



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

BÁO CÁO
THỊ TRƯỜNG NA UY

Thành phố Hồ Chí Minh 2025

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường	6
Các thông tin cơ bản.....	6
Văn hoá xã hội	10
Điều kiện tự nhiên	12
Tổng quan kinh tế.....	13
 Chương 2: Kinh doanh ở Na Uy	 18
Tổng quan thị trường.....	18
Những thách thức thị trường	21
Chiến lược thâm nhập thị trường	21
Cơ hội thị trường	22
Xu hướng tiêu dùng.....	23
 Chương 3: Kinh doanh sản phẩm và dịch vụ nước ngoài.....	 41
Sử dụng đại lý hoặc nhà phân phối	41
Thành lập văn phòng	42
Nhượng quyền thương mại	45
Tiếp thị trực tiếp	47
Liên doanh/Cấp phép	48
Bán hàng cho chính phủ	49
Dịch vụ bán hàng, hỗ trợ khách hàng	52

Giá cả.....	55
Thương mại điện tử.....	56
Kinh tế số	63
Các phương thức thanh toán	67
Tài trợ xuất khẩu	68
Hệ thống ngân hàng	68
Những nhân tố/ kỹ thuật bán hàng	70
Xúc tiến thương mại và quảng cáo Na Uy	71
Chương 4: Quan hệ Việt Nam – Na Uy.....	74
Quan hệ ngoại giao với Na Uy.....	74
Quan hệ thương mại với Việt Nam	77
Rào cản phi thuế quan	101
Chương 5: Các quy định về thương mại, hải quan và các tiêu chuẩn	119
Thuế nhập khẩu	119
Hàng rào thương mại.....	121
Các yêu cầu và chứng từ nhập khẩu.....	125
Tiêu chuẩn trong thương mại	132
Yêu cầu về nhãn mác và Ký hiệu.....	134
Tạm nhập tái xuất.....	154
Nghiêm cấm và hạn chế nhập khẩu.....	154
Hiệp định Thương mại	156

Chương 6: Môi trường đầu tư	158
Mở cửa đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài.....	159
Sự minh bạch của hệ thống pháp luật	168
Khu vực ngoại thương/cảng tự do.....	170
Quốc hữu hóa và bồi thường.....	170
Giải quyết tranh chấp	170
Các chính sách ưu đãi.....	171
Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ	171
Thị trường vốn và danh mục đầu tư chứng khoán.	175
Trách nhiệm trong kinh doanh (RBC)	177
Tham nhũng	179
Môi trường chính trị và an ninh trật tự.....	180
Chính sách và thực hành lao động	181
Bán hàng cho chính phủ.....	182
Doanh nghiệp nhà nước	183
 Chương 7: Văn hóa kinh doanh.....	 187
Sơ lược	187
Lưu ý khi kinh doanh	187
Ngôn ngữ sử dụng.....	188
Tặng quà.....	189
Trang phục.....	191

Trao danh thiếp	192
Giáo tiếp, chào hỏi	192
Âm thực.....	194
Giờ làm việc và ngày nghỉ lễ	196
Thị thực	197
An ninh.....	199
Viễn thông.....	200
Tiền tệ.....	201
Mạng lưới giao thông đường bộ và đường sắt.....	201
Sân bay	203
Các cơ sở y tế	203
Tạm nhập các vật dụng cá nhân	203
Chương 8: Thông tin liên hệ và sự kiện thương mại	205
Thông tin liên hệ	205
Sự kiện nổi bật.....	208

Chương 1: Tổng quan thị trường

Các thông tin cơ bản

Tên nước: Vương quốc Na Uy (The Kingdom of Norway)

Thủ đô: Ôt-xlô (Oslo)

Ngày độc lập: 17/5/1814

Quốc khánh: 17/5 (Ngày ban hành Hiến pháp)

Diện tích: 323.802 km² (đất liền 304.282 km², nước 19.520 km²)

Dân số: 5.509.733 với 2.780.972 nam và 2.728.761 nữ (ước tính năm 2024)

Khí hậu: Ôn hoà nhờ có dòng hải lưu nóng dọc bờ biển, nhiệt độ trung bình vào mùa hè là 15o C, mùa đông là -5o C

Ngôn ngữ: Tiếng Na Uy (gần giống tiếng Thụy Điển và Đan Mạch)

Tôn giáo: Giáo hội Na Uy (Tin Lành Lutheran - chính thức) 67,5%, Hồi giáo 3,1%, Công giáo La Mã 3,1%, Cơ đốc giáo khác 3,8%, khác 2,6%, không xác định 19,9% (ước tính năm 2021)

Dân tộc: Người Na Uy 81,5% (bao gồm khoảng 60.000 người Sami), người châu Âu khác 8,9%, người khác 9,6% (ước tính năm 2021)

Hầu hết người Na Uy sống ở phía Nam, nơi khí hậu ôn hòa hơn và có kết nối tốt hơn với lục địa Châu Âu. Các cụm dân cư có ở dọc theo bờ biển Bắc ở phía Tây Nam, và dân cư Skprisrak ở phía Đông Nam. Các khu vực sâu trong nội địa của phía Bắc vẫn còn thưa thớt dân cư

Cấu trúc tuổi: (ước tính năm 2024)

- 0-14 tuổi: 16,3% (461.979 nam/ 438.243 nữ)
- 15-64 tuổi: 64,5% (1.820.692 nam/ 1.734.818 nữ)
- Từ 65 tuổi trở lên: 19,1% (498.301 nam/ 555.700 nữ)

Độ tuổi trung bình: 40,8 tuổi (ước tính năm 2024), xếp hạng thứ 57 trên thế giới

- Nam: 40,1 tuổi
- Nữ: 41,5 tuổi

Tỷ lệ tăng dân số: 0,59% (ước tính năm 2024), xếp hạng 142 trên thế giới

Dân số thành thị chiếm 84% tổng dân số (2023).

Đơn vị tiền tệ: NOK (cuaron Na Uy); Tỷ giá 1 USD = 8.77NOK (2020) Múi giờ GMT + 2

Nguyên thủ quốc gia: Vua Harald V (từ 17/01/1991). Người kế vị là Thái tử Haakon Magnus (sinh năm 1973).

Đứng đầu chính phủ: Thủ tướng Jonas Gahr Store (từ 14/10/2021).

Na Uy là quốc gia chế độ quân chủ cha truyền con nối; sau khi bầu cử quốc hội, lãnh đạo của đảng đa số hoặc liên minh đa số thường được quốc vương bổ nhiệm làm thủ tướng với sự chấp thuận của quốc hội.

Thể chế: Thể chế của Na Uy theo chế độ quân chủ lập hiến đứng đầu Nhà nước là Vua. Hiến pháp Na Uy năm 1814 quy định vua theo chế độ cha truyền con nối. Nhưng hiện nay Vua chỉ mang tính chất lễ nghi, không còn quyền lực chính trị. Quyền lực chính trị thuộc về cơ quan hành pháp (Chính phủ), đứng đầu là Thủ tướng. Người nối ngôi vua sẽ là con cả, không phân biệt nam nữ.

Na Uy tham gia và là thành viên chính thức của nhiều tổ chức quốc tế như ADB, AfDB, Arctic Council, Australia Group, BIS, CBSS, CD, CE, CERN, EAPC, EBRD,

EFTA, EITI, ESA, FAO, FATF, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICt, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCs, IGAD, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC (NGOs), MIGA, MINUSMA, NATO, NC, NEA, NIB, NSG, OAS, OECD, OPCW, OSCE, Paris Club, PCA, SCHENGEN CONVENTION, UN, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNITAR, UNMISS, UNRWA, UNTSO, UNWTO, UPU, WCO, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC

Lịch sử:

- Đầu thế kỷ IX-cuối thế kỷ XI là thời kỳ phát triển thịnh vượng của Na Uy, người Viking Na Uy thiết lập những triều đại đầu tiên của mình và mở mang bờ cõi.
- Thế kỷ XII-XVII, Na Uy bị suy yếu do ngoại xâm và nội chiến liên miên, bị Đan Mạch thống trị nhiều lần. Na Uy nằm trong liên minh với Đan Mạch trong nhiều thế kỷ.
- 1814-1905: Na Uy nằm trong liên minh với Thụy Điển. Ngày 17/5/1814, Na Uy thông qua Hiến pháp đầu tiên và ngày này trở thành ngày Quốc khánh hiện nay của Na Uy.
- Năm 1905: Na Uy tách khỏi Thụy Điển, trở thành một quốc gia độc lập cho đến ngày nay.
- Trong chiến tranh thế giới I và II, Na Uy là một nước trung lập nhưng vẫn bị phát xít Đức chiếm đóng trong vòng 5 năm (1940-1945) do vị trí địa chiến lược của mình (nằm ngay sát sườn nước Nga).
- Năm 1945: Na Uy gia nhập LHQ, ông Trygve Lie (cựu Bộ trưởng Tư pháp và Ngoại giao) đã trở thành Tổng thư ký đầu tiên của Liên Hợp Quốc.
- Năm 1949: Do sức ép của Anh và Đức, Na Uy không còn giữ được chính sách trung lập, khái niệm “trung lập hạn chế” và “xây dựng cầu nối” xuất hiện đã nói lên thực chất

của chính sách đối ngoại Na Uy lúc này. Đây cũng là một trong các lý do Na Uy gia nhập Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO) sau khi sáng kiến thành lập Liên minh phòng thủ Bắc Âu do Thụy Điển đưa ra năm 1948 bị thất bại.

- Năm 1960: Na Uy gia nhập Khối mậu dịch tự do Châu Âu (EFTA). Cuối thập kỷ 60, khai thác dầu khí đã thúc đẩy nền kinh tế Na Uy phát triển mạnh mẽ.

- Năm 1972, 1994: Na Uy thất bại trong trưng cầu dân ý về gia nhập Liên minh Châu Âu (EU).

- Năm 1995: Na Uy tham gia Hiệp định Kinh tế Châu Âu (EEA).

- Năm 2006: Na Uy gia nhập Hiệp định Schengen.

Đường lối đối ngoại

Về đối ngoại: Sau chiến tranh thế giới II, Na Uy điều chỉnh chính sách đối ngoại từ "trung lập hạn chế" sang liên minh quân sự và gia nhập NATO (1949) để có sự đảm bảo của Mỹ và Tây Âu cho an ninh và quốc phòng, vì Na Uy luôn luôn lo ngại ảnh hưởng của Nga. Na Uy tiếp tục ưu tiên quan hệ đồng minh với Mỹ, EU, các nước Bắc Cực, Bắc Âu, NATO. Cùng với các nước Bắc Âu khác, Na Uy chủ trương cải tổ Liên Hợp Quốc, trong đó có Hội đồng bảo an nhằm đảm bảo dân chủ và quyền bình đẳng giữa các nước thành viên Liên Hợp Quốc. Na Uy đang thực hiện kế hoạch điều chỉnh quan hệ đối ngoại, tập trung nguồn lực nhiều hơn trong quan hệ với các nước mới nổi (BRIC) gồm có Bra-xin, Trung Quốc, Nga, Ấn Độ nhằm tận dụng nguồn lực phát triển của các nước này.

Quan hệ với Liên minh Châu Âu: Na Uy chủ trương gia nhập Liên minh châu Âu (EU) từ những năm 70 nhưng chưa được đa số người dân Na Uy ủng hộ. Na Uy vẫn tham gia vào các hoạt động của EU, tiếp tục đóng góp cho quỹ EEA để hỗ trợ giải quyết các vấn đề xã hội ở EU.

Với Châu Á nói chung: Năm 1996, Quốc hội Na Uy thông qua "Chiến lược châu Á" nhằm tăng cường quan hệ chính trị và mở rộng hợp tác kinh tế, thương mại, văn hoá lâu dài với các nước ở khu vực này. Hiện nay, Na Uy có quan hệ thương mại nhiều với Nhật Bản, Trung Quốc và ngày càng chú trọng đến khu vực Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Tại Đông Nam Á, Indonesia là nước được quan tâm nhất trong chính sách của Na Uy.

Vấn đề dân chủ, nhân quyền: Là một trong những ưu tiên hàng đầu của Na Uy hiện nay. Bộ Ngoại giao Na Uy chịu sức ép rất lớn từ Quốc hội Na Uy về vấn đề này, do đó, phía Na Uy đánh giá cao cơ chế đối thoại nhân quyền với các nước nói chung và với Việt Nam nói riêng.

Văn hoá xã hội

Nền văn hóa Na Uy có mối liên hệ chặt chẽ với lịch sử và địa lý của quốc gia này. Nhắc tới nền văn hóa Na Uy là người ta nhắc tới nền văn hóa trang trại được duy trì liên tục cho tới ngày nay. Những điều kiện về tự nhiên như sở hữu nguồn tài nguyên (đặc biệt là thủy sản) quý hiếm, điều kiện khí hậu khắc nghiệt; cùng với đó là những đạo luật về quyền sở hữu đất đai có từ lâu đời đã trở thành những yếu tố tạo nên nền văn hóa trang trại Na Uy.

Trong thế kỷ 18, nền văn hóa này đã tạo nên một phong trào lãng mạn dân tộc mạnh mẽ, mà tới nay những di sản của phong trào này còn được thấy rõ trong ngôn ngữ Na Uy và trên các phương tiện truyền thông. Trong thế kỷ 19, văn hóa Na Uy tiếp tục nở rộ trong nỗ lực để đạt tới một bản sắc văn hóa độc lập của quốc gia trên các lĩnh vực nghệ thuật, văn học và âm nhạc. Điều này tiếp tục được duy trì đến ngày hôm nay trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn và sự hỗ trợ của chính phủ trong các hoạt động triển lãm, dự án văn hóa và nghệ thuật.

Bên cạnh những nỗ lực tạo nên những giá trị bản sắc văn hóa riêng của mình, nền văn

hóa Na Uy cũng có quá trình tương tác, du nhập các giá trị văn hóa của các quốc gia khác. Ảnh hưởng văn hóa lớn nhất từ nước ngoài tới văn hóa Na Uy đến từ Đan Mạch, và tiếp theo là Thụy Điển. Na Uy ngày nay đang được hưởng một nền văn hóa thích nghi mạnh mẽ với văn hóa phương Tây nói chung. Trong 30 năm qua, Na Uy đã phát triển từ một nền văn hóa đơn nhất dân tộc chủ nghĩa để trở thành một quốc gia có nền văn hóa đa dạng với sự đóng góp của cộng đồng lớn người nhập cư, đặc biệt là ở Oslo, nơi một phần tư dân số là người nhập cư.

Du lịch

Miền Bắc Na Uy mang khí hậu lạnh của miền Bắc Cực. Các địa danh nơi đây nên đến:

- + Atla: xem hiện tượng Mặt trời lúc nửa đêm
- + Quần đảo Lofoten: gồm những làng mạc nhỏ bé và các hoạt động câu cá giải trí.
- + Quần đảo Svalbard: quần đảo của những chú gấu trắng Bắc Cực. Nơi đây du khách sẽ có cơ hội chiêm ngưỡng hiện tượng kỳ thú của thiên nhiên là các quang phổ ở miền Cực Bắc. Ngoài ra các điểm vui chơi khác như là: Karasjok, Troms, Nordland, Navirk...

Miền Đông Na Uy được biết đến bởi những hồ nước tuyệt đẹp, trong suốt như pha lê, các dãy núi trải mình dài nhiều tầng lớp. Các địa danh nơi đây nên đến:

- + Công viên quốc gia Jotunheimen. Đến Jotunheimen du khách không thể không gắng sức leo lên đỉnh ngọn núi Galdhøpiggen - cao nhất tại công viên quốc gia này, để mở tầm mắt chiêm ngưỡng khung cảnh ngoạn mục của Đông Na Uy.
- + Gjøvik, Land and Toten cũng là một điểm đến hấp dẫn không kém, tại đây du khách có thể đi du ngoạn trên hồ Đông Na Uy bằng du thuyền. Flå là một điểm đến dành cho những ai yêu thiên nhiên và hoa đẹp. Còn đến với Hadeland du khách có thể chứng kiến các công trình kiến trúc mang đậm nét văn hóa của Na Uy. Ngoài ra các chuyến

phiêu lưu bằng những chiếc xuồng và ngắm nhìn các chú chim tại các công viên quốc gia cũng đầy thú vị. Các điểm đến tại miền Đông Na Uy khác: Ostfold, Al, Romerike, Trysil (khu vực dành cho môn trượt tuyết), Valdres (đi xe đạp)...

Miền Trung Na Uy vùng đất hội tụ những nét đặc trưng của đất nước, con người và văn hóa Na Uy. Các kiến trúc cổ xưa còn giữ lại cùng với sự kết hợp của văn hóa hiện đại phương tây. Ở miền trung Na Uy cũng có các hồ nước tuyệt đẹp, các đồng cỏ xanh bao la và hệ động vật phong phú. Đến miền trung Na Uy đơn giản chỉ là tránh đi sự ồn ào, tấp nập, một nơi lý tưởng dành cho nghỉ dưỡng. Cảnh quan thiên nhiên đẹp, các động vật hoang dã đã trả lời được tại sao du khách đến miền trung Na Uy. Các điểm du lịch nổi tiếng như là: Roros, Trondheim, Kystriksveien (dành cho câu cá giải trí)...

Miền Nam Na Uy: vùng đất của những bãi đá ngầm, Các vịnh nổi dài từ đất liền ra biển và các làng mạc xinh xắn nhỏ bé dọc theo các hồ. Có rất nhiều điểm đến tại miền Nam Na Uy như là Mandal để xem sự trầm lắng của mặt biển bao la và ngọn hải đăng hùng vĩ. Sirdal là nơi tuyệt vời cho những chuyến leo núi. Rauland là vùng đất với những làng mạc ven núi, bạn có thể đi bộ để tham quan công viên quốc gia Hardangervidda. Các địa điểm du lịch khác trên miền Nam Na Uy là: Sorlandet, Talemark, Kristiansand, Kragero, Rjukan...

- Thủ Đô Oslo của Na Uy: Sự kết hợp độc đáo của một thành phố thủ đô nhộn nhịp và thiên nhiên bao la đã tạo cho Oslo một ấn tượng độc đáo. Đến miền trung Na Uy du khách không thể bỏ qua điểm du lịch hấp dẫn này. Các nhà bảo tàng và các phòng trưng bày tại Oslo với nội dung trưng bày phong phú luôn là đề tài cho các du khách có đầu óc khám phá.

Điều kiện tự nhiên

Vị trí địa lý: Na Uy nằm phía Bắc châu Âu, được bao quanh là biển Bắc và Đại Tây Dương, phía Đông giáp Thụy Điển và giáp một phần nhỏ của Nga và Phần Lan.

Biên giới đất liền của Na Uy với Phần Lan là 709 km, với Thụy Điển là 1.666 km, và với Nga là 191 km.

Khí hậu Na Uy là băng giá. Dọc theo bờ biển là khí hậu ôn đới được điều chỉnh bởi dòng chảy Bắc Đại Tây Dương. Ở phía sâu trong nội địa lạnh hơn với lượng mưa nhiều hơn và mùa hè lạnh giá hơn. Có mưa quanh năm ở bờ biển phía Tây

Địa hình chủ yếu của Na Uy là các cao nguyên cao và núi non hiểm trở xen giữa là các thung lũng màu mỡ. Đồng bằng nhỏ, phân tán, bờ biển khúc khuỷu bởi các vịnh hẹp, phi Bắc là một vùng băng giá.

Na Uy có tổng diện tích là 323.802 km². Trong đó đất liền 304.282 km², diện tích mặt nước 19.520 km². Trong đó đất nông nghiệp: 2,7% (đất canh tác: 2,1%, đất trồng cây lâu năm: 0,1%, đồng cỏ lâu năm: 0,5%) rừng: 27,8%, đô thị: 69,5%. (dự tính 2018)

Tài nguyên thiên nhiên: dầu mỏ, khí ga, quặng sắt, đồng, chì, kẽm, titanium, quặng pyrit, nickel, cá, gỗ, năng lượng hydro.

Tổng quan kinh tế

Na Uy có nền kinh tế ổn định với khu vực kinh tế tư nhân sôi động, khu vực nhà nước lớn và mạng lưới an sinh xã hội rộng khắp. Na Uy đã chọn không tham gia EU trong cuộc trưng cầu dân ý vào tháng 11/1994. Tuy nhiên, với tư cách là thành viên của Khu vực Kinh tế Châu Âu, Na Uy tham gia một phần vào thị trường chung của EU và đóng góp đáng kể vào ngân sách của EU.

Na Uy rất giàu tài nguyên thiên nhiên như dầu khí, cá, rừng và khoáng sản. Na Uy là nhà sản xuất hàng đầu và là nhà xuất khẩu thủy sản lớn thứ hai trên thế giới, sau Trung Quốc. Chính phủ quản lý tài nguyên dầu mỏ của đất nước thông qua các quy định rộng rãi. Theo ước tính chính thức của quốc gia, ngành xăng dầu cung cấp khoảng 9% việc làm, 12% GDP, 13% doanh thu của bang và 37% kim ngạch xuất khẩu. Na Uy là một trong những nhà xuất khẩu xăng dầu hàng đầu thế giới, mặc dù sản lượng dầu thấp hơn

gần 50% so với mức đỉnh vào năm 2000. Ngược lại, sản lượng khí đốt đã tăng hơn gấp đôi kể từ năm 2000. Mặc dù sản lượng dầu thấp trong lịch sử nhưng đã tăng ba năm liên tiếp kể từ 2016 do sản lượng khai thác của các mỏ dầu hiện có cao hơn và các mỏ mới sắp khai thác. Sản xuất điện trong nước của Na Uy hầu như dựa hoàn toàn vào thủy điện.

Để phòng sản lượng dầu và khí đốt giảm, Na Uy tiết kiệm doanh thu nhà nước từ các hoạt động trong lĩnh vực dầu khí trong quỹ tài sản có chủ quyền lớn nhất thế giới, trị giá hơn 1 nghìn tỷ USD vào cuối năm 2017. Để giúp cân bằng ngân sách quốc gia mỗi năm, chính phủ tuân theo "quy tắc tài khóa", quy định rằng chi tiêu thu nhập từ dầu khí và đầu tư quỹ sẽ tương ứng với tỷ suất lợi nhuận thực tế dự kiến của quỹ, một số tiền mà nó ước tính là bền vững theo thời gian. Vào tháng 2/2017, chính phủ đã điều chỉnh tỷ lệ hoàn vốn dự kiến của quỹ từ 4% xuống 3%.

Sau khi có tăng trưởng GDP vững chắc trong giai đoạn 2004-2007, nền kinh tế tăng trưởng chậm lại vào năm 2008, và thu hẹp lại vào năm 2009, trước khi trở lại mức tăng trưởng dương và khiêm tốn từ năm 2010 đến năm 2017. Nền kinh tế Na Uy đã và đang điều chỉnh để giảm giá năng lượng, thể hiện qua tốc độ tăng trưởng trong sự tham gia của lực lượng lao động và việc làm năm 2017. Tăng trưởng GDP năm 2017 đạt khoảng 1,5%, chủ yếu do nhu cầu trong nước thúc đẩy nhờ sự phục hồi của thị trường lao động và các chính sách tài khóa hỗ trợ. Tăng trưởng kinh tế dự kiến sẽ không đổi hoặc cải thiện nhẹ trong vài năm tới.

GDP thực tế (PPP)

- 507,68 tỷ USD (ước tính năm 2024)
- 497,236 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- 496,877 tỷ USD (ước tính năm 2022)

Lưu ý: dữ liệu tính theo đô la năm 2021

Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế

- 2,1% (ước tính năm 2024)
- 0,1% (ước tính năm 2023)
- 3,2% (ước tính năm 2022)

Lưu ý: Tỷ lệ tăng trưởng GDP hàng năm (%) dựa trên tỷ giá hối đoái cố định

GDP thực bình quân đầu người

- \$91.100 (ước tính năm 2024)
- \$90.100 (ước tính năm 2023)
- \$91.100 (ước tính năm 2022)

Lưu ý: dữ liệu bằng đô la năm 2021

GDP (tỷ giá hối đoái chính thức): 483,727 tỷ đô la (ước tính năm 2024)

Lưu ý: dữ liệu tính theo đô la hiện tại theo tỷ giá hối đoái chính thức

Lạm phát (giá tiêu dùng)

- 3,1% (ước tính năm 2024)
- 5,5% (ước tính năm 2023)
- 5,8% (ước tính năm 2022)

lưu ý: % thay đổi hàng năm dựa trên giá tiêu dùng

Cơ cấu tỉ lệ GDP theo ngành (ước tính năm 2024)

- Nông nghiệp: 2% (ước tính năm 2024)
- Công nghiệp: 37% (ước tính năm 2024)
- Dịch vụ: 51,8% (ước tính năm 2024)

Nhóm ngành nông sản: sữa, lúa mạch, khoai tây, yến mạch, lúa mì, thịt lợn, thịt gà, thịt bò, trứng, cà rốt/củ cải (2023).

