biệt. Sông Saint Lawrence và hồ Great Lakes hợp thành một mạng lưới vận chuyển quan trọng ở miền Đông Canada, cho phép những tàu bè có tải trọng lớn có thể đi từ biển vào sâu trong đất liền. Hồ Great Lakes dùng vận chuyển hàng hóa cồng kềnh như ngũ cốc, quặng sắt và có một tầm quan trọng đáng kể cho sự phát triển công nghiệp của vùng Saint Lawrence-Great Lakes. Nhiều con sông nhỏ đổ nước vào sông Saint Lawrence là những nguồn cung cấp điện năng quan trọng. Về phần sông Mackenzie, tuy phần lớn chiều dài của nó có thể lưu thông được, nhưng vị trí tách biệt đã hạn chế tầm hữu dụng của nó.

Những con sông đổ ra vịnh Hudson có tầm quan trọng trước tiên bởi khả năng cung ứng nguồn năng lượng của chúng, đặc biệt là sông Nelson ở Manitoba, phía Bắc Canada và La Grande, phía Bắc Quebec. Những con sông nước chảy xiết đổ ra Thái Bình Dương như sông Fraser đặc biệt thích hợp cho việc xây dựng các nhà máy điện. Chúng cũng giữ vai trò quan trọng trong công nghiệp đánh bắt cá hồi.

Bờ biển Canada dài 58.500 km (ở bán đảo chính), rất gò ghề và không đồng đều với nhau, chen giữa có những vịnh và bán đảo rộng lớn. Số đảo nhỏ nằm ven biển rất nhiều, với một chiều dài bờ biển 185.290 km. Ở vùng duyên hải phía Đông, đảo lớn có Newfoundland, Cape Breton, Prince Edward, và Anticosti; ở vùng duyên hải phía Tây có đảo Vancouver và đảo Queen

Charlotte. Vịnh Hudson có đảo Southampton và nhiều hòn đảo nhỏ hơn. Vùng duyên hải Canada quan trọng ở chỗ dễ dàng tiếp cận với nguồn hải sản. Theo luật lệ Canada, vùng tài nguyên của họ nằm trong phạm vi 200 hải lý (370 km) kể từ bờ trở ra, cả về hải sản lẫn dầu hỏa. Hiện nay, nguồn dầu hỏa quan trọng nhất là giếng dầu Hibernia ở ngoài khơi Newfoundland và nguồn dự trữ dầu ở đảo Sable ngoài khơi Nova Scotia. Ngoài ra tầm quan trọng của vùng duyên hải còn thể hiện ở chỗ có nhiều bến tàu tự nhiên dễ dàng xây dựng thành các hải cảng. Tuy nhiên, giá trị thương mại của vùng này thay đổi tùy nơi; vùng duyên hải phía Nam cùng các cảng biển như Vancouver và Victoria ở phía Tây và Halifax ở phía Đông quan trọng hơn rất nhiều so với các cảng ở phía Bắc thường bị tuyết phủ quanh năm.

### **1.2. Khí hậu**

Do địa hình rộng lớn, các điều kiện khí hậu của Canada thay đổi rất nhiều. Một phần đất liền và phần lớn các quần đảo ở Bắc cực nằm trong vùng khí hậu khắc nghiệt của hành tinh. Khí hậu biến thiên từ thật lạnh giá ở khu vực Bắc cực đến khí hậu ôn hòa hơn ở những vùng có vĩ độ hướng về phía Nam. Nhiệt độ trung bình vào mùa hè thay đổi từ 8<sup>0</sup>C ở vùng cực Bắc đến hơn 22<sup>0</sup>C tại một số nơi ở vùng cực Nam. Trong khi đó, nhiệt độ trung bình vào tháng giêng hàng năm thay đổi từ -35<sup>0</sup>C ở vùng cực Bắc đến 3<sup>0</sup>C ở vùng British Columbia phía Tây Nam. Cũng tương tự như thế, lượng mưa hàng năm biến thiên từ dưới 300 mm/năm ở những vùng có điều kiện khí hậu gần sa mạc ở phía Bắc đến hơn 2.400 mm/năm tại những khu vực có độ ẩm rất cao ở vùng duyên hải phía Tây. Do đó, nói đến Canada, không thể nói về một khí hậu duy nhất mà phải đề cập đến những vùng khí hậu khác nhau. Ở những tỉnh giáp Đại Tây Dương, biển làm giảm bớt cái lạnh khắc nghiệt của mùa Đông và cái nóng của mùa Hè nhưng đồng thời cũng tạo ra nhiều mưa và sương mù. Vùng duyên hải

Thái Bình Dương chịu ảnh hưởng của những dòng hải lưu ấm và gió mang hơi ẩm, mùa Hè và mùa Đông dễ chịu hơn, độ ẩm cao, lượng mưa lớn.

Khí hậu là một yếu tố trong sự phát triển của Canada vì dân cư thường quần tụ ở những nơi có khí hậu ấm áp nhất và thời gian trồng trọt có thể kéo dài nhất. Vùng Ontario ở phía Nam và British Columbia ở Tây Nam là những nơi có khí hậu ôn hòa nhất và mật độ dân cư đông đúc nhất của Canada. Ngược lại, những vùng ở miền Trung và miền Bắc, dân cư khá thưa thớt, đặc biệt là vùng băng giá phía Bắc là một thách thức lớn đối với sự định cư và phát triển. Tại vùng này, nhà cửa, đường sá, ống dẫn dầu đều đi hỏi một sự thích ứng đặc biệt và tốn kém.

### **1.3. Động, thực vật**

Động vật ở Canada tương tự động vật ở Bắc Âu và châu Á. Trong các loài thú ăn thịt, có nhiều giống thuộc họ chồn như chồn ermine, chồn vizon, chồn zibeline..., các giống gấu, mèo rừng, chó sói, sói đồng cỏ.. Gấu vùng cực phân bố khắp Bắc cực còn British Columbia là nơi dung thân của báo Puma. Về loài gặm nhấm, có nhiều ở Canada nhất là loài hải ly, chuột xạ và nhiều loài gặm nhấm nhỏ khác. Miền Nam Canada là quê hương của nhiều giống hươu nai, sơn dương, bò rừng... Chim chóc nhiều và phân bố khắp nơi, riêng loài bò sát và côn trùng chỉ có nhiều ở vùng cực Nam. Trong số những loài bị đe dọa tuyệt chủng, có loài cá voi trắng và cú đốm. Ngoại trừ cá hiện diện cả trong vùng nước ngọt giữa đất liền lẫn ngoài biển khơi, các loài động vật khác ở Canada không có một tầm quan trọng nào về phương diện kinh tế.

Về thực vật, thảo mộc ở phần phía Bắc Canada là thảo mộc vùng Bắc cực và hạ Bắc cực. Giới hạn vùng cây cối có thể sinh sống trải dài từ cửa sông Mackenzie đến vịnh Hudson. Phía Đông của Canada là những cánh rừng dày với nhiều nhất là loại cây có quả hình nón (thông, tùng, bách...). Trong khi đó thảo mộc tiêu biểu ở Nam Ontario, Nam Quebec, và các tỉnh miền biển (New

Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island) có cả rừng cây có quả hình nón lẫn rừng thay lá. Vùng duy nhất ở Canada gồm phần lớn rừng thay lá là vùng cực Nam Ontario.

Những khu rừng cây có quả hình nón là phần quan trọng trong đời sống kinh tế của Canada. Chúng cung cấp nguồn nguyên liệu có giá trị, sản phẩm chế biến và công ăn việc làm cho nhiều cư dân quanh vùng. Đặc biệt quan trọng là những khu rừng ở vùng duyên hải và bên trong British Columbia. Tỉnh này cung ứng 46,6% tổng số gỗ khai thác được ở Canada. Những cây nhỏ hơn ở rừng phương Bắc được sử dụng rộng rãi trong việc sản xuất bột giấy và giấy. Ngoài ra, những khu rừng cây xanh trải dài mang đầy màu sắc thiên nhiên còn là nguồn thu hút du lịch quan trọng.

#### **1.4. Tài nguyên thiên nhiên**

Canada có nhiều nguồn tài nguyên thiên nhiên cần thiết cho sự phát triển kinh tế. Điều này khiến cho những ngành kinh tế dựa vào tài nguyên thiên nhiên phát triển khắp nơi. Đất đai phì nhiêu ở những tỉnh có nhiều đồng cỏ bao quanh vùng hồ Great Lakes và sông Saint Lawrence. Nền kinh tế nông nghiệp phát triển ở cả hai vùng này. Rừng Canada bao phủ 27% diện tích đất đai trong nước, cung cấp nhiều gỗ có giá trị thương mại cao, nhất là ở British Columbia, Quebec, Bắc Ontario, miền Bắc các tỉnh đồng bằng...

Khoáng sản tại các mỏ ở Canada thoả mãn được nhu cầu xuất khẩu và sử dụng cho ngành công nghiệp nội địa. Năm trong sáu vùng chính đều có cung ứng nguồn tài nguyên này. Phần đất Quebec nằm trong vùng Appalachian là nguồn dự trữ a-miăng lớn nhất thế giới cùng với các quặng đồng và kẽm. Các vùng khác giàu kim loại như nickel, đồng, vàng, uranium, bạc, nhôm và kẽm. Hệ thống sông hồ là nguồn cung cấp thủy điện quan trọng. Cũng như các nguồn tài nguyên khác, một lượng điện năng không nhỏ được xuất khẩu. Dưới biển, trữ lượng cá có một sức thu hút đáng kể và có giá trị kinh tế cao nhất ở Canada. Mặc dù hoạt động ngư

nghiệp bị sút giảm từ năm 1993 do nguồn các hông bị khai thác quá mức, nay có dấu hiệu hồi phục. Riêng vùng Thái Bình Dương, nhiều chủng loại cá hồi là nguồn cung ứng cá quan trọng nhất, bên cạnh những chủng loài cũng có một giá trị kinh tế đáng kể.

## 2. Tình hình chính trị, xã hội

### 2.1 Về dân số, sắc tộc, ngôn ngữ, tôn giáo

Theo những số liệu thống kê mới nhất, dân số Canada năm 2002 là 31.414.000 người (số trn). Sự gia tăng dân số diễn ra rất nhanh nếu ta biết rằng vào năm 1991, cả nước Canada chỉ có 27,3 triệu người. Sự biến thiên về dân số từ năm 1998 đến tháng 10 năm 2002 và sự phân bố dân số theo từng địa phương được tóm lược trong bảng kê dưới đây:

*Sự phân bố dân cư Canada theo từng địa phương từ năm 1998 đến 10/2002*

	1998		2002	
	Ngàn người	Tỷ trọng (%)	Ngàn người	Tỷ trọng (%)
Canada	30,248.40	100	31,414.00	100
Newfoundland and Labrador	545.3	1.803	531.6	1.692
Prince Edward Island	136.9	0.453	139.9	0.445
Nova Scotia	936.1	3.095	944.8	3.008
New Brunswick	753.3	2.49	756.7	2.409
Quebec	7,323.60	24.21	7,455.20	23.73
Ontario	11,387.40	37.65	12,068.30	38.42
Manitoba	1,137.90	3.762	1,150.80	3.663
Saskatchewan	1,024.90	3.388	1,011.80	3.221
Alberta	2,906.80	9.61	3,113.60	9.912
British Columbia	3,997.10	13.21	4,141.30	13.18
Yukon	31.5	0.104	29.9	0.095
Northwest Territories	41.1	0.136	41.4	0.132
Nunavut	26.4	0.087	28.7	0.091

*Ghi chú: Số liệu cập nhật đến ngày 26.10.2002*

*Nguồn: IPTC-Thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam-  
Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web  
[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm)*

Dựa vào các số liệu trên, có thể thấy rõ do điều kiện đất đai và khí hậu mà sự phân bố dân số ở Canada không đồng đều, cư dân tập trung nhiều nhất ở phần giữa Canada, cụ thể là hai tỉnh Quebec và Ontario. Số cư dân thuộc hai địa phương này đã chiếm trên 62% tổng dân số Canada. Phần lớn dân cư là người Anh hay Pháp, tuy cũng có nhiều người châu Âu khác.

Tỉnh Quebec là nơi có nhiều người Canada gốc Pháp nhất. Họ chiếm 80% tổng dân số Quebec. Nhiều người trong số họ coi Quebec như trung tâm của xã hội và của nền văn hóa của họ. Họ nỗ lực bảo tồn nó. Sống bên cạnh một xã hội nói tiếng Anh và một nền kinh tế bị ngự trị bởi những trí thức nói tiếng Anh, người Quebec nói tiếng Pháp tăng cường các hoạt động nhằm gia tăng sự kiểm soát của họ trong đời sống kinh tế của tỉnh này. Nhiều người theo chủ nghĩa quốc gia đã đi xa hơn mục tiêu này. Họ phát động một phong trào ly khai để Quebec có một nền độc lập riêng. Một số người khác ôn hoà hơn, chủ trương vẫn giữ Quebec trong Canada, nhưng được giao cho nhiều quyền hạn hơn các tỉnh khác. Đặc biệt là thiếu số người Canada nói tiếng Anh luôn chống đối lại việc tách Quebec ra khỏi cộng đồng người Canada.

Dân bản địa chỉ chiếm 3% tổng dân số. Họ tập trung phần lớn ở phía Bắc Canada, nơi mà thời tiết khắc nghiệt làm nản lòng những người châu Âu. Họ sống thành từng "băng", mỗi "băng" là một đơn vị chính trị nhỏ nhất trong xã hội Canada, cả nước có tất cả 60 băng". Từ năm 1986, chính quyền Canada đã thương thảo với cộng đồng thổ dân về việc phát triển nền tự quản của họ. Tháng 3/1993, hai cộng đồng Cree-Naskapi ở Quebec và Sechelt ở British Columbia được tự trị theo nghĩa là một thực thể chính trị riêng biệt

theo quy chế thành phố và có cử tri riêng. Tuy nhiên mô hình này không được mọi thổ dân chấp nhận.

Người da đen hay còn gọi là người Canada gốc châu Phi chỉ chiếm 2% dân số nhưng họ có một lịch sử khá thú vị. Năm 1689, hoàng đế Pháp Louis 14 cho phép nhập khẩu nô lệ từ vùng Tây Ấn nhưng ít người đến Canada. Mãi đến cuộc cách mạng Hoa Kỳ 1775-1783, một số người tị nạn chính trị mang theo cả nô lệ, đồng thời một số người da đen đến đây với tư cách những người tự do. Tỉnh Nova Scotia bãi bỏ chế độ nô lệ từ năm 1787. Sáu năm sau, Ontario cũng noi gương đó.

Ngày nay, tuy đa số cư dân là hậu duệ của những người Âu đến lập nghiệp Canada từ lâu, nhưng do tình trạng "đất rộng người thưa", nước này đang thu hút nhiều người nhập cư đến từ khắp nơi trên thế giới, trong đó, số dân châu Á chiếm một tỉ trọng khá lớn. Khoảng 50% người nhập cư Canada trong khoảng thời gian từ 1981 đến 1991 xuất phát từ châu Á, trong đó nhiều nhất từ các nước và địa phương: Hồng Kông, Ấn Độ, Philippines, Trung Quốc, Sri Lanka, Đài Loan, Pakistan. Về mặt ngôn ngữ, Canada là nước có hai ngôn ngữ chính là Anh và Pháp ngữ. Mọi hoạt động chính thức được thể hiện qua hai ngôn ngữ này. Thủ đô Ottawa nằm ở ranh giới hai tỉnh Ontario và Quebec, phản ánh tầm quan trọng về văn hóa và chính trị của hai quốc gia góp phần vào sự hình thành đất nước này. Một cuộc điều tra tiến hành vào thập niên 1990 cho thấy 98% người dân Canada nói được một trong hai ngôn ngữ chính và 16% dân số nói được lưu loát cả hai ngôn ngữ Anh và Pháp. Nói một cách chi tiết hơn, có 62% người Canada coi Anh ngữ là tiếng mẹ đẻ, 25% coi tiếng Pháp là tiếng mẹ đẻ và 13% sử dụng những ngôn ngữ khác, chủ yếu là các thứ tiếng Úc, Đức, Trung Quốc và Tây Ban Nha. Người dân bản địa Canada nói hơn mười ngôn ngữ khác nhau, nhiều tiếng vẫn còn thông dụng đến ngày nay. Tiếng Cree của người Algonquian được 94.000 thổ dân sử

dụng là thờ ngữ quan trọng nhất ở Canada ngày nay. Ở Canada, Thiên chúa giáo là tôn giáo được nhiều người theo nhất, 83,3% cư dân theo tôn giáo này. Dân nhập cư xuất phát từ châu Á trong thời gian qua mang theo họ các tôn giáo ở phương Đông như Phật giáo, đạo Hindu và giáo phái Sikh. Đa số tôn giáo phân bố khắp Canada, nhưng một số cộng đồng tập trung ở những vùng riêng biệt, chẳng hạn như đa số người theo đạo Hindu sống ở Toronto, đa số người Sikh sống ở Vancouver. Ở Vancouver có nhiều đền thờ của người Sikh, nhiều ngôi đền rộng lớn, có thể chứa đến hơn 1000 người hành lễ.

## **2.2 Đời sống xã hội, chính trị**

Sự cấu tạo phức tạp về mặt địa lý và văn hóa của xã hội Canada cho thấy ở đất nước này, không có một phong cách sống duy nhất. Canada chia sẻ với Mỹ, nhiều nước châu Âu và Nhật Bản một mức sống tương đối cao so với phần còn lại của thế giới. Đa số người Canada có nhà cửa tiện nghi, việc ăn mặc hầu như không đặt ra cho họ sự lo lắng gì. Hệ thống bảo hiểm y tế được áp dụng cho mọi người, kể cả những người nhập cư sống thường trực ở đất nước này. Nói chung, người Canada dành một phần khá lớn lợi tức cho nhu cầu cư trú (22%, theo các dữ liệu năm 1992). 63% người dân có nhà riêng, trong đó, 57% ở trong những ngôi nhà dành cho một gia đình duy nhất. Chất lượng nhà ở cao, chỉ có 1% dân cư phải sống chen chúc trong cùng một ngôi nhà. Tuy nhiên nhà ở nông thôn và các khu vực phía Bắc không có chất lượng cao bằng nhà ở thành thị.

Tập quán cư trú của người Canada đã thay đổi đáng kể từ ba thập niên qua. Với đạo luật cho phép ly hôn ban hành vào cuối thập niên 1960 và sự thay đổi của thái độ xã hội đối với hôn nhân, số lượng những bậc cha mẹ độc thân và những cặp vợ chồng không chính thức ngày càng đông trong đời sống cộng đồng của người Canada. Ngày nay thói quen ăn uống của người Canada cũng thay đổi. Sự quan tâm đến sức khỏe tốt hơn đã khiến cho mức tiêu thụ



thịt của họ giảm sút. Họ ăn nhiều rau quả và các thực phẩm chứa nhiều carbohydrate hơn. Trong thể thao và giải trí, môn lacrosse ( gần giống với khúc côn cầu) là môn thể thao quốc hồn quốc túy của người Canada, tuy nhiên môn hockey (khúc côn cầu) lại phổ biến hơn. Môn bóng chày (baseball) đã xuất hiện ở Canada từ năm 1838 và liên đoàn bóng chày chuyên nghiệp được thành lập năm 1876. Riêng liên đoàn bóng đá được thành lập năm 1956. Người Canada cũng chơi nhiều môn thể thao khác như bơi lội, điền kinh và cũng đoạt được nhiều huy chương trong các kỳ Thế vận hội. Tuy nhiên, nói như trên không có nghĩa Canada là một xã hội không có nghèo đói. Theo những cuộc điều tra xã hội học gần đây, khoảng một trên bảy gia đình ở Canada sống với một mức lợi tức thấp hơn mức cần thiết để duy trì một mức sống thỏa đáng. So với mức sống bình quân chung, khoảng 13,5% gia đình và 40,6% cá nhân không có gia đình có lợi tức thấp. Trong phạm vi gia đình, số có lợi tức thấp thuộc về những gia đình mà người mẹ sống trong tình trạng độc thân. Có khoảng 18% trẻ em Canada sống trong những gia đình có lợi tức thấp. Trong thành phần những người độc thân, người cao tuổi, nhất là giới nữ là những người có lợi tức thấp.

Thời gian làm việc trong tuần ở Canada kéo dài từ thứ hai đến thứ sáu, giờ làm việc trong ngày bắt đầu từ 8 hay 9 giờ sáng và kết thúc vào 5 hay 6 giờ chiều. Thời gian mở cửa ở những cơ sở thương mại cũng khác nhau, nhưng hầu hết các đại lý bán lẻ đều mở cửa từ thứ hai đến chủ nhật. Cũng như nhiều quốc gia khác, Canada có nhiều ngày nghỉ lễ, chủ yếu những ngày nghỉ dưới đây:

- Tết dương lịch (ngày 1.1 hàng năm)
- Lễ lao động (ngày thứ hai đầu tiên của tháng 9)
- Lễ Tạ ơn (ngày thứ hai của tuần thứ hai trong tháng 10)

- Lễ Giáng sinh (ngày 25.12 hàng năm)

Mỗi ngày, Canada có trên 110 tờ báo được phát hành, khoảng 85% bằng tiếng Anh, gần 10% bằng tiếng Pháp và một số bằng các ngôn ngữ khác. Năm 2000, có 5 tạp chí có nhiều độc giả là Reader's Digest (phát hành 1.138.000 số mỗi tháng), Chatelaine (794.000 số mỗi tháng), TV Guide (706.000 số mỗi tuần), Maclean's (503.000 tờ mỗi tuần) và Time Canada (320.000 số mỗi tuần). Hai nhật báo bán chạy nhất là The Globe and Mail (320.000 số mỗi ngày) và The National Post (329.000 số mỗi ngày).

