

Sổ tay doanh nghiệp



TRUNG TÂM WTO VÀ HỘI NHẬP  
PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

# CPTPP &

Ngành Phân phối – Thương mại điện tử  
Việt Nam



Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore, Việt Nam



Thông tin trong Sổ tay này chỉ phục vụ mục đích tham khảo. Để biết nội dung chuẩn xác của cam kết, doanh nghiệp cần tra cứu Văn kiện chính thức (bản tiếng Anh) của Hiệp định.

Mọi quan điểm trong Sổ tay này là của Nhóm tác giả, không phản ánh quan điểm của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương hay Chương trình Aus4Reform.



Canada

Mexico

Peru

Chile

New Zealand

Hiệp định Đối tác  
Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)  
và Ngành Phân phối – Thương mại điện tử Việt Nam

---

Hà Nội, tháng 11 năm 2019



## Lời mở đầu

Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) giữa 11 nước (bao gồm Australia, Brunei, Canada, Chi-lê, Malaysia, Mexico, Nhật Bản, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam) đã chính thức có hiệu lực với Việt Nam từ ngày 14/1/2019.

Là một Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, tiêu chuẩn cao, mức cam kết mở cửa mạnh và có phạm vi cam kết bao trùm nhiều lĩnh vực thương mại, đầu tư, quy tắc và thể chế, CPTPP dự kiến có tác động lớn tới hầu như tất cả các ngành, lĩnh vực kinh tế của Việt Nam.

Sổ tay doanh nghiệp “Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Ngành Phân phối - Thương mại điện tử Việt Nam” nằm trong Tuyển tập 10 Sổ tay doanh nghiệp do Trung tâm WTO và Hội nhập thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện trong khuôn khổ Hợp phần “Hỗ trợ doanh nghiệp thực thi hiệu quả CPTPP” của Chương trình Australia hỗ trợ cải cách kinh tế Việt Nam (Aus4Reform).

Sổ tay tóm tắt và diễn giải các cam kết CPTPP trong lĩnh vực phân phối và thương mại điện tử, đánh giá các tác động dự kiến của các cam kết này đối với triển vọng phát triển của ngành và đưa ra các khuyến nghị cơ bản để doanh nghiệp trong ngành có thể tận dụng các cơ hội và vượt qua thách thức từ Hiệp định quan trọng này.

Trung tâm WTO và Hội nhập – VCCI trân trọng cảm ơn sự hỗ trợ về chuyên môn của các chuyên gia Vụ Hợp tác quốc tế - Bộ Thông tin và Truyền thông, Vụ Chính sách Thương mại Đa biên – Bộ Công Thương và sự hỗ trợ về kỹ thuật của Chương trình Aus4Reform cho việc nghiên cứu, biên soạn và phổ biến Sổ tay này.

Trung tâm WTO và Hội nhập  
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam



# Mục lục

## Phần thứ nhất

### Cam kết mở cửa thị trường phân phối và thương mại điện tử của Việt Nam trong CPTPP ..... 8

#### Mục 1 – Cam kết mở cửa thị trường dịch vụ phân phối ..... 10

- 1 Dịch vụ phân phối là gì? ..... 10
- 2 Cam kết về các dịch vụ phân phối của Việt Nam được nêu ở đâu trong CPTPP? ..... 11
- 3 Việt Nam cam kết mở cửa thị trường dịch vụ phân phối theo cách thức nào? ..... 14
- 4 Việt Nam có cam kết gì về việc di chuyển nhân sự của nhà phân phối CPTPP vào Việt Nam? ..... 19
- 5 Nhà đầu tư CPTPP có thể thành lập hợp tác xã, doanh nghiệp tư nhân, hộ kinh doanh cung cấp dịch vụ phân phối ở Việt Nam không? ..... 22
- 6 Việt Nam có cho phép nhà phân phối của các nước CPTPP thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh ở Việt Nam không? ..... 23
- 7 Việt Nam có cho phép nhà phân phối của các nước CPTPP phân phối qua biên giới cho khách hàng ở Việt Nam không? ..... 24
- 8 Việt Nam có cho phép các nhà đầu tư CPTPP được lập liên doanh, doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài, tham gia hợp đồng hợp tác kinh doanh tại Việt Nam hay mua cổ phần của doanh nghiệp phân phối Việt Nam không? ..... 25
- 9 CPTPP có những cam kết nào khác có thể tác động đáng kể tới ngành phân phối Việt Nam? ..... 28

<b>Mục 2 – Cam kết về thương mại điện tử</b>	<b>31</b>
10 Thương mại điện tử là gì?	32
11 CPTPP có cam kết về những vấn đề gì của thương mại điện tử?	34
12 CPTPP có yêu cầu gì về chính sách đối với thương mại điện tử của các nước Thành viên?	37
13 CPTPP có yêu cầu gì đối với việc bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử?	40
14 CPTPP có cam kết gì để bảo đảm môi trường thuận lợi cho thương mại điện tử?	42

## Phần thứ hai

<b>Cơ hội, thách thức và khuyến nghị đối với ngành phân phối và thương mại điện tử Việt Nam trong bối cảnh CPTPP</b>	<b>46</b>
15 Hiện trạng thị trường và ngành phân phối Việt Nam?	48
16 Hiện trạng hoạt động thương mại điện tử ở Việt Nam?	54
17 Triển vọng thị trường phân phối và thương mại điện tử Việt Nam	56
18 Các cơ hội từ CPTPP cho ngành phân phối – thương mại điện tử Việt Nam?	58
19 Các thách thức từ CPTPP đối với ngành phân phối – thương mại điện tử Việt Nam?	60
20 Ngành phân phối – thương mại điện tử Việt Nam cần chú ý gì để vượt qua thách thức, tận dụng cơ hội từ CPTPP?	61