Các ngành công nghiệp: dầu khí, vận tải biển, đánh bắt cá, nuôi trồng thủy sản, chế biến thực phẩm, đóng tàu, sản phẩm giấy và bột giấy, kim loại, hóa chất, gỗ, khai thác mỏ, dệt may

Lực lượng lao động: 3,042 triệu (ước tính năm 2024).

Tỷ lệ thất nghiệp

- 4% (ước tính năm 2024)
- 3,6% (ước tính năm 2023)
- 3,3% (ước tính năm 2022)

Kiểm hối

- 0,1% GDP (ước tính năm 2024)
- 0,1% GDP (ước tính năm 2023)
- 0,1% GDP (ước tính năm 2022)

Ngân sách

- Thu: 261,945 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- Chi: 178,156 tỷ USD (ước tính năm 2023)

Kim ngạch xuất khẩu

- 229,205 tỷ USD (ước tính năm 2024)
- 230,882 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- 323,875 tỷ USD (ước tính năm 2022)

Đối tác xuất khẩu: Đức 18%, Anh 17%, Thụy Điển 9%, Đan Mạch 7%, Hà Lan 6%

(ước tính năm 2023) với các mặt hàng khí đốt tự nhiên, dầu thô, cá, dầu tinh chế, nhôm.

Kim ngạch nhập khẩu

- 162,467 tỷ USD (ước tính năm 2024)
- 156,11 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- 160,649 tỷ USD (ước tính năm 2022)

Đối tác nhập khẩu: Thụy Điển 11%, Đức 11%, Trung Quốc 11%, Hoa Kỳ 7%, Hà Lan 5% (ước tính năm 2023) với các sản phẩm ô tô, dầu mỏ tinh chế, tàu thuyền, niken, hàng may mặc.

Tỷ giá hối đoái (Đồng krone Na Uy (NOK) trên mỗi đô la Mỹ)

- 10,746 (ước tính năm 2024)
- 10,563 (ước tính năm 2023)
- 9,614 (ước tính năm 2022)
- 8,59 (ước tính năm 2021)
- 9,416 (ước tính năm 2020)

Chương 2: Kinh doanh ở Na Uy

Tổng quan thị trường

Na Uy là một trong bốn nước Bắc Âu chính - Đan Mạch, Phần Lan, Na Uy và Thụy Điển - là những quốc gia tiên tiến, thu nhập cao và có tính kết nối cao. Mặc dù mỗi quốc gia có thị trường và đặc điểm riêng biệt của mình, nhưng họ có một số hợp lực nhất định gắn kết các thị trường này lại với nhau. Hiện nay 4 quốc gia Bắc Âu này được nhiều công nhận là nền kinh tế phát triển với các sản phẩm, công nghệ và dịch vụ tiên tiến và hàng đầu.

Đại dịch Covid-19 đã có tác động đáng kể đến nền kinh tế Na Uy vào năm 2020 và đến cả năm 2021. Đến 30/9/2021, 84,6% dân số Na Uy trên 18 tuổi đã được tiêm chủng đầy đủ. Hầu hết các hạn chế tại quốc gia đã được dỡ bỏ từ ngày 25/9/2021.

Sau đợt phong tỏa đầu tiên vào tháng 3/2020, GDP của Na Uy đã giảm hơn 10% kể từ tháng 2 đến tháng 4. Tuy nhiên, chính phủ đã áp dụng chính sách tài khóa nhằm giảm bớt tác động tiêu cực của đại dịch đối với nền kinh tế Na Uy, một phần khác được hỗ trợ bởi quỹ tài sản có chủ quyền của Na Uy (Quỹ Hưu trí Chính phủ Toàn cầu, hay còn gọi là Quỹ Dầu mỏ), và GDP dự kiến sẽ vượt qua mức trước đó vào cuối năm 2021. Vào tháng 9/2021, tỷ lệ thất nghiệp là 5,1% và tỷ lệ lạm phát được đo bằng Chỉ số Giá tiêu dùng là 3,4%. Ngân hàng Trung ương Na Uy đã tăng lãi suất từ 0 lên 0,25% vào ngày 23/9/2021.

Mặc dù hầu hết các hạn chế để phòng ngừa Covid-19 dự kiến sẽ được dỡ bỏ vào cuối năm 2021, nhưng đại dịch sẽ tiếp tục tác động đến xã hội Na Uy trong năm 2022 và đương nhiên cũng sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến việc kinh doanh của các công ty trong nước và quốc tế tại đây.

Vị thế đối ngoại tài chính của Na Uy rất mạnh từ góc độ toàn cầu và quốc gia này có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy môi trường tự do cho ngoại thương.

Na Uy là một đất nước rất giàu tài nguyên thiên nhiên như dầu khí, thủy điện, cá, rừng và khoáng sản. Nền kinh tế Na Uy phụ thuộc nhiều vào ngành khai thác và chế biến dầu khí.

Na Uy là nước xuất khẩu khí đốt tự nhiên lớn thứ 3 thế giới và nước xuất khẩu dầu thô lớn thứ 15. Đội tàu buôn của Na Uy là một trong những đội tàu hiện đại nhất trong số các quốc gia hàng hải và được xếp hạng lớn thứ 4 về giá trị. Các ngành công nghiệp chính khác, chẳng hạn như vận tải biển xa bờ, đóng tàu, đánh bắt và nuôi cá, công nghệ thông tin, sản phẩm giấy và bột giấy cũng như chế biến kim loại nhẹ cũng phát triển mạnh và vững chắc.

Nền kinh tế Na Uy có sự kết hợp giữa hoạt động thị trường tự do và sự can thiệp của chính phủ. Chính phủ kiểm soát các lĩnh vực quan trọng, chẳng hạn như lĩnh vực xăng dầu và chính phủ duy trì quyền kiểm soát đối với một số doanh nghiệp nhà nước quy mô lớn là một số doanh nghiệp nhà nước thuộc sở hữu hoàn toàn và một số doanh nghiệp nhà nước có tỷ lệ vốn chiếm ưu thế và có quyền kiểm soát.

Phần lớn Na Uy có chung đường biên giới ở phía đông với Thụy Điển; vùng cực bắc của Na Uy giáp với Phần Lan ở phía nam và Nga ở phía đông; và giáp Đan Mạch ở phía nam thông qua eo biển Skagerrak. Đường bờ biển rộng lớn của Na Uy hướng ra Bắc Đại Tây Dương và Biển Barents.

Với dân số nằm trong 323.802 km², Na Uy là một trong những quốc gia có mật độ dân cư thưa thớt nhất ở Châu Âu. Đây là một quốc gia hẹp và nhiều núi dài gần 1.600 dặm với đường bờ biển khúc khuỷu.

Na Uy là một quốc gia có nền chính trị ổn định và tiên bộ.

Hầu hết người Na Uy thông thạo tiếng Anh và nhiều người có quan hệ gia đình và văn hóa rất chặt chẽ với các nước khác trong vùng.

Đạo đức kinh doanh của Na Uy tương tự như các quốc gia châu Âu khác.

Na Uy không phải là thành viên của Liên minh châu Âu (EU) nhưng được liên kết với EU thông qua hiệp định Khu vực kinh tế châu Âu (EEA). Nhờ EEA, Na Uy thực tế là một phần của thị trường chung của EU, ngoại trừ trong lĩnh vực thủy sản và nông nghiệp.

Na Uy tham gia ký kết Hiệp định Schengen, đảm bảo việc di chuyển tự do của người dân và không có kiểm soát biên giới nội bộ giữa 22 trong số 27 Quốc gia Thành viên EU, cũng như Na Uy, Iceland, Thụy Sĩ và Liechtenstein. Kiểm soát hộ chiếu giữa các nước Schengen đã được quy định lại vào năm 2017.

Năm 2023, với Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) tổng hợp vượt quá 1,8 nghìn tỷ USD và tổng dân số là 27 triệu người, khu vực Bắc Âu thu hút sự quan tâm thực sự của nhiều công ty nước ngoài với các sản phẩm, công nghệ và dịch vụ hàng đầu và tiên tiến.

Na Uy là một quốc gia hiện đại, giàu năng lượng với dân số 5,5 triệu người. Đây được coi là một trong những quốc gia giàu có nhất thế giới với GDP bình quân đầu người là 106.148 USD. Thu nhập cũng được phân bổ đồng đều hơn, khiến mọi người dân đều là một người tiêu dùng.

Nền kinh tế Na Uy nổi bật với sự kết hợp giữa hoạt động thị trường tự do và sự can thiệp của chính phủ. Chính phủ kiểm soát các lĩnh vực then chốt, như ngành dầu mỏ quan trọng, và duy trì quyền kiểm soát đối với một số doanh nghiệp nhà nước quy mô lớn – một số thuộc sở hữu hoàn toàn, và một số được giao dịch công khai, nhưng Chính phủ có lợi ích kiểm soát.

Vị thế tài chính đối ngoại của Na Uy rất mạnh từ góc độ toàn cầu và quốc gia này có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy một môi trường tự do cho thương mại và đầu tư nước ngoài.

Na Uy hiện là nhà cung cấp năng lượng lớn nhất cho châu Âu và xếp thứ 4 toàn cầu về xuất khẩu khí đốt tự nhiên.

Đội tàu buôn lớn của Na Uy là một trong những đội tàu hiện đại nhất trong số các quốc gia hàng hải và được xếp hạng thứ 4 về giá trị. Các ngành công nghiệp lớn khác, chẳng hạn như vận tải biển ngoài khơi, đóng tàu, đánh bắt và nuôi trồng thủy sản, công nghệ xanh, công nghệ thông tin và truyền thông, kim loại nhẹ và các ngành công nghiệp thâm dụng năng lượng khác cũng đã phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây.

Na Uy là một nền dân chủ sôi động, ổn định.

Hầu hết người Na Uy thông thạo tiếng Anh, và nhiều người có mối quan hệ văn hóa và gia đình rất chặt chẽ với Hoa Kỳ.

Đạo đức kinh doanh của Na Uy phần lớn tương tự như của Hoa Kỳ.

Những thách thức thị trường

Thị trường Na Uy vẫn có sự cạnh tranh từ nhà cung cấp toàn cầu và nội địa. Nhiều doanh nghiệp trong nước là các công ty gia đình trải qua nhiều thế hệ, và hiện đang được dẫn dắt bởi các doanh nhân thế hệ thứ hai hoặc thứ ba, là những người có học vấn cao và có kiến thức sâu rộng. Thị trường phổ thông của Na Uy quan tâm đến giá cả và thường được phục vụ bởi các nhà cung cấp địa phương và/hoặc nhập khẩu giá rẻ. Tiêu chí về giá được đưa lên trước tiêu chí chất lượng và ích lợi. Các nhà xuất khẩu không muốn cạnh tranh về giá thì nên có kế hoạch hợp tác với các đối tác bản địa tiến hành chiến lược tiếp thị qui mô.

Chiến lược thâm nhập thị trường

Sử dụng đối tác bản địa làm đại lý hay nhà phân phối hiện vẫn là phương thức phổ biến để xâm nhập thị trường Na Uy và tiếp cận người người tiêu dùng Na Uy. Đại lý hoặc nhà phân phối giúp sản phẩm xâm nhập thị trường dễ dàng nhờ họ thông hiểu thị trường và có sẵn mạng lưới. Trong văn hóa kinh doanh của Na Uy, quan hệ giao tiếp đóng vai trò quyết định đối với giao dịch.

Cơ hội thị trường

Na Uy nằm ở khu vực phát triển của châu Âu và là một quốc gia có đời sống cao. Na Uy cũng được xem là một thị trường để thử nghiệm và nghiên cứu. Hơn nữa, mức năng suất lao động của Na Uy là kết quả của sự đầu tư cao vào chất lượng của lực lượng lao động. Hệ thống giáo dục ở Na Uy có định hướng cao đối với việc giảng dạy ngoại ngữ. Tiếng Anh được sử dụng rộng rãi và được coi như ngôn ngữ kinh doanh tại đây.

Các ngành kinh tế mũi nhọn

Công nghiệp dầu khí

Mùa xuân 1970 Na Uy tìm thấy các mỏ dầu lửa và khí đốt có trữ lượng lớn ở biển Bắc thuộc lãnh hải của Na Uy và ở miền Trung và Tây Nam Na Uy. Theo ước tính trữ lượng khí đốt của Na Uy khoảng trên 3.000 tỷ m³ và trữ lượng dầu lửa khoảng 10 tỷ tấn. Na Uy đầu tư rất lớn cho ngành công nghiệp dầu khí. Xuất khẩu dầu khí chiếm hơn 50% giá trị xuất khẩu và đóng góp trên 10% cho thu nhập của cả nước (Na Uy chỉ đứng sau Ả Rập Xê-út và Nga).

Đóng tàu và vận tải biển

Đây là một trong những ngành công nghiệp chủ yếu của Na Uy. Tàu biển của Na Uy được đóng và thiết kế để có thể chuyên chở được nhiều loại hàng hoá khác nhau và cung cấp các dịch vụ đa dạng như tàu chở dầu, hoá chất, than đá, xe ô tô, tàu phà chở khách cỡ lớn, tàu đặc chủng để chuyên chở khí đốt ở thể lỏng, tàu cần cẩu, tàu kéo phục vụ cho khai thác dầu khí ngoài khơi, tàu đánh cá và tàu tuần tra trên biển... Hiện nay Na Uy đứng thứ 3 thế giới về cung cấp các dịch vụ cho khai thác dầu khí ở ngoài khơi, thứ 2 (sau Mỹ) về đội tàu phục vụ cho khai thác dầu.

Đánh bắt cá, nuôi trồng thuỷ sản và chế biến

Đánh cá và nuôi trồng thuỷ sản là hai ngành quan trọng nhất dọc theo bờ biển của Na Uy, chủ yếu nuôi hai loại cá hồi (thịt vàng và thịt đỏ) để xuất khẩu. Na Uy có hàng trăm

nhà máy chế biến hải sản dọc theo bờ biển. Hiện nay ngành thủy sản đã trở thành một lĩnh vực trong chương trình viện trợ phát triển của Na Uy cho các nước đang phát triển.

Diện tích rừng của Na Uy chiếm hơn 1/5 diện tích cả nước và là nguồn cung cấp nguyên vật liệu quan trọng cho công nghiệp. Na Uy có khoảng 1.500 xí nghiệp sản xuất giấy, bột giấy và gỗ xẻ với khoảng 30.000 lao động. Sản phẩm của công nghiệp gỗ bao gồm gỗ tấm dùng trong xây dựng nhà ở, văn phòng làm việc, đóng đồ dùng gia đình và trang bị văn phòng.

Thủy điện

Na Uy có hơn 200.000 hồ nước ở trên núi và hệ thống sông, suối có độ dốc cao là tiềm năng thủy điện không nhỏ. Trước khi tìm ra dầu khí, thủy điện là nguồn cung cấp năng lượng lớn và là nguồn cung cấp năng lượng nhiều nhất cho công nghiệp và dân dụng. Công ty năng lượng lớn nhất của Na Uy là Norsk Hydzo được thành lập từ 1905.

Xu hướng tiêu dùng

Na Uy – một trong những nền kinh tế phát triển, ổn định và giàu có nhất châu Âu – sở hữu mô hình tiêu dùng đặc trưng phản ánh rõ triết lý phúc lợi xã hội, phát triển bền vững và cân bằng cuộc sống. Người dân Na Uy có mức thu nhập cao, ý thức xã hội mạnh và hành vi tiêu dùng hướng đến giá trị nhân văn, môi trường và sức khỏe.

Giai đoạn hậu đại dịch chứng kiến sự chuyển đổi mạnh mẽ về hành vi, công nghệ và giá trị tiêu dùng, đưa Na Uy trở thành một trong những hình mẫu tiêu dùng bền vững của Bắc Âu.

1. Bối cảnh vĩ mô tác động lên tiêu dùng tại Na Uy (trước COVID-19)

Trước khi đại dịch COVID-19 diễn ra, Na Uy đã xây dựng được một nền tảng kinh tế – xã hội vững chắc, tạo điều kiện thuận lợi cho hình thành một xã hội tiêu dùng ổn định, có trách nhiệm và định hướng bền vững. Là một trong những quốc gia thịnh vượng nhất thế giới, Na Uy không chỉ nổi bật nhờ tiềm lực tài chính mạnh mà còn nhờ mô

hình quản trị công minh bạch, phúc lợi xã hội toàn diện và văn hóa tiêu dùng mang đậm tính nhân văn. Chính các yếu tố này đã góp phần định hình hành vi tiêu dùng đặc trưng của người Na Uy – thực tế, tiết kiệm nhưng không keo kiệt; hiện đại nhưng không phô trương và luôn gắn tiêu dùng với trách nhiệm xã hội.

1.1. Nền kinh tế giàu có, bền vững và định hướng phúc lợi

Na Uy là quốc gia có thu nhập bình quân đầu người thuộc nhóm cao trên thế giới, thường xuyên có mặt trong top 10 toàn cầu theo xếp hạng của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF). Thành công này đến từ việc quốc gia tận dụng hiệu quả nguồn tài nguyên dầu khí ở Biển Bắc kết hợp với chiến lược quản lý tài chính công thận trọng. Chính phủ Na Uy điều hành một trong những quỹ đầu tư quốc gia lớn nhất thế giới – Quỹ hưu trí quốc gia Na Uy (Government Pension Fund Global) lớn được sử dụng để bảo đảm phúc lợi cho người dân và ổn định ngân sách trong dài hạn.

Mô hình kinh tế thị trường định hướng phúc lợi (welfare capitalism) là đặc điểm cốt lõi trong chiến lược phát triển của Na Uy. Nhà nước không can thiệp sâu vào thị trường nhưng vẫn duy trì vai trò điều tiết nhằm bảo đảm công bằng xã hội, giảm chênh lệch thu nhập và nâng cao chất lượng đời sống người dân. Hệ thống y tế công miễn phí, giáo dục toàn dân, hỗ trợ nhà ở và chính sách bảo hiểm xã hội toàn diện giúp người dân không chịu áp lực tài chính quá lớn.

Trong bối cảnh đó, người Na Uy hình thành tâm lý tiêu dùng ổn định, an toàn và tự tin. Họ có xu hướng lên kế hoạch chi tiêu dài hạn thay vì chi tiêu bốc đồng. Bên cạnh đó, sự ổn định kinh tế và niềm tin vào Chính phủ khiến hành vi tiêu dùng mang tính chiến lược: người dân ưu tiên đầu tư vào sản phẩm chất lượng cao, có độ bền lớn, thân thiện với môi trường và phù hợp với lối sống bền vững.

Ngoài ra, việc Nhà nước khuyến khích phát triển kinh tế xanh và giảm phát thải carbon đã góp phần định hình một văn hóa tiêu dùng bền vững và trách nhiệm xã hội sâu sắc – một trong những đặc trưng nổi bật của Na Uy so với nhiều quốc gia phát triển khác.

1.2. Cấu trúc xã hội, giá trị bình đẳng và mô hình chi tiêu hộ gia đình

Cấu trúc dân cư của Na Uy mang đặc điểm của một xã hội hiện đại, có trình độ học vấn cao và mức sống đồng đều. Hơn nửa dân số sinh sống tại các đô thị như Oslo, Bergen, Stavanger và Trondheim, nơi tập trung tầng lớp trung lưu có trình độ tri thức, nghề nghiệp ổn định và tiếp cận sớm với công nghệ.

Một đặc trưng nổi bật trong xã hội Na Uy là tính bình đẳng giới và cân bằng xã hội cao. Tỷ lệ phụ nữ tham gia thị trường lao động luôn ở mức cao và cao hơn mặt bằng châu Âu, họ có vai trò bình đẳng với nam giới trong quản lý tài chính gia đình. Do đó, mô hình chi tiêu hộ gia đình tại Na Uy mang tính dân chủ và minh bạch: các quyết định chi tiêu thường được bàn bạc chung giữa các thành viên, dựa trên kế hoạch tài chính rõ ràng và ưu tiên lợi ích chung.

Bên cạnh đó, giá trị văn hóa “Janteloven” – tinh thần khiêm tốn và không khoe khoang – vẫn ảnh hưởng sâu rộng đến hành vi tiêu dùng. Người Na Uy không coi tiêu dùng là công cụ thể hiện địa vị xã hội, mà xem đó là phương tiện để nâng cao chất lượng sống, đảm bảo sức khỏe và duy trì sự cân bằng giữa công việc và đời sống cá nhân.

Trong gia đình, chi tiêu thường tập trung vào các lĩnh vực mang lại giá trị thực: thực phẩm sạch, giáo dục, chăm sóc sức khỏe, nhà ở tiết kiệm năng lượng và du lịch nội địa. Họ ít chi cho hàng xa xỉ, và khi mua sản phẩm đắt tiền, người Na Uy chú trọng đến độ bền, khả năng tái sử dụng và tính thiết thực. Chính điều này giúp thị trường tiêu dùng trong nước duy trì tính ổn định cao, ít chịu ảnh hưởng của biến động kinh tế ngắn hạn.

1.3. Hành vi tiêu dùng trước đại dịch COVID-19: bền vững, tiết kiệm và thực tế

Trước năm 2020, hành vi tiêu dùng của người Na Uy được mô tả bằng ba đặc điểm chính: bền vững – tiết kiệm – có trách nhiệm.

Người dân Na Uy luôn quan tâm đến chất lượng và nguồn gốc sản phẩm. Họ có xu hướng ưu tiên hàng hóa nội địa, sản phẩm hữu cơ hoặc có chứng nhận sinh thái quốc tế như Nordic Swan Ecolabel, EU Ecolabel, hoặc Fairtrade. Thực phẩm sạch, sản phẩm

không gây hại cho môi trường và hàng tiêu dùng có thể tái chế luôn chiếm tỷ trọng lớn trong chỉ tiêu hộ gia đình.

Bên cạnh đó, người Na Uy nổi tiếng với tinh thần “mua ít nhưng tốt” (buy less, buy better). Họ tránh lãng phí, hạn chế mua sắm quá mức và đặc biệt coi trọng tuổi thọ sản phẩm. Khi mua hàng điện tử, đồ gia dụng hoặc xe cộ, họ sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm bền, tiết kiệm năng lượng và dễ sửa chữa.

Về kênh mua sắm, siêu thị và cửa hàng tiện lợi vẫn chiếm ưu thế trong giai đoạn trước đại dịch. Các chuỗi bán lẻ lớn như Coop, Rema 1000, Kiwi và Meny chi phối phần lớn thị trường thực phẩm, với mô hình kết hợp giữa giá cạnh tranh, sản phẩm xanh và dịch vụ thân thiện. Đồng thời, hệ thống hậu cần xanh (green logistics) giúp tối ưu hóa vận chuyển, giảm khí thải và nâng cao hiệu quả phân phối – một phần quan trọng trong chính sách tiêu dùng bền vững quốc gia.

Thương mại điện tử tại Na Uy cũng phát triển nhanh, nhờ tỷ lệ người dân sử dụng Internet cao và hệ thống thanh toán điện tử an toàn. Tuy nhiên, trước COVID-19, người dân vẫn duy trì thói quen “mua hàng online – nhận tại cửa hàng” (click & collect) hoặc mua trực tiếp để kiểm tra chất lượng, đặc biệt với thực phẩm và sản phẩm tươi sống.

Một điểm đáng chú ý khác là ý thức cộng đồng trong tiêu dùng. Người Na Uy có xu hướng lựa chọn thương hiệu thể hiện trách nhiệm xã hội, tôn trọng môi trường và có đóng góp cho cộng đồng địa phương. Sự minh bạch và đạo đức của doanh nghiệp là yếu tố quan trọng quyết định niềm tin tiêu dùng.

1.4. Tổng kết

Trước đại dịch, Na Uy đã hình thành một môi trường tiêu dùng ổn định, văn minh và có định hướng bền vững rõ rệt. Ba trụ cột chính tạo nên đặc trưng tiêu dùng của người Na Uy bao gồm:

- Nền kinh tế thịnh vượng và phúc lợi xã hội toàn diện, giúp người dân chi tiêu tự tin, ít chịu áp lực tài chính.
- Văn hóa tiết chế và bình đẳng xã hội, khiến tiêu dùng hướng tới giá trị sống thực tế và cân bằng.
- Nhận thức cao về môi trường và đạo đức, biến tiêu dùng bền vững thành một phần trong bản sắc dân tộc.

Nhờ đó, trước khi COVID-19 xảy ra, Na Uy đã được xem như một trong những thị trường tiêu dùng bền vững và đáng tin cậy nhất châu Âu, nơi hành vi mua sắm phản ánh sự hòa quyện giữa vật chất, đạo đức và trách nhiệm xã hội.