Hơn 51% các hộ gia đình ở Canada sở hữu ít nhất 2 máy truyền hình và gần 81% hộ có ít nhất 2 máy thu thanh. Chỉ với một dân số hơn 31 triệu người mà Canada có đến 155 đài truyền hình, 1.756 đài truyền thanh, 2.071 hệ thống truyền hình cáp phục vụ cho 8.825.000 người đăng kí. Hệ thống phát thanh CBC và hệ thống truyền hình sử dụng cả hai ngôn ngữ Anh và Pháp. Ngoài ra, có hai công ty vệ tinh nhân tạo hoạt động, đó là Star Choice (500.000 người đăng ký) và Bell ExpressVu (800.000 người đăng ký).

### **3. Tình hình kinh tế Canada trong giai đoạn hiện nay**

Canada ngày nay với trên 30 triệu dân, GDP trên 700 tỉ USD (năm 2001), là một trong 7 nước công nghiệp đứng đầu thế giới (các nước G-7). Đất nước Canada tươi đẹp có đầy đủ tiềm năng, nhân dân Canada đầy sức sáng tạo, luôn có ý chí và bản lĩnh thúc đẩy nền kinh tế thịnh vượng, đời sống xã hội hạnh phúc, đất nước thanh bình và phát triển cao, tiến lên hơn nữa trong thế kỉ XXI, thế kỉ có nhiều thách thức, lăm thời cơ và đầy biến động.

Với một đất nước rộng lớn mênh mông, Canada rất giàu có về tài nguyên thiên nhiên. Về sản lượng, Canada đứng đầu thế giới về bạch kim, uan kim loại, amiăng, đứng thứ hai về thủy điện, coban, thứ ba về bạc, thứ tư về chì, thứ năm về đồng. Nhân dân Canada rất tự hào không chỉ về mức sống

tuyệt vời, về các ngành sản xuất nông nghiệp với sản lượng trên đầu người đứng đầu thế giới, mà còn rất nhiều sản phẩm công nghiệp nổi tiếng trên thế giới, về cơ sở hạ tầng hiện đại. Đây là những chỉ số thể hiện rõ ràng về một nền kinh tế phát triển cao và ổn định, lạm phát thấp, khả năng cạnh tranh cao trong thương mại và đầu tư quốc tế, một nền kinh tế vì hạnh phúc của con người, vì sự thịnh vượng của đất nước.

Để thấy được sự phát triển của nền kinh tế Canada, chúng ta hãy xem xét bảng số liệu sau:

### *Số liệu thống kê cơ bản của Canada*

Năm	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
GDP (tỷ S-C) <sup>(1)</sup>	807,09	833,92	873,95	901,81	975,26	1056	1084,1 2	
(Tỷ S-US) <sup>(2)</sup>	592	615	639	617	656	711		
(%) <sup>(3)</sup>	2,8	1,6	4,3	3,9	5,1	4,4	2,4 <sup>(4)</sup>	3,4 <sup>(4)</sup>
Tổng tiêu dùng	1,34	1,49	3,22	2,71	3,23	3,28		
Tổng đầu tư	-2,12	4,93	15,22	2,37	7,32	6,71		
Xuất khẩu	8,49	5,60	8,33	8,87	9,90	7,60	1,9 <sup>(4)</sup>	5,2 <sup>(4)</sup>
Nhập khẩu	5,74	6,11	14,24	4,87	7,35	8,10	1,9 <sup>(4)</sup>	5,5 <sup>(4)</sup>
Giảm phát GDP (%)	2,3	1,7	1,2	-0,4	1,4	3,7		
Chỉ số thất nghiệp	9,4	9,6	9,1	8,3	7,6	6,8		7,7 <sup>(6)</sup>
Cân đối ngân sách	-5,3	-2,8	0,2	0,5	1,6	3,2		
CPI (% , 1994=100%)	2,2	1,6	1,6	0,9	1,7	2,7		

(1) *IFS, April 2002, P 218, 2*

(2) *Statistics Canada- Overall Economic Performance of Canada*

(3) *Statistics Canada, National Income and Expenditure Accounts, Catalogue No 13-001-PPB; Fourth Quarter 2000.*

(4) *Canada Forecast-sector Outlook (March 2001)*

(5) Quý I/2001

(6) Tháng 5/2002

*Nguồn- Statistics Canada- Overall Economic Performance of Canada, CANSIM II, February 4.*

Qua bảng trên ta thấy trong những năm qua nền kinh tế Canada liên tục tăng trưởng và tốc độ tăng trưởng ngày càng cao. Đây là một trong những thời kì tăng trưởng tốt đẹp dài nhất từ sau chiến tranh thế giới thứ hai. Nếu như vào năm 1995 tốc độ tăng trưởng chỉ đạt 2,8% thì đến năm 1999, năm 2000 tốc độ tăng trưởng lần lượt lên tới 5,1%, 4,4%. Tuy nhiên do ảnh hưởng của cuộc suy thoái kinh tế Mỹ vừa qua, GDP của Canada trong năm 2000 tăng 4,4% nhưng từ năm 2001, tốc độ có biểu hiện giảm sút, nhất là do sự phát triển kém của các ngành ô tô, công nghệ thông tin và truyền thông, do đó khiến cho mức tăng trưởng chỉ đạt khoảng 1,5%-2,4%<sup>(1)</sup>. GDP của quý I/2000 và 4 quý của năm 2001 tương ứng như sau (tỷ đô la Canada): 1075,18; 1092,58; 1093,84; 1076,18 và 1073,88<sup>(2)</sup>. Có thể thấy đây là một sự giảm sút không lớn lắm. Năm 2002, kinh tế của Canada bắt đầu lại phát triển tốt hơn, quý I tốc độ tăng trưởng GDP của Canada đã tăng lên 2,3% so với cùng kì năm trước (số liệu thống kê cơ bản của Canada –Xem biểu).

Một trong những nguyên nhân quan trọng bảo đảm cho tăng trưởng kinh tế của Canada sớm tiếp tục phát triển là cầu nội địa tăng lên, năm 1999 tăng 4,2%, năm 2000 tăng 5,5% và năm 2001 vẫn tiếp tục tăng thêm. Mặc dù có sự giảm sút vào thời gian cuối như đã nói ở trên, nhưng đầu tư cho ngành cơ khí và máy móc thiết bị đã tăng tới 18,9% năm 2000, nhất là trong ngành viễn thông, máy tính, thiết bị văn phòng. Vào quý I/2002, đầu tư cho ngành kinh doanh (trong ngành máy móc thiết bị) tăng 0,6% so với cùng kì năm trước, mặc dù đang ở mức rất thấp. Chi phí của người tiêu dùng tăng 3,5% năm 1999, 4% năm 2000 và quý I/2002, chi phí cá nhân về hàng hóa và dịch

vụ tăng 0,6% so với cùng kì năm trước, và như vậy là đã tăng ở mức 2% so với năm trước. Đây là một dấu hiệu quan trọng thể hiện lòng tin của người tiêu dùng và khả năng tăng trưởng của nền kinh tế Canada hiện nay.

Lạm phát thấp là mức Canada đã duy trì được trong nhiều năm nay. Ngay từ đầu những năm 90, Chính phủ Canada và Ngân hàng Trung ương Canada đã công bố những biện pháp duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức bảo đảm cho nền kinh tế phát triển ổn định, đến tháng 2 năm 1998 Canada lại điều chỉnh, tiếp tục thực hiện mục tiêu đã được đề ra trước đây, đó là duy trì mức lạm phát ở mức 1-3% cho đến hết năm 2001. Những cam kết của Ngân hàng về lạm phát thấp được thực hiện cùng với nhiệm vụ bảo đảm tăng việc làm và mức thất nghiệp thấp, năng suất lao động được cải thiện nâng cao. Mức giảm phát GDP được thống kê Canada ghi nhận như sau: năm 1995: 2,3%; 1996: 1,7%; 1997: 1,2%; 1998: -0,4%; 1999: 1,4% và năm 2000: 3,7%. Lạm phát theo chỉ số CPI năm 2000 đạt khoảng 2,7% và năm 2001 dao động khoảng 3%, tháng 4/2002 lạm phát tăng so với cùng kì năm trước khoảng 0,6% và mức cả năm là 1,7%. Như vậy, có thể thấy lạm phát được duy trì ở mức thấp đã được cam kết và được thực hiện trên thực tế, là một yếu tố đảm bảo cho nền kinh tế phát triển ổn định, và Canada có thể thúc đẩy nền kinh tế phát triển năng động hơn nữa sau thời kì suy giảm vừa qua.

Lao động và việc làm cũng đã được chính phủ Canada hết sức chú ý. Những năm 1997-2000, số người có việc làm tăng trung bình hằng năm là 2,6%. Điều này cũng có nghĩa là thất nghiệp ở Canada giảm xuống đáng kể. Tỷ lệ thất nghiệp năm 2000 là 6,8%, ở mức thấp nhất trong vòng 25 năm cho đến lúc đó. Năm 2001 mặc dù tỷ lệ thất nghiệp có tăng lên 7,1% nhưng tỷ lệ tăng nhỏ và đến năm 2002 lại giảm xuống còn 6,9% và theo số liệu dự báo của Bộ Tài chính Canada và số liệu của Economic Indicator-Canada, tháng 5/2003 tỷ lệ thất nghiệp ở Canada tăng so với cùng kì năm trước là 0,1% ( và

đạt mức 7,7% cả năm), trong khi đó, tỷ lệ có việc làm tăng 0,2%. Các dự báo đều cho rằng, số người có việc làm tăng khá ổn định, số thất nghiệp được duy trì ở mức cho phép, đây là một lợi thế lớn của nền kinh tế Canada hiện nay.

Chính sách tài chính tiền tệ được Chính phủ Canada hoạch định một cách lâu dài, gần đây chiến lược tài chính tiền tệ được Chính phủ nêu trong bản Tường trình về Kinh tế và Tài chính vào tháng 10 năm 2000. Nội dung chủ yếu của chiến lược tập trung vào những vấn đề quan trọng hiện nay của Canada như đầu tư cho các ngành công cộng, đặc biệt là ngành bảo vệ sức khỏe, môi trường, đẩy mạnh phát triển giáo dục, nghiên cứu khoa học, thúc đẩy đổi mới, giảm nợ, giảm thuế... Chính phủ đã có nhiều biện pháp thích ứng để thực hiện chiến lược này và cam kết cân đối hoặc làm lành mạnh hóa ngân sách trong năm 2001-2002 và 2002-2003, nghĩa là Canada sẽ có cân đối ngân sách trong 6 năm liên tục... Việc giảm tỷ lệ nợ trong GDP là một điểm mấu chốt trong chính sách tài chính của Chính phủ. Kế hoạch Tái Thanh toán Nợ, bao gồm việc duy trì tăng trưởng kinh tế ổn định, sẽ đặt vấn đề giảm tỷ lệ nợ trong GDP trên một đường ray vững chắc. Dựa trên dự báo về mức phát triển kinh tế trung bình của khu vực tư nhân và giả định mức giảm nợ tối thiểu 3 tỷ đô la hằng năm, như vậy tỷ lệ nợ trong GDP dự kiến sẽ giảm từ 54% trong năm tài chính 2001-2002 xuống khoảng 40% năm 2005-2006 ( tương đương mức tài chính 1983-1984).

Vấn đề tài chính của chính quyền địa phương ở Canada có khả quan hơn, từ đầu những năm 90 của thế kỉ trước đã được hoàn thiện một bước trong năm tài chính 1999-2000, lần đầu tiên trong 30 năm qua, tài chính địa phương có thặng dư 2,8 tỷ đô la, hiện nay các địa phương đều có dự báo tích cực về thặng dư tài chính địa phương.

Về chính sách tiền tệ, ngay từ năm 1991, Chính phủ Canada và Ngân hàng Quốc gia Canada đã thông báo về việc duy trì tỷ lệ lạm phát như đã nêu

trên. Tỷ lệ lãi suất cũng đã được Ngân hàng Canada điều chỉnh khá hợp lí. Trong Báo cáo Chính sách Tiền Tệ tháng 5/2000, Ngân hàng Canada ghi nhận sự tăng mạnh của nhu cầu trong nước và quốc tế đối với thị trường Canada, và như vậy cần củng cố khả năng phát triển sản xuất và ổn định tỷ lệ lạm phát. Trong thời gian từ tháng 11/1999 đến tháng 5/2000 Ngân hàng Canada đã có 4 lần tăng tỉ lệ lãi suất qua đêm (tăng 125 điểm cơ bản); vào cuối tháng 4/2001 Ngân hàng Canada, trước tình hình phát triển chậm lại của nền kinh tế, đã chủ trương cắt giảm lãi suất qua đêm 3 lần với tổng mức giảm là 100 điểm (trong khi đó, Cục Dự Trữ Liên Bang Mỹ đã hạ lãi suất xuống 200 điểm).

#### **4. Ngoại thương của Canada với các nước khác**

Canada là một đất nước rộng lớn, có diện tích lớn thứ hai thế giới chỉ xếp sau Liên bang Nga, có vị trí địa lí và điều kiện tự nhiên thuận lợi cho sự phát triển mối quan hệ giao thương với các nước khác. Canada chiếm hầu hết vùng đất Bắc Mỹ, trong đó có diện tích rộng lớn được phủ bằng nước ngọt, có ba mặt giáp biển (phía Bắc giáp Bắc Băng Dương, phía đông Bắc giáp vịnh Bafin và eo biển Davis, phía Đông giáp Đại Tây Dương, phía Tây giáp Thái Bình Dương và Atlaska và phía Nam giáp với Mỹ). Vị trí địa lí tạo điều kiện thuận lợi cho Canada phát triển quan hệ thương mại với các nước khác nói chung và Việt Nam nói riêng, nhất là về thương mại bằng đường biển. Tới nay Canada có quan hệ thương mại với rất nhiều nước trên thế giới. Đồng thời Canada là một đất nước giàu tài nguyên thiên nhiên như rừng, khoáng sản, cá. Sự phong phú tài nguyên này khuyến khích người Canada phát triển nền kinh tế thông qua xuất khẩu nguyên liệu, sản phẩm chế biến. Nguồn tài nguyên phong phú tạo nên sự phong phú, đa dạng trong các mặt xuất khẩu của Canada. Các sản phẩm xuất khẩu gồm nhiều loại : sản phẩm nông và ngư nghiệp, sản phẩm năng lượng (dầu thô, khí thiên nhiên, sản phẩm năng lượng

khác), sản phẩm lâm nghiệp ( gỗ xẻ, gỗ làm giấy và loại khác, giấy in báo và giấy khác), hàng công nghiệp và nguyên liệu ( kim loại và quặng kim loại, hóa chất, nhựa và phân bón, kim loại hỗn hợp, sản phẩm công nghiệp và nguyên liệu khác ), máy móc thiết bị (máy móc công nghiệp và nông nghiệp, máy bay và thiết bị vận tải khác, máy móc thiết bị khác ), phương tiện vận chuyển (xe chở khách, xe tải, phụ tùng xe hơi ), hàng hóa tiêu dùng khác (hàng hóa kinh doanh đặc biệt, các loại hàng hóa khác). Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu cũng tương ứng với các mặt hàng xuất khẩu nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và phát triển ngành kinh tế tương ứng. Các mặt hàng nhập khẩu cũng rất phong phú: sản phẩm nông và ngư nghiệp ( rau quả, sản phẩm nông và ngư nghiệp khác), sản phẩm năng lượng (dầu thô, sản phẩm năng lượng khác ), sản phẩm lâm nghiệp, hàng công nghiệp và nguyên liệu (kim loại và quặng kim loại, hóa chất và nhựa các loại, sản phẩm công nghiệp và nguyên liệu khác ), máy móc và thiết bị (máy móc công và nông nghiệp, máy bay và thiết bị vận tải khác, máy móc và thiết bị văn phòng, máy móc thiết bị khác), máy móc tự động khác (ô tô hành khách, xe tải và xe chở hàng khác, phụ tùng xe tải), hàng tiêu dùng (quần áo và giày dép, hàng tiêu dùng khác), hàng hóa kinh doanh đặc biệt, các loại hàng hóa khác. Vị trí địa lý thuận lợi và điều kiện tự nhiên ưu đãi đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế Canada nói chung và ngoại thương Canada nói riêng. Hoạt động ngoại thương của Canada cho thấy hình ảnh của một nền kinh tế phát triển: cả xuất khẩu và nhập khẩu đều tăng qua các năm nhưng tốc độ tăng của xuất khẩu lớn hơn nhập khẩu làm cho cán cân ngoại thương luôn xuất siêu. Chúng ta sẽ nghiên cứu từng lĩnh vực của hoạt động ngoại thương mà trước hết là lĩnh vực xuất khẩu.



**4.1. Hoạt động xuất khẩu**

Để thấy được cơ cấu và sự tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Canada qua các năm 1997-2001, chúng ta hãy nghiên cứu bảng số liệu sau:

*Tình hình xuất khẩu của Canada qua các năm 1997-2001*

**Đơn vị tính: Triệu USD**

	1997		1998		1999		2000		2001		Tỉ trọng bình quân (%)	Tốc độ phát triển bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
Tổng kim ngạch xuất khẩu	303378,2	100	327161,5	100	367170,9	100	425587,2	100	414638,2	100	100	8,1
1) SP. Nông và ngư nghiệp	24773,9	8,17	25039,7	7,7	25572,2	6,96	27501,4	6,46	30883,4	7,45	7,438	5,7
1.1. Lúa mì	5.051,5		3.642,3		3.356,2		3.609,0		3.807,2			
1.2 SP nông và ngư nghiệp khác	19.722,4		21.397,4		22.216,0		23.892,4		27.076,2			
2) SP năng lượng	27.177,9	8,96	23.812,4	7,3	29.821,1	8,12	53.159,1	12,5	54.743,1	13,2	10,016	19,13
2.1. Dầu thô	10.366,3		7.829,8		11.017,1		19.165,9		15.370,2			
2.2. Khí thiên nhiên	15.370,2		8.967,1		10.951,4		20.536,8		25.595,1			
2.3 SP năng lượng khác	8.186,0		7.015,5		7.852,6		13.456,4		13.777,8			
3) SP lâm nghiệp	35.104,5	11,57	35.440,5	10,8	39.744,3	10,82	42.163,7	9,91	39.309,2	9,5	10,55	2,9
3.1. Gỗ xẻ	16.943,5		16.760,7		19.996,9		18.682,1		17.762,6			
3.2. Gỗ làm giấy và loại khác	6.517,2		6.004,6		6.703,8		8.920,9		6.711,0			
3.3. Giấy in báo và giấy khác	11.643,8		12.675,2		13.043,6		14.560,7		14.835,6			
4) Hàng công nghiệp và nguyên liệu	56.633,9	18,67	59.169,7	18,09	59.412,5	16,18	67.245,2	15,8	66.797,4	16,11	16,97	4,2
4.1. Kim loại và quặng kim loại	5.906,9		5.370,9		5.078,4		5.821,6		5.541,9			
4.2. Hoá chất, nhựa và phân bón	17.573,8		18.351,7		19.492,0		22.804,8		23.428,5			

## Khoá luận tốt nghiệp

	1997		1998		1999		2000		2001		Tỉ trọng bình quân (%)	Tốc độ phát triển bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
4.3. Kim loại hỗn hợp	20.155,5		19.937,4		18.355,9		20.649,4		20.220,9			
4.4. SP công nghiệp và nguyên liệu khác	12.997,7		15.509,7		16.486,2		17.969,4		17.606,1			
5) Máy móc thiết bị	68.933,4	22,72	80.704,0	24,67	87.920,7	23,95	107.798,7	25,33	99.732,1	24,05	24,144	9,7
5.1. Máy móc công và nông nghiệp	15.371,0		17.491,4		17.058,5		18.790,2		19.230,8			
5.2. Máy bay và thiết bị vận tải khác	13.056,6		16.619,8		18.104,7		20.030,8		23.899,9			
5.3. Máy móc thiết bị khác	40.505,8		46.592,8		52.757,5		68.977,7		56.601,4			
6) Phương tiện vận chuyển	69.470,0	22,9	78.461,5	23,99	97.291,7	26,5	98.112,2	23,65	92.860,9	23,4	24,088	7,52
6.1. Xe chở khách	35.684,9		41.840,0		51.059,2		51.501,8		48.525,3			
6.2. Xe tải	14.442,0		14.018,8		19.399,9		18.174,1		17.336,4			
6.3. Phụ tùng xe hơi	19.343,1		22.602,7		26.832,6		28.436,3		26.999,2			
7) Hàng hóa tiêu dùng khác	10.726,6	3,54	12.565,6	3,84	13.690,6	3,73	14.898,6	3,5	15.972,8	3,85	3,692	10,47
7.1. Hàng hóa kinh doanh đặc biệt	4.074,5		5.563,4		7.348,2		7.980,1		8.118,5			
7.2. Các loại hàng hóa khác	6.483,1		6.405,3		6.369,9		6.728,3		6.220,8			