2. Hành vi và kênh mua sắm của người tiêu dùng Na Uy trước COVID-19

Trước khi đại dịch COVID-19 bùng phát, hành vi tiêu dùng của người dân Na Uy phản ánh rõ nét một xã hội phát triển cao về nhận thức, kỷ luật trong chi tiêu và đề cao các giá trị đạo đức – môi trường. Dù có thu nhập cao, người Na Uy vẫn duy trì phong cách tiêu dùng tiết chế, hợp lý, tránh lãng phí và luôn cân nhắc kỹ lưỡng trước khi ra quyết định mua sắm. Thị trường bán lẻ tại Na Uy trong giai đoạn này được xem là một trong những mô hình tiêu dùng cân bằng nhất châu Âu, khi hài hòa giữa yếu tố hiện đại, công nghệ và các giá trị truyền thống của văn hóa Bắc Âu.

2.1. Cấu trúc hệ thống bán lẻ: hiện đại hóa nhưng vẫn giữ bản sắc địa phương

Thị trường bán lẻ Na Uy được tổ chức chặt chẽ, tập trung vào một số tập đoàn nội địa lớn có năng lực quản lý và hậu cần mạnh. Các hệ thống bán lẻ như Coop Norge, Rema 1000, Kiwi, Meny và Bunnpris chiếm phần lớn thị phần, vận hành theo mô hình “siêu thị tích hợp” – cung cấp đa dạng hàng hóa từ thực phẩm, đồ dùng gia đình đến sản phẩm hữu cơ và hàng tiêu dùng nhanh.

Đặc điểm nổi bật của mô hình này là sự gắn kết chặt chẽ giữa chuỗi cung ứng – hậu cần – tiêu thụ, giúp bảo đảm nguồn hàng ổn định, giá cả minh bạch và giảm chi phí trung gian. Hầu hết các chuỗi bán lẻ tại Na Uy áp dụng tiêu chuẩn nghiêm ngặt về kiểm

soát chất lượng, nhãn mác, nguồn gốc sản phẩm và quy trình vận hành xanh (green logistics).

Song song với các siêu thị hiện đại, hệ thống cửa hàng tiện lợi, chợ nông sản địa phương (farmers' market) và cửa hàng đặc sản vùng miền vẫn giữ vai trò quan trọng trong đời sống tiêu dùng. Người dân có thói quen đến chợ cuối tuần để mua thực phẩm tươi, rau củ, cá và bánh nướng – không chỉ vì chất lượng sản phẩm mà còn vì đây là một hoạt động cộng đồng mang giá trị xã hội và văn hóa.

Ở các vùng nông thôn và khu vực ven biển, cửa hàng nhỏ của gia đình hoặc hợp tác xã địa phương vẫn được ưa chuộng nhờ tính thân thiện và mối quan hệ tin cậy giữa người bán – người mua. Sự đa dạng giữa mô hình hiện đại và truyền thống giúp hệ thống bán lẻ Na Uy vừa phát triển theo hướng công nghiệp hóa, vừa duy trì được bản sắc địa phương đặc trưng.

2.2. Hành vi tiêu dùng: lý trí, có trách nhiệm và định hướng giá trị

Người tiêu dùng Na Uy được xem là một trong những nhóm khách hàng “lý trí” nhất châu Âu. Họ ít chịu ảnh hưởng bởi yếu tố quảng cáo hay xu hướng nhất thời, mà thường dựa vào các tiêu chí rõ ràng khi lựa chọn sản phẩm: chất lượng, nguồn gốc, độ bền, tác động môi trường và uy tín thương hiệu. Ba đặc điểm hành vi tiêu dùng nổi bật của người Na Uy gồm:

- Mua ít nhưng chất lượng cao: Người Na Uy không tiêu dùng phô trương. Họ đầu tư vào những sản phẩm có giá trị sử dụng lâu dài và đáng tin cậy – ví dụ như quần áo chất liệu tự nhiên, đồ nội thất bền vững, thiết bị điện tử tiết kiệm năng lượng hoặc xe điện.
- Quan tâm đến nguồn gốc và tác động môi trường: Họ ưu tiên sản phẩm có chứng nhận “Nordic Swan Ecolabel” hoặc “EU Organic Label”, thể hiện quy trình sản xuất an toàn và có trách nhiệm. Việc mua hàng cũng gắn liền với đạo

đức: người tiêu dùng Na Uy thường tránh các thương hiệu bị cáo buộc bóc lột lao động hoặc gây ô nhiễm môi trường.

- Đề cao sự minh bạch: Trước khi mua, người dân thường nghiên cứu kỹ lưỡng thông tin sản phẩm, so sánh giá trên các nền tảng trực tuyến và đọc đánh giá từ người tiêu dùng khác.

Văn hóa “Janteloven” – khuyến khích sự giản dị, khiêm tốn và tôn trọng cộng đồng – tiếp tục ảnh hưởng sâu sắc đến hành vi tiêu dùng. Người Na Uy không tìm kiếm sự khác biệt thông qua hàng xa xỉ, mà qua những lựa chọn tiêu dùng mang ý nghĩa xã hội: hỗ trợ hàng địa phương, sử dụng sản phẩm tái chế hoặc đóng góp vào quỹ bảo vệ môi trường.

2.3. Tác động của thế hệ trẻ và tầng lớp trung lưu

Tầng lớp trung lưu Na Uy chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu dân cư, là động lực chính của thị trường tiêu dùng. Trong đó, thế hệ trẻ thành thị (từ 20–40 tuổi) trở thành nhóm tiên phong trong xu hướng tiêu dùng mới. Họ có trình độ học vấn cao, thu nhập ổn định, tiếp cận công nghệ sớm và nhạy bén với xu hướng quốc tế.

Thế hệ này thể hiện phong cách sống năng động, ưu tiên trải nghiệm hơn vật chất, chú trọng đến sức khỏe, môi trường và sự tiện lợi. Họ sẵn sàng chi tiêu cho sản phẩm thân thiện môi trường, dịch vụ online, du lịch nội địa và hoạt động thể thao ngoài trời. Ngoài ra, họ cũng là nhóm người tiêu dùng chủ lực thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử, thanh toán điện tử và tiêu dùng kỹ thuật số.

Ngược lại, nhóm người tiêu dùng trung niên và cao tuổi có xu hướng ổn định và bảo thủ hơn. Họ trung thành với các thương hiệu lâu đời, thường mua sắm tại cửa hàng quen thuộc và chú trọng yếu tố độ bền, tiết kiệm năng lượng. Sự khác biệt giữa hai nhóm này tạo nên sự phân tầng hành vi tiêu dùng rõ rệt nhưng bổ sung lẫn nhau, góp phần duy trì sự cân bằng trong thị trường bán lẻ.

2.4. Sự phát triển của thương mại điện tử và thanh toán kỹ thuật số

Na Uy là một trong những quốc gia tiên phong trong chuyển đổi số hành vi tiêu dùng tại châu Âu. Trước COVID-19, người dân từng thực hiện ít nhất một giao dịch trực tuyến mỗi năm chiếm tỷ trọng cao, trong đó các mặt hàng phổ biến nhất bao gồm hàng điện tử, thời trang, mỹ phẩm, vé máy bay và dịch vụ du lịch.

Các nền tảng thương mại điện tử lớn như Elkjøp, Komplet.no, Zalando, Amazon và Finn.no là lựa chọn quen thuộc của người tiêu dùng. Đặc biệt, hệ thống thanh toán điện tử Vipps (ứng dụng thanh toán do ngân hàng Na Uy phát triển) được sử dụng rộng rãi, giúp quá trình giao dịch trực tuyến trở nên an toàn, tiện lợi và gần như không dùng tiền mặt.

Hành vi mua sắm tại Na Uy thường kết hợp giữa mua sắm trực tuyến và trực tiếp (omnichannel). Người tiêu dùng có thể tra cứu, so sánh sản phẩm online, sau đó đến cửa hàng để kiểm tra thực tế hoặc ngược lại – đặt hàng trực tiếp sau khi đã trải nghiệm sản phẩm. Điều này phản ánh sự thận trọng và cân nhắc kỹ lưỡng – một đặc trưng có hữu trong hành vi mua sắm của người dân Bắc Âu.

Ngoài ra, sự phát triển mạnh của các dịch vụ giao hàng tận nơi, logistics thân thiện môi trường và hệ thống tái chế bao bì đã góp phần mở rộng quy mô thương mại điện tử, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường – phù hợp với định hướng tiêu dùng xanh của quốc gia.

2.5. Kênh truyền thông và tác động đến quyết định tiêu dùng

Trước đại dịch, quảng cáo truyền hình, báo in và bảng hiệu công cộng vẫn là phương thức truyền thông phổ biến nhất tại Na Uy, đặc biệt đối với nhóm khách hàng lớn tuổi. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của Internet, mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube và TikTok dần trở thành công cụ ảnh hưởng quan trọng đến giới trẻ.

Điểm khác biệt của người tiêu dùng Na Uy là họ không dễ bị tác động bởi quảng cáo truyền thống. Thay vào đó, họ tin tưởng các chiến dịch có tính xác thực cao, minh bạch về thông tin và mang giá trị xã hội rõ ràng. Các thương hiệu thành công thường lựa

chọn cách kể chuyện (storytelling) gắn với lối sống bền vững, công bằng xã hội hoặc đóng góp cộng đồng, thay vì chỉ tập trung vào yếu tố giá hoặc khuyến mãi.

Một yếu tố mới nổi khác là tác động của người ảnh hưởng (influencers), đặc biệt trong lĩnh vực thời trang, mỹ phẩm và du lịch. Tuy nhiên, người tiêu dùng Na Uy đánh giá cao các “influencer xanh” – những cá nhân truyền cảm hứng về phong cách sống lành mạnh, bảo vệ môi trường và cân bằng tinh thần, thay vì quảng bá hình ảnh xa hoa, phô trương.

2.6. Tổng kết

Tổng thể, hành vi tiêu dùng của người dân Na Uy trước đại dịch thể hiện sự cân bằng giữa lý trí và đạo đức, giữa hiện đại và truyền thống. Người dân Na Uy không chỉ mua sản phẩm để đáp ứng nhu cầu, mà còn xem tiêu dùng như một hình thức thể hiện nhân cách và trách nhiệm công dân. Ba đặc điểm nổi bật nhất có thể khái quát như sau:

- Tính bền vững cao: tiêu dùng gắn với yếu tố môi trường và trách nhiệm xã hội.
- Minh bạch và lý trí: người dân mua sắm dựa trên dữ kiện, không cảm tính.
- Sự tích hợp công nghệ: thương mại điện tử, thanh toán số và tiêu dùng đa kênh phát triển mạnh mẽ.

Nhờ đó, thị trường tiêu dùng Na Uy trước COVID-19 được xem là một hình mẫu “trưởng thành” của Bắc Âu, nơi người dân biết cách tận hưởng tiện nghi hiện đại mà vẫn duy trì giá trị đạo đức, tiết chế và bền vững trong mọi quyết định chi tiêu.

3. Các nhóm sản phẩm và lĩnh vực tiêu dùng nổi bật tại Na Uy (trước COVID-19)

Trước khi đại dịch COVID-19 xảy ra, cơ cấu tiêu dùng của Na Uy được đánh giá là ổn định, đa dạng và có định hướng rõ ràng về chất lượng, tính bền vững và trách nhiệm xã hội. Với thu nhập bình quân cao và mức sống dẫn đầu châu Âu, người dân Na Uy tiêu dùng không chỉ để thỏa mãn nhu cầu vật chất mà còn như một biểu hiện của triết lý sống – coi trọng sức khỏe, môi trường và giá trị cộng đồng.

Thị trường tiêu dùng của Na Uy trước năm 2020 tập trung vào bốn nhóm sản phẩm – dịch vụ chính: (1) hàng tiêu dùng nhanh và thực phẩm hữu cơ, (2) hàng điện tử – công nghệ, (3) thời trang, mỹ phẩm và hàng bền vững, và (4) dịch vụ du lịch, giải trí, sức khỏe và văn hóa.

3.1. Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG): “Sạch, xanh và có trách nhiệm”

Hàng tiêu dùng nhanh là lĩnh vực lớn nhất trong tổng chi tiêu hộ gia đình tại Na Uy. Tuy nhiên, khác với nhiều quốc gia châu Âu khác, người tiêu dùng Na Uy không tìm kiếm “giá rẻ”, mà đặt chất lượng và yếu tố môi trường lên hàng đầu.

Người dân Na Uy ưa chuộng thực phẩm có nguồn gốc rõ ràng, được sản xuất trong nước hoặc các nước Bắc Âu, có chứng nhận như Nordic Swan Ecolabel, EU Organic Farming, hoặc nhãn “Debio-merket” – tiêu chuẩn hữu cơ riêng của Na Uy.

Bên cạnh chất lượng, yếu tố đóng gói và hậu cần xanh (green logistics) cũng là tiêu chí quan trọng. Nhiều chuỗi bán lẻ đã loại bỏ hoàn toàn túi nylon, thay thế bằng bao bì tái chế hoặc túi sinh học. Khách hàng mang theo túi vải cá nhân hoặc sử dụng hệ thống hoàn tiền khi hoàn trả bao bì (Return Bottle System).

Đáng chú ý, sản phẩm nội địa Na Uy – đặc biệt là sữa, cá hồi, phô mai, thịt hữu cơ và ngũ cốc – được người dân ưu tiên rõ rệt. Việc “mua hàng Na Uy” không chỉ thể hiện tinh thần dân tộc mà còn là hành động bảo vệ môi trường, vì giảm khí thải vận chuyển và hỗ trợ kinh tế địa phương.

3.2. Hàng điện tử và công nghệ: Tiện ích, tiết kiệm năng lượng và thân thiện môi trường

Na Uy là một trong những xã hội tiên tiến nhất về công nghệ tại châu Âu. Người dân sử dụng Internet, điện thoại thông minh và thiết bị kết nối IoT (Internet of Things) với tỷ lệ cao hàng đầu thế giới. Điều này khiến thị trường hàng điện tử và công nghệ trở thành một trong những phân khúc phát triển năng động nhất.

Trước COVID-19, người tiêu dùng Na Uy đặc biệt quan tâm đến thiết bị tiết kiệm năng lượng, bền và dễ bảo trì. Khi mua hàng điện tử, họ không chỉ nhìn vào tính năng mà còn xem xét mức tiêu thụ điện, khả năng tái chế linh kiện và tuổi thọ sản phẩm. Các thương hiệu được ưa chuộng thường là những thương hiệu có cam kết môi trường mạnh như Bosch, Samsung, Siemens, Electrolux và Philips.

Ngoài ra, Na Uy là quốc gia dẫn đầu thế giới về xe điện (Electric Vehicles – EVs). Nhờ chính sách miễn thuế, hỗ trợ đăng ký và ưu tiên giao thông. Người dân Na Uy không mua xe điện để “thời thượng”, mà vì lý do đạo đức – bảo vệ môi trường và giảm phát thải carbon.

Sự phát triển của thị trường công nghệ còn kéo theo tăng trưởng của các dịch vụ kỹ thuật số – ngân hàng số, ví điện tử, thương mại trực tuyến, ứng dụng quản lý năng lượng và dịch vụ tiện ích thông minh (smart home). Hành vi này đặt nền tảng quan trọng cho quá trình chuyển đổi sang tiêu dùng số hóa hoàn toàn trong giai đoạn hậu đại dịch.

3.3. Thời trang, mỹ phẩm và sản phẩm bền vững: Thảm mĩ Bắc Âu kết hợp đạo đức tiêu dùng

Người Na Uy có phong cách ăn mặc đặc trưng: tối giản, thanh lịch và thực dụng. Trong thời trang, họ quan tâm đến chất liệu, độ bền và quy trình sản xuất hơn là xu hướng. Các thương hiệu nội địa như Bergans, Devold, Holzweiler, Oleana và Fjällräven được ưa chuộng vì sử dụng sợi len tự nhiên, sản xuất tại địa phương và có chứng nhận bền vững.

Một đặc trưng quan trọng của ngành thời trang Na Uy là thời trang bền vững (sustainable fashion). Trước COVID-19, gần 50% người tiêu dùng Na Uy cho biết họ đã giảm mua quần áo mới, chuyển sang tái sử dụng hoặc trao đổi đồ cũ. Sự phổ biến của các nền tảng như Tise – ứng dụng trao đổi quần áo second-hand – là minh chứng rõ ràng cho xu hướng này.

Trong lĩnh vực mỹ phẩm, người tiêu dùng Na Uy ưa chuộng sản phẩm có thành phần tự nhiên, không thử nghiệm động vật và không chứa hóa chất tổng hợp. Các thương hiệu organic như Weleda, Lush, Urtekram và Dr. Hauschka được tin dùng rộng rãi. Đối với người Na Uy, việc sử dụng mỹ phẩm không chỉ là chăm sóc ngoại hình mà còn là biểu hiện của lối sống lành mạnh và có trách nhiệm với thiên nhiên.

Ngoài ra, các sản phẩm handmade (thủ công), thời trang địa phương hoặc hợp tác xã nhỏ sản xuất theo quy mô giới hạn cũng ngày càng được ưa chuộng. Xu hướng “mua ít – chọn kỹ – dùng lâu” trở thành kim chỉ nam trong hành vi mua sắm của cả giới trẻ lẫn trung niên.

3.4. Dịch vụ du lịch, ẩm thực, giải trí và sức khỏe: Tiêu dùng trải nghiệm và cân bằng tinh thần

Trước đại dịch, người Na Uy có tỷ lệ chi tiêu cho du lịch và trải nghiệm cao nhất khu vực Bắc Âu. Với đặc điểm địa lý và khí hậu đa dạng, người dân thường xuyên tham gia các hoạt động ngoài trời như leo núi, trượt tuyết, chèo thuyền kayak, hoặc nghỉ dưỡng tại cabin ven hồ (hytta).

Trong giai đoạn 2018–2019, chi tiêu trung bình cho du lịch nội địa chiếm hơn 30% tổng chi tiêu phi thực phẩm của hộ gia đình, theo số liệu của Statistics Norway (SSB). Du lịch không chỉ là hoạt động giải trí, mà còn là phần thiết yếu trong triết lý sống của người Na Uy: tái tạo năng lượng, kết nối thiên nhiên và cân bằng tinh thần.

Ẩm thực Na Uy trong những năm trước COVID-19 cũng chứng kiến sự chuyển mình mạnh mẽ. Người tiêu dùng quan tâm hơn đến nguồn gốc và tính minh bạch của thực phẩm, ưa chuộng ẩm thực bản địa và các sản phẩm “farm-to-table” (từ nông trại đến bàn ăn). Các nhà hàng, quán cà phê hữu cơ và thương hiệu đồ uống tự nhiên phát triển nhanh tại các thành phố lớn.

Ngoài du lịch và ẩm thực, ngành dịch vụ chăm sóc sức khỏe, thể hình và tinh thần (wellness & wellbeing) cũng tăng trưởng nhanh chóng. Người dân đầu tư vào phòng

gym, yoga, thiền định, spa và sản phẩm hỗ trợ cân bằng tinh thần. Hành vi tiêu dùng này phản ánh triết lý “sống chậm, sống xanh, sống khỏe” – nền tảng giá trị xã hội Na Uy.

3.5. Tổng kết

Trước đại dịch, cơ cấu tiêu dùng tại Na Uy thể hiện rõ sự kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế hiện đại và triết lý sống nhân văn – bền vững. Người Na Uy tiêu dùng không dựa vào xu hướng mà dựa vào giá trị: họ mua những gì thực sự cần, lựa chọn sản phẩm có trách nhiệm và hướng đến tác động tích cực cho môi trường. Có thể khái quát ba đặc trưng cốt lõi của cơ cấu tiêu dùng tại Na Uy trước COVID-19 như sau:

- Tiêu dùng chất lượng cao và thân thiện môi trường: ưu tiên hàng hữu cơ, nội địa và tiết kiệm năng lượng.
- Tiêu dùng đạo đức và bền vững: coi trọng tác động xã hội và đạo đức trong chuỗi sản xuất.
- Tiêu dùng hướng đến trải nghiệm và sức khỏe: đề cao du lịch, thiên nhiên và cân bằng tinh thần.

Nhờ các đặc trưng này, thị trường Na Uy được xem là một mô hình tiêu dùng phát triển bền vững hàng đầu Bắc Âu, đặt nền móng cho khả năng thích ứng linh hoạt và phục hồi nhanh chóng trong giai đoạn hậu COVID-19.

4. Xu hướng tiêu dùng tại Na Uy sau COVID-19:

Đại dịch COVID-19 đã tạo ra một bước ngoặt lớn trong hành vi tiêu dùng của người dân Na Uy. Một xã hội vốn đã có nền tảng bền vững, đạo đức và kỷ luật tiêu dùng cao nay lại tiếp tục tái định hình sâu sắc hệ giá trị trong mua sắm, chi tiêu và lựa chọn lối sống. Đại dịch không chỉ khiến người dân thay đổi cách tiêu dùng – từ trực tiếp sang trực tuyến, từ vật chất sang giá trị – mà còn củng cố nhận thức về mối liên hệ giữa sức khỏe cá nhân, môi trường tự nhiên và trách nhiệm xã hội.

Giai đoạn hậu COVID-19, Na Uy nổi lên như một “mô hình tiêu dùng phục hồi bền vững” của châu Âu, nơi mà sự đổi mới công nghệ và giá trị nhân văn cùng song hành, tạo nên những xu hướng tiêu dùng mới mang tính dài hạn.

4.1. Từ tiêu dùng vật chất sang tiêu dùng giá trị và ý thức

Sau đại dịch, người dân Na Uy trở nên thận trọng và có ý thức hơn trong mọi quyết định chi tiêu. Nhiều người nhận ra rằng sự dư thừa vật chất không đảm bảo an toàn hay hạnh phúc, thay vào đó, họ tìm kiếm những giá trị tinh thần và cảm xúc lâu bền hơn.

Theo khảo sát của Hội đồng Tiêu dùng Na Uy (Forbrukerrådet, 2022), gần 70% người dân cho biết họ “ưu tiên sức khỏe, an toàn và tính bền vững” hơn là yếu tố thương hiệu hay xu hướng thời trang. Sự chuyển dịch này đánh dấu một giai đoạn “trở thành tiêu dùng” mới, trong đó các giá trị đạo đức và trách nhiệm xã hội chiếm vị trí trung tâm.

Người Na Uy giảm đáng kể việc mua sắm ngẫu hứng. Thay vì chạy theo khuyến mãi, họ tìm hiểu kỹ thông tin sản phẩm, đọc đánh giá độc lập, và chọn mua từ các thương hiệu minh bạch, có cam kết môi trường. Nhiều người sẵn sàng chi trả cao hơn 10–20% cho sản phẩm hữu cơ, sản xuất tại địa phương hoặc có chứng nhận “carbon neutral” (trung hòa carbon).

Xu hướng này còn gắn liền với sự trỗi dậy của “consumption minimalism” – chủ nghĩa tiêu dùng tối giản, trong đó người dân ưu tiên sở hữu ít đồ nhưng chất lượng cao, dễ sửa chữa và có thể tái sử dụng. Đây được xem là sự mở rộng tự nhiên của lối sống Bắc Âu vốn đã đề cao sự tiết chế và cân bằng.

4.2. Bùng nổ tiêu dùng kỹ thuật số và thương mại điện tử bền vững

Trong thời gian phong tỏa, người dân Na Uy buộc phải chuyển sang mua sắm trực tuyến. Tuy nhiên, thay vì là biện pháp tạm thời, mua sắm kỹ thuật số đã trở thành một phần không thể thiếu của thói quen tiêu dùng hậu đại dịch.

Theo Statistics Norway (SSB), doanh thu thương mại điện tử năm 2021 tăng hơn 42% so với năm 2019, đặc biệt mạnh ở nhóm hàng tiêu dùng nhanh, thực phẩm tươi và sản phẩm chăm sóc sức khỏe – vốn là những lĩnh vực trước đây người dân ưa chuộng mua trực tiếp.

Các nền tảng nội địa như Elkjøp, Komplet.no và Zalando chiếm ưu thế nhờ dịch vụ giao hàng nhanh, giao tiếp không tiếp xúc và khả năng truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Đặc biệt, Na Uy đã đi đầu châu Âu trong phát triển mô hình “thương mại điện tử xanh” (green e-commerce), kết hợp logistics thân thiện môi trường, xe điện giao hàng và bao bì tái chế. Việc mua sắm trực tuyến giờ đây không chỉ tiện lợi, mà còn được xem như một hành động có trách nhiệm – giảm di chuyển cá nhân, hạn chế phát thải và tối ưu hóa chuỗi cung ứng.

Thanh toán kỹ thuật số cũng đạt mức gần như toàn diện: hầu như giao dịch cá nhân được thực hiện qua thẻ hoặc ví điện tử Vipps. Hệ thống ngân hàng số an toàn và phổ cập giúp người dân dễ dàng theo dõi chi tiêu, lập kế hoạch tài chính và quản lý ngân sách gia đình.

Sự chuyển đổi này không chỉ thúc đẩy ngành bán lẻ, mà còn định hình lại mối quan hệ giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp, với yêu cầu cao hơn về tính minh bạch, dịch vụ cá nhân hóa và trách nhiệm môi trường.

4.3. Sức khỏe và lối sống xanh trở thành trung tâm tiêu dùng

Một trong những thay đổi quan trọng nhất sau đại dịch là sức khỏe trở thành yếu tố trung tâm trong mọi quyết định chi tiêu của người dân Na Uy. Đại dịch khiến người dân nhận thức rõ hơn về mối liên hệ giữa sức khỏe cá nhân và môi trường sống, từ đó hình thành xu hướng tiêu dùng “xanh – sạch – an toàn”. Người dân ưu tiên các sản phẩm:

- Thực phẩm hữu cơ, tươi sống, ít chế biến.

- Thực phẩm bổ sung dinh dưỡng, đặc biệt là vitamin D, omega-3, và sản phẩm có nguồn gốc từ biển.
- Đồ dùng cá nhân và mỹ phẩm tự nhiên, không chứa hóa chất tổng hợp.
- Sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ sức khỏe tinh thần: yoga, thiền, liệu pháp spa, nghỉ dưỡng sinh thái, ứng dụng cân bằng cảm xúc.

Nhu cầu du lịch sau COVID-19 cũng thay đổi: người Na Uy ít quan tâm đến du lịch xa xỉ, thay vào đó ưu tiên du lịch nội địa, gắn với thiên nhiên và trải nghiệm bền vững. Các tour sinh thái, nghỉ dưỡng cabin vùng núi, hay hành trình khám phá vùng Bắc Cực (Arctic experiences) được ưa chuộng hơn bao giờ hết.

Sự chuyển dịch này cho thấy, tiêu dùng Na Uy sau đại dịch không đơn thuần là “mua để sống”, mà là “sống tốt thông qua cách tiêu dùng đúng đắn”.

4.4. Ưu tiên hàng nội địa và hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ

Một hệ quả tích cực của đại dịch là tinh thần ủng hộ hàng nội địa và doanh nghiệp nhỏ trở nên mạnh mẽ hơn. Khi chuỗi cung ứng quốc tế bị gián đoạn, người dân nhận ra vai trò quan trọng của sản xuất trong nước và tính tự chủ kinh tế.

Các chiến dịch Mua hàng địa phương được triển khai trên toàn quốc, khuyến khích người dân mua sắm tại cửa hàng trong vùng, sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp Na Uy, và hỗ trợ nhà sản xuất nông nghiệp, ngư nghiệp nội địa.

Sự thay đổi này không chỉ có ý nghĩa kinh tế, mà còn mang giá trị xã hội sâu sắc. Người Na Uy xem hành động ủng hộ hàng địa phương như một biểu hiện của trách nhiệm công dân, giúp bảo vệ việc làm, giảm phát thải carbon trong vận chuyển, đồng thời duy trì bản sắc kinh tế địa phương.

Nhiều thương hiệu nhỏ, cửa hàng thủ công và nhà sản xuất nông nghiệp đã tận dụng xu hướng này để phát triển mạnh mẽ sau dịch, bằng cách kết hợp kênh bán hàng trực tuyến và truyền thống, mở rộng thị trường trong nước mà không cần phụ thuộc quá

nhiều vào xuất khẩu.

4.5. Phát triển kinh tế tuần hoàn và tiêu dùng chia sẻ

Một trong những đặc điểm nổi bật của Na Uy hậu COVID-19 là sự mở rộng nhanh chóng của kinh tế tuần hoàn (circular economy) – mô hình sản xuất và tiêu dùng dựa trên tái sử dụng, sửa chữa, phục hồi và tái chế sản phẩm.

Các nền tảng kỹ thuật số như Finn.no (chợ mua bán hàng cũ), Tise (ứng dụng trao đổi quần áo) hay Too Good To Go (ứng dụng hạn chế lãng phí thực phẩm) phát triển mạnh mẽ, trở thành một phần trong đời sống tiêu dùng hàng ngày.

Người Na Uy đặc biệt ưa chuộng mô hình “mua – thuê – chia sẻ”: thuê đồ cắm trại, quần áo trẻ em, xe đạp điện hoặc thậm chí thiết bị gia dụng thay vì mua mới. Điều này vừa tiết kiệm chi phí, vừa góp phần giảm rác thải và tiêu thụ năng lượng.

Sự lan tỏa của kinh tế tuần hoàn không chỉ đến từ người tiêu dùng mà còn được chính phủ khuyến khích mạnh mẽ, thông qua chính sách thuế ưu đãi cho sản phẩm tái chế, hỗ trợ doanh nghiệp xanh và đầu tư vào công nghệ xử lý rác thải.

4.6. Định hình lại giá trị tinh thần trong tiêu dùng

Đại dịch khiến nhiều người dân Na Uy nhìn nhận lại bản chất của hạnh phúc và tiêu dùng. Thay vì chạy theo sở hữu, họ hướng đến cân bằng tinh thần, sức khỏe tâm lý và gắn kết xã hội.

Các khảo sát sau năm 2021 cho thấy người dân chi tiêu nhiều hơn cho hoạt động trải nghiệm – học tập – phát triển bản thân, như lớp nấu ăn, học thủ công, tham gia nhóm tình nguyện hoặc các dự án cộng đồng. Nhiều người chuyển sang làm việc từ xa, sống gần thiên nhiên và chi tiêu cho các hoạt động tinh thần thay vì vật chất.

Điều này phản ánh một sự “nâng cấp giá trị tiêu dùng” – nơi vật chất không còn là thước đo, mà tiêu dùng trở thành công cụ để củng cố bản sắc, sức khỏe và sự gắn kết xã hội.

4.7. Tổng kết

Sau đại dịch, Na Uy nổi lên như một hình mẫu về xã hội tiêu dùng bền vững, kỹ thuật số và nhân văn. Sự thay đổi hành vi không mang tính tạm thời mà đã trở thành chuẩn mực mới, với năm đặc trưng chủ đạo:

- Tiêu dùng có ý thức: Hướng đến sức khỏe, chất lượng và giá trị xã hội hơn là số lượng.
- Chuyển đổi số toàn diện: Thương mại điện tử, thanh toán kỹ thuật số và dữ liệu hóa hành vi tiêu dùng.
- Bền vững và tuần hoàn: Ưu tiên tái sử dụng, sửa chữa và giảm rác thải.
- Hỗ trợ hàng nội địa: Đề cao tinh thần quốc gia và bảo vệ môi trường.
- Tiêu dùng hướng tới trải nghiệm và tinh thần: Tập trung vào sự hài lòng, hạnh phúc và gắn kết cộng đồng.

Na Uy hậu COVID-19 không chỉ phục hồi nhanh hơn phần lớn các quốc gia châu Âu, mà còn thiết lập một mô hình tiêu dùng mới – nơi công nghệ, đạo đức và sự bền vững cùng hòa quyện, đưa quốc gia này trở thành biểu tượng của “tiêu dùng có trách nhiệm trong kỷ nguyên toàn cầu hóa”.

Chương 3: Kinh doanh sản phẩm và dịch vụ nước ngoài

Sử dụng đại lý hoặc nhà phân phối

Mặc dù có hàng ngàn công ty nước ngoài có sự hiện diện hoặc các công ty con ở Na Uy, nhưng cách kinh doanh phổ biến nhất vẫn là thông qua các đại lý và nhà phân phối. Khoảng 3/4 tổng số dân của Na Uy cư trú ở phía Nam đất nước. Hầu hết các nhà nhập khẩu và phân phối lớn đều có trụ sở chính tại khu vực Oslo; một số có đại lý phụ hoặc văn phòng kinh doanh tại các thành phố lớn khác của Na Uy chẳng hạn như Bergen, Stavanger, Trondheim, Kristiansand và Tromsø...

Phần còn lại của đất nước được tạo thành từ các trung tâm dân cư nhỏ, phân tán rộng rãi, có giá phục vụ đắt đỏ do khoảng cách xa và chi phí vận chuyển hàng hóa cao. Trên toàn quốc có tương đối ít các cửa hàng kinh doanh theo phương thức chuỗi ngoài lĩnh vực may mặc, đồ thể thao, tạp hóa và đồ tự làm. Hầu hết các nhà bán lẻ và nhà phân phối đều ở mức nhỏ.

Từ đó ta thấy sử dụng các đại lý phụ và phân phối thứ cấp là phương pháp tiêu chuẩn, khả thi để xử lý các thị trường nằm rải rác ở phía Bắc của Na Uy. Với sự hỗ trợ và xúc tiến thị trường thích hợp, một đối tác kinh doanh địa phương tốt và/hoặc một văn phòng địa phương hoạt động hiệu quả sẽ giúp các công ty nước ngoài tìm thấy triển vọng tốt trong thị trường nhỏ nhưng giàu có này. Hơn nữa, các công ty nước ngoài có thể nhận được một số thỏa thuận về cấp phép và liên doanh.

Ngoài ra, thành lập các công ty con đầy đủ chức năng của Na Uy là những phương tiện tuyệt vời để khai thác các thị trường cao cấp bên ngoài Na Uy (ví dụ: khu vực Bắc Âu và các nước Baltic).

Điều đáng chú ý là nhiều đại lý và nhà phân phối ở Na Uy thường thích độc quyền do quy mô thị trường nhỏ và vì họ vẫn thường đầu tư công sức và nguồn lực tài chính vào việc xây dựng nhận thức về thương hiệu và phát triển vị trí trên thị trường cho sản phẩm

hoặc dịch vụ của mà học độc quyền. Các công ty nước ngoài cần suy nghĩ cẩn thận về vấn đề độc quyền và không độc quyền trước khi tham gia đàm phán với các đối tác tiềm năng. Các điều khoản được nêu rõ ràng, bao gồm các biện pháp thực hiện và điều khoản chấm dứt, nên được tích hợp vào bất kỳ thỏa thuận nào cho phép độc quyền.

Kênh phân phối và bán hàng công nghiệp tại Na Uy thường thông qua 2 kênh:

1. Từ nhà xuất khẩu nước ngoài đến nhà nhập khẩu rồi đến người tiêu dùng cuối,
2. Từ nhà xuất khẩu nước ngoài đến người tiêu dùng cuối.

Việc chọn lựa kênh phân phối và bán hàng phụ thuộc vào qui mô sản phẩm và người dùng. Các nhà xuất khẩu sản phẩm cần có dịch vụ hậu mãi nên có một công ty nội địa đại diện cho họ tại địa phương. Đại lý hoặc nhà phân phối địa phương có thể đáp ứng nhanh chóng việc cung cấp dịch vụ hoặc thay thế phụ tùng. Vì vậy, khách hàng càng tin tưởng hơn khi được hỗ trợ tại các địa điểm gần gũi và nhanh chóng khi có sự cố máy móc hỏng hóc. Mặt khác, khách hàng thường cảm thấy thoải mái khi tiếp xúc với đại lý địa phương vì không bị rào cản về ngôn ngữ và khoảng cách địa lý. Các đại lý hoặc nhà phân phối nội địa cũng tạo nhiều thuận lợi hơn trong các thủ tục hải quan cho khách hàng.

Đối với hàng tiêu dùng, thông thường có 3 kênh phân phối và bán hàng là: 1/ Từ nhà xuất khẩu nước ngoài đến nhà nhập khẩu Na Uy; 2/ Từ nhà xuất khẩu nước ngoài đến nhà nhập khẩu Na Uy, đến nhà bán sỉ rồi bán lẻ và đến người dùng cuối, 3/ Từ nhà xuất khẩu nước ngoài, đến nhà bán lẻ Na Uy rồi đến người tiêu dùng cuối. Đối với sản phẩm dễ hư hỏng, thường chọn kênh thứ 1, đây là kênh nhanh nhất. Trong kênh này, nhà nhập khẩu đóng vai trò như nhà bán sỉ. Đối với những sản phẩm không dễ hư hỏng, thường chọn kênh thứ 2.

Thành lập văn phòng

Quy trình thành lập một công ty ở Na Uy tương đối đơn giản và nhìn chung không có hạn chế. Bộ Thương mại và Công nghiệp Na Uy đã thành lập cổng thông tin điện tử Altinn Business Information Service (<https://www.altinn.no/en/start-and-run-business/>) để đơn giản hóa quy trình thành lập và điều hành các doanh nghiệp kinh doanh ở Na Uy. Thông tin được cung cấp phù hợp, đáng tin cậy và không thiên vị. Cổng Thông tin giải quyết hỗ trợ hai nhóm đối tượng:

- 1) Các doanh nhân đang tìm kiếm thông tin cần thiết để bắt đầu công việc kinh doanh của riêng mình, bao gồm các biểu mẫu và tài liệu quảng cáo, tất cả đều miễn phí.
- 2) Các doanh nghiệp cần câu trả lời cho hầu hết các câu hỏi phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh thường xuyên: thuế, thuế giá trị gia tăng (VAT), sổ sách kế toán, quan hệ giữa người lao động và người lao động, pháp luật, v.v. Cổng Thông tin cung cấp thông tin hữu ích dưới dạng viết tắt, cùng với các liên kết đến các nguồn và các trang web hữu ích.

Tất cả các công ty thành lập ở Na Uy đều bắt buộc phải đăng ký thông qua The Bronnoysund Register Center (<https://www.brreg.no/>) – là cơ quan của chính phủ trung ương. The Bronnoysund Register Center là một cơ quan chính phủ trực thuộc Bộ Thương mại và Công nghiệp Na Uy và liên kết với một số dịch vụ đăng ký trực tuyến khác của quốc gia. Các sổ đăng ký trên cổng thông tin chứa thông tin và dữ liệu quan trọng về các khoản nợ và quyền sở hữu đối với bất động sản thế chấp; doanh nghiệp kinh doanh; tài khoản hàng năm và báo cáo của kiểm toán viên về các công ty trách nhiệm hữu hạn; phá sản và thanh lý bắt buộc.

Các công ty nước ngoài muốn bắt đầu các hoạt động kinh doanh tại Na Uy có thể chọn thành lập công ty con hoặc chi nhánh. Sự lựa chọn giữa một công ty con và một chi nhánh thường phụ thuộc vào cấu trúc thuế ở nước ngoài mà từ đó đầu tư được thực hiện.

Khi có kế hoạch mở văn phòng hoặc thành lập công ty tại Na Uy, các công ty nước ngoài nên liên hệ với văn phòng đầu tư nước ngoài của Na Uy. Các văn phòng này sẽ

có thể cung cấp hỗ trợ và tư vấn về các vấn đề về thuế, việc làm, địa điểm và kế toán.

Một công ty con là một thực thể pháp lý riêng biệt; do đó, trách nhiệm pháp lý được giới hạn trong tài sản riêng của mình. Tuy nhiên, một chi nhánh không tạo thành một thực thể riêng biệt và có trách nhiệm vô hạn. Công ty mẹ chịu trách nhiệm cho tất cả các nghĩa vụ và các khoản nợ của chi nhánh.

Các công ty con thường được thành lập như một công ty trách nhiệm hữu hạn công chúng hoặc một công ty trách nhiệm hữu hạn tư nhân. Công ty trách nhiệm hữu hạn tư nhân nói chung phù hợp cho các công ty nhỏ hơn.

Các hình thức cơ bản của các doanh nghiệp thương mại là doanh nghiệp một thành viên, hợp danh, công ty trách nhiệm hữu hạn, liên doanh, hoặc chi nhánh công ty nước ngoài. Hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn phổ biến hơn.

Mỗi hình thức hợp danh đều có mức độ trách nhiệm và thuế khác nhau đối với các đối tác. Nếu một công ty muốn chọn một mô hình công ty chính phức tạp hơn thì cho thể chọn hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn tư nhân hoặc hữu hạn đại chúng.

Na Uy cũng cho phép các công ty nước ngoài thiết lập văn phòng đại diện hoặc văn phòng khu vực với các hoạt động không phát sinh doanh thu. Các văn phòng này có thể triển khai các hoạt động đánh giá và khảo sát thị trường, cung cấp các dịch vụ quản lý chất lượng và mua hàng cho công ty mẹ, hoặc là cung cấp các dịch vụ hỗ trợ bảo hành cho sản phẩm của họ tại thị trường Na Uy.

Trong quá trình thiết lập văn phòng, các cá nhân hay các công ty nên sử dụng dịch vụ của các nhà tư vấn chuyên nghiệp ngay từ giai đoạn ban đầu để đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật và bảo đảm có được mô hình kinh doanh tối ưu tại Na Uy.

Mặc dù theo luật Na Uy không đòi hỏi phải sử dụng các đại lý và nhà phân phối địa phương, nhưng đây chính là cách hiệu quả và tiết kiệm khi thâm nhập vào thị trường Na Uy. Các đại lý và nhà phân phối tạo thuận lợi cho việc thâm nhập thị trường nhờ hệ thống mạng lưới đã có sẵn và sự am hiểu thị trường của họ. Trong số các yếu tố liên

quan đến văn hóa kinh doanh ở Na Uy, quan hệ cá nhân là yếu tố sống còn cho việc giao dịch kinh doanh thành công. Các đại lý và nhà phân phối địa phương đã thông thạo các yêu cầu và thông lệ kinh doanh. Họ sống trong chính thị trường này và có thể giúp cho các đối tác hiểu được những yêu cầu nào giúp cho sự thành công. Thêm vào đó, các đại lý hay nhà phân phối địa phương cũng sẽ theo dõi và thông báo cho các nhà xuất khẩu những qui định liên quan đến việc nhập khẩu vào Na Uy.

Các nhà xuất khẩu phải đầu tư đủ thời gian và sự chú ý trong việc lựa chọn một đối tác địa phương đủ điều kiện và hỗ trợ tiếp thị và kỹ thuật. Tiếp xúc thường xuyên với đại diện địa phương là điều cần thiết để nuôi dưỡng mối quan hệ làm việc hiệu quả. Một số cách tốt nhất để tìm đại lý hoặc nhà phân phối tại Na Uy là:

- + Tận dụng các chương trình hỗ trợ từ các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp trong và ngoài Na Uy. Các tổ chức này thường xuyên tổ chức các cuộc gặp gỡ B2B cho nhiều đối tác khác nhau tại Na Uy.
- + Tham gia triển lãm thương mại tại Na Uy và các nước lân cận cũng có thể là một phương tiện hiệu quả để kiểm tra thị trường và định vị các đại lý hoặc nhà phân phối phù hợp tại Na Uy. Tần suất các hội chợ, triển lãm tại Na Uy rất cao so với các nước khác trong khu vực.

Nhượng quyền thương mại

Có một số chuỗi nhượng quyền đang hoạt động ở Na Uy, bao gồm McDonalds, T-Mobile Burger King, Ormado Kaffeekhaus, Hilton Garden Inn, Circle K, TGI Friday's, Starbucks, Mathnasium, Avis và nhiều chuỗi khác. Tuy nhiên, hầu hết các hệ thống nhượng quyền hoạt động ở Na Uy đều dựa trên các khái niệm được phát triển ở Na Uy. Tất cả các hệ thống nhượng quyền ở Na Uy được yêu cầu hoạt động theo khuôn khổ pháp lý của Na Uy dành cho các doanh nghiệp kinh doanh. Họ cũng phải hoạt động phù hợp với khuôn khổ của EEA, được hài hòa với luật pháp của EU. Nhượng quyền thương mại được miễn trừ khỏi Đạo luật cạnh tranh thông qua chỉ thị 4087/88 của EU.

Ở Na Uy, nhượng quyền thương mại được quy định bởi Bộ Thương mại và Công nghiệp. Không có trở ngại lớn nào cho việc bắt đầu một chuỗi nhượng quyền trong nước.

Có một số thách thức trong việc thiết lập khái niệm nhượng quyền thương mại ở Na Uy. Kiến thức của công chúng về nhượng quyền thương mại là tương đối hạn chế, mặc dù đã có những nỗ lực thành lập các hội nghị nhượng quyền ở Na Uy để giáo dục tốt hơn cho người dùng và các bên nhận quyền tiềm năng. Có rất ít cơ hội để các nhà nhượng quyền tiềm năng gặp gỡ với đối tác, vì vậy hầu hết các cơ hội kinh doanh được thể hiện thông qua các quảng cáo trên báo và tạp chí, Internet hoặc các cuộc họp được tạo điều kiện. Na Uy có quy mô thị trường hạn chế với 5,3 triệu người được phân bổ trên một khu vực địa lý rộng lớn, thường buộc các khái niệm nhượng quyền thương mại phải rộng hơn. Hệ thống nhượng quyền ở Na Uy cũng phải đối mặt với chi phí cao, ví dụ như chi phí thuê lao động và tài sản, và thị trường lao động thắt chặt. Tương đối khó khăn cho các nhà nhượng quyền tiềm năng trong việc tìm kiếm nguồn tài chính ở Na Uy.

Các doanh nghiệp nước ngoài muốn nhượng quyền trong lãnh thổ Liên minh Châu Âu có thể sẽ thấy rằng đây là thị trường khá mạnh mẽ và thân thiện với các hệ thống nhượng quyền nói chung. Có một số luật điều chỉnh hoạt động của nhượng quyền thương mại trong EU, nhưng các luật này khá rộng và nhìn chung, không hạn chế vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp. Bên nhượng quyền tiềm năng nên chú ý xem xét không chỉ các quy định của EU mà còn xem xét các luật địa phương liên quan đến nhượng quyền.

Kể từ khi thành lập vào năm 1972, Liên đoàn Nhượng quyền Châu Âu đã thúc đẩy Bộ quy tắc đạo đức châu Âu về nhượng quyền thương mại. Bộ luật đạo đức về nhượng quyền thương mại EFF đã được công nhận là tài liệu tham khảo chuyên ngành của Ủy ban châu Âu, Tòa án công lý châu Âu và được đưa vào thành luật học nhượng quyền thương mại ở các nước như Pháp và Đức. Mục đích của Bộ quy tắc là để thúc đẩy một

tập hợp các tiêu chuẩn đạo đức tự điều chỉnh, theo đó các tác nhân tự xác định các phương tiện để bảo vệ thực tiễn của mình khỏi hành vi có thể gây bất lợi cho hình ảnh và cuối cùng là phát triển kinh doanh.

Tham khảo thêm về hệ thống nhượng quyền tại EU: <https://eff-franchise.com/>.

Tiếp thị trực tiếp

Tiếp thị trực tiếp là một phương tiện hiệu quả để chia sẻ thông tin về sản phẩm và dịch vụ với người tiêu dùng thông qua nhiều phương tiện truyền thông từ cả hai kênh truyền thống và trực tuyến, bao gồm quảng cáo trực tuyến, email, trang web, điện thoại di động, truyền hình, danh mục, đài phát thanh và báo. Nhờ kết quả của phát triển ứng dụng di động và tiếp thị trực tuyến, các nhà tiếp thị có thể kết nối và thu hút khách hàng tiềm năng một cách hiệu quả. Phương tiện truyền thông trực tuyến đã đóng một vai trò quan trọng trong tiếp thị trực tiếp.

Có rất nhiều lựa chọn cho các công ty muốn sử dụng tiếp thị trực tiếp ở Na Uy, mặc dù thực tế là các vấn đề về quyền riêng tư và bảo vệ dữ liệu cá nhân đã được người tiêu dùng và chính quyền Na Uy, đặc biệt là Cơ quan Thanh tra Dữ liệu Na Uy, nâng cao hơn. Người tiêu dùng Na Uy hiện có một lựa chọn để bảo lưu quyền từ chối nhận tiếp thị trực tiếp. Gần đây, Bronnoysund Register Center, cơ quan hành chính chịu trách nhiệm về một số chương trình đăng ký và kiểm soát quốc gia cho doanh nghiệp và ngành công nghiệp đã thành lập một sổ đăng ký quốc gia cho mục đích này.

Tiếp thị trực tiếp và thư chào hàng trong chừng mực nào đã được hưởng lợi nhờ việc sử dụng thẻ tín dụng tại Na Uy. Thẻ tín dụng tạo nhiều lợi thế cho người tiêu dùng và nhiều tiện ích cho việc bán lẻ không theo lối truyền thống như đặt hàng qua thư tín và thương mại điện tử. Hầu hết các cửa hàng bách hóa lớn sử dụng tiếp thị trực tiếp thông qua các chương trình thư đặt hàng trên hệ thống quản lý những chủ thẻ chiết khấu của riêng họ. Các chương trình bán hàng tiêu dùng và điện gia dụng theo phương thức trả góp đang trở nên phổ biến với người tiêu dùng.