Nguồn: IPTC-Thông tin cho doanh nghiệp Việt Nam-Nghiên cứu thị trường thuộc trang web:

[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm)

Ghi chú: Số liệu cập nhật ngày 24.10.2002

Từ bảng trên ta thấy tổng kim ngạch xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu của từng ngành của Canada liên tục tăng qua các năm và với tốc độ cao. Chỉ trong vòng 5 năm, kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ hơn 303 tỉ USD lên hơn 414 tỉ USD, tỉ lệ gia tăng 27%, bình quân gần 7%/năm. Đây là một tỉ lệ gia tăng khá cao của một nền kinh tế đã phát triển. Nếu chia cho từng đầu người thì trong năm 2001, bình quân mỗi người dân Canada mang về cho đất nước một lượng ngoại tệ là 13.200 USD. Trong số sản phẩm xuất khẩu của Canada thì hàng hoá công nghiệp, máy móc thiết bị và các loại phương tiện vận chuyển chiếm một tỉ lệ cao hơn cả. Năm 2001, ba nhóm mặt hàng này đạt gần 260 tỉ kim ngạch xuất khẩu, tức hơn 62% tổng kim ngạch xuất khẩu. Sở dĩ kim ngạch xuất khẩu của những mặt hàng này lại cao như vậy là bởi vì Canada là một đất nước giàu tài nguyên thiên nhiên đặc biệt là khoáng sản. Canada đứng đầu thế giới về bạch kim, uran kim loại, amiăng, đứng thứ hai về thủy điện, coban, thứ ba về bạc, thứ tư về chì, thứ năm về đồng. Nguồn khoáng sản giàu có này tạo điều kiện cho Canada phát triển mạnh công nghiệp nội địa và xuất khẩu. Hơn nữa chính do hiện tượng giá cánh kéo (đó là hiện tượng giá những mặt hàng thô sơ chế thấp lại tăng chậm và giảm nhanh trong lúc giá những mặt hàng công nghiệp và chế biến cao lại tăng nhanh và giảm chậm) nên làm cho kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng công nghiệp, máy móc thiết bị và phương tiện vận chuyển lớn vì vậy chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Ngành có kim ngạch xuất khẩu chiếm tỉ trọng thấp nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu là hàng hóa tiêu dùng khác (tỷ trọng trung bình khoảng 3,692%) và tiếp theo đó là các sản phẩm nông và ngư nghiệp, sản phẩm năng lượng, sản phẩm lâm nghiệp với tỷ trọng lần lượt là 7,38%; 10,016%; 12,684%. Với điều kiện tự nhiên ưu đãi, ngành nông và ngư nghiệp của Canada đã hoạt động có hiệu quả và thiết thực nên đã đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trong lĩnh vực này. Kim ngạch xuất khẩu của

ngành này đã liên tục tăng qua các năm với tốc độ tăng bình quân cao 7,348%. Tuy nhiên do giá trị các sản phẩm nông và ngư nghiệp xuất khẩu ngày càng rẻ nên tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của lĩnh vực này còn nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

Về tốc độ tăng trưởng, kim ngạch xuất khẩu của các ngành liên tục tăng qua các năm với tốc độ khá cao. Kim ngạch xuất khẩu của các sản phẩm nông và ngư nghiệp, sản phẩm năng lượng, hàng công nghiệp và nguyên liệu, máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển, hàng hóa tiêu dùng tăng bình quân lần lượt là 5,7%; 19,13%; 2,9%; 4,2%; 9,7%; 7,52%; 10,47%. Đây là tỷ lệ tăng trưởng khá cao của nền kinh tế phát triển. Trong các ngành này thì ngành năng lượng có kim ngạch xuất khẩu đạt tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất 19,13% và kim ngạch xuất khẩu của sản phẩm lâm nghiệp có tốc độ tăng trưởng thấp nhất là 2,9%.

Qua sự phân tích trên ta thấy hoạt động xuất khẩu của Canada nói chung rất phát triển cho thấy hình ảnh của một nền kinh tế phát triển.

#### **4.2 Hoạt động nhập khẩu**

Để thấy được tình hình nhập khẩu của Canada, chúng ta hãy nghiên cứu bảng sau:



*Tình hình nhập khẩu của Canada qua các năm 1997-2001*

**Đơn vị: Triệu USD**

	1997		1998		1999		2000		2001		Tỉ trọng bình quân (%)	Tốc độ phát triển bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
Tổng kim ngạch nhập khẩu	277.726,5	100	303.398,6	100	326.961,2	100	363.431,8	100	350.622,7	100	100	6
1) SP nông và ngư nghiệp	15.650,9	5,64	17.253,9	5,69	17.655,5	5,4	18.558,3	5,11	20.359,1	5,8	5,528	6,8
1.1. Rau quả	4.354,5		4.713,9		4.929,7		5.118,1		5.446,0			
1.2. SP. Nông và ngư nghiệp khác	11.96,2				12.539,9		13.440,1		14.913,0			
2. SP năng lượng	10.627,6	3,83	8.633,6	2,85	10.707,9	3,27	17.860,1	4,91	17.752,7	5,06	3,934	13,69
2.1. Dầu thô	7.189,4		5.227,4		7.160,3		13.436,6		12.814,5			
2.2. SP năng lượng khác	3.438,2		3.406,2		3.547,6		4.423,5		4.938,2			
3. SP lâm nghiệp	2.386,1	8,59	2.502,8	8,25	2.743,3	8,39	3.063,2	8,43	2.886,3	8,234	8,378	4,9
4. Hàng CN và nguyên liệu	54.562,5	19,65	60.293,0	19,87	62.173,3	19,01	70.476,3	19,39	68.456,6	19,52	19,49	5,84
4.1 Kim loại và quặng kl	14.393,9		15.333,6		14.097,9		16.680,3		15.230,4			
4.2 Hoá chất và nhựa các loại	19.609,9		21.512,5		22.668,4		24.451,1		25.199,8			
4.3 SP CN và nguyên liệu khác	20.558,7		23.446,9		25.407,0		29.344,9		28.026,4			
5. Máy móc và thiết bị	91.338,7	32,89	101.124,0	33,33	108.247,5	33,11	122.786,9	33,79	112.422,4	34,92	33,608	5,31
5.1 Máy móc Công và nông nghiệp	25.623,1		28.207,5		27.813,3		29.805,5		28.194,4			
5.2 Máy bay và thiết bị vận tải	10.991,9		12.494,2		13.240,6		14.583,6		16.233,0			
5.3 Máy móc và thiết bị văn phòng	14.880,8		15.747,3		15.747,3		19.297,7		17.748,9			
5.4 Máy móc thiết bị khác	39.842,9		44.675,0		50.290,9		59.100,1		50.246,1			

## Khoá luận tốt nghiệp

	1997		1998		1999		2000		2001		Tỉ trọng bình quân (%)	Tốc độ phát triển bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
6. Máy móc tự động	60.825,6	21,9	66.789,8	20,01	75.933,7	23,22	77.430,8	23,31	72.545,5	20,69	21,426	4,5
6.1 Ô tô hành khách	17.688,8		17.630,4		19.589,8		21.723,3		22.216,2			
6.2 Xe tải và xe chở hàng khác	8.598,3		9.653,0		10.652,0		10.751,8		9.593,9			
6.3 Phụ tùng xe tải	34.538,5		39.506,4		45.691,9		44.955,7		40.735,4			
Hàng tiêu dùng	29.765,8	10,72	34.576,0	11,4	36.999,4	11,32	40.109,3	11,04	42.926,9	12,24	11,344	9,59
7.1 Quần áo và giày dép	5.811,4		6.617,5		6.856,3		7.537,7		8.285,7			
7.2 Hàng hóa tiêu dùng khác	23.954,4		27.958,5		30.143,1		32.571,6		34.641,2			
8. Hàng hóa kinh doanh đặc biệt	6.954,9	2,5	6.339,2	2,09	6.343,1	1,94	6.648,7	1,83	6.648,7	1,9	2,052	-4,4
9. Hàng hoá khác	5.614,5	2,02	5.886,5	1,94	6.157,8	2,03	6.498,2	1,79	6.430,2	1,83	1,922	14,53

*Nguồn: IPTC-Thông tin cho doanh nghiệp Việt Nam-Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web*

[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm)



Từ bảng phân tích trên ta thấy tổng kim ngạch nhập khẩu liên tục tăng qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao 6% nhưng vẫn nhỏ hơn tốc độ tăng của kim ngạch xuất khẩu. Đồng thời do giá trị của kim ngạch xuất khẩu lớn hơn kim ngạch nhập khẩu nên trong những năm qua Canada luôn ở trong tình trạng xuất siêu. Nhìn vào các bảng phân tích trên, điều có thể thấy rõ là một tình trạng xuất siêu liên tục qua các năm, nói lên ưu thế về ngoại thương của nền kinh tế Canada, cụ thể như sau:

*Cân đối xuất-nhập khẩu của Canada những năm 1997-2001*

*Đơn vị tính: triệu USD*

Thời điểm	Kim ngạch XK	Kim ngạch NK	Xuất siêu
1997	303.378,2	277.726,5	25.651,7
1998	327.161,5	303.398,6	23.762,9
1999	367.170,9	326.961,2	40.209,7
2000	425.587,2	363.431,8	62.155,4
2001	414.638,2	350.622,7	64.015,5

*Nguồn: ITPC - Thông tin cho các DN VN - Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm)*

Khuynh hướng xuất siêu cũng gia tăng theo từng năm (ngoại trừ năm 1998), với 8,5% năm 1997 đã tăng lên gần 15,5% năm 2001.

Đối chiếu với các mặt hàng xuất khẩu, các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu cũng tương ứng nghĩa là Canada vẫn nhập khẩu nhiều máy móc thiết bị, hàng công nghiệp và vận chuyển song cơ cấu mỗi thành phần có khác đi phần nào.

Về tỉ trọng, trong các mặt hàng nhập khẩu thì kim ngạch nhập khẩu của máy móc thiết bị chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch ( trung bình khoảng 33,608 %) tiếp theo là kim ngạch nhập khẩu của máy móc tự động khác, hàng công nghiệp và nguyên liệu, hàng tiêu dùng, sản phẩm lâm nghiệp, sản phẩm nông và ngư nghiệp, sản phẩm năng lượng và cuối cùng là các loại hàng hóa khác chiếm tỷ trọng lần lượt là 21,426%; 19,49%; 11,344%; 8,378%; 5,528%; 3,948%;

1,922%. Mặc dù kim ngạch nhập khẩu của hàng hóa kinh doanh đặc biệt giảm với tốc độ trung bình khoảng 4,4% nhưng do tỉ trọng của kim ngạch nhập khẩu của hàng hóa này trong tổng kim ngạch nhập khẩu nhỏ (trung bình khoảng 1,9 %) nên không ảnh hưởng nhiều đến tổng kim ngạch nhập khẩu. Đồng thời kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng khác đều tăng nên tổng kim ngạch nhập khẩu vẫn tăng ở tốc độ cao 6%. Mặc dù có những ngành tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu đều lớn hơn tốc độ tăng trưởng của kim ngạch xuất khẩu nhưng do kim ngạch nhập khẩu của những mặt hàng này thấp hơn nhiều so với kim ngạch nhập khẩu nên vẫn tiết kiệm được lượng ngoại tệ đáng kể. Chẳng hạn trong khi kim ngạch xuất khẩu của sản phẩm nông và ngư nghiệp sản phẩm lâm nghiệp, hàng công nghiệp và nguyên liệu tăng với tốc độ bình quân lần lượt là 5,7%; 2,9%; 4,2% thì kim ngạch nhập khẩu của những mặt hàng này tăng với tốc độ bình quân là 6,8%; 4,1%; 5,84% thế nhưng những ngành này vẫn tiết kiệm được lượng ngoại tệ đáng kể. Năm 2001, kim ngạch nhập khẩu của sản phẩm nông và ngư nghiệp, sản phẩm lâm nghiệp lần lượt là 20359,1 triệu USD; 8863 triệu USD thì kim ngạch xuất khẩu của chúng lần lượt là 30833,4 triệu USD, 39309,2 triệu USD, do đó lượng ngoại tệ tiết kiệm lần lượt là 511925 triệu USD, 104462 triệu USD. Đặc biệt đối với sản phẩm năng lượng thì kim ngạch xuất khẩu của sản phẩm này vừa lớn hơn nhiều so với kim ngạch nhập khẩu lại có tốc độ phát triển cao hơn nên tiết kiệm được lượng ngoại tệ lớn. Năm 2001 mức nhập khẩu là 17752 tỉ USD trong khi xuất khẩu 54,743 tỉ USD. Vì vậy nhìn chung tổng kim ngạch xuất khẩu lớn hơn tổng kim ngạch nhập khẩu nên Canada luôn trong tình trạng xuất siêu.

### **4.3 Các ban hàng chính của Canada**

#### ***4.3.1. Tình hình xuất khẩu hàng của Canada sang các nước***

Những dữ liệu trên cho thấy nền ngoại thương Canada khá ổn định, đang có chiều hướng ngày một phát triển. Sự thành công này có sự góp phần của một mạng lưới khách hàng "chí cốt" cùng một quan hệ giao thương thoáng và tôn trọng lợi ích của các bên hợp tác.

Chúng ta hãy nghiên cứu tình hình xuất khẩu hàng hoá của Canada sang các nước qua bảng số liệu sau:

*Tình hình xuất hàng của Canada sang các nước những năm 1996-2001*

**Đơn vị : Nghìn USD**

	1996		1997		1998		1999		2000		2001		Ti trọng bình quân (%)
	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	
Tổng KNXX	280.07,3	100	303.378,2	100	327.161,5	100	367.170,9	100	425.587,2	100	414.638,2	100	100
Mỹ	222.461,3	79,43	242.542,3	79,95	269.318,9	82,32	309.075,1	84,18	359.671,6	84,51	350.908,1	84,63	82,5
Nhật	12.423,4	4,44	11.25,5	0,37	9.745,8	2,98	9.855,3	2,68	10.701,3	2,51	9.481,5	2,29	2,545
LH Anh	4608,5	1,65	4.689,5	1,55	5.323,3	1,63	5.844,1	1,59	6.903,1	1,62	6.573,5	1,59	1,605
Các nước EU khác (2)	12.796,3	4,57	13.260,4	4,37	14.000,5	4,28	14.068,0	3,83	15.982,0	3,35	15.726,7	3,8	4,06
Các nước OECD (3)	5.087,8	1,82	8.849,0	2,92	9.120,9	2,79	9.514,4	2,59	10.899,3	2,56	10.925,4	2,63	2,55
Các nước khác (4)	22.702,0	8,11	22.111,6	7,29	19.652,2	6	18.814,1	5,12	21.429,9	5,04	21.023	5,07	6,105

**Ghi chú:**

- 1) Gồm cả Puerto Rico và đảo Virgin
- 2) EU: Cộng đồng kinh tế châu Âu
- 3) OECD: Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế, ngoại trừ Mỹ, Nhật,  
Liên Hiệp Anh
- 4) Các nước không nằm trong EU và OECD.

*Nguồn: ITPC - Thông tin cho các DN VN - Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web*

[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm)

Bảng kê trên cho thấy Mỹ là bạn hàng "khổng lồ" của Canada. Giá trị hàng hoá mà Mỹ nhập khẩu từ Canada chiếm tỷ trọng trung bình lớn nhất là 82,55% tổng kim ngạch xuất khẩu của Canada. Trong kim ngạch xuất khẩu năm 2001 của Canada (414,638 tỉ USD), Mỹ đã nhập từ nước này một lượng hàng trị giá 350,908 tỉ USD, chiếm đến 84,6% tổng kim ngạch xuất khẩu. Phần 15,4% còn lại trị giá 63,7 tỉ USD chia cho các khối Liên hiệp Anh, EU, OECD và các nước khác. Bù lại, Mỹ cũng là nước bạn hàng xuất nhiều nhất cho Canada.

#### ***4.3.2 Tình hình nhập hàng của Canada từ các nước***

*Tình hình nhập hàng của Canada từ các nước những năm 1996-2000*

*Đơn vị : Nghìn USD*

	1996		1997		1998		1999		2000		2001		Tỉ trọng bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	
Nhập khẩu	237.688,6	100	277.726,5	100	303.398,6	100	326.961,2	100	363.431,8	100	350.622,7	100	100
Mỹ (1)	180.010,1	75,73	211.450,8	76,14	233.777,6	77,05	249.420,6	76,28	267.753,6	73,67	255.028,2	72,74	75,27
Nhật	7.227,4	3,04	8.711,0	3,14	9.671,8	3,19	10.592,2	3,24	11.728,6	3,2	10.585,2	3,02	3,14
LH Anh	5.581,1	2,35	6.126,5	2,21	6.083,1	2	7.685,4	2,35	12.287,0	3,38	11.863,4	3,38	2,61
Các nước EU khác (2)	14.994,7	6,31	18.112,9	6,52	19.141,2	6,31	20.765,8	6,35	21.176,3	5,83	23.225,1	6,62	6,32
Các nước OECD (3)	9.040,6	3,8	11.376,7	4,1	11.398,8	3,76	13.257,2	4,05	18.947,1	5,2	18.626,2	5,31	4,37
Các nước khác(4)	20.834,6	8,77	21.948,7	7,9	23.326,1	7,72	25.240,1	7,69	31.539,3	8,68	31.294,7	8,93	8,28

Ghi chú: 1), 2), 3), 4) như bảng trên

*Nguồn: IPTC-Thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam- Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web*

*[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttnn.htm)*

Từ bảng trên ta thấy giá trị hàng hoá mà Canada nhập khẩu từ Mỹ chiếm tỷ trọng trung bình lớn nhất trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Canada: 75,27%, sau đó đến các nước khác (8,28%), các nước EU khác (6,32%), các nước OECD (4,37%), Nhật (3,14%), và cuối cùng từ Anh (2,61%). Chẳng hạn, năm 2001, Canada nhập khẩu một lượng hàng hóa trị giá 350,622 tỉ USD, trong đó phần nhập khẩu từ Mỹ đã chiếm đến 255,028 tỉ USD (72,74%). Nhật là nước có một tiềm năng xuất khẩu nhưng cũng chỉ chiếm được một thị phần bằng 3% doanh số nhập khẩu của Canada.

*Cân đối kim ngạch xuất-nhập khẩu của Canada với các nước  
bạn hàng những năm 1996-2001*

*Đơn vị: Nghìn USD*

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Cân đối X-N	42.390,7	25.651,7	23.762,9	40.209,7	62.155,4	64.015,5
Mỹ (1)	42.451,2	31.091,5	35.541,3	59.654,5	91.918,0	95.879,9
Nhật	5.196,0	3.214,5	74,0	-736,9	-1.027,3	-1.103,7
LH Anh	-972,6	-1.437,0	-759,8	-1.841,3	-5.383,9	-5.289,9
Các nước EU khác (2)	-2.198,4	-4.852,5	-5.140,7	-6.697,8	-5.194,3	-7.498,4
Các nước OECD (3)	-3.952,8	-2.527,7	-2.277,9	-3.742,8	-8.047,8	-7.700,8
Các nước khác (4)	1.867,4	162,9	-3.673,9	-6.426,0	-10.109,4	-10.271,7

*Ghi chú: 1), 2), 3), 4) như bảng trên*

*Nguồn: IPTC-Thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam- Nghiên cứu thị trường nước ngoài thuộc trang web*

*[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuuttnn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuuttnn.htm)*

Xem như trên, có thể thấy rằng trong cân đối xuất nhập khẩu, Canada chỉ xuất siêu với Mỹ, và nhập siêu với tất cả các nước còn lại. Tuy nhiên, tổng số nhập siêu vẫn chưa đủ để ảnh hưởng đến kết quả thành công của giao dịch ngoại thương vì khoản xuất siêu của Canada cho Mỹ lấn át các khoản nhập siêu từ các nước khác (95,880 tỉ USD xuất siêu so với 31,864 tỉ USD nhập siêu).

## **II. QUAN HỆ VIỆT NAM - CANADA**

### **1. Lịch sử quan hệ Việt Nam - Canada**

Quan hệ ngoại giao Việt Nam và Canada được thiết lập chính thức vào năm 1973. Bốn năm sau (1977), Chính phủ Việt Nam đặt Đại sứ quán tại Ottawa, còn Canada cử phái bộ ngoại giao đến Việt Nam chậm hơn, vào năm 1991, hai năm sau (1993), nâng lên cấp Đại sứ quán. Năm 1994, Tổng lãnh sự quán Canada được thành lập tại thành phố Hồ Chí Minh. Trong thời gian này, những cuộc thăm viếng cao cấp diễn ra thường xuyên để củng cố tình hữu nghị và mở rộng quan hệ thương mại giữa hai nước. Cũng trong năm 1994, hai Thỏa hiệp đã được hai nước ký kết, đó là Thỏa hiệp về hợp tác kinh tế và Thỏa hiệp hợp tác phát triển.

Tháng 11 năm 1995, hai bên ký tiếp một Thỏa ước thương mại và hai năm sau, tháng 11-1997, lại ký tiếp một Thỏa ước tránh đánh thuế hai lần. Mức độ giao dịch giữa hai nước từ 60 triệu USD năm 1994 tăng lên 236 triệu USD vào năm 1998 và tiếp tục tăng lên theo thời gian.

Về mặt đầu tư, Cơ quan phát triển quốc tế Canada (CIDA) và Trung tâm nghiên cứu phát triển quốc tế Canada (IDRC) có những dự án đầu tư



quan trọng tại Việt Nam. Năm 1996, Hiệp hội thương mại Canada\_Việt Nam (CVBA) ra đời là cầu nối quan trọng giữa doanh nhân hai nước. Trong những năm cuối thập niên 1990, kim ngạch xuất nhập khẩu của hai đạt trên 250 triệu USD và có chiều hướng gia tăng trong đầu thiên niên kỉ mới.

## **2. Ý nghĩa của sự phát triển quan hệ hai nước**

Mặc dù quan hệ Việt Nam và Canada mới kéo dài có 30 năm nhưng có ý nghĩa lớn đối với sự phát triển quan hệ nói chung và hợp tác kinh tế thương mại nói riêng giữa hai nước.

Trước hết, mỗi quan hệ này có ý nghĩa lớn đối với sự phát triển quan hệ nói chung của hai nước. Sự phát triển quan hệ hai nước phù hợp với nguyện vọng đông đảo tầng lớp nhân dân hai nước và phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế, mở rộng cơ hội giao lưu hợp tác phát triển về mọi lĩnh vực giữa hai nước. Đó là quá trình tất yếu góp phần vào sự nghiệp hoà bình, ổn định hợp tác phát triển trong khu vực cũng như trên toàn thế giới.

Sau nữa, mỗi quan hệ này còn thúc đẩy sự hợp tác kinh tế thương mại giữa hai nước. Trong ba thập kỉ qua, Canada và Việt Nam đã kí với nhau một loạt các điều ước kinh tế thương mại như : Hiệp định hợp tác kinh tế kĩ thuật giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Quebec (16/1/1992), Hiệp định chung về hợp tác phát triển giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Canada (21/6/1994), Bản ghi nhớ giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Canada về một số sản phẩm dệt (16/11/1994), Tuyên bố thoả thuận về hợp tác phát triển giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Canada (16/11/1994), Hiệp định giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Canada về thương mại và mậu dịch (13/11/1995), Hiệp định giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Canada 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 Việt Nam-Canada về dự án dịch vụ và

phát triển hạ tầng (7/3/2000), Bản ghi nhớ Việt Nam-Canada về dự án Trường cao đẳng cộng đồng (11/9/2001), Bản ghi nhớ Việt Nam-Canada về dự án hỗ trợ chính sách giai đoạn II (25/7/2001). Vì vậy mà trong trong thời gian qua hai nước đã tạo được môi trường hợp tác và tin tưởng lẫn nhau và với lòng tin giờ đây hai nước có thể hợp tác trên mọi lĩnh vực, thương mại, văn hoá, viện trợ bởi vì sự hợp tác này sẽ mang lại lợi ích cho hai bên.

Canada sẽ thu được rất nhiều lợi ích khi thâm nhập vào thị trường Việt Nam. Ngoài giá trị về địa lí-kinh tế - quân sự, Việt Nam còn có vị trí địa lí-kinh tế quan trọng. Dung lượng thị trường của Việt Nam hiện nay chưa lớn nhưng về tiềm năng lại không nhỏ một khi Việt Nam trở thành “ con rồng mới “ ở Đông Nam á trong tương lai không xa. Điều này được chứng minh bằng sự phát triển kinh tế cao và ổn định trong thời gian qua. Những lợi thế của Việt Nam cũng không phải nhỏ với nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và còn ở mức sơ khai đặc biệt là tiềm năng về dầu khí, khoáng sản, nông lâm hải sản với nguồn nhân lực dồi dào, cần cù và có trình độ giáo dục tốt. Với số dân hơn 80 triệu và mức sống đang cần được cải thiện sẽ kéo theo sự gia tăng về nhu cầu tiêu dùng, làm Việt Nam trở thành một thị trường nhiều tiềm năng, có sức hấp dẫn đối với các nhà kinh doanh quốc tế. Hơn nữa nhà nước ta đang thực hiện chính sách mở cửa đổi mới hệ thống kinh tế, tạo một môi trường kinh doanh thuận lợi nhằm thu hút đầu tư và buôn bán. Những điều này sẽ tạo ra một hình ảnh mới đầy hứa hẹn với các nhà kinh doanh nói chung và của Canada nói riêng.

Đối với Việt Nam, quá trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới và tạo lập quan hệ với các nước sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam phát triển nhanh chóng và rút ngắn khoảng cách với các nền kinh tế trong khu vực và quốc tế. Ngoài các nước ASEAN, các nước khác cũng luôn tạo ra sức ép cho Việt Nam phải xúc tiến việc hội nhập. Quá trình này sẽ thúc đẩy Việt Nam chuyển đổi nền kinh tế mạnh mẽ hơn sang cơ chế thị trường với định hướng hơn nữa vào xuất

khẩu, cải thiện hơn nữa mạng lưới buôn bán. Chiều hướng này sẽ có lợi cho chúng ta là đưa nền kinh tế lên một quy mô lớn hơn, có sự liên kết chặt chẽ hơn với nền kinh tế thế giới, thay thế cho chính sách sản xuất thay thế nhập khẩu trước đây đã bị lạc hậu. Đồng thời quá trình này cũng giúp các doanh nghiệp Việt Nam có thêm cơ hội tìm hiểu và xâm nhập vào thị trường mới, nhiều tiềm năng như thị trường Canada chẳng hạn. Thị trường Canada là một thị trường lớn, dân số đông, đời sống nhân dân cao, kinh tế phát triển do đó sức mua đối với những mặt hàng mà chúng ta có thể mạnh rất lớn. Nhưng bên cạnh đó cũng đòi hỏi ở người cung cấp một chất lượng cao tương xứng. Do đó nó đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải tự nâng cao trình độ nghiệp vụ trong kinh doanh và chất lượng của hàng hoá của mình để có thể khai thác hiệu quả, tương xứng với tầm vóc của thị trường này. Cũng từ thị trường này, chúng ta có thể nhập khẩu những loại máy móc thiết bị kỹ thuật cao, những hàng hoá cần thiết cho sản xuất công nghiệp ở Việt Nam. Từ đó chúng ta sẽ thúc đẩy nền công nghiệp phát triển hơn nữa, tạo thêm nhiều công ăn việc làm, giảm tỉ lệ thất nghiệp và dần nâng cao đời sống nhân dân.

CHƯƠNG II:  
CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VÀ THỰC TRẠNG QUAN HỆ NGOẠI  
THƯƠNG VIỆT NAM – CANADA

Để có thể đưa ra các kiến nghị hiệu quả phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Canada, chúng ta cần phải hiểu rõ chính sách đối ngoại nói chung và ngoại thương nói riêng giữa hai nước cũng như thực trạng quan hệ thương mại giữa hai nước. Trước hết chúng ta hãy tìm hiểu về chính sách ngoại thương giữa hai nước.

**I. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA**

**1. Những mặt tích cực**

Chính sách đối ngoại nói chung và ngoại thương nói riêng giữa hai nước nhìn chung rất cởi mở và hợp tác cả trên bình diện song phương và đa phương. Hai nước có nhiều điểm tương đồng trong các quan điểm về chính sách đối ngoại và có tiềm năng hợp tác nhiều mặt.

*Về quan hệ đa phương*, chúng ta cũng đã và đang chứng kiến sự hợp tác giữa hai nước ngày càng tăng. Hai nước ngày càng hợp tác trên nhiều tổ chức và diễn đàn khu vực và quốc tế hơn. Sự hợp tác ngày càng cụ thể và có chiều sâu hơn. Canada và Việt Nam cũng nỗ lực vì các mục tiêu quốc tế trong diễn đàn của Liên Hiệp quốc, kể từ khi Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức này từ cuối những năm 1970. Hội nghị thượng đỉnh APEC 11/1997 do Canada làm chủ tịch ở Van-cu-vo đã quyết định kết nạp Việt Nam vào APEC trong năm 1998. Từ đó đến nay, hai nước luôn tích cực hợp tác trong diễn đàn này. Tổ chức các nước có sử dụng tiếng Pháp cũng là một diễn đàn đa phương quan trọng thể hiện sự hợp tác rõ nét giữa hai nước. Đây là diễn đàn quan trọng mà hai nước đã hợp tác nhiều mặt để thúc đẩy mục tiêu và lợi ích

chung. Canada là một trong những nước giúp đỡ và ủng hộ mạnh mẽ Việt Nam trong lĩnh vực thương mại đa phương nói chung và gia nhập WTO nói riêng. Canada là một trong những nước thành viên WTO đầu tiên ủng hộ và giúp đỡ thiết thực nhất cho việc gia nhập tổ chức này của Việt Nam.

*Về quan hệ song phương*, hai nước đã có mối quan hệ hợp tác mang tính chất truyền thống, đối tác tin cậy. Việt Nam và Canada đã thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1973 khi mà cuộc chiến tranh ở Việt Nam còn chưa kết thúc. Canada đã có những đóng góp tích cực cho công cuộc đấu tranh vì hoà bình của nhân Việt Nam.

Từ những năm đầu 1990, chúng ta đã và đang chứng kiến sự phát triển ngày càng tốt đẹp giữa hai nước. Có thể nói rằng hiện nay quan hệ giữa hai nước đã chuyển sang một thời kì mới, thời kì hợp tác toàn diện trên nhiều mặt. Một loạt các hiệp định hợp tác giữa hai nước đã được kí kết như: Hiệp định hợp tác kinh tế (6/1994), Hiệp định hợp tác phát triển (11/1994), Hiệp định thương mại (11/1995), Hiệp định tránh đánh thuế hai lần (11/1997). Những hiệp định này đặc biệt là hiệp định thương mại đã thể hiện rõ chính sách ngoại thương cởi mở và hợp tác giữa hai nước.

Tính cởi mở và hợp tác của chính sách ngoại thương giữa hai nước thể hiện trước hết ở mục tiêu của chính sách ngoại thương đó. Mục tiêu của chính sách ngoại thương của hai nước đối với nhau đã được cụ thể hoá trong các điều khoản của các hiệp định là nhằm :

- Thiết lập một khuôn khổ cân bằng về quyền và nghĩa vụ và các quy tắc được đôi bên thoả thuận để thực hiện quan hệ thương mại và mậu dịch giữa Việt Nam và Canada.
- Đảm bảo các điều kiện và đẩy mạnh sự tăng trưởng và phát triển mậu dịch hai chiều giữa các bên vì lợi ích chung.

- Hỗ trợ cho việc phát triển kinh tế bền vững của các bên và tăng cường hợp tác thương mại giữa các bên vì lợi ích chung.

Tính cởi mở và hợp tác của chính sách ngoại thương giữa hai nước còn thể hiện trong nội dung của hiệp định, cụ thể là:

-Một: Việt Nam và Canada cam kết dành cho nhau quy chế đãi ngộ tối huệ quốc ( tức là bất cứ thuận lợi, ưu đãi, đặc quyền hoặc miễn trừ mà một trong các bên dành cho bất kỳ sản phẩm nào có xuất xứ hoặc được gửi tới bất kỳ nước thứ ba nào khác thì cũng lập tức và không điều kiện được dành cho những sản phẩm tương tự có xuất xứ ở, hoặc được gửi tới lãnh thổ của bên kia). Quy chế này tạo điều kiện thuận lợi phát triển thương mại giữa hai nước.

-Hai: Hai bên phải tạo điều kiện thuận lợi phát triển thương mại giữa hai nước cụ thể như sau:

- Các bên sẽ giúp đỡ các doanh nghiệp của mình trong việc hợp tác và liên doanh để sản xuất và chế biến xuất khẩu sang các nước thứ ba vì lợi ích chung.
- Các bên sẽ khuyến khích và tạo điều kiện dễ dàng cho việc thiết lập mối quan hệ giữa Công ty phát triển xuất khẩu của Canada, hoặc một tổ chức hay các tổ chức kế thừa nó, với Ngân hàng Trung ương Việt Nam, hoặc một tổ chức của Việt Nam và được phía Việt Nam chỉ định, có thể chấp nhận được, và có hoạt động với đầy đủ lòng trung thành và uy tín về mặt tài trợ cho kinh doanh buôn bán các tư liệu sản xuất, các dịch vụ và hàng hoá, dựa trên sự đánh giá hợp lý về rủi ro thương mại và khi thích hợp, thì căn cứ vào sự đảm bảo của Nhà nước về những rủi ro đó.
- Mỗi bên sẽ kịp thời công bố tất cả các luật lệ và quy chế có liên quan đến hoạt động mậu dịch bao gồm cả thương mại, đầu tư, thuế, ngân hàng, bảo hiểm, các dịch vụ tài chính, vận tải và lao động.

- Mỗi bên sẽ dành cho những tác nhân có quan tâm của bên kia được tiếp xúc với các dữ liệu đã lưu hành, không phải là dữ liệu bí mật, không phải là dữ liệu thuộc sở hữu riêng về tình hình kinh tế quốc dân và tình hình từng ngành công nghiệp, nông nghiệp, hàng hoá, hoặc dịch vụ cụ thể, bao gồm cả dữ liệu về ngoại thương và đầu tư.

-Bốn: Các bên có quyền tự do thoả thuận các điều kiện thanh toán, luật áp dụng cho các hợp đồng và việc giải quyết tranh chấp. Quy định này đảm bảo tính tự nguyện, bình đẳng của các bên khi tham gia thương mại.

Tất cả các quy định của hiệp định đều dựa trên nguyên tắc: không phân biệt đối xử, minh bạch, có đi có lại và cạnh tranh công bằng. Điều đó thể hiện tính cởi mở và hợp tác trong chính sách ngoại thương giữa hai nước.

## **2 Những mặt hạn chế**

Mặc dù chính sách ngoại thương giữa Canada và Việt Nam nhìn chung cởi mở và hợp tác nhưng vẫn còn những hạn chế nhất định, cụ thể là:

-Quy chế đãi ngộ tối huệ quốc mà hai nước cam kết dành cho nhau vẫn còn giới hạn ở những lĩnh vực nhất định (xem Hiệp định về Thương mại và Mậu dịch giữa Chính phủ CHXHCNVN và Chính phủ Cộng hoà Canada ký ngày 13 tháng 11 năm 1995 tại Hà Nội).

-Hai nước vẫn có quyền đưa thành luật và thi hành những luật pháp và thể lệ nhằm bảo vệ nền sản xuất trong nước như hàng rào thuế quan và phi quan thuế áp dụng cho các sản phẩm nhập khẩu với khối lượng tăng và với những điều kiện gây hoặc đe dọa gây tổn thương nghiêm trọng cho các nhà sản xuất trong nước làm những mặt hàng tương tự hoặc những mặt hàng cạnh tranh trực tiếp với các sản phẩm đó. Điều này tạo nên môi trường cạnh tranh không công bằng cho hai nước, gây cản trở đến sự phát triển thương mại hai nước.

Từ những phân tích trên ta thấy rằng chính sách ngoại thương giữa hai nước cần phải thông thoáng, tự do hơn nữa để phù hợp với xu thế chung của cả thế giới nhằm đẩy mạnh hơn nữa thương mại giữa hai nước.

## **II. THỰC TRẠNG QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CANADA**

### **1. Tình hình chung**

Việt Nam và Canada đã chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1973. Nhiều nhà lãnh đạo cao cấp của chính phủ hai nước đã thăm và làm việc với nhau. Nhiều hiệp định quan trọng về hợp tác đầu tư và thương mại giữa hai nước đã được kí kết (xem trang 49).

Từ năm 1994, hai bên đã tiến hành thảo luận ở cấp chuyên viên về Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư. Tuy nhiên, do đang trong quá trình đàm phán thành lập Khu vực thương mại tự do Bắc Mỹ (NAFTA), Canada đề nghị tạm dừng thảo luận vấn đề này để có thời gian xem xét, cân đối với các cam kết về đầu tư trong khuôn khổ NAFTA. Từ năm 1995 đến nay, Canada chưa bày tỏ ý định đàm phán, ký kết Hiệp định này. Vì vậy, mấy năm qua mặc dù kinh tế các nước Đông Nam Á có giảm sút song thương mại Việt Nam và Canada vẫn tiếp tục phát triển nhưng ở mức khiêm tốn, hiện đạt khoảng 130 triệu đô la Mỹ/năm, trong đó trong nhiều năm ta xuất siêu sang Canada, cụ thể như sau:



*Tình hình xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Canada những năm 1998-2003*

**Đơn vị : triệu USD**

Năm	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Tốc độ tăng bình quân (%)
Kim ngạch xuất khẩu	80,2	206,456	222,650	252,455	280	294,56	29,72
Kim ngạch nhập khẩu	41,3	46,039	50,173	56,808	70	73,85	12,33
Giá trị xuất siêu của Việt Nam sang Canada	38,9	161,417	172,477	195,647	210	220,71	
% tăng của giá trị xuất siêu	44,07	314,95	6,85	13,43	7,34	5,1	41,51
Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu	121,5	253,495	272,823	369,263	350	368,41	
% tăng của tổng kim ngạch xuất nhập khẩu	69,43	108,64	7,62	13,36	13,17	5,26	24,84

*Nguồn: Niên giám thống kê, Hà Nội, 1999*

*Thương vụ Việt Nam tại Canada*

Từ bảng trên ta thấy tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và giá trị xuất siêu từ Việt Nam sang Canada liên tục tăng qua các năm với tốc độ tăng bình quân cao lần lượt là 24,84% và 41,51%. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu liên tục tăng qua các năm đặc biệt là năm 1999, kim ngạch xuất nhập khẩu đã tăng tới

108,64% so với năm 1998 tức tăng hơn hai lần so với năm 1998. Sở dĩ tổng kim ngạch xuất khẩu và giá trị xuất siêu tăng liên tục với tốc độ cao qua các năm là bởi vì kim ngạch xuất khẩu và kim ngạch nhập khẩu đã tăng liên tục với tốc độ khá cao mà trong đó tốc độ tăng của kim ngạch xuất khẩu lớn hơn nhiều so với tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu. Tốc độ tăng bình quân của kim ngạch xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu lần lượt là 29,72%; 12,33%. Vì vậy mặc dù vào năm 1995 Việt Nam còn ở trạng tình trạng nhập siêu nhưng sang năm 1997, Việt Nam đã xuất siêu sang Canada và những năm sau đó liên tục xuất siêu sang Canada.

Để hiểu rõ hơn tình hình thương mại giữa hai nước, chúng ta đi sâu nghiên cứu vào từng lĩnh vực cụ thể mà trước hết là lĩnh vực xuất khẩu.

## **2. Tình hình xuất khẩu hàng của Việt Nam sang Canada**

Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Canada được thể hiện ở bảng sau:

*Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Canada những năm 1998-2003*

***Đơn vị : Triệu USD***

Năm	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Tốc độ tăng bình quân (%)
Kim ngạch xuất khẩu	80,2	207,456	222,650	252,455	280	294,56	
% tăng hằng năm của kim ngạch xuất khẩu	25,51	158,67	7,32	13,39	25,87	5,2	29,72

*Nguồn: Niên giám thống kê, Hà Nội, 1999*

*Thương vụ Việt Nam tại Canada*

Từ bảng trên ta thấy, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada liên tục tăng qua các năm (1998-2003) với tốc độ tăng bình quân cao: 29,72% đặc biệt vào 1999, tốc độ tăng của kim ngạch xuất khẩu rất cao 158,67%. Sở dĩ kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada lại tăng mạnh là bởi vì

vào tháng 11/ 1995 hiệp định thương mại Việt Nam và Canada đã được kí kết với các điều khoản tạo thuận lợi cho sự phát triển thương mại của hai nước. Và sau đó một loạt các hiệp định khác đã được kí kết đã thúc đẩy hơn nữa thương mại giữa hai nước.