Bán hàng trên TV được giới thiệu vài năm nay và nhanh chóng được chấp nhận. Phương thức bán hàng này cũng đang phát triển trong vòng vài năm gần đây. Việc lo lắng chất lượng sản phẩm và sở thích trực tiếp xem xét sản phẩm của đa số người tiêu dùng Na Uy cũng giới hạn sự phát triển của kênh bán hàng trên TV.

Có rất nhiều luật của EU có ảnh hưởng đến lĩnh vực tiếp thị trực tiếp. Có nhiều yêu cầu tuân thủ khắt khe hơn đối với hoạt động tiếp thị và bán hàng cho người tiêu dùng tư nhân. Đặc biệt, các công ty cần tập trung vào tính rõ ràng và đầy đủ của thông tin họ cung cấp cho người tiêu dùng trước khi mua hàng và các phương pháp tiếp cận của họ để thu thập và sử dụng dữ liệu khách hàng.

Liên doanh/Cấp phép

Liên doanh và các thỏa thuận cấp phép là phổ biến ở Na Uy. Các liên doanh có thể không có tên riêng và sự tồn tại của nó không thể được coi là biện pháp bảo vệ chống lại các tuyên bố của bên thứ ba. Các liên doanh có thể không được đăng ký và không có danh tính pháp lý độc lập. Các yêu cầu về sổ sách và kiểm toán không tồn tại đối với liên doanh, trừ khi được quy định trong hợp đồng liên doanh.

Đối với các thỏa thuận cấp phép, không bắt buộc phải ghi lại những điều này tại văn phòng cấp bằng sáng chế chính thức (Styret for det Industrielle Rettsvern) ở Na Uy. Tuy nhiên, việc gửi hồ sơ được khuyến khích. Người được cấp phép được ghi nhận có quyền theo luật định để được thông báo về bất kỳ bên thứ ba nào nộp đơn hủy bỏ, v.v., và do đó có thể chuẩn bị tốt hơn để thực thi các quyền của mình theo thỏa thuận cấp phép. Có một số công ty tư vấn địa phương cung cấp hỗ trợ liên quan đến các thỏa thuận cấp phép phù hợp với thị trường Na Uy và phù hợp với luật sở hữu trí tuệ của Na Uy.

Liên doanh và các thỏa thuận cấp phép kinh doanh là các chiến lược thâm nhập thị trường quan trọng cho các doanh nghiệp nước ngoài vào Na Uy. Trong nhiều trường hợp, cách duy nhất để giảm thiểu phí vận chuyển, thuế cao và sự cạnh tranh của hàng hóa rẻ tiền hơn trong nước chính là sản xuất tại nội địa

Bán hàng cho chính phủ

Người tiêu dùng Bắc Âu khá quen thuộc với lĩnh vực thương mại điện tử. Các công ty nước ngoài có triển vọng thành công tốt ở khu vực Bắc Âu. Người dùng cuối trong khu vực, bao gồm cả ở Na Uy, là những người chi tiêu có trình độ và hiểu biết về công nghệ, đồng thời được coi là những người đứng đầu trong việc sử dụng thương mại điện tử ở Châu Âu và trên toàn cầu. Các nhà sản xuất, nhà cung cấp và nhà bán lẻ đang cân nhắc việc bán hàng qua Internet có cơ hội tiếp xúc với khách hàng dễ dàng hơn, nhưng vẫn cần xem xét những thách thức liên quan đến việc thực hiện, vận chuyển, thuế, thuế giá trị gia tăng (VAT) và các quy định của EU. Na Uy nằm trong số các quốc gia ở Châu Âu có nhiều hoạt động mua sắm xuyên biên giới nhất và người Na Uy nói chung rất dễ tiếp thu các trang web quốc tế.

Chỉ thị thương mại điện tử của Liên minh Châu Âu (2000/31/EC) cung cấp các quy tắc cho các dịch vụ trực tuyến ở Liên minh Châu Âu. Nó yêu cầu các nhà cung cấp phải tuân thủ các quy tắc tại quốc gia nơi họ được thành lập (quốc gia xuất xứ). Các nhà cung cấp trực tuyến phải tôn trọng các quy tắc bảo vệ người tiêu dùng, chẳng hạn như chỉ ra chi tiết liên hệ trên trang web của họ và xác định rõ ràng các mục quảng cáo và bảo vệ chống lại thư rác. Chỉ thị cũng miễn trừ trách nhiệm đối với những người trung gian truyền tải nội dung bất hợp pháp của bên thứ ba và vô tình lưu trữ nội dung.

Ở thị trường Na Uy, mua sắm trên thiết bị di động đang trở thành tiêu chuẩn và mô hình tiếp cận đa kênh (omni channel) vẫn là một chiến lược mạnh mẽ trong nhiều phân khúc. Về mặt thanh toán, tùy chọn thanh toán của Na Uy VIPPS đang nhanh chóng đạt được sức hút và giành được thị phần.

Kể từ ngày 01/4/2020, các cửa hàng trực tuyến bán sản phẩm cho người tiêu dùng ở Na Uy phải thu và nộp thuế Giá trị gia tăng (VAT). Các doanh nghiệp không cần phải có mặt ở Na Uy và có thể đăng ký thông qua chương trình “VAT on e-commerce”, được gọi là VOEC. Công ty nước ngoài sẽ được chỉ định một số VOEC, được đính kèm vào

mỗi bưu kiện. Khi tuân thủ, hàng hóa sẽ được miễn thông quan và sẽ đến tay khách hàng mà không bị chậm trễ và chi phí xử lý ngang bằng với các nhà cung cấp cạnh tranh ở Châu Âu. Sự sắp xếp này sẽ góp phần tạo công bằng sân chơi. Na Uy là quốc gia châu Âu đầu tiên triển khai hệ thống thu thuế VAT từ người bán hàng trực tuyến nước ngoài đối với các sản phẩm giá rẻ và EU hiện đã áp dụng hệ thống này.

Một số lượng lớn các nhà cung cấp dịch vụ thương mại điện tử có mặt ở Na Uy và khắp Châu Âu và được thiết lập để trợ giúp các nhà cung cấp và thị trường về tất cả các khía cạnh kinh doanh thương mại điện tử của họ ở Na Uy. Từ quan điểm hậu cần, thương mại điện tử thường đánh một dấu hỏi về khối lượng và quy mô của hàng hóa. Một số nhà cung cấp dịch vụ ở Châu Âu, đáng chú ý nhất là ở Hà Lan, chuyên cung cấp các dịch vụ vận chuyển, xếp dỡ và thực hiện cho các công ty nhỏ, không thuộc EU và thường phải chịu một chi phí cố định liên quan đến loại dịch vụ này

Các công ty nước ngoài kinh doanh trực tuyến cung cấp/bán hàng hóa và dịch vụ cho Na Uy, phải tuân thủ Quy định chung về bảo vệ dữ liệu của Châu Âu (GDPR). Luật bảo mật dữ liệu của Liên minh Châu Âu này có hiệu lực vào ngày 25/5/2018 đề cập đến việc lưu trữ và sử dụng thông tin cá nhân và dữ liệu về công dân và cư dân Liên minh Châu Âu mua hàng từ các trang web (không thuộc Liên minh Châu Âu). GDPR có phạm vi rộng và sử dụng các định nghĩa rộng. “Dữ liệu cá nhân” là bất kỳ thông tin nào liên quan đến công dân EU như tên, địa chỉ email, số ID thuế, số nhận dạng trực tuyến,... Dữ liệu “xử lý” bao gồm các hành động như thu thập, ghi lại, lưu trữ và chuyển dữ liệu.

Một số nền tảng thương mại điện tử tại Na Uy

Komplett (Na Uy) www.komplett.no

Zalando (Đức) www.zalando.no

Power (Na Uy) www.porer.no

Elkjøp (Anh/Na Uy) www.elkjop.no

eBay (Hoa Kỳ) www.ebay.com

Ikea (Thụy Điển) www.ikea.com

NetOnNet (Thụy Điển) www.netonnet.no

Netthandelen (Na Uy) www.netthandelen.no

Ellos (Thụy Điển) www.ellos.no

CDON (Thụy Điển) www.cdon.no

XXL (Na Uy) www.xxl.no

BliVakker (Na Uy) www.blivakker.no

Boozt (Thụy Điển) www.boozt.com

H&M (Thụy Điển) www2.hm.com/no_no/index.html

Thanh toán bằng thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng là lựa chọn ưu tiên của người tiêu dùng ở Na Uy, nhưng các tùy chọn thanh toán điện tử và không dây khác đang phát triển nhanh chóng. 30% người tiêu dùng cho rằng điều quan trọng là phải có tùy chọn thanh toán qua hóa đơn. VIPPS, thuộc sở hữu của hầu hết các ngân hàng lớn trong khu vực, đang phát triển rất nhanh và có thể đã dẫn đầu làm phương thức thanh toán ưa thích. Apple Pay và Pay Pal vẫn có thị phần nhỏ. Các nhà cung cấp có hệ thống thu thuế giá trị gia tăng (ví dụ: VOEC) và cung cấp trải nghiệm trọn gói cho người tiêu dùng, sẽ có lợi thế lớn hơn so với những người vận chuyển từ nước ngoài và để khách hàng xử lý tất cả các thủ tục giấy tờ và rủi ro.

Hầu hết các giao dịch mua hàng thương mại điện tử được thực hiện trên máy tính xách tay, mặc dù mức độ phổ biến của điện thoại thông minh ngày càng tăng.

Các nền tảng thương mại điện tử ở Na Uy được chia thành ba loại: giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B), giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C) và giao dịch giữa doanh nghiệp với chính phủ (B2G).

Thương mại bán lẻ trực tuyến Na Uy được thúc đẩy bởi một số yếu tố, bao gồm sự phổ biến của điện thoại thông minh và cạnh tranh gay gắt giữa các nhà khai thác thương mại điện tử. Tăng trưởng thương mại điện tử đã thúc đẩy việc sử dụng phương thức thanh toán điện tử vì nó có thể giúp việc mua hàng hóa nhanh hơn và thuận tiện hơn. Thị trường ngân hàng trực tuyến và di động Na Uy có thể đạt đến mức trưởng thành trong vòng sáu năm. Điều này phần lớn được thúc đẩy bởi hệ thống thanh toán điện tử quốc gia và sự tăng trưởng đáng kể trong việc phổ biến internet băng rộng di động.

Những ngày lễ trước Giáng sinh và bán hàng sau kỳ nghỉ lễ, cũng như ngày black Friday, là những ngày lễ mua sắm cao điểm. Trong một số phân khúc thị trường, doanh số bán hàng xung quanh Ngày Hiến pháp, Ngày lễ tình nhân, Halloween cũng như Lễ Phục sinh và Nghỉ đông, cũng có mức tăng hơn bình thường. Nói chung, hiểu biết về các mùa và các ngày lễ là rất quan trọng vì nhu cầu thay đổi đáng kể từ mùa hè sang mùa đông.

Dịch vụ bán hàng, hỗ trợ khách hàng

Có một vài khác biệt giữa các quốc gia châu Âu và các quốc gia thành viên EU trong việc ghi nhãn sản phẩm, sử dụng ngôn ngữ, tính đảm bảo pháp lý và trách nhiệm pháp lý, những biện pháp khắc phục... do đó các tổ chức quản lý ở EU đã đưa ra một số sáng kiến nhằm hài hòa luật pháp của các quốc gia. Các nhà cung cấp trong và ngoài EU nên biết về luật pháp hiện hành và sắp ban hành sẽ ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng, dịch vụ và hỗ trợ khách hàng.

Đào tạo, dịch vụ hậu mãi, hỗ trợ đáng tin cậy cho khách hàng và luôn có sẵn linh kiện thay thế là những yếu tố giúp người tiêu dùng Na Uy đánh giá dịch vụ khách hàng và đi đến quyết định mua hàng. Những yếu tố này rất quan trọng khi tiếp thị các sản phẩm công nghiệp.

Người mua hàng tìm kiếm những dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật nhanh chóng từ các nhà cung cấp tin cậy, Trong trường hợp chi nhánh nội địa không thể cung cấp được các dịch vụ

hỗ trợ, nhà cung cấp sẽ nhờ sự hỗ trợ từ chi nhánh nước ngoài. Phụ tùng thay thế cũng cần phải được cung ứng kịp thời.

Các công ty nước ngoài hỗ trợ tốt hơn và có dịch vụ sau bán hàng đa dạng hơn là một lợi thế với đối thủ cạnh tranh khác. Khách hàng Na Uy thường tin tưởng các nhà cung cấp có dịch vụ và hỗ trợ đào tạo tốt, tin tưởng các sản phẩm có hướng dẫn sử dụng bằng văn bản, và có sẵn các sản phẩm thay thế.

Các nhà cung cấp các sản phẩm có công nghệ phức tạp nên thuê và đào tạo một đội ngũ nhân viên kỹ thuật có trình độ cao và giàu kinh nghiệm cũng như cung cấp các khóa đào tạo kỹ thuật cho các đối tượng khách hàng. Các công ty nên thiết lập các bộ phận trợ giúp khách hàng.

Khách hàng cao cấp Na Uy thường xem xét kỹ chất lượng, dịch vụ và giá cả sao cho tương ứng khi mua sản phẩm. Một đội ngũ dịch vụ sau bán hàng được đào tạo tốt có thể làm tăng khả năng quay lại đối với các đối tượng khác hàng cũ. Ngoài ra, khách hàng sẽ đánh giá cao khi nhận được cập nhật kỹ thuật định kỳ và cũng như thông tin từ các nhà cung cấp.

Các công ty có thể phối hợp với các công ty địa phương để thực hiện các dịch vụ sau bán hàng để giảm chi phí, tuy nhiên cần phải ràng buộc để đảm bảo có được chất lượng tương đương với đội ngũ kỹ thuật của chính hãng. Các quảng bá truyền miệng sau khi nhận được dịch vụ tốt cũng góp phần quảng bá thương hiệu đến với người tiêu dùng địa phương.

Trách nhiệm sản phẩm

Theo Chỉ thị năm 1985 về trách nhiệm đối với sản phẩm bị lỗi, được sửa đổi vào năm 1999, nhà sản xuất phải chịu trách nhiệm về thiệt hại do sản phẩm bị lỗi gây ra. Khách hàng phải chứng minh được sự tồn tại của khiếm khuyết và mối liên hệ nhân quả giữa các lỗi sản phẩm và thương tích (về thể xác cũng như vật chất) do lỗi đó gây ra. Nhà sản xuất được giảm trách nhiệm trong trường hợp tai nạn xảy ra do sơ suất của khách hàng.

An toàn Sản phẩm

Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung năm 1992 đưa ra yêu cầu an toàn chung ở cấp độ trên toàn EU để đảm bảo rằng các nhà sản xuất chỉ đưa các sản phẩm an toàn ra thị trường. Chỉ thị đã được sửa đổi vào năm 2001 quy định nghĩa vụ đối với nhà sản xuất và nhà phân phối trong việc phải thông báo cho Ủy ban Châu Âu trong trường hợp có vấn đề với một sản phẩm nhất định, quy định thêm các điều khoản thu hồi sản phẩm không an toàn, triển khai thành lập European Product Safety Network, và quy định thực hiện lệnh cấm xuất khẩu các sản phẩm không an toàn sang các nước thứ ba trong EU.

Vào năm 2020, Ủy ban Châu Âu đã công bố ý định sửa đổi Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung đã cũ sau khi đánh giá hệ thống hiện tại. Sau một vòng tham vấn cộng đồng vào năm 2020, Ủy ban đã công bố đề xuất của mình về Chỉ thị sửa đổi vào tháng 6 năm 2021. Ngoài những quy định cũ, đề xuất mới sẽ cập nhật các quy tắc để phản ánh tiến bộ công nghệ, để đảm bảo thực thi tốt hơn và cải thiện quy trình thu hồi sản phẩm nguy hiểm.

Quan trọng là, Chỉ thị được sửa đổi sẽ mở rộng nghĩa vụ của nhà sản xuất đối với các công ty bán sản phẩm của họ ở Liên minh Châu Âu thông qua bán hàng từ xa và sẽ tạo ra khả năng chỉ định một đại diện được ủy quyền để thực hiện các nghĩa vụ pháp lý này. Đề xuất cần phải trải qua quy trình lập pháp của EU và sẽ yêu cầu sự chấp thuận của Nghị viện Châu Âu và Hội đồng Liên minh Châu Âu.

Quy định về bảo hành và dịch vụ sau bán hàng

Người bán hàng chuyên nghiệp ở Na Uy phải cung cấp bảo hành tối thiểu hai năm cho tất cả hàng tiêu dùng được bán cho người tiêu dùng. Các biện pháp khắc phục được quy định trong trường hợp phát sinh lỗi sản phẩm là:

- Sửa chữa hàng hóa;
- Thay thế sản phẩm khác;

- Giảm giá;
- Hủy bỏ hợp đồng mua bán.

Mặc dù luật có thể không bắt buộc, nhưng dịch vụ tiếp thị, bán hàng, hỗ trợ khách hàng, hướng dẫn sử dụng và tài liệu đào tạo bằng tiếng Na Uy sẽ mang lại cho công ty lợi thế cạnh tranh. Các vấn đề khác liên quan đến quyền và bảo vệ người tiêu dùng, chẳng hạn như New Approach Directives, dấu CE ...

Giá cả

Mức thuế của Na Uy đối với hàng công nghiệp nhìn chung khá thấp. Hầu hết giao thương thương mại của Na Uy với các nước EU được thực hiện trên cơ sở miễn thuế theo các quy định của Hiệp định EEA.

Thuế doanh nghiệp của Na Uy thấp hơn mức trung bình của EU. Cả công ty và chi nhánh đều phải chịu thuế thu nhập và thuế vốn. Thuế thu nhập 22% áp dụng chung cho tất cả các hình thức doanh nghiệp và các tổ chức chịu thuế khác. Không có các hình thức miễn giảm thuế nào khác ở Na Uy.

Lưu ý vì lợi nhuận cao cũng như nhằm bảo đảm môi trường từ sản xuất tài nguyên dầu mỏ, các công ty dầu mỏ phải chịu thêm một khoản thuế đặc biệt. Ngoài thuế suất công ty thông thường là 22%, có thuế suất đặc biệt là 56%. Điều này mang lại thuế suất cận biên là 78%. Nói chung, chỉ có lợi nhuận ròng của công ty là phải chịu thuế. Các công ty ở Na Uy được phép khấu trừ tất cả các chi phí liên quan, bao gồm cả chi phí liên quan đến thăm dò nghiên cứu thị trường, R& D, tài chính, và các chi phí liên quan đến việc mở công ty và ngừng/tạm ngừng hoạt động công ty.

Hệ thống thuế thu nhập cá nhân của Na Uy có hai cơ sở cho thu nhập. Khoản thu nhập thông thường là thu nhập ròng (sau khi các khoản khấu trừ được phép) và bị đánh thuế với thuế suất 22% (2020).

Thuế suất thuế theo bậc (thuế thu nhập cận biên) theo lũy tiến trong năm 2020:

- Thu nhập từ 180.800-260.100 NOK (Kroner): 1,7%
- Thu nhập từ 260.100-651.250 NOK: 4,0%
- Thu nhập từ 651.250-1.021.550 NOK: 13,2%
- Thu nhập trên 1.021.550 NOK: 16,2%

Ngoài ra, đóng góp an sinh xã hội cho một công dân là 8,2% tổng thu nhập.

Thuế giá trị gia tăng (VAT) quy định 25% đối với hầu hết hàng hóa và dịch vụ, riêng đối với thực phẩm và đồ uống không còn có mức 15%, và 8% đối với dịch vụ vận tải cá nhân, vé xem phim và phòng khách sạn.

Na Uy áp dụng mức thuế cao đối với ô tô (trừ ô tô điện được miễn thuế), xăng dầu, bất động sản, tài sản tài chính và một số các mặt hàng khác. Nhìn chung, thu ngân sách từ thuế chiếm một nửa GDP. Thu nhập khả dụng thấp hơn nhiều so với thu nhập bình quân đầu người, nhưng điều này được bù đắp ở một mức độ nào đó bằng các phúc lợi của nhà nước như hầu hết là chăm sóc sức khỏe miễn phí, miễn phí học phí tại các trường công và đại học, trợ cấp cho trẻ em, lương hưu cao của nhà nước (an sinh xã hội), v.v. .

Điều quan trọng cần nhớ Na Uy là một thị trường nhập khẩu nhiều hàng hoá có nguồn gốc từ nhiều quốc gia. Đặc tính này cho phép người mua Na Uy tiếp cận một loạt các sản phẩm với giá cả cạnh tranh.

Người tiêu dùng Na Uy xem giá cả là yếu tố quan trọng trong việc chọn mua hàng hóa. Các công ty nước ngoài cần nghiên cứu những yếu tố cạnh tranh chủ yếu như là các kênh phân phối, các kỹ thuật cần thiết để quảng bá và bán hàng, và các phương thức định giá hiện hành của các đối thủ cạnh tranh chính. Các loại thanh toán tín dụng tiêu chuẩn như ở hầu hết các hoạt động thương mại quốc tế cũng đều áp dụng ở Na Uy.

Thương mại điện tử

Thương mại điện tử xuyên biên giới: Người tiêu dùng Bắc Âu đã đạt đến mức độ trưởng thành trên mức trung bình về thương mại điện tử, và các nhà cung cấp nước ngoài có triển vọng thành công tốt tại khu vực Bắc Âu. Người dùng cuối trong khu vực, bao gồm cả ở Na Uy, là những người am hiểu công nghệ và có khả năng chi tiêu, đồng thời đứng top đầu về mức độ sử dụng thương mại điện tử ở Châu Âu và toàn cầu. Các nhà sản xuất, nhà cung cấp và nhà bán lẻ cân nhắc bán hàng qua Internet có thể tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn, nhưng vẫn cần xem xét các thách thức liên quan đến việc thực hiện đơn hàng, vận chuyển, thuế, thuế giá trị gia tăng (VAT) và các quy định của EU. Na Uy là một trong những quốc gia ở Châu Âu có hoạt động mua sắm xuyên biên giới nhiều nhất, và người Na Uy thường rất sẵn lòng đón nhận các trang web quốc tế.

Chỉ thị Thương mại Điện tử của EU (2000/31/EC) cung cấp các quy tắc cho các dịch vụ trực tuyến tại EU. Chỉ thị yêu cầu các nhà cung cấp phải tuân thủ các quy tắc tại quốc gia mà họ đặt trụ sở (nguyên tắc quốc gia xuất xứ). Các nhà cung cấp trực tuyến phải tôn trọng các quy định bảo vệ người tiêu dùng, chẳng hạn như cung cấp chi tiết liên hệ trên trang web của họ, xác định rõ ràng quảng cáo và bảo vệ chống thư rác (spam). Chỉ thị cũng miễn trừ trách nhiệm pháp lý cho các bên trung gian truyền tải nội dung bất hợp pháp của bên thứ ba và cho việc lưu trữ nội dung mà không hề hay biết.

Xu hướng thị trường hiện tại Mua sắm qua thiết bị di động đang trở thành chuẩn mực, và kênh bán hàng đa phương thức (omni channel) vẫn là một chiến lược hiệu quả trong nhiều phân khúc. Về phía thanh toán, lựa chọn thanh toán nội địa VIPPS chiếm thị phần lớn. Các tùy chọn thanh toán khác như Apple Pay cũng phổ biến. Việc tập trung vào khách hàng dựa trên dữ liệu và quan hệ đối tác có sức cộng hưởng mạnh mẽ dường như là chiến lược củng cố hiện nay.

Yêu cầu về thuế VAT: Thuế giá trị gia tăng (VAT) được áp dụng cho việc bán hầu hết các loại hàng hóa và dịch vụ tại Na Uy. Thuế suất VAT hiện tại là 25% đối với hầu hết hàng hóa và dịch vụ nhưng là 15% đối với việc bán thực phẩm và đồ uống không cồn,

và 12% đối với các dịch vụ như vận chuyển hành khách, sự kiện thể thao, vé xem phim, phòng khách sạn và các dịch vụ lưu trú khác.

Kể từ ngày 1 tháng 4 năm 2020, các cửa hàng trực tuyến bán sản phẩm cho người tiêu dùng ở Na Uy được yêu cầu phải thu và nộp VAT. Các doanh nghiệp không cần phải có sự hiện diện tại Na Uy và có thể đăng ký thông qua chương trình “VAT đối với thương mại điện tử”, được gọi là VOEC. Công ty nước ngoài sẽ được cấp một số VOEC, được đính kèm vào bưu kiện. Khi tuân thủ, hàng hóa sẽ được miễn thuế tục hải quan và sẽ đến tay khách hàng mà không bị chậm trễ và không có các chi phí xử lý không thể đoán trước, ngang bằng với các nhà cung cấp cạnh tranh châu Âu. Sắp xếp này sẽ góp phần tạo ra một sân chơi bình đẳng. Na Uy là quốc gia Châu Âu đầu tiên thực hiện hệ thống thu VAT từ người bán hàng trực tuyến nước ngoài đối với các sản phẩm có giá trị thấp, và EU hiện cũng đã làm theo. Thông tin thêm về VOEC tại đây.