Mặc dù Việt Nam và Canada là những nước có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú nên cả hai nước đều có điều kiện thuận lợi để phát triển nền kinh tế thông qua xuất khẩu nguyên liệu và các sản phẩm thô sơ chế nhưng vì mỗi nước có lợi thế về điều kiện tự nhiên, khoa học công nghệ...khác nhau nên mỗi nước đều có khả năng xuất khẩu sang nước kia những mặt hàng mà nước mình có thể sản xuất với chi phí thấp hơn và phải nhập khẩu những mặt hàng mà nước mình sản xuất với chi phí cao hơn nhằm thu lợi cao hơn trong thương mại. Là một đất nước giàu tài nguyên thiên nhiên đặc biệt về dầu khí, khoáng sản, nông lâm hải sản và có nguồn lao động dồi dào, rẻ nhưng trình độ khoa học công nghệ còn thấp hơn nhiều so với Canada nên các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada rất phong phú đa dạng nhưng chủ yếu là các mặt hàng nguyên liệu, sản phẩm thô sơ chế và các sản phẩm chế biến với hàm lượng khoa học công nghệ thấp như các mặt hàng thủy sản, hàng dệt may, giấy dếp, hàng thủ công nghiệp (trang thiết bị trong nhà, ngoài vườn, văn phòng, gôm, các loại đồ dùng bằng nhựa, các đồ dùng trong bếp ăn, dụng cụ làm vườn, xúc tuyết ), sản phẩm nông nghiệp (sản phẩm chế biến từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa, các loại bánh, rau quả, gạo)...Tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu khác nhau, cụ thể như sau:

*Tình hình xuất khẩu những mặt hàng chủ yếu của Việt Nam sang Canada những năm 1998-2003*

**Đơn vị: Nghìn Cnd\$**

	1998		1999		2000		2001		2002		2003		Tỉ trọng bình quân(%)	Tốc độ tăng bình quân năm(%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
Hàng thủy sản	12780	6.99	12987	6.67	29450	13.95	23657	9.98	31980	11.26	38418	12.86	10.39	24.62
Giày dép	50121	27.40	74860	38.47	63558	30.10	23657	9.98	70521	24.83	75500	25.27	25.98	8.54
Rau quả hạt	6110	3.34	6212	3.19	6232	2.95	14210	5.99	18230	6.42	22684	7.59	5.02	30
Hàng dệt may	28036	15.33	42680	21.93	46033	21.80	37228	15.70	50120	17.65	56294	18.84	18.55	14.96
Cà phê, chè, gia vị	13455	7.36	16205	8.33	33310	15.78	11419	4.82	12388	4.36	12134	4.06	7.32	-2.05
Sản phẩm da túi xách tay,túi kéo du lịch..	11452	6.26	12659	6.51	13215	6.26	14348	6.05	17000	5.99	30974	10.37	7.04	22.02
Nhóm hàng da dụng, đồ uống trong nhà	1600	0.87	3240	1.67	5640	2.67	6890	2.91	7970	2.81	10987	3.68	2.49	47.01

## Khoá luận tốt nghiệp

Chậu trồng cây gốm và nhựa	4930	2.70	5450	2.80	5980	2.83	6126	2.58	10210	3.60	11810	3.95	3.12	19.09
Xe đạp các loại	1.2	0.0007	850	0.44	1000	0.47	3245	1.37	5500	1.94	8580	2.87	1.25	490
Hàng tạp hoá mỹ nghệ thủ công	1990	1.09	2098	1.08	2145	1.02	2470	1.04	6500	2.29	8236	2.76	1.59	32.85
Đồ chơi trẻ em và một số hàng thể thao giải trí	972	0.54	1098	0.56	1125	0.53	1236	0.52	1732	0.61	1944	0.65	0.57	14.87
Mặt hàng, sản phẩm phục vụ câu cá	1198	0.66	1287	0.66	1329	0.63	1417	0.60	2380	0.84	2730	0.91	0.73	17.91
Một số sản phẩm gạo, ngũ cốc	1980	1.08	2098	1.08	2176	1.03	2289	0.97	2976	1.05	5503	1.84	1.2	22.68
Hàng điện tử	8.64	0.004	10.68	0.0055	9.108	0.004	9.6	0.004	9.96	0.003	12.38	0.004	0.004	7.46
Tổng phụ	134634	73.61	181735	93.39	211202	93.03	148202	62.51	237517	83.63	266067	89.05	83.92	14.59
Tổng kim ngạch	182900	100	194600	100 211140	100	237060	100	284000	100	298768	100	100	10.31	

*Nguồn: Trade Data Online. Industry Canada, 2003.*

Từ bảng trên ta thấy kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng giày dép chiếm tỷ trọng bình quân 25,98% cao nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada, sau đó đến mặt hàng dệt may, hàng thuỷ sản với tỷ trọng lần lượt là 18,55%, 10,39%. Còn các mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch thấp nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada là xe đạp các loại, sản phẩm phục vụ câu cá, đồ chơi trẻ em với một số hàng thể thao giải trí, hàng điện tử với tỉ trọng lần lượt là 1,25%; 0,73%; 0,68%; 0,57%, 0,004%.

Nói chung các mặt hàng đều có tốc độ tăng trưởng bình quân cao đều trên 7% (trừ mặt hàng cà phê, chè, gia vị). Mặc dù có tỷ trọng kim ngạch thấp trong tổng kim ngạch nhưng mặt hàng xe đạp lại có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất là 490% tiếp theo đó là các mặt hàng da dụng và đồ uống trong nhà, hàng thủ công mỹ nghệ, rau quả hạt, hàng thuỷ sản, ngũ cốc, sản phẩm phục vụ câu cá, chậu trồng cây gốm và nhựa với tốc độ tăng bình quân lần lượt là 47,01%; 32,85%; 30%; 24,62%; 22,68%; 22,02%; 19,09%. Còn các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng thấp nhất là mặt hàng điện tử: 7,46%, cà phê, chè, gia vị: -2,05%.

Trong các mặt hàng thì mặt hàng giày dép có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất với tốc độ tăng bình quân khá cao 8,54%. Nếu như năm 1998 kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này mới chỉ đạt 50121 (nghìn Cnd\$) thì đến năm 1999 trị giá xuất khẩu đã tăng gấp rưỡi và đến năm 2003 đạt kim ngạch 75500 (nghìn Cnd\$) tăng 7,06% so với năm 2002. Tuy nhiên vào năm 2001 giá trị xuất khẩu giảm xuống so với năm 2000 làm cho tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch cũng giảm đáng kể chỉ còn khoảng 9,98%.

Hàng dệt may là mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch lớn thứ hai (sau giày dép) dao động từ 28-50 triệu Cnd\$/năm với tốc độ tăng bình quân cao 14,96%. Nếu như năm 1998 mới chỉ xuất khẩu được 28036, trị giá xuất

khẩu những năm tiếp theo tăng gấp rưỡi và đến năm 2003 đạt kim ngạch 56294 (nghìn Cnd\$) tăng gấp đôi so với năm 1998 và gần gấp rưỡi so với năm 2001.

Hàng thủy sản có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu cũng tương đối lớn và có tốc độ tăng bình quân cũng rất cao. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng nhanh trong những năm gần đây. Nếu như năm 1998-1999 chỉ đạt khoảng 12-13 triệu Cnd.\$/năm nhưng từ năm 2000 đến 2003 xuất khẩu trung bình lên tới 30 triệu Cnd.\$/năm, tăng trên 100% so với năm trước.

Cà phê, chè, gia vị là mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu cũng đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Từ năm 1998 đến năm 2000 giá trị xuất khẩu của mặt hàng này tăng gần gấp hai lần nhưng đến năm 2001 lại giảm rất mạnh. Nếu như năm 2000 giá trị xuất khẩu mặt hàng này đạt 33310 (nghìn Cnd\$) thì đến năm 2001 chỉ còn 11419 (nghìn Cnd\$) tức giảm 65,72% so với năm 2000. Nhưng đến năm 2002 và 2003, giá trị xuất khẩu lại tăng lên 12388 (nghìn Cnd\$) và 12134 (nghìn Cnd\$).

Nhóm hàng/sản phẩm da, túi xách tay, túi kéo/du lịch... có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu cũng đáng kể với tốc độ tăng bình quân khá cao. Năm 1998 chỉ mới đạt kim ngạch xuất khẩu là 11452 (nghìn Cnd\$) thì những năm tiếp theo giá trị xuất khẩu đã liên tục tăng và đến năm 2002 đạt 17 triệu Cnd.\$ tăng 15,6% so với năm 2001 và đến năm 2003 đạt 10987 (nghìn Cnd\$) tăng 82,2% so với năm 2002.

Nhóm hàng rau/quả/hạt tăng trưởng nhanh và ổn định qua từng năm: Nếu năm 1998-2000 chỉ xuất khẩu khoảng 6 triệu Cnd.\$/năm thì 2001 và 2003 đã đạt tới kim ngạch 14-18 triệu Cnd.\$/năm.

Nhóm hàng gia dụng, đồ dùng trong nhà ngày càng được người tiêu dùng và người nhập khẩu vào Canada ưa chuộng. Năm 1998 mới chỉ xuất khẩu được 1,6 triệu, trị giá xuất khẩu những năm tiếp theo tăng gấp đôi, gấp

ba và tới 2003 đạt kim ngạch 10987 (nghìn Cnd.\$) tăng gần 37,85% so với 2002 (trong đó sản phẩm gỗ chiếm khoảng 45% giá trị).

Các loại chậu trồng cây gốm và nhựa thâm nhập thị trường Canada ngày càng nhiều, kim ngạch xuất khẩu tăng ổn định đạt 4-6 triệu Cnd.\$/năm, năm 1998 chỉ mới đạt 4930 (nghìn Cnd.\$) và sau đó tăng dần qua các năm và đến năm 2003 đạt 11810 (nghìn Cnd.\$) tăng 139,55% so với năm 1998 và tăng 15,67%. Đây là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao khoảng 19,09%.

Xe đạp Việt Nam các loại tuy mới xuất hiện ở thị trường Canada nhưng được đánh giá tốt nên mặc dù tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu còn nhỏ song có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất trong tất cả các mặt hàng. Năm 1998, giá trị xuất khẩu mới chỉ đạt trên 1000 Cnd\$, năm 2000 đạt trên 1 triệu nhưng tới 2003 đã đạt được 8580 (nghìn Cnd\$) tăng 56% so với 2002.

Hàng tạp hoá/ mỹ nghệ/thủ công xuất khẩu tăng trưởng đều với tốc độ tăng trưởng bình quân rất cao mặc dù tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu còn nhỏ. Năm 2002 đạt 6,5 triệu tăng 62% so với năm 2001 và đến năm 2003 đạt khoảng 8,2 triệu Cnd\$ tăng 26,7% so với năm 2002.

Đồ chơi trẻ em và một số mặt hàng thể thao giải trí tăng liên tục qua các năm với tốc độ tăng bình quân cao trên 14%. Từ năm 2001 đã đạt tới kim ngạch trên 1 triệu Cnd.\$ và đến năm 2003 đạt gần 2 triệu tăng 12,24 % so với 2002.

Việt Nam cũng đã chiếm được một phần thị trường về mặt hàng thể thao giải trí truyền thống của Canada là mặt hàng phục vụ câu cá với kim ngạch năm 2002 đạt khoảng 2,38 triệu Cnd\$ tăng 68% so với năm 2001, nhưng chỉ chiếm khoảng 4% thị phần Canada về mặt hàng này. Đây là mặt hàng Canada phải nhập khẩu từ 0,4 đến 0,5 tỷ Cnd\$ hàng năm.



Các sản phẩm gạo/ngũ cốc có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nhỏ nhưng tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao khoảng trên 17%. Năm 2002 giá trị xuất khẩu mặt hàng này đã lên tới 3 triệu Cnd\$ tăng 30% so với năm 2001.

Mặt hàng điện tử là mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch thấp nhưng trong tương lai kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ được mở rộng.

### 3. Tình hình nhập khẩu hàng của Việt Nam từ Canada

Tình hình nhập khẩu của Canada được thể hiện ở bảng số liệu sau:

*Tình hình nhập khẩu hàng của Việt Nam từ Canada những năm 1998-2003*

*Đơn vị: Triệu USD*

Năm	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Tốc độ tăng bình quân(%)
Kim ngạch nhập khẩu	41,3	46,039	50,173	56,808	70	73,85	
Tốc độ tăng hằng năm (%)		11,47	8,98	13,22	23,22	5,5	10.17

*Nguồn: Thương vụ Việt Nam tại Canada*

*Niên giám thống kê Hà Nội 1999*

Từ bảng số liệu trên ta thấy kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Canada hầu như liên tục tăng qua các năm với tốc độ tăng bình quân cao 10,17% đặc biệt vào năm 2002 và năm 2001 tốc độ tăng rất cao lần lượt là 23,22%; 13,22%. Nếu vào năm 1998 nhập khẩu chỉ đạt 41,3 triệu USD thì đến năm 2003 giá trị nhập khẩu lên tới 73,85 triệu USD tăng 78,81 %. Nhưng tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu lại nhỏ hơn nhiều so với tốc độ tăng của kim ngạch xuất khẩu nên Việt Nam luôn ở trong tình trạng nhập siêu liên tục qua các năm. Điều này cho thấy hoạt động nhập khẩu nói riêng và hoạt động

ngoại thương nói chung của Việt Nam với Canada đang tiến triển tốt mặc dù giá trị thương mại giữa hai nước còn nhỏ.

Như đã nói ở trên mặc dù là đất nước giàu tài nguyên nhưng Việt Nam cũng phải nhập khẩu nhiều mặt hàng từ Canada bởi vì đây là những mặt hàng mà Canada có thể sản xuất với chi phí thấp hơn hoặc chưa sản xuất đủ. Vì vậy những mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Canada rất phong phú mà chủ yếu là dầu ăn và chất béo động thực vật, phân bón; bột gỗ, các loại sợi cellulose; máy móc, dụng cụ cơ khí, động cơ; hoá chất các loại; sản phẩm sữa, trứng gia cầm mật ong; phụ tùng thiết bị điện, máy ghi âm...Để thấy rõ tình hình nhập khẩu của từng mặt hàng, chúng ta hãy nghiên cứu bảng số liệu sau:

*Tình hình nhập khẩu những mặt hàng chủ yếu của Việt Nam từ Canada những năm 1998-2003*

*Đơn vị tính: ngàn USD*

Năm	1998		1999		2000		2001		2002		2003		Tốc độ tăng bình quân	Ti trọng bình quân (%)
	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)	Số tiền	Ti trọng (%)		
Dầu ăn và chất béo đông-thực vật	1333	3.22	1539	3.23	2677	5.28	2999	5.28	3695	5.27	3201	14.34	19.2	6.1
Phân bón	10408	25.2	12013	25.21	21550	42.5	24143	42.5	14560	20.8	19216	26.02	13	30.4
Bột gỗ, các loại sợi cellulose	5258	12.73	6069	12.73	2773	5.47	3107	5.47	3828	5.47	5110	6.92	-0.57	8.13
Máy móc, dụng cụ cơ khí, động cơ	5131	12.42	5923	12.43	2489	4.91	2789	4.91	3436	4.91	4734	6.41	-1.60	7.67
Sợi nhân tạo	3202	7.75	3696	7.75	3092	6.1	3464	6.1	4268	6.1	4749	6.43	8.20	6.71
Hoá chất các loại	1367	3.31	1578	3.31	1114	2.2	605	1.06	1537	2.2	1706	2.31	4.53	2.4
Sản phẩm sữa, trứng gia cầm, mật ong	182	0.44	210	0.44	433	0.85	428	0.75	598	0.85	561.3	0.76	25.26	0.68
Phụ tùng thiết bị điện, máy ghi âm	3562	8.62	4111	8.62	1689	3.33	374	0.66	2870	4.1	3386	4.59	-1	4.99
Giấy và bột giấy	1151	2.79	1329	2.79	664	1.31	328	0.58	3710	5.3	2899	3.93	20.29	2.78
Dược phẩm	2791	6.76	3221	6.76	2278	4.49	304	0.54	5110	7.3	4605	6.24	10.53	5.35
Sản phẩm quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh	508	1.24	586	1.23	3788	7.47	240	0.42	5229	7.47	4077	5.52	51.66	3.89
Gỗ, vật dụng bằng gỗ, than củi	624	1.52	720	1.51	394	0.78	184	0.32	1540	2.2	1281	1.71	15.47	1.34
Cao su và các sản phẩm bằng cao su	192	0.46	221	0.46	356	0.7	136	0.24	492	0.7	446.8	0.61	18.40	0.53
Sắt thép	26	0.06	30	0.06	814	1.61	109	0.2	1123	1.6	853	1.16	100.99	0.78
Nhựa và sản phẩm bằng nhựa	1321	3.2	1525	3.2	1534	3.02	87	0.15	2118	3.03	2049	2.78	9.18	2.56
Giao dịch đặc biệt-mậu dịch	477	1.15	516	1.08	423	0.83	71	0.12	584	0.83	601.9	1.35	4.76	0.89

## Khoá luận tốt nghiệp

Năm	1998		1999		2000		2001		2002		2003		Tốc độ tăng bình quân	Tỉ trọng bình quân (%)
	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)	Số tiền	Tỉ trọng (%)		
Xe cộ và các loại phụ tùng xe cộ	10	0.02	12	0.02	694	1.37	59	0.1	1400	2	997	0.37	151.04	0.65
Chất lỏng, chất thải từ CN thực phẩm	418	1.01	483	1.01	114	0.22	58	0.1	157	0.22	269.6	0.3	-8.40	0.48
Các loại chế phẩm tiêu thụ được	324	0.78	374	0.78	102	0.2	27	0.05	141	0.2	221.6	0.12	-7.32	0.36
Bàn ghế, chăn màn, nệm gối	200	0.484	231	0.48	11	0.02	25	0.04	16	0.02	84.93	1.39	-15.74	0.41
Hàng hoá đặc biệt	67	0.16	77	0.16	860	1.7	963	1.7	1187	1.7	1027	1.33	72.61	1.13
Hàng hoá linh tinh	302	0.73	348	0.73	751	1.49	841	1.49	1037	1.48	982.2	0.78	26.60	1.12
Sản phẩm gốc động vật	108	0.26	125	0.26	463	0.91	519	0.91	639	0.91	576	5.78	39.77	1.51
Cá, tôm cua, mực...	1439	3.48	1661	3.48	418	0.82	468	0.82	5740	8.2	4296	0.78	24.29	2.93
Thuốc lá và các sản phẩm thay thế thuốc lá	87	0.21	100	0.21	269	0.53	301	0.53	371	0.53	343.4	5.78	31.60	1.3
Hoá chất vô cơ, chất có phóng xạ tính	109	0.26	126	0.26	262	0.52	293	0.52	1820	2.6	1267	0.47	63.31	0.77
Nhôm và các sản phẩm từ nhôm	21	0.05	24	0.05	132	0.26	148	0.26	182	0.26	162.5	0.72	50.56	0.27
Sợi (kim khí) nhân tạo	31	0.07	35	0.07	100	0.2	112	0.2	138	0.2	129.5	0.18	33.05	0.15
Các loại thuốc nhuộm	43	0.1	50	0.1	100	0.2	112	0.2	137	0.2	132.9	0.18	25.32	0.16
Dụng cụ, muỗng nĩa dao	142	0.34	164	0.34	14	0.03	16	0.03	19	0.03	66.47	0.09	-14.09	0.14
Các loại bột	188	0.46	217	0.46	9	0.02	10	0.02	13	0.02	81.24	0.11	-15.45	0.18
Kẽm và các sản phẩm từ kẽm	199	0.48	230	0.48	245	0.48	174	0.31	338	0.48	343.4	0.465	11.53	0.45
Tổng số phụ	41221	99.81	47544	99.74	50612	99.81	43494	76.56	68033	97.19	70826	95.905	11.43	94.8
Tổng số	41300	100	47667	100	50706	100	56808	100	70000	100	73850	100	12.33	100

*Nguồn: Trade Data Online. Industry Canada, 2003.*

Từ bảng trên ta thấy những mặt hàng mà Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ Canada là phân bón, bột gỗ, các loại sợi cellulose, máy móc dụng cụ cơ khí, động cơ, sợi nhân tạo, dầu ăn và chất béo động thực vật, dược phẩm với tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu bình quân tương đối cao lần lượt là 30,4%; 8,13%; 7,67%; 6,71%; 6,1%; 5,35%. Còn những mặt hàng ta ít nhập khẩu từ Canada là dụng cụ muỗng nĩa dao, sợi nhân tạo, các loại thuốc nhuộm và các loại bột với tỉ trọng kim ngạch nhập khẩu bình quân lần lượt là 0,14%; 0,15%; 0,16%; 0,18%.

Về tốc độ tăng trưởng, ta thấy nhìn chung kim ngạch nhập khẩu nói chung và của các mặt hàng nói riêng đều tăng với tốc độ bình quân cao qua các năm (chỉ trừ một số mặt hàng). Điều đó cho thấy hoạt động nhập khẩu càng được đẩy mạnh qua các năm. Cụ thể, những mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao qua các năm là xe cộ và các loại phụ tùng xe cộ, sắt thép, hàng hoá đặc biệt, hoá chất vô cơ và chất có phóng xạ tinh, sản phẩm quang học, nhiếp ảnh điện ảnh... với tốc độ tăng trưởng lần lượt là 151,104%; 100,99%; 72,61%; 63,31%; 51,66%. Tuy nhiên cũng có những mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu có xu hướng giảm như bàn ghế, chăn màn, nệm gối; các loại bột, dụng cụ muỗng nĩa dao, chất lỏng chất thải từ công nghiệp thực phẩm, với tốc độ giảm bình quân lần lượt là 15,74%; 15,45%; 14,09%; 8,40%.

#### **4. Đánh giá chung về quan hệ ngoại thương Việt Nam và Canada**

##### **4.1 Những kết quả đạt được**

Mặc dù quan hệ giữa Việt Nam và Canada mới chỉ tồn tại trong ba mươi năm và quan hệ thương mại giữa hai nước diễn ra trong thời gian chưa lâu nhưng quan hệ thương mại giữa hai nước phát triển rất tốt và tăng trưởng ổn định và trong nhiều năm liên tục (1998-2003), Việt Nam luôn xuất siêu sang Canada. Như đã phân tích ở trên, ta thấy kim ngạch xuất nhập khẩu và

tổng giá trị xuất siêu trong những năm gần đây (1998-2003) liên tục tăng với tốc độ tăng bình quân cao lần lượt là 24,84% và 41,51 %. Nếu như vào năm 1998 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và giá trị xuất siêu lần lượt là 121,8 triệu USD và 38,9 triệu USD thì đến năm 2003 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và giá trị xuất siêu lần lượt là 368,41 triệu USD và 220,71 triệu USD tăng lần lượt là 205,5% và 211,17%. Riêng năm 1999 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và giá trị xuất siêu tăng với tốc độ cao lần lượt là 108,64% và 314,95% đạt giá trị lần lượt là 253,495 triệu USD và 161,417 triệu USD. Cả kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada và kim ngạch nhập khẩu của Canada vào Việt Nam đều tăng với tốc độ bình quân cao lần lượt là 29,72% và 12,33 %, trong đó tốc độ tăng bình quân của kim ngạch xuất khẩu lớn hơn tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu nên Việt Nam luôn ở trong tình trạng xuất siêu (1998-2003). Nếu như năm 1998 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada chỉ đạt 80,2 triệu USD thì sang năm tiếp theo kim ngạch xuất khẩu đạt 206,456 triệu USD tăng 157,43% và đến năm 2003 đạt 294,56 triệu USD tức tăng 267,28% so với năm 1998.

Chủng loại hàng hoá xuất khẩu cũng ngày một phong phú trong đó có nhiều mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu lớn vào Canada như: Thủy sản; cà phê, chè gia vị; may mặc; giày dép; rau quả; sản phẩm công nghiệp nhẹ; hàng thủ công nghiệp với tốc độ tăng bình quân của kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng này đều cao trên 7%. Trong các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu này, mặt hàng giày dép chiếm tỷ trọng bình quân cao nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada sau đó mới đến mặt hàng dệt may, hàng thủy sản và các hàng hoá khác. Có những mặt hàng tuy kim ngạch xuất khẩu còn nhỏ nhưng có tốc độ tăng bình quân lớn như mặt hàng xe đạp, sản phẩm phục vụ câu cá... Đây là những mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu lớn, nếu được đầu tư hợp lý thì sẽ tăng mạnh trong tương lai. Các mặt hàng dần chiếm được chỗ đứng trên thị trường Canada. Một số mặt hàng còn

có sức cạnh tranh khá tốt với chính Canada. Hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam được thị trường Canada chấp nhận cũng có ý nghĩa như việc các hàng hoá đó được cấp giấy chứng nhận về mặt chất lượng. Điều đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc thâm nhập các thị trường khác của mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù chưa có tác động rõ rệt nhưng rõ ràng hoạt động xuất khẩu sang Canada tăng lên cũng góp phần giải quyết công ăn việc làm cho người lao động thông qua việc tăng sản xuất trong nước. Hoạt động thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng cũng góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Hoạt động nhập khẩu cũng tăng mạnh trong các năm. Tốc độ tăng bình quân của kim ngạch nhập khẩu qua các năm cao: 10,17% đặc biệt vào năm 2001 và 2002 tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu rất cao lần lượt là 13,22%; 23,22%. Nhưng tốc độ tăng của kim ngạch nhập khẩu lại nhỏ hơn nhiều so với tốc độ tăng của kim ngạch xuất khẩu nên Việt Nam luôn ở trong tình trạng xuất siêu qua các năm. Điều này cho thấy hoạt động nhập khẩu nói riêng và hoạt động ngoại thương nói chung của Việt Nam đang tiến triển tốt.

Sở dĩ thương mại hai nước đã đạt được những thành công đáng kể như vậy trước hết là bởi vì hai nước có những chính sách đối ngoại nói chung và chính sách thương mại nói riêng hợp lí để đẩy mạnh quan hệ nói chung và quan hệ thương mại nói riêng giữa hai nước. Chính sách đối ngoại của Canada với Việt Nam và của Việt Nam với Canada phù hợp với xu thế phát triển của cả thế giới. Đó là chính sách rất cởi mở và hợp tác trên cả bình diện song phương và đa phương. Trong nhiều năm qua hai nước đã kí kết được nhiều hiệp định quan trọng về hợp tác đầu tư và thương mại nhằm thúc đẩy hoạt động thương mại và đầu tư giữa hai nước.

Hơn nữa, hai nước đã biết phát huy những lợi thế sẵn có của mình về điều kiện tự nhiên, môi trường văn hoá, xã hội để tham gia một cách có lợi trong hoạt động thương mại.



#### **4.2 Những mặt còn tồn tại**

Mặc dù đã đạt được những thành công như đã nói ở trên, nhưng hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Canada vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế.

*Thứ nhất*, giá trị thương mại giữa Canada và Việt Nam còn nhỏ so với tổng giá trị thương mại của mỗi nước. Điều đó có thể thấy rõ ở bảng sau:

*Tỷ trọng thương mại hai chiều trong tổng giá trị thương mại của mỗi nước những năm 1998-2001*

Năm	1998	1999	2000	2001	Tỷ trọng bình quân (%)
Tỷ trọng thương mại hai chiều trong tổng thương mại của Việt Nam	1.44%	1.49%	1.12%	1.47%	1,38%
Tỷ trọng thương mại hai chiều trong tổng thương mại của Canada	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%

*Nguồn: Trade Data Online. Industry Canada, 2003.*

Từ bảng trên ta thấy tổng giá trị thương mại bình quân giữa hai nước qua các năm chỉ bằng 0,04% tổng giá trị thương mại của Canada và bằng 1,38% tổng giá trị thương mại của Việt Nam. Đây là những tỉ lệ rất nhỏ.

*Thứ hai*, tỉ trọng xuất khẩu của Việt Nam còn rất nhỏ so với nhu cầu nhập khẩu của Canada cũng như so với tỷ trọng xuất khẩu của các nước trong khu vực. Theo số liệu được chỉ ra ở bảng dưới đây, ta thấy tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada còn rất nhỏ so với nhu cầu nhập khẩu của Canada cũng như so với tỷ trọng xuất khẩu của các nước trong khu vực. Theo số liệu được chỉ ra ở bảng dưới đây, ta thấy tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada rất nhỏ chỉ bằng 0,08% tổng kim ngạch nhập khẩu của Canada và chỉ bằng 1/58 tỷ trọng xuất khẩu của hầu hết các nước xuất khẩu sang Canada.



*Cơ cấu thị trường nhập khẩu của Canada những năm 2001-2002*

	2001	2002	2002
	Kim ngạch nhập khẩu của Canada (Triệu Cnd\$)	Kim ngạch nhập khẩu của Canada (Triệu Cnd\$)	Cơ cấu thị trường nhập khẩu của Canada (%)
Ôxtrâyliá	1,624	1,720	0.49
Băngladét	190	164	0.05
Trung Quốc	12,722	15,976	4.58
Hồng Kông, SAR	1,228	997	0.29
Ấn Độ	1,155	1,327	0.38
Indônêsiá	961	963	0.28
Nhật Bản	14,635	15,406	4.42
Malaysia	1,896	2,018	0.58
New Zealand	524	555	0.16
Pakistan	275	290	0.08
Philipin	981	1,112	0.32
Singapo	1,137	988	0.28
Hàn Quốc	4,604	4,856	1.39
Sri Lanka	119	111	0.03
Đài Loan	4,412	4,240	1.22
Thai Lan	1,691	1,778	0.51
Việt Nam	237	284	0.08
Tổng	48,391	52,785	15.15

*Nguồn: Trade Data Online. Industry Canada. 7 March 2003*

Hạn chế này xuất phát từ một số nguyên nhân chủ yếu sau:

*Thứ nhất* là do hàng hoá Việt Nam xuất sang thị trường Canada chủ yếu là nông, thủy, hải sản và các hàng hoá chứa hàm lượng lao động cao do giá xuất khẩu của những mặt hàng này thường thấp hơn nhiều so với những mặt hàng công nghiệp, những mặt hàng có hàm lượng khoa học công nghệ

cao. Cụ thể, mặt hàng giày dép, hàng thuỷ sản là những mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada cao nhất nhưng kim ngạch xuất khẩu đạt mức cao nhất lần lượt cũng chỉ bằng 70521 (nghìn USD); 31980 (nghìn USD).

*Thứ hai* là do các mặt hàng này của Việt Nam có chất lượng chưa cao và đang phải chịu sự cạnh tranh gay gắt từ phía hàng hoá cùng loại của các nước khác.

*Thứ ba* là do đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý và hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu còn có nhiều hạn chế về nghiệp vụ. Cơ chế khuyến khích và hỗ trợ xuất khẩu của Việt Nam còn nhiều bất cập.

*Cuối cùng* là do Việt Nam chưa biết cách tiếp thị mình. Đối với người dân Bắc Mỹ, Việt Nam là một cuộc chiến tranh vì vậy phải tạo ra một hình ảnh Việt Nam là đất nước của sự năng động, của thế hệ trẻ.

Tóm lại, như đã phân tích ở trên, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Canada còn có những hạn chế nhất định. Nhưng những thành công ban đầu của hoạt động xuất khẩu cho thấy Canada không phải là một thị trường khó xâm nhập. Để khai thác được lợi ích to lớn từ thị trường Canada, Việt Nam cần có những biện pháp kịp thời và đúng đắn để đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất khẩu sang thị trường đầy tiềm năng này.

### CHƯƠNG III: MỘT SỐ KIẾN NGHỊ THÚC ĐẨY QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG GIỮA HAI NƯỚC

#### **I. TRIỂN VỌNG MỞ RỘNG QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM- CANADA**

Nếu so với tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2000 của Canada trên thị trường thế giới là 425,587 tỉ USD thì kim ngạch xuất khẩu cho Việt Nam cùng thời điểm (50,377 triệu USD) quả là vẫn chưa sánh được con số lẻ. Về kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam cho Canada, tình hình cũng không khác hơn. Dù có xuất siêu, nhưng những gì Việt Nam cung cấp cho họ chỉ chiếm một khoản ngoại tệ không đáng kể. Khả năng nhập khẩu các loại sản phẩm nông nghiệp và hải sản của Canada là rất to lớn; những mặt hàng này lại thuộc vào loại tiềm năng khai thác và chế biến của các xí nghiệp chế biến nông hải sản giàu kinh nghiệm của Việt Nam. Ngoài ra, các mặt hàng giày dép, quần áo, vải vóc cũng còn nhiều tiềm năng mua bán giữa hai nước. So với doanh số hoạt động trong ngành ngoại thương của Canada, mối quan hệ Việt Nam-Canada cần được mở rộng trong tương lai. Đó vừa là thách thức, vừa là cơ hội phát triển thương mại mà các doanh nhân Việt Nam khó có thể bỏ qua.

#### **1. Thuận lợi**

\* Quá trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới đặc biệt là việc Việt Nam chuẩn bị gia nhập vào WTO và tạo lập quan hệ với các nước sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam phát triển nhanh chóng và rút ngắn khoảng cách với các nền kinh tế trong khu vực và quốc tế. Ngoài các nước ASEAN, các nước khác cũng luôn tạo ra sức ép cho Việt Nam phải xúc tiến việc hội nhập. Quá trình này sẽ thúc đẩy Việt Nam chuyển đổi nền kinh tế mạnh mẽ hơn sang cơ chế thị trường với định hướng hơn nữa vào xuất khẩu, cải thiện hơn nữa mạng lưới buôn

bán. Chiều hướng này sẽ có lợi cho chúng ta là đưa nền kinh tế lên một quy mô lớn hơn, có sự liên kết chặt chẽ hơn với nền kinh tế thế giới, thay thế cho chính sách sản xuất thay thế nhập khẩu trước đây đã bị lạc hậu. Đồng thời quá trình này cũng giúp các doanh nghiệp Việt Nam có thêm cơ hội tìm hiểu và xâm nhập vào thị trường mới, nhiều tiềm năng như thị trường Canada chẳng hạn. Thị trường Canada là một thị trường lớn, dân số đông, đời sống nhân dân cao, kinh tế phát triển do đó sức mua đối với những mặt hàng mà chúng ta có thể mạnh rất lớn như: Thủy sản; cà phê, chè, gia vị; may mặc; giày dép; rau quả( đóng hộp, gói, bảo quản đông lạnh, nước quả); các loại thực phẩm chế biến dùng cho quán ba/khai vị/”cốc tay” ...; sản phẩm công nghiệp nhẹ (va li, túi kéo/xách tay các loại, túi đựng máy tính xách tay, bao đựng điện thoại cầm tay, xe đạp), dụng cụ thể thao giải trí; vật liệu xây dựng; hàng thủ công nghiệp, điện tử/máy tính; du lịch; hợp tác gia công trong một số lĩnh vực. Nhưng bên cạnh đó cũng đòi hỏi ở người cung cấp một chất lượng cao tương xứng. Do đó nó đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải tự nâng cao trình độ nghiệp vụ trong kinh doanh và chất lượng của hàng hoá của mình để có thể khai thác hiệu quả, tương xứng với tầm vóc của thị trường này. Cũng từ thị trường này, chúng ta có thể nhập khẩu những loại máy móc thiết bị kỹ thuật cao, những hàng hoá cần thiết cho sản xuất công nghiệp ở Việt Nam. Từ đó chúng ta sẽ thúc đẩy nền công nghiệp phát triển hơn nữa, tạo thêm nhiều công ăn việc làm, giảm tỉ lệ thất nghiệp và dần nâng cao đời sống nhân dân.

\* Việt Nam có lợi thế cạnh tranh về giá trong một số mặt hàng. Một số sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam xuất sang Canada có sức cạnh tranh cao về giá cả. Giá cả của những sản phẩm này không cao do một phần Việt Nam được thiên nhiên ưu đãi, một phần do giá đầu vào để sản xuất ra các sản phẩm rẻ (nhân công rẻ, công nghệ sản xuất còn lạc hậu nên giá không cao).

## 2. Khó khăn

Bên cạnh những thuận lợi, cũng có không ít thách thức đang đặt ra đối với chúng ta trong việc mở rộng quan hệ thương mại với Canada.

*Thứ nhất:* Hiệu quả, chất lượng, sức cạnh tranh của nền kinh tế nói chung và của các doanh nghiệp nhìn chung còn yếu kém.

Theo đánh giá của tổ chức diễn đàn hợp tác kinh tế thế giới (WEF) công bố cuối năm 2001 về xếp hạng năng lực cạnh tranh của các nền kinh tế trên thế giới theo những tiêu chí mới thì năng lực cạnh tranh tổng thể của nền kinh tế Việt Nam còn thấp kém và hạn chế. Năm 2001 ở mức 62/75 nước. Với nền sản xuất hàng hoá nhỏ, phân tán, quá trình dịch chuyển cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động diễn ra chậm chạp, tình trạng sản xuất tự phát, chưa bám sát nhu cầu thị trường.

Trong khi đó Canada là một trong tám nền kinh tế hùng mạnh nhất thế giới với GDP trên 900 tỷ đô la trong khi Việt Nam đang còn là một nước đang phát triển với GDP chỉ tiêu đạt dưới 30 tỷ đô la. Riêng về mặt xuất khẩu, kim ngạch hàng năm của Canada khoảng 400 tỷ đô la trong khi Việt Nam mới chỉ đạt khoảng 15,1 tỷ đô la.

Mặt khác cơ chế kinh tế của hai nước là rất khác nhau. Canada theo cơ chế thị trường tự do hoàn toàn còn nước ta mới trong quá trình chuyển đổi từ cơ chế bao cấp, kế hoạch hoá tập trung sang cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Mà các doanh nghiệp của ta còn phải cạnh tranh gay gắt với các đối tác như: Trung Quốc và các thành viên khác của WTO. Vậy đây là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam và cũng làm cho nhiều doanh nghiệp nội địa gặp khó khăn nên chúng ta phải có những giải pháp thích hợp nhất nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp nội địa cạnh tranh với hàng ngoại.

*Thứ hai:* Lĩnh vực dịch vụ của ta còn quá yếu kém, trình độ các ngành dịch vụ của ta như: Ngân hàng, bảo hiểm, hệ thống phân phối, kiểm toán tư vấn các loại, công nghệ tin học, điện tử viễn thông ... còn non kém, cơ chế chính sách, trình độ cán bộ, phương thức quản lí điều hành, còn nhiều bất cập do vậy những ngành này sẽ phải đối mặt với những thách thức rất lớn trong việc giữ vững và phát triển thị phần trong nước và vươn ra thâm nhập trường nước ngoài.

*Thứ ba:* Thách thức về cam kết trong việc sở hữu trí tuệ.

Nhìn chung những quy định pháp lí về vấn đề sở hữu trí tuệ của ta còn thiếu và chưa đồng bộ theo yêu cầu của WTO, việc xử lí các sai phạm về bản quyền tác giả còn chưa nghiêm, tình trạng làm nhái theo mẫu mã nước ngoài còn phổ biến vì vậy để hội nhập chúng ta phải vươn lên quản lí cho được quy định về tiêu chuẩn, về nhãn hiệu hàng hoá, quyền phát minh sáng chế, bản quyền tác giả trong việc thực hiện các cam kết về sở hữu trí tuệ.

*Thứ tư:* Luật pháp, chính sách, cơ chế quản lí kinh tế còn chưa hoàn chỉnh. Do mới chuyển sang cơ chế thị trường được hơn mười năm nên các thể chế của nền kinh tế thị trường còn đang từng bước hình thành, hệ thống pháp luật còn chưa hoàn chỉnh. Đây là một thách thức lớn đối với đất nước chúng ta, tham gia hợp tác quốc tế đòi hỏi luật pháp, chính sách phải điều chỉnh và bổ sung những luật, chính sách mới phù hợp với quy tắc và luật lệ quốc tế.

*Thứ năm:* Những mặt hạn chế về nhân sự

Năng lực của đội ngũ cán bộ ở các lĩnh vực nói chung, kể cả cán bộ hoạch định chính sách và điều hành sản xuất, kinh doanh, sự hiểu biết về luật pháp Canada, kỹ thuật, kinh nghiệm kinh doanh. Đội ngũ công nhân lành nghề còn thiếu nghiêm trọng. Tỷ lệ lao động qua đào tạo với tổng số lao động của nước ta chưa chiếm tới 20% trong đó qua đào tạo nghề mới chiếm 11,8%.



Mặt khác chúng ta lãng phí nguồn lực có trí tuệ trong nước do chế độ sử dụng và đãi ngộ không hợp lý.

*Thứ sáu:* Bộ máy quản lí và thủ tục hành chính.

Tuy có sắp xếp, cải tiến song nhìn chung bộ máy quản lí điều hành còn công kênh và trùng lặp trong quy định chức năng và tổ chức thực hiện. Sự phối hợp giải quyết công việc giữa các ngành ở trung ương, giữa trung ương và địa phương còn thiếu chặt chẽ, phân công, phân cấp chưa rõ ràng, mặt khác công tác dự báo, thông tin phục vụ cho hoạch định các chính sách trong nhiều năm qua mặc dù đã được chú trọng nhưng vẫn còn chậm, chưa toàn diện, chưa chính xác.

*Thứ bảy:* Thách thức cơ bản và mang tính tổng hợp là trong khi phát triển kinh tế xã hội phải luôn chú trọng bảo vệ độc lập, chủ quyền đất nước và định hướng xã hội chủ nghĩa.

Tuy nhiên những thách thức trên đây chúng ta có thể giải quyết được để đạt hiệu quả cao nhất trong công cuộc phát triển kinh tế xã hội nước ta hiện nay.

## **II. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ THÚC ĐẨY QUAN HỆ NGOẠI THƯƠNG GIỮA HAI NƯỚC**

### **1. Đối với nhà nước và các bộ ngành**

Điều kiện nước ta mới thực hiện mở cửa, hệ thống quản lí, luật pháp chính sách, cơ chế quản lí kinh tế còn nhiều vấn đề bất cập, chúng ta cần thực hiện một số giải pháp điều chỉnh quản lí vĩ mô và vi mô để thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước, đặc biệt phát triển xuất khẩu của Việt Nam, như:

\* Nhà nước cần phải tiếp tục nỗ lực hơn nữa trong việc phát triển nền kinh tế, góp phần nâng cao vị trí của Việt Nam trong quan hệ với các nước, các tổ chức quốc tế nói chung và Canada nói riêng. Những công việc cần phải làm là: tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách kinh tế thương mại cho phù

hợp với những chuẩn mực quốc tế và WTO, đặc biệt là chính sách về thị trường nước ngoài, tăng cường đào tạo đội ngũ cán bộ và nguồn nhân lực để đáp ứng ngày càng cao về chất lượng lao động đủ sức đứng ra với tư cách một bên đối tác trong quan hệ với các công ty nước ngoài và Canada. Tăng cường chức năng phục vụ các ngành hữu quan của chính phủ, đơn giản hoá các thủ tục thương mại, hải quan và giám định thương mại cho hàng xuất khẩu.

\* Nhà nước tập trung nghiên cứu thêm những chính sách và định hướng trong quan hệ hợp tác kinh tế thương mại với nước ngoài nói chung và với Canada nói riêng và thông báo phổ biến cho các bộ ngành và các doanh nghiệp Việt Nam để hiểu và phối hợp thực hiện một cách đúng đắn và có hiệu quả. Khuyến khích phát huy nội lực, huy động mọi tiềm năng về vốn, lao động, tài nguyên, đặc biệt chú ý dành vốn đầu tư vào công nghệ mới, công nghệ cao để chế biến nguyên liệu thô, phục vụ xuất khẩu hàng có giá trị cao. Thúc đẩy xuất khẩu hàng có giá trị cao, tăng hàm lượng khoa học kỹ thuật với hàng hoá có nhiều lao động.