Dịch vụ Thương mại Điện tử: Một loạt các nhà cung cấp dịch vụ hiện diện ở Na Uy và trên khắp Châu Âu và được thiết lập để giúp các nhà cung cấp và các sản phẩm giao dịch với mọi khía cạnh trong hoạt động kinh doanh thương mại điện tử của họ ở Na Uy.

Từ góc độ logistics, thương mại điện tử thường trở thành vấn đề về khối lượng và quy mô. Tùy thuộc vào sản phẩm, các bưu kiện riêng lẻ được gửi từ Hoa Kỳ có thể phải chịu chi phí và thời gian vận chuyển quá cao. Điều này đặc biệt đúng đối với các bưu kiện có giá trị thấp. Một số nhà cung cấp dịch vụ ở Châu Âu chuyên cung cấp dịch vụ lưu trữ, vận chuyển, xử lý và hoàn thiện đơn hàng cho các công ty nhỏ, không thuộc EU.

Thanh toán Trực tuyến: Thanh toán bằng thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng là lựa chọn ưu tiên của người tiêu dùng ở Na Uy, nhưng các tùy chọn thanh toán điện tử và không dây khác đang phát triển nhanh chóng. Chưa đến 30% người tiêu dùng nghĩ rằng việc có tùy chọn thanh toán qua hóa đơn là quan trọng. VIPPS, thuộc sở hữu của hầu hết các ngân hàng lớn trong khu vực, được coi là phương thức thanh toán dẫn đầu thị trường.

Ngoài ra còn có Apple Pay, PayPal, PayEx, Nets, Google Pay, Klarna, và các phương thức thanh toán khác trên thị trường. Các nhà cung cấp có hệ thống thu thuế giá trị gia tăng (ví dụ: VOEC) và cung cấp trải nghiệm liền mạch cho người tiêu dùng sẽ có lợi thế lớn so với những nhà cung cấp vận chuyển từ nước ngoài và để khách hàng tự xử lý tất cả các thủ tục giấy tờ và rủi ro.

Các Ngày Lễ Mua Sắm Lớn: Các ngày lễ trước Giáng Sinh và đợt giảm giá sau kỳ nghỉ, cũng như Black Friday, là những ngày lễ mua sắm cao điểm. Trong một số phân khúc thị trường, doanh số bán hàng xung quanh Ngày Hiến pháp, Ngày lễ Tình nhân, Halloween, và Kỳ nghỉ lễ Phục sinh và Kỳ nghỉ Đông cũng có thể là cơ hội. Nói chung, việc hiểu rõ các mùa là rất quan trọng ở khu vực này trên thế giới, vì nhu cầu thay đổi đáng kể từ mùa hè sang mùa đông.

Chuyển dữ liệu

Quy định chung về Bảo vệ Dữ liệu (GDPR): Quy định chung về Bảo vệ Dữ liệu (GDPR), điều chỉnh cách thức xử lý dữ liệu cá nhân của các cá nhân tại Liên minh Châu Âu (EU), hoặc Khu vực Kinh tế Châu Âu - EEA (mà Na Uy là thành viên), đã có hiệu lực vào ngày 25 tháng 5 năm 2018. GDPR, thay thế Chỉ thị Bảo vệ Dữ liệu 1995/46, là một luật bảo mật toàn diện áp dụng trên các lĩnh vực và cho các công ty thuộc mọi quy mô. Dữ liệu cá nhân được GDPR định nghĩa là bất kỳ thông tin nào liên quan đến một cá nhân sống đã được xác định hoặc có thể nhận dạng (một “chủ thể dữ liệu”) như tên, địa chỉ email, mã số thuế hoặc định danh trực tuyến. Việc xử lý dữ liệu theo định nghĩa của Quy định bao gồm các hành động như thu thập, ghi lại, lưu trữ hoặc chuyển dữ liệu.

Một công ty không được thành lập tại Liên minh Châu Âu có thể cần tuân thủ Quy định khi xử lý dữ liệu cá nhân của cư dân Liên minh Châu Âu, cư dân EEA và Thụy Sĩ, nếu công ty đó cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ cho các chủ thể dữ liệu tại Liên minh Châu Âu/EEA; hoặc nếu công ty đang giám sát hành vi của các chủ thể dữ liệu diễn ra

trong phạm vi Liên minh Châu Âu. Các cơ quan bảo vệ dữ liệu Châu Âu đã công bố Hướng dẫn 3/2018 về phạm vi lãnh thổ của GDPR (xem Điều 3), nhằm giúp các công ty xác định liệu họ có thuộc phạm vi lãnh thổ của GDPR hay không. Ví dụ, việc một trang web của công ty chỉ đơn thuần có thể truy cập được tại Liên minh Châu Âu/EEA là không đủ để buộc công ty đó phải tuân thủ GDPR, nhưng các bằng chứng khác về ý định cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ (chẳng hạn như quảng cáo) cho các chủ thể dữ liệu tại Liên minh Châu Âu/EEA có thể đồng nghĩa với việc Quy định được áp dụng.

Nói chung, các công ty không được thành lập tại Liên minh Châu Âu/EEA nhưng phải tuân thủ GDPR phải chỉ định bằng văn bản một đại diện EU/EEA cho mục đích tuân thủ GDPR. Có một ngoại lệ đối với yêu cầu này đối với việc xử lý dữ liệu không nhạy cảm ở quy mô nhỏ và không thường xuyên. Các khoản phạt trong trường hợp không tuân thủ có thể lên tới 4% doanh thu toàn cầu hàng năm hoặc 20 triệu Euro — tùy theo mức nào cao hơn.

Ủy ban Bảo vệ Dữ liệu Châu Âu đã ban hành các hướng dẫn chính thức để giúp các công ty trong quy trình tuân thủ của họ.

Chuyển Dữ liệu Cá nhân ra Ngoài Liên minh Châu Âu/EEA: GDPR không chỉ quy định về dòng chảy tự do của dữ liệu cá nhân trong Liên minh Châu Âu/EEA mà còn quy định về việc bảo vệ dữ liệu đó khi nó rời khỏi biên giới khu vực. Quy định đặt ra các nghĩa vụ đối với người kiểm soát dữ liệu (những người chịu trách nhiệm quyết định dữ liệu cá nhân nào được thu thập và cách thức hoặc lý do dữ liệu đó được xử lý) và đối với người xử lý dữ liệu (những người hành động thay mặt người kiểm soát) và trao các quyền cho chủ thể dữ liệu (như đã đề cập, là các cá nhân mà dữ liệu liên quan đến). Các quy tắc này được thiết kế để cung cấp mức độ bảo vệ quyền riêng tư cao cho dữ liệu cá nhân và được bổ sung bằng các biện pháp nhằm đảm bảo rằng sự bảo vệ được duy trì khi dữ liệu rời khỏi khu vực, và cho dù dữ liệu đó được chuyển đến người kiểm soát, người xử lý hay bên thứ ba (ví dụ: nhà thầu phụ). Ngoài ra, các hạn chế đối với việc chuyển dữ liệu cá nhân ra ngoài Liên minh Châu Âu quy định rằng dữ liệu đó

chỉ có thể được xuất khẩu nếu "sự bảo vệ đầy đủ" được cung cấp.

An ninh mạng

Sửa đổi Chỉ thị về An ninh Mạng và Hệ thống Thông tin (NIS): Chỉ thị về an ninh mạng và hệ thống thông tin (NIS), được áp dụng từ năm 2016, đặt ra các yêu cầu cơ bản nhằm đảm bảo bảo vệ tốt hơn các cơ sở hạ tầng quan trọng trong Liên minh Châu Âu. Chỉ thị NIS đặt ra các nguyên tắc cơ bản cho các Quốc gia Thành viên về xây dựng năng lực tối thiểu chung và hợp tác chiến lược. Chỉ thị này cũng chỉ đạo các nhà khai thác dịch vụ thiết yếu và nhà cung cấp dịch vụ kỹ thuật số phải đảm bảo rằng họ áp dụng các yêu cầu an ninh chung cơ bản. Nghĩa vụ đối với các nhà khai thác thuộc cả hai nhóm bao gồm việc thực hiện các biện pháp kỹ thuật và tổ chức để quản lý rủi ro; để ngăn chặn và giảm thiểu tác động của các sự cố an ninh; và thông báo, không chậm trễ bất hợp lý, về các sự cố có tác động đáng kể đến tính liên tục của các dịch vụ thiết yếu mà họ cung cấp. Các Quốc gia Thành viên đã thực hiện chỉ thị này theo những cách khác nhau, đặc biệt là đối với các nhà khai thác dịch vụ thiết yếu, dẫn đến đề xuất sửa đổi luật đối với Chỉ thị NIS (gọi là Chỉ thị NIS 2) vào tháng 12 năm 2020. Chỉ thị NIS 2 buộc nhiều thực thể và lĩnh vực hơn phải tăng cường các yêu cầu an ninh, giải quyết vấn đề an ninh chuỗi cung ứng, hợp lý hóa các nghĩa vụ báo cáo, và đưa ra các biện pháp giám sát chặt chẽ hơn và các yêu cầu thực thi nghiêm ngặt hơn. Một thỏa thuận chính trị đã được thông qua vào tháng 11 năm 2022 và chỉ thị này có hiệu lực vào tháng 1 năm 2023. Các quốc gia thành viên EU có thời hạn đến tháng 10 năm 2024 để đưa các quy tắc này vào luật pháp quốc gia của họ. Quốc hội Na Uy vẫn chưa phê chuẩn NIS 1 hoặc NIS 2 nhưng dự kiến sẽ làm như vậy.

Đạo luật An ninh mạng: Đạo luật An ninh mạng tháng 3 năm 2019 đã thiết lập một cơ chế để phát triển một chương trình chứng nhận tự nguyện cho các sản phẩm, quy trình và dịch vụ an ninh công nghệ thông tin và truyền thông. Ủy ban Châu Âu vẫn chưa đề xuất các lĩnh vực cụ thể nào sẽ được hưởng lợi từ các chương trình chứng nhận, và Cơ quan An ninh mạng Liên minh Châu Âu đã thành lập các nhóm bên liên quan ad-hoc

để giúp cơ quan này tạo ra các chương trình chứng nhận, bao gồm sự tham gia của ngành công nghiệp theo quy định của Đạo luật. Đạo luật đang được xem xét với các Quốc gia EFTA thuộc EEA và có khả năng sẽ được thực hiện.

Đạo luật Dữ liệu EU: Đề xuất Đạo luật Dữ liệu EU hiện đang được các nhà lập pháp đồng thẩm định và dự kiến sẽ được chính thức thông qua vào cuối năm 2023. Sau khi được thông qua và thực hiện, Đạo luật này sẽ đặt ra các tiêu chuẩn cho việc chia sẻ dữ liệu và sử dụng-tái sử dụng dữ liệu ở cấp độ toàn EU. Đạo luật bao gồm các khía cạnh về việc sử dụng nhiều dữ liệu giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và giữa chính phủ với doanh nghiệp trên tất cả các lĩnh vực liên quan đến việc sử dụng các dữ liệu khác nhau.

Đề xuất bao gồm các biện pháp cho phép người dùng các thiết bị kết nối có quyền truy cập vào dữ liệu do họ tạo ra và chia sẻ dữ liệu đó với các bên thứ ba để cung cấp dịch vụ hậu mãi hoặc các dịch vụ đổi mới dựa trên dữ liệu khác. Đạo luật cũng bao gồm các biện pháp nhằm cân bằng lại sức mạnh đàm phán cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) bằng cách ngăn chặn việc lạm dụng sự mất cân bằng hợp đồng trong các hợp đồng chia sẻ dữ liệu. Đạo luật bao gồm các cơ chế để các cơ quan thuộc khu vực công truy cập và sử dụng dữ liệu do khu vực tư nhân nắm giữ, nếu dữ liệu đó cần thiết cho các trường hợp đặc biệt, đặc biệt là trong trường hợp khẩn cấp công cộng hoặc để thực hiện một nhiệm vụ pháp lý nếu dữ liệu không có sẵn theo cách khác. Đạo luật cũng bao gồm các quy tắc cho phép khách hàng chuyển đổi hiệu quả giữa các nhà cung cấp dịch vụ xử lý dữ liệu đám mây khác nhau và đưa ra các biện pháp bảo vệ chống lại việc chuyển giao dữ liệu bất hợp pháp. Đạo luật Dữ liệu EU cũng có liên quan đến các Quốc gia EFTA thuộc EEA.

Đạo luật AI Vào ngày 21 tháng 4 năm 2021, Ủy ban Châu Âu đã công bố đề xuất về Đạo luật Trí tuệ Nhân tạo (AI Act). Dự luật đề xuất này định nghĩa các hệ thống trí tuệ nhân tạo, sử dụng phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro để điều chỉnh các hệ thống AI, và áp dụng các nghĩa vụ khác biệt cho các bên liên quan, bao gồm các nhà sản xuất,

nhà nhập khẩu và người dùng hệ thống AI. Đạo luật hiện đang trong quá trình đàm phán ba bên giữa Nghị viện Châu Âu, Hội đồng và Ủy ban. Một phiên bản hoàn thiện dự kiến sẽ được công bố vào cuối năm 2023 hoặc đầu năm 2024, và cũng liên quan đến các Quốc gia EFTA thuộc EEA.

Kinh tế số

Na Uy không phải là thành viên của Liên minh Châu Âu (EU) nhưng tham gia vào thị trường chung EU thông qua Thỏa thuận Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA). Là bên ký kết Thỏa thuận EEA, Na Uy đảm nhận hầu hết các quyền và nghĩa vụ của các Quốc gia Thành viên EU, ngoại trừ trong lĩnh vực nông nghiệp và thủy sản. Na Uy đã hoặc đang trong quá trình thực hiện hầu hết các chính sách và quy định thương mại của EU, bao gồm cả những quy định về kinh tế số.

Trong nhiệm kỳ của Ủy ban Châu Âu (EC) 2019-2024, EU đã có lập trường quyết đoán đối với việc điều chỉnh kinh tế số. Dựa trên hai thông cáo chiến lược, Định hình Tương lai Kỹ thuật số của Châu Âu và Thập kỷ Kỹ thuật số của Châu Âu, EC đã đặt ra tầm nhìn về một “xã hội kỹ thuật số bền vững, lấy con người làm trung tâm nhằm trao quyền cho công dân và doanh nghiệp” thông qua việc thiết lập: một lực lượng dân số có kỹ năng kỹ thuật số và các chuyên gia kỹ thuật số có tay nghề cao; cơ sở hạ tầng kỹ thuật số an toàn và bền vững; chuyển đổi kỹ thuật số của các doanh nghiệp; và số hóa các dịch vụ công. Na Uy là một trong những quốc gia kỹ thuật số nhất ở Châu Âu.

Chi tiết về tiến trình của EU trong việc đạt được các mục tiêu kinh tế số có thể được tìm thấy trong báo cáo của EC về Tình trạng Thập kỷ Kỹ thuật số 2024.

Kinh tế số EU/EEA được điều chỉnh rất chặt chẽ. Hàng loạt các quy định mới được ban hành vẫn đang trong giai đoạn đầu thực hiện khiến môi trường pháp lý trở nên phức tạp, thiếu minh bạch và có khả năng bị phân mảnh. Các công ty khởi nghiệp và doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) với nguồn lực tài chính hạn chế phải đối mặt với gánh nặng không cân xứng và thường tồn tại trong vùng xám khi đối mặt với việc tuân thủ quy

định so với các công ty lớn hơn.

Trong nhiệm kỳ Ủy ban 2019-2024, EU đã ban hành nhiều văn bản luật điều chỉnh kinh tế số mà Na Uy cũng tuân theo, bao gồm:

- Đạo luật Thị trường Kỹ thuật số (DMA): Ban hành năm 2022, quy định ex-ante (điều chỉnh trước) này nhằm mục đích hài hòa các quy tắc về cạnh tranh trong thị trường kỹ thuật số và làm cho các thị trường kỹ thuật số công bằng hơn và dễ cạnh tranh hơn bằng cách ngăn chặn các công ty lớn lạm dụng quyền lực thị trường.
- Đạo luật Dịch vụ Kỹ thuật số (DSA): Ban hành năm 2022, DSA bao gồm các biện pháp để các công ty thuộc phạm vi điều chỉnh chống lại nội dung bất hợp pháp; chống lại việc bán trực tuyến các sản phẩm và dịch vụ bất hợp pháp; giảm thông tin sai lệch và bảo vệ tốt hơn trẻ vị thành niên trực tuyến.
- Đạo luật Quản trị Dữ liệu (Data Governance Act): Ban hành năm 2022, Đạo luật điều chỉnh việc tái sử dụng một số loại dữ liệu nhất định do các cơ quan thuộc khu vực công nắm giữ và là một trụ cột quan trọng trong chiến lược dữ liệu Châu Âu. Tương tự, Na Uy đã công bố Kế hoạch Hành động Kỹ thuật số Chính phủ Mở lần thứ Năm của Na Uy (Fifth Norwegian Action Plan Open Government Partnership).
- Đạo luật Dữ liệu (Data Act): Ban hành năm 2023, Đạo luật Dữ liệu bao gồm việc chia sẻ dữ liệu phi cá nhân giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với chính phủ và doanh nghiệp với người tiêu dùng được lưu trữ trong các ứng dụng công nghiệp (ví dụ: robot, trang trại gió) và các thiết bị thông minh (ví dụ: TV thông minh, ô tô kết nối).
- Chỉ thị Mạng và Hệ thống Thông tin (NIS) và bản sửa đổi, được gọi là NIS2: Ban hành năm 2023, Chỉ thị nhằm mục đích tăng cường an ninh của các mạng và hệ thống thông tin trong EU bằng cách yêu cầu các nhà khai thác cơ sở hạ

tăng quan trọng và các dịch vụ thiết yếu phải thực hiện các biện pháp an ninh và báo cáo các sự cố cho các cơ quan có liên quan.

- Đạo luật Trí tuệ Nhân tạo (AI Act): Ban hành năm 2024, Đạo luật tìm cách thiết lập một tiêu chuẩn toàn cầu cho các công nghệ AI bao gồm các dịch vụ như chương trình học máy, chương trình dịch thuật, chuyển đổi giọng nói thành văn bản, chương trình dự báo và tối ưu hóa, và thị giác máy tính.
- Khuôn khổ Nhận dạng Kỹ thuật số Châu Âu (eID): Ban hành năm 2024, khuôn khổ này dành cho công dân, cư dân và doanh nghiệp EU muốn nhận dạng chính họ hoặc cung cấp xác nhận về một số thông tin cá nhân nhất định, cho cả dịch vụ công và tư trực tuyến và ngoại tuyến trên toàn EU.
- Đạo luật Khả năng Phục hồi Mạng (Cyber Resilience Act - CRA): Được EC đề xuất vào năm 2022, tạo ra các quy trình phê duyệt cho nhiều loại sản phẩm và dịch vụ kỹ thuật số.
- Đạo luật An ninh mạng (Cybersecurity Act): Ban hành năm 2019, với các sửa đổi được đề xuất vào năm 2023.

Vẫn còn các dự luật khác đang chờ xử lý bao gồm:

- Chương trình Chứng nhận An ninh mạng Châu Âu cho Dịch vụ Đám mây (EUCS): Tìm cách hài hòa các yêu cầu để có được chứng chỉ an ninh mạng giữa các Quốc gia Thành viên EU.
- Quy định về Quyền riêng tư và Truyền thông Điện tử: Sẽ mở rộng phạm vi của Chỉ thị Quyền riêng tư Điện tử hiện có năm 2002, vốn áp dụng cho các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông truyền thống, để bao gồm các dịch vụ dựa trên Internet OTT (over-the-top).
- EC cũng đang nỗ lực để đảm bảo an ninh và khả năng phục hồi của lĩnh vực kết nối và cơ sở hạ tầng viễn thông của EU.

Na Uy là quốc gia dẫn đầu về chính phủ số trong số các nước Thành viên OECD và là nước áp dụng sớm công nghệ mới. Báo cáo “Chuyển đổi Kỹ thuật số Khu vực Công của Na Uy” của OECD cho rằng Na Uy có quản trị kỹ thuật số mạnh mẽ thúc đẩy số hóa, nhưng vẫn cần cải thiện việc thu hút nhân tài cho lĩnh vực này và cũng cần phối hợp AI tốt hơn để tăng hiệu quả. Chính phủ đang tích cực làm việc với khu vực tư nhân để thực hiện những cải tiến cần thiết. Các cơ hội kinh doanh với các tổ chức công của EU và EEA được xử lý thông qua mua sắm công. Các dự án vượt quá ngưỡng tài chính nhất định (tùy thuộc vào sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan) được đăng trên nền tảng Tenders Electronic Daily (TED).

Bộ trưởng Bộ Số hóa và Quản trị Công Na Uy, hồi đầu năm nay đã thông báo rằng đến năm 2025, 80% khu vực công Na Uy sẽ sử dụng AI. Theo Bộ trưởng, hiện nay cứ bốn cơ quan chính phủ thì có một cơ quan sử dụng AI, và ông đã chỉ ra lĩnh vực chăm sóc sức khỏe là một trường hợp sử dụng tốt, lập luận rằng chúng ta phải sử dụng con người ở nơi cần con người và công nghệ ở nơi chúng ta có thể sử dụng công nghệ.

Trong khi đó, các công ty tư nhân là người đi đầu trong nhiều phát triển phần mềm trong các lĩnh vực năng lượng ngoài khơi, năng lượng tái tạo và hàng hải, nơi các ứng dụng kỹ thuật số là cần thiết để mang lại sự thay đổi về an toàn sức khỏe và môi trường. Phần lớn những phát triển này được mua trực tiếp hoặc gián tiếp từ Hoa Kỳ. Bán hàng cho các công ty Na Uy trong các lĩnh vực quan trọng này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ với người dùng cuối mà còn phải hợp tác với các đối tác dịch vụ.

Tại Na Uy, AI được ưu tiên hàng đầu trong chương trình nghị sự. AI có thể là một công cụ để các công ty và khu vực công tăng năng suất, phát triển thị trường và ngành công nghiệp mới, giữ các vị trí lãnh đạo toàn cầu và có khả năng cách mạng hóa chăm sóc sức khỏe, giáo dục, an ninh và các lĩnh vực khác trong nước. Với việc phần lớn đổi mới AI có nguồn gốc từ Hoa Kỳ, trọng tâm của Na Uy là tối ưu hóa việc áp dụng các ứng dụng và chiến lược hiệu quả trên cả khu vực tư nhân và công.

Người tiêu dùng Na Uy có trình độ cao khi nói đến thương mại điện tử và các nhà cung cấp nước ngoài có triển vọng tốt. Về thương mại điện tử, việc giới thiệu chương trình VOEC (Thuế VAT đối với Thương mại Điện tử) vào ngày 1 tháng 4 năm 2020, đã đơn giản hóa việc báo cáo thuế giá trị gia tăng (VAT) và đẩy nhanh quá trình mua sắm trực tuyến cho người tiêu dùng Na Uy. Chương trình cho phép các cửa hàng trực tuyến và sản phẩm giao dịch trực tuyến nước ngoài thu tới 25% VAT của Na Uy khi cá nhân mua hàng từ họ. VOEC được quản lý bởi Cơ quan Thuế Na Uy và các cửa hàng trực tuyến/sản phẩm giao dịch phải đăng ký với cơ quan thuế trước khi họ có thể thu thuế giá trị gia tăng.

Các phương thức thanh toán

Hệ thống thanh toán ở Na Uy được tự động hóa và vi tính hóa. Các hình thức thanh toán phổ biến nhất ở Na Uy là thẻ ngân hàng (thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng), ngân hàng/thanh toán qua Internet, thanh toán điện tử thông qua các ứng dụng (chẳng hạn như Vipps, Apple Pay, Google Pay) và phương thức chuyển khoản Giros. Phương thức dùng séc ngân hàng không được sử dụng thường xuyên ở Na Uy. Việc thanh toán thường được thực hiện nhanh chóng và thường sẽ bị tính lãi và tiền phạt nếu thanh toán chậm.

Ngân hàng Trung ương Na Uy chịu trách nhiệm quản lý các hệ thống liên ngân hàng ở Na Uy, Cơ quan Giám sát Tài chính Na Uy giám sát hoạt động tất cả các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác.

Các nhà nhập khẩu của Na Uy tương đối nhỏ và có xu hướng áp dụng các điều khoản tín dụng một cách thoải mái và dễ chịu đối với các nhà xuất khẩu nước ngoài vì họ có ít tiếp cận với các nguồn vốn. Các nhà nhập khẩu của Na Uy cũng đã quen với các điều khoản thanh toán linh hoạt, đặc biệt là từ các đối tác thương mại ở các quốc gia lân cận. Các doanh nghiệp Na Uy, cũng giống như nhiều doanh nghiệp châu Âu, thường xuyên trì hoãn thanh toán theo các điều khoản đã thỏa thuận trong hợp đồng.

Vì việc sử dụng tín dụng phổ biến, việc đưa ra các điều khoản tín dụng linh hoạt hơn có thể là một yếu tố quan trọng trong việc giành được các hợp đồng mua bán ở Na Uy.

Tài trợ xuất khẩu

Cơ quan Tài trợ Xuất khẩu (Eksfin - www.eksfin.no/en/) – là cơ quan trực thuộc Bộ Thương mại, Công nghiệp và Thủy sản Na Uy thúc đẩy xuất khẩu của Na Uy chủ yếu bằng cách cung cấp tài chính cho người mua hàng hóa và dịch vụ của các nhà xuất khẩu Na Uy. Mục đích của Eksfin là trở thành nhà quản lý hiệu quả các chương trình tài trợ cho xuất khẩu giá trị gia tăng. Eksfin là kết quả của việc chính phủ Na Uy hợp nhất Cơ quan Bảo lãnh Tín dụng Xuất khẩu Na Uy (Garantiinstituttet for eksportkreditt (GIEK)) và Cơ quan Tài chính xuất khẩu Na Uy. Các kế hoạch và việc cung cấp tín dụng xuất khẩu do hai tổ chức quản lý đã được chuyển giao cho Eksfin vào ngày 01/7/2021. Nhiệm vụ chính của Eksfin là cung cấp các khoản vay và bảo lãnh cho người mua hàng hóa và dịch vụ của Na Uy. Ngoài ra còn có một số sản phẩm được cung cấp trực tiếp cho các nhà xuất khẩu của Na Uy. Eksfin thực hiện đánh giá rủi ro trong từng đơn bảo lãnh riêng lẻ và được yêu cầu hoàn vốn theo thời gian. Các hoạt động tài trợ xuất khẩu của Na Uy được điều chỉnh bởi các khuôn khổ quốc tế.

Na Uy không có các chương trình tài trợ đáng kể cho các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài. Một ngoại lệ là các khoản đầu tư vào miền bắc Na Uy, nơi áp dụng thuế quỹ lương và các ưu đãi khác. Na Uy không có khu thương mại tự do, mặc dù thuế ở khu vực Svalbard là rất thấp. Na Uy có thiết lập một quỹ nhằm hỗ trợ phát triển khu vực và công nghiệp nhà nước (ví dụ, hỗ trợ đầu tư và hỗ trợ tài chính) để phát triển công nghiệp ở các khu vực đặc biệt khó khăn về việc làm hoặc có mức độ hoạt động kinh tế thấp.

Hệ thống ngân hàng

Đối tượng tham gia vào thị trường ngân hàng Na Uy rất đa dạng, từ các ngân hàng lớn

hoạt động trong cả lĩnh vực bán buôn và bán lẻ cho đến các tổ chức tư nhân nhỏ. Ngoài ra còn có hệ thống một loạt các ngân hàng tiết kiệm. Hệ thống ngân hàng, tức là hệ thống thanh toán thực tế, được vi tính hóa và tự động hóa rất cao.

Hệ thống ngân hàng Na Uy bao gồm 17 ngân hàng thương mại, 105 ngân hàng tiết kiệm và một số ít ngân hàng quốc doanh cung cấp tài chính cho các mục đích cụ thể. Các tổ chức tài chính chính khác là các công ty thế chấp, công ty tài chính và công ty bảo hiểm. Cơ quan Giám sát Tài chính của Na Uy (Finanstilsynet) giám sát hoạt động tất cả các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác ở Na Uy.

Hệ thống ngân hàng và tín dụng ở Na Uy hoạt động dưới sự điều chỉnh của Đạo luật Ngân hàng Thương mại, Đạo luật Ngân hàng Tiết kiệm và Đạo luật về các Tổ chức Tài chính và Tài trợ. Na Uy đã sửa đổi các quy định liên quan đến các tổ chức tài chính phù hợp với Hiệp định EEA.

Các ngân hàng nước ngoài đã được phép thành lập các công ty con tại Na Uy từ năm 1985. Kể từ khi thực hiện Hiệp định EEA vào tháng 01/1994, các ngân hàng nước ngoài cũng có thể thành lập chi nhánh tại Na Uy.

Ngân hàng Trung ương Na Uy được tổ chức như một công ty phát hành cổ phiếu, nhưng chính phủ sở hữu tất cả cổ phiếu. Đây là cơ quan điều hành và tư vấn cho chính phủ về chính sách tiền tệ, tín dụng và hối đoái. Đây cũng là ngân hàng phát hành tiền tệ duy nhất của Na Uy.

Các ngân hàng thương mại có mối quan hệ rất chặt chẽ với sản xuất thương mại và công nghiệp. Các ngân hàng tiết kiệm có truyền thống lâu đời ở Na Uy và cũng đáp ứng một phần đáng kể các yêu cầu tín dụng. Các ngân hàng thương mại không phát triển được mạnh ở Na Uy như ở một số quốc gia khác một phần là do sự thống lĩnh thị trường của các ngân hàng thương mại rất lớn, và quy mô dân số nhỏ ở Na Uy.

Na Uy có các ngân hàng đặc biệt dành cho các lĩnh vực khác nhau như về ngư nghiệp, nông nghiệp, vận tải biển, công nghiệp, xây dựng nhà ở và tài chính xuất khẩu. Ngân

hàng Nhà nước tham gia vào tất cả những lĩnh vực này ở các mức độ khác nhau.

Một số ngân hàng lớn ở Na Uy như Bank Norwegian AS, DNB Bank, Luster Sparebank, Svenska Handelsbanken, Storebrand Bank ASA, Sparebank 1 SMN, BN Bank ASA, Santander Consumer Bank AS, Skandiabanken (Sbanken), Sparebanken Møre, Careers in Investment Banking.

Những nhân tố/ kỹ thuật bán hàng

Các nhà kinh doanh nước ngoài rất thích kinh doanh ở Na Uy do được hưởng lợi từ việc thuận tiện trong giao tiếp vì đại đa số người Na Uy nói tiếng Anh rất tốt. Tuy nhiên, nếu hiểu và có thể sử dụng ngôn ngữ riêng của Na Uy sẽ dễ dàng hơn trong việc tiếp cận với khách hàng tại đây, đặc biệt các tài liệu tiếp thị và đào tạo được biên soạn bằng tiếng Na Uy sẽ mang lại cho các công ty lợi thế cạnh tranh. Các kênh tin tức về Na Uy bằng tiếng Anh còn ít, chỉ giới hạn ở một số dịch vụ Internet và các phương tiện truyền thông khác, chỉ cung cấp những bản tóm tắt ngắn gọn về các sự kiện lớn.

Các công ty Na Uy nói chung sẵn sàng trả tiền cho yêu cầu về chất lượng. Họ cũng sẵn sàng thay đổi nhà cung cấp để có được các điều khoản tốt hơn hoặc chất lượng tốt hơn. Đừng hứa hẹn quá mức và hãy đảm bảo rằng bạn giữ đúng thời hạn và lịch trình đã cam kết - nếu không, doanh nhân Na Uy sẽ nhanh chóng mất hứng thú với sản phẩm, dịch vụ của bạn.

Đối với người Na Uy, "mới" không nhất thiết phải tốt hơn. Bạn cần trình bày một cách thuyết phục về sản phẩm/dịch vụ không dựa trên cảm xúc, mà dựa trên tính hữu ích và chất lượng kỹ thuật. Các sản phẩm mới phải được chứng minh được là có chất lượng cao, mang tính thực tế và đã được thử nghiệm tốt.

Các kỹ thuật bán “cứng” (Hard selling) thường không hiệu quả ở Na Uy. Tránh khoe khoang và phóng đại về sản phẩm/dịch vụ của mình, đồng thời cố gắng đưa ra được các tài liệu tốt nhất để thu hút sự tham gia của đối tác và để họ mua hàng của bạn thay

vì bạn bán hàng thông qua giao tiếp một chiều.

Người Na Uy thường rất thẳng thắn, họ không phải là típ người nói nhiều hoặc nói giảm nói tránh. Nếu họ nói sản phẩm của bạn quá đắt, thì đó chính là ý họ nghĩ, và bạn nên trả lời một cách trực diện và thẳng thắn.

Nếu bạn đã đưa ra một đề xuất, một cam đoan thì bạn nên tuân thủ và thực hiện theo nó. Đối với đối tác Na Uy, sự tin tưởng là yếu tố quan trọng và việc sử dụng các tài liệu bằng văn bản để thiết lập các thỏa thuận là điều phổ biến và nên làm. Việc quay vòng và thay đổi hoặc thêm các yếu tố mới thường không phổ biến. Cũng khó có thể thương lượng lại các điều khoản sau khi đã đạt được thỏa thuận, ngay cả khi có tác động chủ quan lẫn khách quan.

Xúc tiến thương mại và quảng cáo Na Uy

Tất cả các loại phương tiện quảng cáo chính đều có ở Na Uy. Ngoại trừ các đài truyền hình và đài phát thanh của Na Uy (NRK) do nhà nước kiểm soát, quảng cáo trên đài phát thanh và truyền hình được phát triển mạnh và có sự cạnh tranh giữa các đài phát thanh thương mại trên toàn quốc và các đài địa phương.

Các chương trình được các đài phát thanh thành phố phát sóng trong thời gian đi làm buổi sáng và buổi tối khi tan sở là những phương tiện quảng cáo hữu ích. Sự ra đời của tần số vô tuyến kỹ thuật số (DAB) đã làm hạn chế các kênh radio trên băng tần FM và cũng phân mảnh thị trường. Podcast đang phát triển nhanh chóng và quảng cáo trên nền tảng này đang bắt kịp các loại hình quảng cáo khác.

Na Uy có lượng người đọc báo cao. Số liệu phát hành của các tờ báo được kiểm soát bởi hiệp hội các nhà xuất bản báo chí. Ở đây có sẵn thông tin về nhân khẩu học rộng rãi liên quan đến lượng độc giả. Có nhiều sự khác biệt trong sở thích, thói quen về nhân khẩu học giữa bốn khu vực đô thị lớn và khoảng 100 các khu thương mại khác. Trên thực tế, tất cả các công ty báo chí và nhà truyền thông đều đang trải qua quá trình

chuyên đổi kỹ thuật số, cố gắng duy trì số lượng đọc giả và thu hút các nhà quảng cáo đến với các nền tảng kỹ thuật số.

Một số các tờ báo kinh doanh chính ở Na Uy như: Dagens Naeringsliv (www.dn.no/), Finansavisen (www.finansavisen.no/), Aftenposten (www.aftenposten.no/), E24 (www.e24.no/) .

Trong bối cảnh hiện nay, người tiêu dùng đã quan tâm nhiều hơn đến giá cả sản phẩm, bên cạnh đó là mối quan tâm đến chất lượng sản phẩm. Việc mua sắm thường được người tiêu dùng Na Uy thực hiện tại các thành phố lớn. Ngoài ra, ngày càng có nhiều người tiêu dùng na Uy đến các nước lân cận để mua sắm.

Người tiêu dùng na Uy thường chấp nhận cho tất cả các thương hiệu quốc tế, tuy nhiên họ ưa thích sản phẩm của Na Uy hoặc của châu Âu hơn.

Lòng trung thành của người tiêu dùng đối với một thương hiệu phụ thuộc chủ yếu vào dịch vụ, chất lượng và giá cả. Ngoài ra, người tiêu dùng thường trung thành với các nhãn hiệu xe hơi và mỹ phẩm hơn là các nhãn hiệu thực phẩm.

Người tiêu dùng NaUy rất có ý thức về bảo vệ môi trường. Các sản phẩm hữu cơ, mang tính bền vững, có nguồn gốc địa phương, có thể truy nguyên hoặc sản phẩm tươi, thuần chay, v.v... đang phát triển. Các vụ bê bối thực phẩm đã xảy ra ở châu Âu và sự quan tâm ngày càng tăng đối với sức khỏe là một trong những lý do cho sự thành công của các sản phẩm hữu cơ. Thị trường đồ cũ được phát triển.

Intetnet đã trở thành công cụ tiếp thị hiệu quả và năng động và ngày càng phát triển như một kênh bán hàng cho hầu hết mọi ngành kể cả sản phẩm lâu bền hay chóng hỏng. Công nghệ số giúp chuyển tải thông tin cực nhanh và tức thời, cập nhật các sự kiện và cũng như cung cấp cho người tiêu dùng một kênh thu thập thông tin nhanh chóng. Các phương tiện truyền thông số hóa được xem là những kênh vươn đến một lượng khách hàng lớn, phát triển mạnh các mối quan hệ với khách hàng, thu thập phản hồi và nâng cao hình ảnh công ty.

Quảng bá thương mại là một công cụ tiếp thị quan trọng cho cả hàng tiêu dùng và hàng công nghiệp tại Na Uy. Việc quảng bá thương mại hàng tiêu dùng tại Na Uy thường sử dụng các hình thức quà tặng, phiếu giảm giá, bắt thăm trúng thưởng sản phẩm như các tua du lịch, xe hơi, đồ điện gia dụng. Các sự kiện quảng bá thương mại hàng tiêu dùng thường tổ chức tại các siêu thị hoặc các khu phố mua sắm. Các công ty triển lãm hàng thường tham gia định kỳ nhiều lần các sự kiện này bởi vì chi phí sẽ thấp hơn tham gia các hội chợ thương mại tư nhân. Mặt khác, việc quảng bá sản phẩm công nghiệp khác biệt theo từng ngành. Hai phương thức hiệu quả nhất để xúc tiến cho hàng công nghiệp là tổ chức triển lãm thương mại và quảng cáo trên các tạp chí thương mại. Hội chợ thương mại chuyên ngành nên là một công cụ sàng lọc vì các công ty triển lãm hàng có thể chắc chắn rằng họ sẽ tiếp cận được với nhóm khách hàng phù hợp.

Chương 4: Quan hệ Việt Nam – Na Uy

Quan hệ ngoại giao với Na Uy

Việt Nam và Na Uy thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 25/11/1971.

Việt Nam mở Đại sứ quán tại Oslo năm 1978, đóng cửa năm 1982 và mở lại ngày 23/12/2009.

Na Uy mở Đại sứ quán tại Hà Nội năm 1996, mở lãnh sự quán tại Thành phố Hồ Chí Minh vào ngày 21/5/1999.

Ngày 25/11/2021 là tròn 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam – Na Uy (25/11/1971 - 25/11/2021). Với bề dày quan hệ ngoại giao cũng như thiện chí của hai nước đến nay mối quan hệ này đã trở nên gần gũi và vững chắc trên nhiều mặt. Hai nước đã thường xuyên tổ chức các đoàn cấp cao thăm và làm việc. Sự hợp tác giữa hai nước đã tiến triển cùng với sự phát triển nhanh chóng và năng động của Việt Nam.

Nhiều công dân Việt Nam đã được hưởng lợi từ hệ thống giáo dục xuất sắc của Na Uy. Hàng chục suất học bổng chính phủ Na Uy cấp hàng năm đã cho phép công dân Việt Nam theo học tại Na Uy cũng như các chương trình liên kết tổ chức với các trường đại học của Việt Nam.

Na Uy là một trong những quốc gia phương Tây đầu tiên thiết lập quan hệ với Việt Nam. Điều này cho thấy rõ mối quan hệ thân thiết giữa Việt Nam với Na Uy và các nước Bắc Âu trên phương diện lịch sử. Mối quan hệ trong suốt 5 thập kỷ qua đã và đang phát triển ngày càng khăng khít, bền chặt hơn, và đạt được nhiều thành quả tốt đẹp. Tất cả là nhờ sự hợp tác dựa trên bình đẳng, đầu tư và trao đổi thương mại. Điều này thực sự cho thấy rõ sự phát triển của Việt Nam trong thời gian qua

Về kinh tế, thương mại thì Na Uy và Việt Nam đều có bờ biển dài và phụ thuộc nhiều vào kinh tế biển. Chính điều này đã trở thành nền tảng vững chắc trong mối quan hệ

giữa hai nước. Giờ đây chúng ta đã có sự gắn kết chặt chẽ hơn rất nhiều trong lĩnh vực nuôi trồng thủy sản. Tháng 5/2021, Bộ Công thương và Thủy sản Na Uy đã ký Ý định thư với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam về việc hợp tác trong lĩnh vực nuôi trồng thủy sản. Đây là một bước tiến rất quan trọng đối với cả hai nước.

Đặc biệt Na Uy và Việt Nam đang hợp tác rất chặt chẽ trong giải quyết các vấn đề về môi trường, như giải quyết tình trạng phá rừng, hay ô nhiễm nhựa trên biển. Na Uy đang tích cực hỗ trợ Việt Nam và các nước Đông Nam Á trong vấn đề xử lý rác thải nhựa trên biển. Có thể nói đây cũng là một trong những điểm nhấn trong mối quan hệ hợp tác song phương giữa hai nước, và cả trong quan hệ giữa Na Uy với ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng.

Thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Na Uy đang tiếp tục tăng trưởng, hai nước vẫn tiếp tục cố gắng hoàn tất quá trình đàm phán và ký kết Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và khối Mậu dịch Tự do châu Âu, gồm các nước Na Uy, Thụy Sĩ, Iceland, Lichtenstein. Quá trình đàm phán đã kéo dài rất nhiều năm. Khi ký kết được Hiệp định này, cả hai bên đều sẽ có được những tiềm năng và lợi thế lớn trong đầu tư, trao đổi thương mại, đặc biệt là trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, khi mà nền kinh tế các nước đều bị ảnh hưởng.

Những thành quả đạt được khi Việt Nam và Na Uy cùng tham gia các diễn đàn đa phương. Với ASEAN, năm 2020 đã kỷ niệm 5 năm quan hệ đối tác đối thoại, và đang hướng đến 5 năm hợp tác tiếp theo. Trong khi đó, tại Hội đồng bảo an Liên hợp quốc, sự hợp tác giữa Na Uy và Việt Nam tại đây cũng là minh chứng rõ ràng cho những tiềm năng chúng ta có thể đạt được tại các diễn đàn đa phương.

Việt Nam có tiềm năng lớn trong xuất khẩu các loại thủy sản, chẳng hạn như các loại tôm cá nhiệt đới. Rất nhiều doanh nghiệp Na Uy đã thấy được tiềm năng xuất khẩu công cụ và công nghệ nuôi trồng, đánh bắt thủy sản sang Việt Nam. Xuất khẩu thủy hải sản từ Na Uy sang Việt Nam tăng nhanh chóng, không chỉ cá hồi, mà còn có cua hoàng

đề,... Đây là lĩnh vực có rất nhiều cơ hội phát triển trong tương lai. Na Uy đã đặt ra những tham vọng rất cao đối với thị trường Việt Nam. Việt Nam có tốc độ phát triển kinh tế nhanh, tầng lớp trung lưu đang dần trở nên đông đảo hơn, do đó việc xuất khẩu thủy hải sản từ Na Uy sang Việt Nam sẽ thành công lớn. Về phía Việt Nam cũng nằm trong top các quốc gia xuất khẩu thủy hải sản trên thế giới. Hiện Việt Nam cũng đang xuất khẩu tôm chất lượng cao sang Na Uy.

Một trong những hoạt động mà Na Uy có thể hỗ trợ cho Việt Nam đó là đầu tư vào năng lượng tái tạo. Đây là lĩnh vực có tiềm năng rất lớn đối với cả hai nước. Nhiều doanh nghiệp Na Uy đang mong muốn đầu tư vào lĩnh vực này ở Việt Nam. Ngoài ra, mới đây, Chính phủ Na Uy vừa công bố một Quỹ Đầu tư ứng phó với biến đổi khí hậu, để giúp các nước đang phát triển đầu tư vào năng lượng tái tạo. Quỹ này chủ yếu sẽ hỗ trợ các nước đang nỗ lực thực hiện chuyển đổi xanh, từ sử dụng nhiên liệu hóa thạch sang các năng lượng xanh như gió, mặt trời. Và Việt Nam với sự phát triển kinh tế nhanh chóng và nhu cầu cao về năng lượng, chắc chắn sẽ cần nhiều đầu tư hơn nữa vào lĩnh vực năng lượng tái tạo.

Ngoài ra, du lịch cũng là lĩnh vực nhiều tiềm năng hợp tác. Từ trước khi dịch bệnh xảy ra, trong nhiều năm liền, số lượng du khách Na Uy tới Việt Nam tăng lên nhanh chóng, và khi dịch bệnh kết thúc, sẽ có rất nhiều du khách Na Uy sẽ tới Việt Nam. Ở chiều ngược lại, năm 2019, có rất nhiều nhóm du khách Việt Nam tới Na Uy, để từ đó đi chuyển đến các nước Bắc Âu khác. Khi dịch bệnh Covid-19 được kiểm soát, việc hợp tác du lịch giữa hai nước sẽ lại tiếp tục phát triển.

Các hiệp định đã ký giữa hai nước

- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần và trốn lậu thuế (1995)
- Hiệp định về các điều khoản và thủ tục chung cho hợp tác phát triển (1996)
- Hiệp định hợp tác kinh tế và thương mại (1997)

- Hiệp định vận chuyển hàng không (1997)
- Hiệp định về nhận trở lại công dân (2007).

Các chuyến thăm cao cấp gần đây

Trong suốt hơn 40 năm qua, quan hệ hai nước phát triển tích cực và dần đi vào chiều sâu trên rất nhiều lĩnh vực: chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội. Hai nước đã trao đổi nhiều đoàn ở các cấp, kể cả ở cấp cao nhất. Phía Việt Nam:

Thủ tướng Phạm Văn Đồng (1977), Thủ tướng Võ Văn Kiệt (1995), Thủ tướng Phan Văn Khải (1999), Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết (6/2008); Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải (6/2010), Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc (5/2019)

P phía Na Uy: Thủ tướng Gro Harlem Brundtlan (1996), Nhà Vua và Hoàng hậu Na Uy (2004), Thái tử Na Uy (2014),

Đầu tư

Lũy kế đến tháng 12/2024 (Từ năm 1988), tổng vốn đầu tư đăng ký của Na Uy đạt 201,21 triệu USD với 59 dự án cấp mới và tổng vốn đăng ký cấp mới, vốn tăng thêm và vốn góp đạt mức 7,40 triệu USD. Trong năm 2024, quốc gia này đã 3 lần tăng vốn với 6,72 triệu USD. Tính riêng về cấp mới, Na Uy có 4 dự án cấp mới với vốn đăng ký cấp mới đạt gần 0,58 triệu USD.

Quan hệ thương mại với Việt Nam

Thương mại song phương giữa Việt Nam và Na Uy từ năm 2016 – 2020

Từ khi Việt Nam tăng tốc đổi mới, mở cửa cho các doanh nghiệp nước ngoài vào đầu tư và làm ăn tại Việt Nam, các doanh nghiệp Na Uy bắt đầu chú ý đến ta nhiều hơn. Quan hệ kinh tế – thương mại – đầu tư giữa hai nước thực sự khởi sắc từ sau chuyến thăm Na Uy năm 1995 của Thủ tướng Võ Văn Kiệt. Cùng năm đó, hai nước đã ký Hiệp định tránh đánh thuế hai lần và trốn lậu thuế, đặt nền móng quan trọng cho quan hệ hợp

tác kinh tế song phương.

Các doanh nghiệp Na Uy đầu tiên bắt tay làm ăn với Việt Nam chủ yếu là lĩnh vực dầu khí. Hai bên hợp tác rất thành công trong ngành công nghiệp khai thác và vận tải dầu khí. Tiếp sau là các doanh nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng (son Jotun), đóng tàu (Vard), phân bón (Yara), thiết bị tàu biển (Dr. Dahl), sản xuất vắc xin cho cá (Pharmac)... Đến nay có khoảng 40 doanh nghiệp Na Uy đang đầu tư, kinh doanh và làm ăn tại Việt Nam.

Năm 1997, hai nước ký Hiệp định hợp tác kinh tế và thương mại cấp Chính phủ, tạo khuôn khổ pháp lý quan trọng cho doanh nghiệp hai nước tăng cường quan hệ thương mại và đầu tư. Từ đó đến nay, quan hệ hợp tác kinh tế liên tục được duy trì và phát triển. Tháng 5/2012, Việt Nam đã chính thức khởi động đàm phán Hiệp định thương mại tự do với Khối Mậu dịch tự do châu Âu (EFTA) với mục tiêu đưa quan hệ hợp tác kinh tế lên một tầm cao mới.