\* Tổ chức nghiên cứu và cung cấp thông tin cần thiết về thị trường Canada, tìm hiểu sâu hơn về hệ thống pháp luật và các chính sách liên quan đến thương mại của Canada và các chiến lược phát triển của các công ty lớn của Canada. Đưa các đoàn chuyên gia và các doanh nghiệp đến Canada để tìm hiểu, nghiên cứu về thị trường này, tìm thêm các đối tác kinh doanh, đầu tư. Bên cạnh đó chú ý tăng cường mở rộng quan hệ song phương về văn hoá và du lịch.

\* Tuyên truyền phổ biến chính sách pháp luật của Việt Nam liên quan đến thương mại thông qua các hội thảo kinh tế, trao đổi cán bộ, tổ chức hội chợ triển lãm ở cả Việt Nam và Canada. Tăng cường bộ máy về tư vấn và hợp tác trên những vấn đề cần quan tâm.

\* Thúc đẩy xuất khẩu liên tục phát triển. Mở rộng quy mô khối lượng xuất khẩu và nâng cao chất lượng xuất khẩu. Chuyển dần trọng tâm từ mở rộng quy mô sang nâng cao chất lượng xuất khẩu. Thực hiện chiến lược tạo mác nhãn hiệu riêng cho sản phẩm của mình. Các ngành dịch vụ, đặc biệt là tài chính tiền tệ, điện tín trở thành điểm thu hút đầu tư nước ngoài trong tương lai.

\* Tổ chức thực hiện hoạt động tài trợ, cho vay tín dụng và bảo hiểm tín dụng xuất khẩu về cả đối tượng và phạm vi. Đặc biệt đối với những hàng hoá Việt Nam có thế mạnh như nông sản, hàng thủ công, hàng phi công nghiệp, hàng dịch vụ... Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tư nhân cũng cần phải được hỗ trợ vay tín dụng một cách phù hợp. Nâng cao trình độ nghiệp vụ của nhân viên ngân hàng, xây dựng kiện toàn mạng lưới thông tin khoa học. Có thể học tập các nước lập ra một ngân hàng chuyên nhiệm xúc tiến xuất khẩu, hỗ trợ tín dụng và bảo lãnh xuất khẩu như ngân hàng EXIBANK (Thái Lan cũng đã thành lập ngân hàng xuất nhập khẩu của riêng mình)

\* Nghiên cứu và xúc tiến mở rộng hoạt động của các công ty và tổng công ty của Việt Nam, đủ có khả năng làm ăn và ký kết hợp đồng có giá trị với những công ty lớn của Canada. Mạnh dạn mở rộng cơ chế cho các thành phần kinh tế kể cả tư nhân, nếu có vốn, lao động kỹ thuật, có khả năng sản xuất các mặt hàng xuất khẩu theo cơ chế của nhà nước.

\* Khuyến khích hơn nữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khai thác triệt để mọi khả năng, lợi thế của mình để xuất khẩu và cho phép tìm kiếm thị trường và xuất khẩu theo cơ chế của Nhà nước.

\* Khuyến khích hơn nữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khai thác triệt để mọi khả năng, lợi thế của mình để xuất khẩu vào thị trường Canada, khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam mở chi nhánh đại diện ở Canada, sử dụng Việt Kiều mở rộng quan hệ với các công ty Canada.

\* Bộ Thương mại tổ chức các cuộc gặp gỡ, tiếp xúc thường xuyên giữa các doanh nghiệp của Việt Nam và Canada để giới thiệu về luật pháp, tập quán buôn bán, thủ tục... của hai nước, tình hình khả năng kinh doanh của thị trường, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp gặp nhau kí kết làm ăn, hỗ trợ tài chính cho các hoạt động xúc tiến như chi phí cho quảng cáo, in ấn phân phát mẫu mã, dịch văn bản... và trao đổi thông tin.

\* Đưa ra một chiến lược phát triển đất nước gắn với quá trình hội nhập của mình và chiến lược đó phải đảm bảo duy trì được sự tăng trưởng về kinh tế giữa hai nước. Do vậy mọi chính sách đối nội cũng như đối ngoại của Việt Nam đều phải hướng tới mục tiêu phát triển và phải được điều phối một cách hài hoà sao cho phù hợp với tình hình thực tế của từng giai đoạn phát triển và tình hình quốc tế. Coi trọng lưu thông hàng hoá trong nước, làm sống động ngoại thương, chống coi nhẹ sản xuất và lưu thông hàng hoá trong nước.

\* Khuyến khích các trường đại học, các viện nghiên cứu kinh tế ... của hai nước thiết lập quan hệ trực tiếp, trao đổi thông tin chuyên gia, hỗ trợ lẫn nhau trong chương trình giảng dạy, tạo điều kiện nghiên cứu tìm hiểu về thị trường và các điều kiện khác của nhau...

## **2. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam**

Trong buổi đầu quan hệ, mọi thành bại khi buôn bán với thị trường Canada đều liên quan đến khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường Canada, đặc biệt là về chất lượng, giá cả và các điều kiện buôn bán. Ngoài ra phải kể đến tri thức, sự sáng tạo và táo bạo cũng như chữ tín trong kinh doanh của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Canada quen làm ăn lớn và rất thực tế nên việc coi trọng uy tín là hết sức quan trọng. Muốn vậy các doanh nghiệp Việt Nam cần có nhiều nỗ lực hoàn thiện mình hơn để đáp ứng nhu cầu trong thực tiễn kinh doanh cụ thể như:

\* Các doanh nghiệp Việt Nam phải thường xuyên đề cao vấn đề chất lượng, giá cả và uy tín vì sự cạnh tranh luôn diễn ra gay gắt trên thị trường Canada. Các doanh nghiệp phải tăng cường công tác quản lý kiểm tra chất lượng trong quá trình sản xuất cũng như gom hàng, đổi mới công nghệ, đặc biệt chú ý đến vấn đề môi trường, vệ sinh đa dạng hoá các mặt hàng xuất khẩu có chú trọng vào những mặt hàng có thế mạnh. Nghiên cứu để tận dụng những lợi thế của mình, nghiên cứu các tuyến vận tải hợp lý để vừa đảm bảo chất lượng trong vận chuyển, vừa giảm được chi phí lại vừa đảm bảo giao hàng đúng hạn.

\* Tăng cường tìm hiểu toàn diện về thị trường thông qua việc tham gia các đoàn khảo sát thị trường, các công ty Canada làm ăn tại Việt Nam, các tổ chức Việt Nam ở Canada và của Canada ở tại Việt Nam, các đối tác đã làm ăn với Canada.

\* Các doanh nghiệp Việt Nam xúc tiến tạo cơ sở để có nguồn hàng cung cấp lớn và ổn định đáp ứng những hợp đồng lớn, từ đó tạo điều kiện cho việc nhập khẩu những hàng hoá, máy móc có giá trị lớn. Đồng thời tìm cách chứng tỏ khả năng cung cấp hàng hóa ổn định của mình, tạo ra sự tin tưởng của các doanh nghiệp Canada.

\* Xúc tiến sự có mặt của các doanh nghiệp Việt Nam ở Canada để tìm cơ hội làm ăn và tìm hiểu đối tác bằng cách tham gia các cuộc tiếp xúc, tham gia hội chợ triển lãm, mở văn phòng đại lý, cửa hàng giới thiệu sản phẩm ở Canada, tăng cường công tác thông tin nghiên cứu thị trường Canada. Tăng cường tìm hiểu thị hiếu, tập quán tiêu dùng của người dân Canada về mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc và sự đa dạng cho các tầng lớp xã hội.

\* Tiếp tục tăng cường xuất khẩu sang Canada, tập trung vào những mặt hàng có chênh lệch thuế suất thấp và Việt Nam có thế mạnh. Đồng thời xúc

tiến gia công xuất khẩu cho phía đối tác Canada nhằm tận dụng nguồn nhân lực và nguồn nguyên liệu tại chỗ.

\*Tận dụng những nguồn hỗ trợ của các tổ chức Canada để phát triển hơn nữa hoạt động thương mại giữa hai nước. Các doanh nghiệp chủ động tìm kiếm quan hệ làm ăn, chú trọng tới yêu cầu cơ bản của kinh tế thị trường là làm cái gì và làm bao nhiêu.

\*Học tập kinh nghiệm việc làm, quản lý nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên. Tìm hiểu và làm quen với phong cách làm việc, giao dịch của người Canada, sửa chữa những khiếm khuyết trong đàm phán đồng thời tìm những kẽ hở của đối tác để nắm thế chủ động.

\* Tìm hiểu hoạt động của các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là Trung Quốc về đặc điểm sản phẩm, giá cả để có chiến lược kinh doanh đúng đắn. Đồng thời học hỏi ở họ những kinh nghiệm về kinh doanh và sản xuất để rút ra những bài học và tránh được những vấp vấp khi xâm nhập vào một thị trường mới và rất khó tính.

\* Nghiên cứu các chính sách thương mại, các biện pháp quản lý phi thuế quan về môi trường, kỹ thuật... của Canada, tìm cách đàm phán về hạn ngạch một số mặt hàng Việt Nam có thế mạnh mà Canada lại quản lý chặt chẽ để xúc tiến xuất khẩu nh các hàng may mặc, giày dép...

Trong thực tế những giải pháp này được thực hiện như thế nào để đem lại hiệu quả tốt nhất cho việc thúc đẩy quan hệ thương mại là điều phụ thuộc vào Nhà nước và chính sách các doanh nghiệp. Tuy nhiên với chủ trương của Nhà nước quyết tâm thực hiện đổi mới nền kinh tế, chuyển mạnh sang nền kinh tế thị trường hoàn chỉnh, tập trung sản xuất hướng vào xuất khẩu thay thế nhập khẩu những mặt hàng có hiệu quả cùng với những cố gắng của các doanh nghiệp trong việc xúc tiến tìm hiểu, nghiên cứu thị trường mới này, chúng ta có thể tin tưởng vào triển vọng phát triển kinh tế thương mại tốt đẹp

giữa Việt Nam với các nước nói chung và với Canada nói riêng. Và khi đó nền tảng đã ổn định thì các quan hệ khác như chính trị, ngoại giao, văn hoá, nghệ thuật cũng sẽ phát triển nhanh chóng.

## KẾT LUẬN

Trong những năm qua, trải qua không ít khó khăn thử thách, quan hệ thương mại Việt Nam – Canada ngày càng có những khởi sắc, khẳng định vị trí và tầm quan trọng của mối quan hệ trong quá trình phát triển nền kinh tế Việt Nam nói chung và thương mại Việt Nam nói riêng. Canada là một thị trường tiềm năng đầy hứa hẹn với khả năng tiêu thụ lớn trên thế giới và nhu cầu rất đa dạng và phong phú về hàng hoá nhưng là thị trường đòi hỏi yêu cầu chất lượng cao, điều kiện thương mại nghiêm ngặt và được bảo vệ đặc biệt. Do đó để tăng cường thương mại với Canada, Việt Nam phải nhanh chóng phân tích lại nội lực của mình, đề ra những định hướng trước mắt và lâu dài để từ đó xây dựng những bước đi đúng đắn.

Bài viết này đã đưa ra các nhân tố ảnh hưởng tới sự phát triển ngoại thương của Canada và cho thấy thực trạng quan hệ ngoại thương của Canada và Việt Nam, đặc biệt đã đề cập đến một số tồn tại cản trở sự phát triển quan hệ thương mại Việt Nam -Canada ; từ đó đề ra những kiến nghị nhằm đẩy mạnh mối quan hệ thương mại giữa hai phía.

Quan hệ thương mại Việt Nam – Canada đang chuyển sang một thời kì mới gắn liền với những chuyển biến kinh tế của Việt Nam, Canada và sự biến động về kinh tế chính trị, xã hội khó lường trên thế giới. Triển vọng của mối quan hệ này phụ thuộc rất lớn vào sự tích cực chủ động và linh hoạt từ phía Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam và sự không ngừng đổi mới, hoàn thiện các chính sách, công cụ thương mại nhằm phát huy sức mạnh nội lực, tận dụng tối đa các thuận lợi và giảm thiểu các khó khăn trong quá trình thâm nhập vào thị trường Canada.



## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### **Sách chuyên khảo:**

1. Niên giám thống kê 1999
2. Nguyễn Công Nghiệp, Hoàng Thái Sơn-Kinh tế tài chính thế giới 1970-2000
3. Lê Văn Sang chủ biên, NXB Chính trị quốc gia, Hà nội 1998 - Kinh tế châu Á-Thái Bình Dương.
4. Trung tâm KHXH và nhân văn quốc gia. Trung tâm Bắc Mỹ1975-Canada sức mạnh tiềm ẩn.
5. Nguyễn Xuân Thắng NXB Chính trị quốc gia, Hà nội 1999-Việt Nam và các nước Châu Á-Thái Bình Dương. Các quan hệ kinh tế hiện nay và triển vọng 6 Bộ thương mại và cục xúc tiến thương mại 2000-Giới thiệu thị trường nước ngoài.

### **Báo, tạp chí:**

1. Tạp chí Ngoại Thương : số 25 năm 2003, số 23 năm 2003, số 14 năm 2003, số 21 năm 2003.
2. Thời báo kinh tế Việt NAM ra ngày 1/10/03
3. Châu Mỹ ngày nay: số 9-2002; số 7-2002; số5-2003;

### **Internet:**

[www.mofa.gov.vn](http://www.mofa.gov.vn); [www.mot.gov.vn](http://www.mot.gov.vn); [www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn); [www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn);  
[www.ccra-adrc.gc.ca/customs](http://www.ccra-adrc.gc.ca/customs); [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca); [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca); [www.laws.justice.gc.ca/](http://www.laws.justice.gc.ca/); [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca);  
[www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca); [www.strategie.gc.ca](http://www.strategie.gc.ca);  
[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn/ttdnvn/nghiencuutttn.htm)

Các tài liệu khác:

Hiệp định về Thương mại và Mậu dịch giữa Chính phủ Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Cộng hòa Canada ký ngày 13 tháng 11 năm 1995 tại Hà Nội.



PHỤ LỤC

**HIỆP ĐỊNH VỀ THƯƠNG MẠI VÀ MẬU DỊCH  
GIỮA CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
VÀ CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA CANADA**

Toàn văn Hiệp định được ký ngày 13 tháng 11 năm 1995 tại Hà Nội.  
Chính phủ cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada (dưới đây được gọi chung là "các Bên" và gọi riêng là "Bên").

Tin tưởng sự phát triển thương mại song phương về hàng hoá và dịch vụ sẽ góp phần nâng cao sự hiểu biết lẫn nhau và sự hợp tác giữa nhân dân Việt Nam và nhân dân Canada;

Mong muốn đẩy mạnh và tạo thuận lợi cho việc phát triển thương mại và mậu dịch giữa các Bên vì thuận lợi chung;

Ý thức rằng quan hệ thương mại và mậu dịch là nhân tố chính trong quan hệ song phương giữa Việt Nam và Canada;

Công nhận rằng việc cơ cấu lại nền kinh tế và chuyển sang nền kinh tế thị trường ở Việt Nam đang tạo thêm khả năng mở rộng thương mại song phương;

Ý thức được về trình độ phát triển kinh tế và thương mại hiện tại giữa các Bên;

Ghi nhận tư cách của Việt Nam là quan sát viên của Hiệp định chung về thuế quan và Thương mại (GATT) và tư cách của Canada là một Bên ký kết của GATT; và

Mong đợi Việt Nam gia nhập GATT theo những điều kiện sẽ được thoả thuận giữa Việt Nam và các Bên ký kết của GATT.

Đã thoả thuận như sau:

**Điều 1: Mục tiêu**

Mục tiêu của Hiệp định, như sẽ được cụ thể hoá thêm trong các điều khoản của Hiệp định, là nhằm:

1. Thiết lập một khuôn khổ cân bằng về quyền và nghĩa vụ và các quy tắc được đôi bên thoả thuận để thực hiện quan hệ thương mại và mậu dịch giữa Việt Nam và Canada.

2. Đảm bảo các điều kiện và đẩy mạnh sự tăng trưởng và phát triển mậu dịch hai chiều giữa các Bên vì lợi ích chung.

3. Hỗ trợ cho việc phát triển kinh tế bền vững của các Bên và tăng cường hợp tác thương mại giữa các bên vì lợi ích chung.

### **Điều 2: Định nghĩa**

Tác nhân: Tác nhân là một công dân hoặc một cư dân thường trú lâu dài của một Bên, hoặc một thực thể được lập theo luật hiện hành của Bên đó, hoặc chủ yếu hành nghề trong phạm vi của Bên đó.

Lãnh thổ:

- Đối với Canada "Lãnh thổ" có nghĩa là: lãnh thổ mà trong đó luật Hải quan của Canada được áp dụng, bao gồm bất kỳ khu vực nào ngoài lãnh hải của Canada mà trong đó theo luật quốc tế và luật trong nước mình, Canada được phép thực thi các quyền trên thềm lục địa, vùng tiếp giáp và các tài nguyên thiên nhiên ở các khu vực đó, và

- Đối với Việt Nam, "Lãnh thổ" có nghĩa là: lãnh thổ mà trong đó luật Hải quan của Việt Nam được áp dụng, bao gồm bất kỳ khu vực nào ngoài lãnh hải của Việt Nam mà trong đó theo luật quốc tế và luật trong nước mình, Việt Nam được phép thực thi các quyền trên thềm lục địa, vùng tiếp giáp và các tài nguyên thiên nhiên ở các khu vực đó.

Hàng dệt:

Các loại hàng dệt là các loại cúi, các loại sợi, các loại vải, hàng may sẵn, hàng may mặc và các loại sản phẩm chế tạo bằng các nguyên liệu dệt (tức là các sản phẩm mà đặc tính chủ yếu có thành dệt) gồm: bông, len, xơ nhân tạo hoặc pha trộn của những nguyên liệu trên, trong đó từng loại một hoặc toàn bộ những loại xơ trên kết hợp lại đều đặc trưng cho hoặc giá trị chủ yếu của xơ, hoặc năm mươi (50) phần

trăm hoặc hơn, tính theo trọng lượng, hoặc mười bảy (17) phần trăm hoặc hơn, tính theo trọng lượng len của sản phẩm đó hoặc sản phẩm chế tạo chủ yếu bằng xơ, sợi tổng hợp và nhân tạo, xơ đay, phế, sợi đơn và đa filament, cũng như các sản phẩm dệt làm từ xơ thực vật, pha trộn xơ thực vật với các loại xơ nêu trên và các loại pha trộn có thành phần tơ tằm, mà những sản phẩm này trực tiếp cạnh tranh với các hàng dệt làm từ các loại xơ nêu trên và do vậy, từng loại một hoặc toàn bộ các loại xơ trên kết hợp lại đặc trưng cho hoặc giá trị chủ yếu của xơ hoặc năm mươi (50) phần trăm hoặc hơn, tính theo trọng lượng của những sản phẩm này.

Nước thứ ba: "Nước thứ ba" có nghĩa là bất cứ nước nào khác ngoài Việt Nam và Canada.

Quá cảnh: "Quá cảnh" có nghĩa là sự đi qua lãnh thổ của một nước, có hoặc không có chuyển tải, lưu kho, phân lô hoặc thay đổi phương thức hoặc phương tiện vận tải, khi sự quá cảnh đó chỉ là một phần của toàn bộ hành trình bắt đầu và kết thúc ngoài biên giới của quốc gia mà sự lưu thông nói trên thực hiện qua lãnh thổ quốc gia đó.

### **Điều 3: Đãi ngộ tối huệ quốc**

1. Bất cứ thuận lợi, ưu đãi, đặc quyền hoặc miễn trừ mà một trong các Bên dành cho bất kỳ sản phẩm nào có xuất xứ hoặc được gửi tới bất kỳ nước thứ ba nào khác thì cũng lập tức và không điều kiện được dành cho những sản phẩm tương tự có xuất xứ ở, hoặc được gửi tới lãnh thổ của Bên kia, ở những lĩnh vực sau đây:

2. Thuế quan và bất kỳ khoản thu nào đánh vào hoặc liên quan đến xuất nhập khẩu các sản phẩm, hoặc đánh vào việc chuyển tiền thanh toán quốc tế hàng hoá xuất nhập khẩu;

3. Phương thức đánh các loại thuế và các khoản thu được đề cập trong mục (a) của đoạn này;

4. Những quy tắc và thủ tục liên quan đến xuất nhập khẩu;

5. Tất cả các loại thuế và khoản thu trong nước có liên quan tới các sản phẩm xuất nhập khẩu; và

6. Tất cả các luật pháp, thể lệ và yêu cầu có ảnh hưởng tới việc bán hàng, chào hàng, mua hàng, chuyên chở hoặc kinh tiêu sản phẩm nhập khẩu trong phạm vi lãnh thổ của Bên đó.

7. Các bên không được đưa ra hoặc duy trì bất cứ sự ngăn cấm, hoặc hạn chế nào, cho dù thực hiện bằng hình thức hạn ngạch, giấy phép xuất nhập khẩu hoặc các biện pháp khác, đối với việc nhập khẩu bất kỳ mặt hàng nào của Bên kia, hoặc đối với xuất khẩu hoặc bán đến xuất khẩu bất kỳ sản phẩm nào sang lãnh thổ của Bên kia, trừ phi việc nhập khẩu các sản phẩm tương tự của tất cả các nước thứ ba, hoặc xuất khẩu sản phẩm tương tự sang lãnh thổ tất cả các nước thứ ba cũng đều bị cấm hoặc hạn chế như vậy.

8. Mỗi Bên sẽ dành cho Bên kia và các tác nhân của Bên kia sự đối xử thuận lợi không kém sự đối xử của mình dành cho bất kỳ nước thứ ba nào hoặc tác nhân của bất kỳ nước thứ ba nào ở các lĩnh vực có liên quan đến phân bổ ngoại hối cho các giao dịch liên quan đến nhập xuất khẩu các sản phẩm và cả trong việc quản lý các quy chế ngoại hối liên quan đến các giao dịch trên.

9. Các quy định về đãi ngộ tối huệ quốc của Hiệp định này sẽ không áp dụng cho những thuận lợi mà một trong các Bên hiện đang dành hoặc sau này có thể dành cho nước khác do:

10. Là thành viên của một liên minh thuế quan hoặc khu vực mậu dịch tự do mà một trong các Bên hiện là hoặc sẽ trở thành một Bên ký kết;

11. Những ưu đãi và thuận lợi dành cho các nước thứ ba khác và được quyền hưởng theo Hiệp định chung về thuế quan và Thương mại (GATT) hoặc theo các Hiệp định quốc tế khác phù hợp với GATT.

12. Những thuận lợi mà Canada dành cho các nước và các lãnh thổ hải ngoại phụ thuộc của các nước này mà họ được quyền hưởng ưu đãi thuế quan Anh (BPT);

13. Những thuận lợi dành cho các nước thứ ba trên cơ sở có đi có lại phù hợp với Hiệp định thành lập Tổ chức Thương mại Thế giới và các thoả thuận tiếp theo được ký theo khuôn khổ Hiệp định đó.

14. Những thuận lợi mà một trong các Bên dành cho các nước láng giềng nhằm tạo thuận lợi cho giao lưu biên giới.

15. Dù có quy định ở tiểu mục 4(b) và (d), ưu đãi mà Canada dành cho các nước thứ ba về bất cứ vấn đề gì ghi trong các tiểu mục này, cũng sẽ được dành cho Việt Nam. Bất cứ ưu đãi và thuận lợi nào ghi trong các tiểu mục 4(b) và (d) có thể có tác động xấu tới thương mại giữa các Bên thì theo yêu cầu của một trong các Bên, sẽ đưa ra tham khảo ý kiến theo điều 14.

#### **Điều 4: Tạo thuận lợi cho Thương mại**

1. Các Bên sẽ giúp đỡ các doanh nghiệp của mình trong việc hợp tác và liên doanh để sản xuất và chế biến xuất khẩu sang các nước thứ ba vì lợi ích chung.

2. Về những hàng hoá mà mẫu hàng nhập vào để trưng bày tại hội chợ, triển lãm, thì luật pháp và thể lệ của nước tổ chức hội chợ, triển lãm ấy sẽ điều tiết:

a. Mọi việc miễn thuế hải quan hoặc các khoản thu tương tự khác; và

b. Việc đưa vào thương mại những hàng hoá và mẫu hàng đó tại nước nhập khẩu.

3. Phù hợp với luật pháp và quy chế hiện hành trên lãnh thổ của mỗi Bên, mỗi Bên sẽ tạo thuận lợi cho tự do quá cảnh sản phẩm của Bên kia qua lãnh thổ nước mình thông qua các tuyến đường đã có, thuận tiện nhất cho quá cảnh quốc tế. Những sản phẩm quá cảnh qua lãnh thổ của một Bên vẫn nằm trong phạm vi kiểm soát Hải quan và không đưa vào thương mại của Bên đó, sẽ không phải chịu bất kỳ sự chậm trễ hoặc hạn chế không cần thiết nào và sẽ được miễn các loại thuế nhập khẩu, thuế và các khoản thu khác trừ phí vận tải, chi phí hành chính hoặc dịch vụ liên quan đến quá cảnh.

4. Về tất cả các khoản thu, thể lệ và thủ tục áp dụng đối với sản phẩm quá cảnh, mỗi bên sẽ dành cho sản phẩm của Bên kia quá cảnh qua lãnh thổ của mình hưởng đãi ngộ không kém thuận lợi như đã dành cho sản phẩm của bất kỳ nước thứ ba nào khác có hàng hoá quá cảnh qua lãnh thổ nước mình.

5. Mỗi Bên sẽ dành cho sản phẩm của Bên kia mà sản phẩm đó có quá cảnh qua lãnh thổ của bất cứ nước thứ ba nào, vẫn nằm trong sự kiểm soát của Hải quan, không đưa vào thương mại của nước thứ ba đó, được hưởng đãi ngộ không kém thuận lợi so với đãi ngộ dành cho những sản phẩm vận chuyển thẳng từ nước xuất xứ tới nước nhập khẩu không có quá cảnh qua lãnh thổ nước thứ ba.

6. Để chắc chắn hơn, những điều ghi trong các mục từ 3 tới 5 không ngăn cản mỗi Bên áp dụng những biện pháp đối xử với sản phẩm của các nước thứ ba quá cảnh lãnh thổ mình.

#### **Điều 5- Các doanh nghiệp nhà nước**

1. Mỗi bên cam kết rằng, nếu thiết lập hoặc duy trì một doanh nghiệp nhà nước dù đặt tại đâu, hoặc dù trên danh nghĩa, hay thực tế dành cho bất cứ doanh nghiệp nào sự độc quyền hay đặc quyền, thì doanh nghiệp đó trong hoạt động mua và bán của mình liên quan đến xuất hay nhập khẩu cũng phải hoạt động phù hợp với những nguyên tắc chung miêu tả trong Hiệp định này là không phân biệt đối xử bằng các biện pháp của chính phủ có ảnh hưởng tới xuất hoặc nhập khẩu của tư nhân. Để đạt được điều đó, các doanh nghiệp này sẽ thực hiện việc mua và bán chỉ căn cứ vào những tính toán thương mại gồm giá cả, chất lượng, khả năng cung ứng, khả năng tiếp thị, vận tải và các điều kiện mua bán khác, và sẽ dành cho các doanh nghiệp của Bên kia đầy đủ cơ hội phù hợp với quy định của luật pháp và thể lệ trong nước mình và phù hợp với thông lệ thương mại để họ có thể tham gia cạnh tranh trong các thương vụ mua và bán đó.

2. Những qui định trong mục 1 không áp dụng đối với việc nhập khẩu những sản phẩm để chính phủ sử dụng ngay, hoặc mục đích cuối cùng là để chính phủ sử dụng mà không bán lại hoặc không dùng để sản xuất hàng để bán.

#### **Điều 6- Những tác nghiệp gây phương hại cho thương mại**

1. Không có bất cứ điểm nào trong Hiệp định này gây tổn hại hoặc hạn chế quyền của mỗi Bên đưa thành luật và thi hành các luật pháp và thể lệ.

a. Phù hợp với những yêu cầu của Điều khoản VI của GATT và các luật liên quan hoặc các thoả thuận sau này ký trong khuôn khổ GATT; hoặc



b. áp dụng cho các sản phẩm nhập khẩu với khối lượng tăng và với những điều kiện gây hoặc đe dọa gây tổn thương nghiêm trọng cho các nhà sản xuất trong nước làm những mặt hàng tương tự hoặc những mặt hàng cạnh tranh trực tiếp với các sản phẩm đó.

2. Trong thời gian càng sớm càng tốt sau khi đề nghị tiến hành điều tra được các nhà chức trách của một bên chấp nhận, phù hợp với luật lệ hoặc thể lệ đề cập ở đoạn 1 nói trên, và trong bất cứ trường hợp nào khi tiến hành điều tra, Bên kia sẽ được tạo đầy đủ cơ hội để tiến hành hiệp thương nhằm xác minh rõ sự việc và đạt được giải pháp thoả thuận chung. Hơn nữa, trong suốt quá trình điều tra, Bên kia vẫn sẽ được dành đầy đủ cơ hội để tiếp tục hiệp thương, nhằm xác minh rõ tình hình thực tế và đạt được một giải pháp mà hai bên cùng thoả thuận.

3. Bên đề xuất điều tra hoặc đang tiến hành điều tra, nếu có yêu cầu, sẽ cho phép tiếp cận những chứng cứ và tư liệu không bí mật để sử dụng vào mục đích khởi sự hoặc tiến hành điều tra.

4. Mỗi Bên đảm bảo rằng những luật pháp và thể lệ của mình, như nêu trong đoạn, đều rành mạch rõ ràng và dành cho Bên bị ảnh hưởng có cơ hội trình bày quan điểm của mình. Những luật pháp và thể lệ đó sẽ không được áp dụng để gây phân biệt đối xử một cách độc đoán hoặc không hợp lý giữa những sản phẩm của Bên kia và những sản phẩm của bất kỳ nước thứ ba nào.

5. Những nghĩa vụ ghi từ đoạn 2 đến đoạn 4 sẽ áp dụng với Việt Nam vào thời điểm Việt Nam thực thi luật pháp và thể lệ liên quan đến những vấn đề ghi trong đoạn 1.

### **Điều 7- Sự thông suốt về thông tin**

1. Mỗi Bên sẽ kịp thời công bố tất cả các luật lệ và quy chế có liên quan đến hoạt động mậu dịch bao gồm cả thương mại, đầu tư, thuế, ngân hàng, bảo hiểm, các dịch vụ tài chính, vận tải và lao động.

2. Mỗi Bên sẽ dành cho những tác nhân có quan tâm của Bên kia được tiếp xúc với các dữ liệu đã lưu hành, không phải là dữ liệu bí mật, không phải là dữ liệu thuộc sở hữu riêng về tình hình kinh tế quốc dân và tình hình từng ngành công

ng nghiệp, nông nghiệp, hàng hoá, hoặc dịch vụ cụ thể, bao gồm cả dữ liệu về ngoại thương và đầu tư.

### **Điều 8- Dịch vụ**

Các Bên sẽ tiến hành tham khảo ý kiến nhằm mở rộng phạm vi của Hiệp định này để đưa thêm vào Hiệp định cả phần thương mại dịch vụ phù hợp với các nguyên tắc đa biên trong Hiệp định chung về thương mại dịch vụ.

### **Điều 9 – Tàu buôn và hàng hoá chở bằng đường biển**

1. Trong lưu thông quốc tế, các tàu buôn của mỗi Bên, các tàu buôn do tác nhân của mỗi Bên thuê và hàng hoá của các tàu đó, trong suốt thời gian cập cảng, lưu đậu và rời các cảng biển mà Bên kia cho phép tàu buôn nước ngoài ra vào, sẽ được hưởng sự đối xử, mà mình đã dành cho nước được ưu đãi tối huệ quốc, bao gồm cả việc tiếp cận các dịch vụ của cảng. Các Bên thoả thuận rằng bất cứ dàn xếp nào giữa Canada và Hợp chúng quốc Hoa kỳ về vấn đề hoa tiêu sẽ không có quyền áp dụng những quy định ở đoạn này.

2. Đối với các sản phẩm được chuyên chở giữa Việt Nam và Canada không Bên nào đưa ra hoặc duy trì:

a. Bất cứ biện pháp phân biệt đối xử nào trong lĩnh vực tiếp thị các dịch vụ, trong lĩnh vực tìm nguồn hàng chuyên chở, và trong lĩnh vực chuyển tiền thanh toán có liên quan đến tàu buôn của Bên kia, hoặc các tàu buôn do tác nhân của phía Bên kia thuê; hoặc

b. Bất cứ các biện pháp phân biệt đối xử nào đối với luồng hàng chuyên chở bằng đường biển qua các bến cảng tiếp nhận hàng đường biển, hoặc đối với việc sử dụng các bến cảng đó.

3. Trên cơ sở có đi có lại, mỗi Bên sẽ tạo thuận lợi cho phía bên kia được thành lập và hoạt động ở lãnh thổ nước mình các văn phòng đại diện của các doanh nghiệp vận tải biển. Các Bên thừa nhận rằng các doanh nghiệp vận tải biển cả ở Việt Nam và Canada đều có sở hữu chủ hoặc khai thác các con tàu có đăng ký hoặc của Việt Nam hoặc của Canada hoặc của nước ngoài.

### **Điều 10- Các điều kiện thanh toán**

1. Tuân thủ luật pháp và qui chế có hiệu lực ở Việt Nam và Canada, mọi khoản thanh toán trong lĩnh vực thương mại giữa hai nước sẽ được thực hiện theo các điều kiện mà các bên tham gia hợp đồng thương mại đó thoả thuận.
2. Không Bên nào được đòi hỏi các tác nhân thuộc quyền tài phán của nước mình phải tham gia vào các giao dịch hàng đổi hàng hoặc buôn bán bù trừ như là một điều kiện của mậu dịch song phương giữa Việt Nam và Canada.

### **Điều 11 – Tài chính có liên quan đến thương mại**

Các Bên sẽ khuyến khích và tạo điều kiện dễ dàng cho việc thiết lập mối quan hệ giữa Công ty phát triển xuất khẩu của Canada, hoặc một tổ chức hay các tổ chức kế thừa nó, với Ngân hàng Trung ương Việt Nam, hoặc một tổ chức của Việt Nam và được phía Việt Nam chỉ định, có thể chấp nhận được, và có hoạt động với đầy đủ lòng trung thành và uy tín về mặt tài trợ cho kinh doanh buôn bán các tư liệu sản xuất, các dịch vụ và hàng hoá, dựa trên sự đánh giá hợp lý về rủi ro thương mại và khi thích hợp, thì căn cứ vào sự đảm bảo của Nhà nước về những rủi ro đó.

### **Điều 12 – Luật áp dụng cho các hợp đồng và việc giải quyết các tranh chấp thương mại**

1. Không Bên nào được can thiệp vào quyền tự do của các tác nhân thuộc quyền tài phán của nước mình, để thoả thuận với tác nhân của Bên kia về việc chọn luật điều tiết việc ký kết và thực hiện hợp đồng của họ.
2. Các tác nhân Việt Nam và các tác nhân Canada có thể thoả thuận giải quyết các tranh chấp phát sinh trong các dịch vụ thương mại bằng trọng tài.
3. Những tác nhân như vậy, khi có dính líu vào các tranh chấp phát sinh trong các giao dịch thương mại riêng của họ, có thể thoả thuận về trọng tài phù hợp với các quy tắc trọng tài của Ủy ban về Luật thương mại quốc tế(UNCITRAL), đã được thông qua năm 1976.
4. Không có điểm nào trong Hiệp định này được tìm cách giải thích nhằm cản trở, và cũng không Bên nào được ngăn cản các Bên tham gia các giao dịch

thương mại thoả thuận về bất cứ hình thức trọng tài nào khác để giải quyết các tranh chấp thương mại mà hình thức đó các bên đều thích sử dụng hơn, và theo quan điểm của họ, hình thức ấy đáp ứng tốt nhất những yêu cầu về kinh doanh của mình.

5. Các tác nhân Việt Nam và Canada sẽ được tiếp xúc với toà án của Bên kia trên cơ sở bình đẳng như những tác nhân của bất cứ nước thứ ba nào.

### **Điều 13 – Các ngoại lệ**

1. Những quy định của Hiệp định này sẽ không giới hạn quyền của mỗi Bên có mọi hành động bảo vệ các lợi ích an ninh quốc gia của mình.

2. Tuân thủ yêu cầu là những biện pháp dưới đây không được áp dụng để tìm cách tạo ra các phương tiện nhằm phân biệt đối xử một cách độc đoán hoặc không hợp lý công bằng giữa các nước có cùng điều kiện như nhau, hoặc tạo ra sự hạn chế trá hình đối với thương mại quốc tế, không có điểm nào trong Hiệp định này được giải thích là để cấm các Bên áp dụng, hoặc tăng cường hiệu lực những biện pháp :

- a. Cần thiết để bảo vệ đạo đức xã hội
- b. Cần thiết để bảo vệ sức khoẻ hoặc cuộc sống của con người, của động hoặc thực vật;
- c. Có liên quan đến việc nhập khẩu hoặc xuất khẩu vàng, bạc;
- d. Cần thiết để đảm bảo tuân thủ những luật pháp hoặc quy tắc mà chúng không phải là không phù hợp với các quy định của Hiệp định này.
- e. Có liên quan đến các sản phẩm có được do lao động của tù nhân.
- f. Được áp đặt để bảo vệ tài sản quốc gia có giá trị về nghệ thuật, lịch sử hoặc khảo cổ; hoặc
- g. Biện pháp có liên quan tới việc bảo tồn nguồn tài nguyên thiên nhiên bị cạn kiệt nếu các biện pháp như vậy được áp dụng gắn với việc hạn chế tiêu thụ và sản xuất trong nước.

3. Các sản phẩm dệt không chịu sự điều tiết của các quy định trong đoạn 1 và 2 - Điều khoản III và tiểu mục 1(b) của điều khoản VI. Trong trường hợp văn bản thoả thuận hoặc dàn xếp về những sản phẩm hàng dệt nào đó còn có hiệu lực giữa

các Bên thì miễn trừ này sẽ chỉ áp dụng cho những sản phẩm dệt mà vẫn bản thoả thuận hoặc dàn xếp đó điều tiết.

### **Điều 14 – Tham khảo ý kiến**

1. Các Bên sẽ thường tham khảo ý kiến nhau về việc thực hiện Hiệp định này hoặc về bất cứ quy định nào của Hiệp định này.

2. Nội dung đưa ra giải quyết tại các cuộc tham khảo ý kiến tiến hành chiểu theo quy định ở đoạn 1 sẽ là:

a. Xem xét lại khả năng mở rộng Hiệp định này.

b. Xem xét các vấn đề ảnh hưởng đến thương mại và mậu dịch giữa Việt Nam và Canada.

c. Trao đổi thông tin và quan điểm về các vấn đề có thể tác động xấu tới mức độ phát triển thương mại hiện tại hoặc tương lai của mỗi Bên.

d. Xem xét lại các vấn đề về thương mại đa phương mà hai Bên cùng quan tâm, và

e. Kiểm điểm lại những tiến bộ trong việc mở rộng mậu dịch song phương và xem xét khi thích hợp, các đề nghị nhằm khuyến khích sự tăng trưởng hơn nữa về thương mại hoặc để khắc phục những cản trở đối với sự tăng trưởng đó.

3. Các cuộc tham khảo ý kiến theo điều khoản này có thể được đặt ra theo yêu cầu của mỗi Bên bằng thông báo hợp lý cho phía Bên kia biết.

4. Địa điểm họp được tổ chức theo Điều khoản này sẽ được luân phiên giữa Việt Nam và Canada trừ phi các Bên có thoả thuận khác. Một đại diện của mỗi Bên sẽ dẫn đầu đoàn của Bên mình đi dự các cuộc họp như vậy. Mỗi phiên họp sẽ do đại diện của nước chủ nhà chủ tọa.

5. Các Bên cố gắng giải quyết qua con đường ngoại giao mọi tranh chấp phát sinh về việc giải thích hoặc áp dụng bất cứ điều khoản nào của Hiệp định này.

### **Điều 15 – Hiệu lực, thời hạn và kết thúc**

1. Để làm cho Hiệp định này có hiệu lực, các Bên sẽ thông báo cho nhau, bằng trao đổi công hàm, rằng các yêu cầu pháp lý của mình đã được hoàn tất. Hiệp

định này sẽ có hiệu lực từ ngày trao đổi công hàm hoặc trong trường hợp việc trao đổi công hàm không diễn ra cùng ngày, Hiệp định này sẽ có hiệu lực từ ngày ghi trong công hàm sau cùng.

2. Hiệp định này sẽ vẫn còn hiệu lực trừ phi một Bên gửi cho Bên kia thông báo trong vòng sáu tháng để kết thúc Hiệp định. Nếu Hiệp định này được kết thúc, cả hai Bên sẽ tìm cách tới mức có thể được, để giảm tối đa sự gián đoạn có thể xảy ra đối với quan hệ thương mại hai nước.

3. Quyền và nghĩa vụ phát sinh trong hợp đồng được ký kết giữa tác nhân của các Bên sẽ chỉ là trách nhiệm của những tác nhân đó. Việc kết thúc Hiệp định này sẽ không ảnh hưởng tới việc hoàn thành các nghĩa vụ hoặc cam kết phát sinh trong các hợp đồng được ký kết trong thời gian Hiệp định này có hiệu lực.

4. Không có bất cứ điều khoản nào trong Hiệp định được vượt quá hoặc thay đổi các thoả thuận đã có hiệu lực giữa các Bên, trừ phi có qui định rõ ràng trong hiệp định.

5. Trong bất kỳ thời gian nào khi Hiệp định này còn hiệu lực, các Bên có thể đưa đề nghị bằng văn bản để sửa đổi Hiệp định và Bên kia phải trả lời trong vòng 90 ngày kể từ khi nhận được thông báo đó. Các điều của Hiệp định này có thể được sửa đổi với sự nhất trí của cả hai Bên bằng văn bản khi được chuẩn y theo đúng các thủ tục pháp lý sở tại của các Bên.

Để làm bằng, những người ký tên dưới đây, được uỷ quyền hợp lệ đã ký Hiệp định này.

Làm tại Hà Nội, ngày 13 tháng 11 năm 1995 thành 2 bản, bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, các bản đều có giá trị ngang nhau.