Theo số liệu của tổ chức thương mại quốc tế (ITC) tại website www.trademap.org, cán cân thương mại của Việt Nam với Na Uy luôn thặng dư và tăng dần qua các năm trong giai đoạn 5 năm gần đây (2016 – 2020).

Theo Cục Hải quan các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Na Uy năm 2024 gồm giày dép các loại; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; hàng dệt, may; hàng thủy sản; phương tiện vận tải và phụ tùng;... Ngược lại, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu các mặt hàng như hàng thủy sản; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; phân bón các loại; sản phẩm từ thép; sản phẩm hoá chất;...

Những hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy năm 2024

Nguồn: Cục Hải quan (ĐVT: triệu USD)

Tên sản phẩm	Giá trị xuất khẩu năm	% Thay đổi so với cùng	Tỷ trọng trong xuất
--------------	-----------------------	------------------------	---------------------

	2024	kỳ năm 2023	khẩu của VN năm 2024, %
Tổng cộng	136,8	-36,3%	
Giày dép các loại	20,72	49,08%	0,09%
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	14,18	88,68%	0,03%
Hàng dệt, may	10,89	-28,77%	0,03%
Hàng thủy sản	9,47	55,56%	0,09%
Phương tiện vận tải và phụ tùng	8,67	-91,98%	0,06%

Những mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy năm 2024

Nguồn: Cục Hải quan (ĐVT: triệu USD)

Tên sản phẩm	Giá trị nhập khẩu năm 2024	% Thay đổi so với cùng kỳ năm 2024	Tỷ trọng trong nhập khẩu của VN năm 2024
Tổng cộng	517,0	20,16%	
Hàng thủy sản	320,96	13,51%	12,2%
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	79,17	66,59%	0,2%

Phân bón các loại	39,94	39,02%	2,3%
Sản phẩm từ sắt thép	8,45	-8,74%	0,1%
Sản phẩm hóa chất	4,85	2,49%	0,1%

Nguồn: Cục Hải quan

Tình hình xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy năm 2024 (Trademap)

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên

Mã HS 64: Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc

Mã HS 42: Các sản phẩm bằng da thuộc; yên cương và bộ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ ruột con tằm)

Mã HS 61: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc

Mã HS 94: Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn (luminaires) và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép

Mã HS 99: Các mặt hàng không nằm trong Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

Mã HS 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép

Mã HS	Hàng hóa	Kim ngạch xuất khẩu (Đvt: <i>Nghìn USD</i>)		% tăng trưởng xuất khẩu năm 2024 so với năm 2023
		Năm 2023	Năm 2024	

Tổng xuất khẩu		949.165	1.132.054	+19%
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng;...	337.572	408.997	+21%
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự	183.591	197.257	+7%
84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí;...	57.893	120.537	+108%
62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	71.270	77.010	+8%
42	Các sản phẩm bằng da thuộc; yên cương và bộ yên cương;...	51.352	55.647	+8%
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	37.615	42.742	+14%
94	Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm,...	26.667	24.310	-9%
99	Các mặt hàng không nằm trong HS	23.576	23.353	-1%
90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh,...	22.877	21.783	-5%
73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	12.233	16.164	+32%

Nguồn: Trademap

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên

<i>Dvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	248.751	298.115	352.119	337.572	408.997
Nhập khẩu từ thế giới	8.073.846	9.228.379	9.501.245	9.369.632	9.430.419

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 85) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 409,00 triệu USD, tăng 21,16% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 5 sang thị trường Na Uy, với 4,34% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 29,65%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 8517): Bộ điện thoại, kể cả điện thoại thông minh và điện thoại khác cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền hoặc nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu khác, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (như loại sử dụng trong mạng nội bộ hoặc mạng điện rộng), trừ loại thiết bị truyền hoặc thu của nhóm 84.43, 85.25, 85.27 hoặc 85.28.
- (HS 8528): Màn hình và máy chiếu, không gắn với máy thu dùng trong truyền hình; máy thu dùng trong truyền hình, có hoặc không gắn với máy thu thanh sóng vô tuyến hoặc máy ghi hoặc tái tạo âm thanh..
- (HS 8518): Micro và giá đỡ micro; loa đã hoặc chưa lắp ráp vào trong vỏ loa; tai nghe có khung chụp qua đầu và tai nghe không có khung chụp qua đầu, có hoặc không ghép nối với một micro, và các bộ gồm có một micro và một hoặc nhiều loa;

thiết bị điện khuếch đại âm tần; bộ tăng âm điện.

Mã HS 64: Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	137.028	201.352	212.538	183.591	197.257
Nhập khẩu từ thế giới	594.495	770.166	842.277	694.257	709.172

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 64) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 197,26 triệu USD, tăng 7,44% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 2 sang thị trường Na Uy, với 27,28% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 28,81%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 6404): Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt.
- (HS 6403): Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc.
- (HS 6402): Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic.

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
---------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Nhập khẩu từ Việt Nam	45.109	59.941	57.959	57.893	120.537
Nhập khẩu từ thế giới	11.350.075	12.415.785	12.017.205	13.023.565	15.075.474

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 84) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 120,54 triệu USD, tăng 108,21% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 22 sang thị trường Na Uy, với 0,80% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 17,25%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 8471): Máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng; đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác.
- (HS 8467): Dụng cụ cầm tay, hoạt động bằng khí nén, thủy lực hoặc có gắn động cơ dùng điện hay không dùng điện.
- (HS 8421): Máy ly tâm, kể cả máy làm khô bằng ly tâm; máy và thiết bị lọc hay tinh chế chất lỏng hoặc chất khí.

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	56.764	78.537	73.047	71.270	77.010
Nhập khẩu từ thế giới	1.176.710	1.322.545	1.424.283	1.226.592	1.243.626

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 62) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 77,01 triệu USD, tăng 8,05% so với năm 2022. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 4 sang thị trường Na Uy, với 6,19% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 35,59%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 6210): Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 hoặc 59.07.
- (HS 6203): Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai.
- (HS 6204): Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn, và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái.

Mã HS 42: Các sản phẩm bằng da thuộc; yên cương và bộ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ ruột con tằm)

<i>Dvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	33.054	45.859	47.860	51.352	55.647
Nhập khẩu từ thế giới	278.459	346.742	377.538	354.759	366.288

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 42) sang Na Uy với tổng giá trị xuất

khẩu đạt 55,65 triệu USD, tăng 8,36% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 2 sang thị trường Na Uy, với 15,19% thị phần và nhà xuất khẩu hàng hoá lớn nhất là Trung Quốc với 40,16%

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 4201): Yên cương và bộ yên cương dùng cho các loại động vật (kể cả dây kéo, dây dắt, miếng đệm đầu gối, đai hoặc rọ bịt mõm, vải lót yên, túi yên, áo chó và các loại tương tự), làm bằng vật liệu bất kỳ.
- (HS 4202): Hòm, va ly, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, túi cặp học sinh, bao kính, bao ống nhòm, hộp camera, hộp nhạc cụ, bao súng, bao súng ngắn mắc vào yên ngựa và các loại đồ chứa tương tự; túi du lịch, túi đựng đồ ăn hoặc đồ uống có phủ lớp cách, túi đựng đồ vệ sinh cá nhân, ba lô, túi xách tay, túi đi chợ, xách cốt, ví, túi đựng bản đồ, hộp đựng thuốc lá điếu, hộp đựng thuốc lá sợi, túi để dụng cụ, túi thể thao, túi đựng chai rượu, hộp đựng đồ trang sức, hộp đựng phấn, hộp đựng dao kéo và các loại túi hộp tương tự bằng da thuộc hoặc da thuộc tổng hợp, bằng tấm plastic, bằng vật liệu dệt, bằng sợi lưu hóa hoặc bằng bìa, hoặc được phủ toàn bộ hay chủ yếu bằng các vật liệu trên hoặc bằng giấy.
- (HS 4203): Hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo, bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp.

Mã HS 61: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	31.317	46.002	40.059	37.615	42.742
Nhập khẩu từ thế giới	1.006.368	1.285.338	1.333.768	1.101.982	1.146.070

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 61) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 42,74 triệu USD, tăng 13,63% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 4 sang thị trường Na Uy, với 3,73% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 36,98%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 6109): Áo phong, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc.
- (HS 6110): Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gilê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc.
- (HS 6104): Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, áo váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc.

Mã HS 94: Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn (luminaires) và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép

<i>Dvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	28.742	32.744	31.381	26.667	24.310
Nhập khẩu từ thế giới	2.858.296	3.402.090	3.340.787	2.758.027	2.664.737

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 94) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 24,31 triệu USD, giảm 8,84% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 13 sang thị trường Na Uy, với 0,91% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 22,07%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 9401): Ghế ngồi (trừ các loại thuộc nhóm 94.02), có hoặc không chuyển được thành giường, và bộ phận của chúng.
- (HS 9403): Đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng.
- (HS 9405): Đèn và bộ đèn kể cả đèn pha và đèn rọi và bộ phận của chúng, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự, có nguồn sáng cố định thường xuyên, và bộ phận của chúng chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.

Mã HS 99: Các mặt hàng không nằm trong Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.026	1	19.063	23.576	23.353
Nhập khẩu từ thế giới	701.263	930.597	1.486.635	1.265.579	1.233.222

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 95) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 23,35 triệu USD, giảm 0,95% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 13 sang thị trường Na Uy, với 1,89% thị phần và Đức là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 19,74%.

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra,

chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	20.197	25.169	23.045	22.877	21.783
Nhập khẩu từ thế giới	2.757.579	3.107.310	2.980.146	3.007.459	3.243.880

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 90) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 21,78 triệu USD, giảm 4,78% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 24 sang thị trường Na Uy, với 0,67% thị phần và Hoa Kỳ là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 21,91%

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 9021): Dụng cụ chỉnh hình, kể cả nặng, băng dùng trong phẫu thuật và băng cố định; nẹp và các dụng cụ cố định vết gãy khác; các bộ phận nhân tạo của cơ thể người; thiết bị trợ thính và dụng cụ khác được lắp hoặc mang theo, hoặc cấy vào cơ thể, để bù đắp khuyết tật hay sự suy giảm của một bộ phận cơ thể.
- (HS 9018): Thiết bị và dụng cụ dùng cho ngành y, phẫu thuật, nha khoa hoặc thú y, kể cả thiết bị ghi biểu đồ nháp nháy, thiết bị điện y học khác và thiết bị kiểm tra thị lực.
- (HS 9031): Máy, thiết bị và dụng cụ đo lường hoặc kiểm tra, chưa được ghi hay chi tiết ở nơi khác trong Chương này; máy chiếu biên dạng.

Mã HS 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
---------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Nhập khẩu từ Việt Nam	35.610	18.770	11.922	12.233	16.164
Nhập khẩu từ thế giới	3.971.874	4.357.487	4.314.916	4.261.697	4.616.954

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 73) sang Na Uy với tổng giá trị xuất khẩu đạt 16,16 triệu USD, tăng 32,13% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 34 sang thị trường Na Uy, với 0,35% thị phần và Đức là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 10,42%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy gồm:

- (HS 7318): Vít, bu lông, đai ốc, vít đầu vuông, vít treo, đinh tán, chốt hãm, chốt định vị, vòng đệm (kể cả vòng đệm vành) và các sản phẩm tương tự bằng sắt hoặc thép.
- (HS 7308): Các kết cấu bằng sắt hoặc thép (trừ nhà lắp ghép thuộc nhóm 94.06) và các bộ phận rời của các kết cấu (ví dụ, cầu và nhịp cầu, cửa cổng, tháp, cột lưới, mái nhà, khung mái, cửa ra vào, cửa sổ, và các loại khung cửa, ngưỡng cửa ra vào, cửa chớp, lan can, cột trụ và các loại cột khác), bằng sắt hoặc thép; tấm, thanh, góc, khuôn, hình ống và các loại tương tự, đã được gia công để dùng làm kết cấu xây dựng, bằng sắt hoặc thép.
- (HS 7323): Bộ đồ ăn, đồ nhà bếp hoặc các loại đồ gia dụng khác và các bộ phận rời của chúng, bằng sắt hoặc thép; bùi nhùi bằng sắt hoặc thép; miếng cọ nồi và cọ rửa hoặc đánh bóng, bao tay và các loại tương tự, bằng sắt hoặc thép.

Tình hình nhập khẩu của Việt Nam từ Na Uy năm 2024

Mã HS 03: Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm

thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

Mã HS 99: Các mặt hàng không nằm trong Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa

Mã HS 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

Mã HS 47: Sản phẩm làm từ rơm, cỏ giấy hoặc từ các loại vật liệu tết bện khác; các sản phẩm bằng liễu gai và song mây

Mã HS 94: Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn (luminaires) và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép

Mã HS 38: Các sản phẩm hóa chất khác

Mã HS 76: Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm

Mã HS	Hàng hóa	Kim ngạch nhập khẩu (Đvt: Nghìn USD)		% tăng trưởng nhập khẩu năm 2024 so với năm 2023
		Năm 2023	Năm 2024	
Tổng nhập khẩu		332.081	456.972	38%
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm...	209.545	247.878	+18%
85	Máy điện và thiết bị điện và các	15.645	71.539	+357%

	bộ phận của chúng;...			
84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí;...	38.341	38.982	+2%
99	Các mặt hàng không nằm trong HS	26.248	33.621	+28%
73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	8.836	10.474	+19%
90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh,...	4.425	10.169	+130%
47	Sản phẩm làm từ rơm, cỏ giấy hoặc từ các loại vật liệu tết bện khác;...	4.825	9.102	+89%
94	Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm,...	3.671	6.829	+86%
38	Các sản phẩm hóa chất khác	1.372	3.039	+122%
76	Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm	2.691	2.900	+8%

Mã HS 03: Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	109.853	136.044	185.936	209.545	247.878

Xuất khẩu ra thế giới	10.716.611	13.416.882	15.154.004	15.487.068	15.469.991
-----------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 03) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 247,88 triệu USD, tăng 18,29% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 17 từ thị trường Na Uy, với 1,60% thị phần và Ba Lan là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 10,74%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 0303) Cá, đông lạnh, trừ philê cá (fillets) và các loại thịt khác thuộc nhóm 03.04.
- (HS 0302) Cá, tươi hoặc ướp lạnh, trừ philê cá (fillets) và các loại thịt cá khác thuộc nhóm 03.04.
- (HS 0304) Philê cá và các loại thịt cá khác (đã hoặc chưa xay, nghiền, băm), tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên

<i>Dvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu ra thế giới	14.634	19.400	19.043	15.645	71.539
Xuất khẩu sang Việt Nam	2.420.525	2.999.906	2.880.350	3.188.555	3.824.505

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 85) từ Na Uy với tổng giá trị nhập

khẩu đạt 71,54 triệu USD, tăng 357,26% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 15 từ thị trường Na Uy, với 1,87% thị phần và Vương quốc Anh là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 12,71%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 8507) Ấc qui điện, kể cả tấm vách ngăn của nó, hình chữ nhật hoặc hình khác (kể cả hình vuông).
- (HS 8502) Tổ máy phát điện và máy biến đổi điện quay.
- (HS 8504) Biến thế điện, máy biến đổi điện tĩnh (ví dụ, bộ chỉnh lưu) và cuộn cảm.

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	31.333	35.247	39.195	38.341	38.982
Xuất khẩu ra thế giới	4.108.548	4.446.430	4.277.655	5.109.643	5.791.475

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 84) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 38,98 triệu USD, tăng 1,67% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 25 từ thị trường Na Uy, với 0,67% thị phần và Hoa Kỳ là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 10,84%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 8413) Bơm chất lỏng, có hoặc không lắp thiết bị đo lường; máy đẩy chất lỏng.
- (HS 8431) Các bộ phận chỉ sử dụng hoặc chủ yếu sử dụng cho các loại máy thuộc các nhóm từ 84.25 đến 84.30.

- (HS 8479) Máy và thiết bị cơ khí có chức năng riêng biệt, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác thuộc Chương này.

Mã HS 99: Các mặt hàng không nằm trong Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	11.837	22.369	28.934	26.248	33.621
Xuất khẩu ra thế giới	3.758.813	5.083.073	5.894.931	5.202.984	5.148.230

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 99) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 33,62 triệu USD, tăng 28,09% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 28 từ thị trường Na Uy, với 0,65% thị phần và Vương quốc Anh là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 9,11%.

Mã HS 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	5.296	7.467	7.640	8.836	10.474
Xuất khẩu ra thế giới	756.932	824.915	887.624	1.273.158	1.255.769

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 73) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 10,47 triệu USD, tăng 18,54% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu

thứ 25 từ thị trường Na Uy, với 0,83% thị phần và Angola là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 14,28%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 7306) Các loại ống, ống dẫn và thanh hình có mặt cắt rỗng khác, bằng sắt hoặc thép (ví dụ, nổi mở, hàn, tán đỉnh hoặc ghép bằng cách tương tự).
- (HS 7307) Phụ kiện ghép nối cho ống và ống dẫn (ví dụ, khớp nối, khuỷu, măng sông), bằng sắt hoặc thép.
- (HS 7308) Các kết cấu bằng sắt hoặc thép (trừ nhà lắp ghép thuộc nhóm 94.06) và các bộ phận rời của các kết cấu (ví dụ, cầu và nhịp cầu, cửa cổng, tháp, cột lưới, mái nhà, khung mái, cửa ra vào, cửa sổ, và các loại khung cửa, ngưỡng cửa ra vào, cửa chớp, lan can, cột trụ và các loại cột khác), bằng sắt hoặc thép; tấm, thanh, góc, khuôn, hình ống và các loại tương tự, đã được gia công để dùng làm kết cấu xây dựng, bằng sắt hoặc thép.

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	3.678	5.140	7.925	4.425	10.169
Xuất khẩu ra thế giới	1.467.353	1.644.376	1.632.282	1.993.784	2.170.326

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 90) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 10,17 triệu USD, tăng 129,81% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 28 từ thị trường Na Uy, với 0,47% thị phần và Hoa Kỳ là nhà nhập khẩu lớn nhất từ

thị trường này với thị phần là 15,17%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 9014) La bàn xác định phương hướng; các thiết bị và dụng cụ dẫn đường khác.
- (HS 9026) Dụng cụ và máy đo hoặc kiểm tra lưu lượng, mức, áp suất hoặc biến số của chất lỏng hay chất khí (ví dụ, dụng cụ đo lưu lượng, dụng cụ đo mức, áp kế, nhiệt kế), trừ các dụng cụ và thiết bị thuộc nhóm 90.14, 90.15, 90.28 hoặc 90.32.
- (HS 9032) Dụng cụ và thiết bị điều chỉnh hoặc điều khiển tự động.

Mã HS 47: Sản phẩm làm từ rơm, cỏ giấy hoặc từ các loại vật liệu tết bện khác; các sản phẩm bằng liễu gai và song mây

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	4.399	9.229	6.234	4.825	9.102
Xuất khẩu ra thế giới	250.753	320.727	336.227	296.597	325.702

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 47) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 9,10 triệu USD, tăng 88,64% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 9 từ thị trường Na Uy, với 2,79% thị phần và Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 33,37%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 4707) Giấy loại hoặc bìa loại thu hồi (phế liệu và vụn thừa).
- (HS 4701) Bột giấy cơ học từ gỗ.
- (HS 4702) Bột giấy hoá học từ gỗ, loại hoà tan.

Mã HS 94: Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn (luminaires) và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	1.531	1.038	8.201	3.671	6.829
Xuất khẩu ra thế giới	487.156	606.641	598.500	550.450	543.241

Nguồn: trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 94) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 6,83 triệu USD, tăng 86,03% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 17 từ thị trường Na Uy, với 1,26% với vị trí thứ nhất thuộc về Thụy Điển, chiếm 22,60%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 9403) Đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng.
- (HS 9401) Ghế ngồi (trừ các loại thuộc nhóm 94.02), có hoặc không chuyển được thành giường, và bộ phận của chúng.
- (HS 9405) Đèn và bộ đèn kể cả đèn pha và đèn rọi và bộ phận của chúng, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự, có nguồn sáng cố định thường xuyên, và bộ phận của chúng chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.

Mã HS 38: Các sản phẩm hóa chất khác

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	658	1.519	1.230	1.372	3.039
Xuất khẩu ra thế giới	677.669	863.717	849.755	786.708	798.055

Nguồn: trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 38) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 3,04 triệu USD, tăng 121,50% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 30 từ thị trường Na Uy, với 0,38% thị phần và Thụy Điển là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 13,89%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 3808) Thuốc trừ côn trùng, thuốc diệt loài gặm nhấm, thuốc diệt nấm, thuốc diệt cỏ, thuốc chống nảy mầm và thuốc điều hoà sinh trưởng cây trồng, thuốc khử trùng và các loại tương tự, đóng gói sẵn hoặc đóng gói để bán lẻ hoặc như các chế phẩm hoặc sản phẩm (ví dụ, băng, bác và nền đã xử lý lưu huỳnh và giấy bẫy ruồi).
- (HS 3822) Chất thử chẩn đoán hoặc chất thử thí nghiệm có lớp bôi, chất thử chẩn đoán hoặc chất thử thí nghiệm được điều chế có hoặc không có lớp bôi, trừ loại thuộc nhóm 30.02 hoặc nhóm 30.06; các chất quy chiếu được chứng nhận.
- (HS 3824) Chất gắn đã điều chế dùng cho các loại khuôn đúc hoặc lõi đúc; các sản phẩm và chế phẩm hóa học của ngành công nghiệp hóa chất hoặc các ngành công nghiệp có liên quan (kể cả các sản phẩm và chế phẩm chứa hỗn hợp các sản phẩm tự nhiên), chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.

Mã HS 76: Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	619	470	2.991	2.691	2.900
Xuất khẩu ra thế giới	3.326.807	5.213.780	6.436.606	4.844.402	4.988.780

Nguồn: trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 76) từ Na Uy với tổng giá trị nhập khẩu đạt 2,90 triệu USD, tăng 7,77% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 35 từ thị trường Na Uy, với 0,06% thị phần và Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 19,14%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Na Uy gồm:

- (HS 7610) Các kết cấu bằng nhôm (trừ nhà lắp ghép thuộc nhóm 94.06) và các bộ phận rời của cấu kiện (ví dụ, cầu và nhịp cầu, tháp, cột lưới, mái nhà, khung mái, cửa ra vào và cửa sổ và các loại khung cửa và ngưỡng cửa ra vào, cửa chớp, lan can, cột trụ và các loại cột) bằng nhôm; tấm, thanh, dạng hình, ống và các loại tương tự bằng nhôm, đã được gia công để sử dụng làm kết cấu.
- (HS 7602) Nhôm phế liệu và mảnh vụn.
- (HS 7616) Các sản phẩm khác bằng nhôm.

Rào cản phi thuế quan

1. Tổng quan chung về môi trường thương mại và đặc điểm thị trường Na Uy

Na Uy là một trong những nền kinh tế phát triển bậc nhất châu Âu, được xếp vào nhóm quốc gia có mức sống, thu nhập bình quân và tiêu chuẩn tiêu dùng cao hàng đầu thế giới. Dù không phải là thành viên chính thức của Liên minh châu Âu (EU), Na Uy vẫn tham gia vào Khu vực Kinh tế châu Âu (EEA) – một cơ chế cho phép nước này tiếp

cận thị trường chung của EU, đồng thời tuân thủ phần lớn các quy định thương mại, kỹ thuật, và môi trường của khối. Chính vì vậy, hàng hóa xuất khẩu vào Na Uy chịu sự điều chỉnh của hệ thống tiêu chuẩn và quy chuẩn tương tự như thị trường EU, đặc biệt trong các lĩnh vực an toàn sản phẩm, bảo vệ môi trường và sức khỏe người tiêu dùng.

Thị trường Na Uy có quy mô dân số tương đối nhỏ (khoảng 5,6 triệu người), song lại nổi bật với mức tiêu thụ bình quân đầu người cao, thị hiếu tinh tế và yêu cầu khắt khe về chất lượng. Người tiêu dùng Na Uy có xu hướng ưu tiên các sản phẩm thân thiện môi trường, có nguồn gốc rõ ràng, và đảm bảo phúc lợi xã hội trong quy trình sản xuất. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu sang Na Uy cần không chỉ đáp ứng yêu cầu về kỹ thuật và chất lượng, mà còn phải thể hiện trách nhiệm xã hội và bền vững trong chuỗi cung ứng.

Mặc dù Việt Nam và Na Uy đều là thành viên của Hiệp định Thương mại Tự do giữa Việt Nam và Hiệp hội Thương mại Tự do châu Âu (EFTA), giúp hàng hóa Việt Nam được hưởng ưu đãi về thuế nhập khẩu, nhưng điều này không đồng nghĩa với việc giảm nhẹ các rào cản phi thuế quan. Trên thực tế, Na Uy áp dụng một hệ thống quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn an toàn, yêu cầu ghi nhãn và chứng nhận nghiêm ngặt, tương đồng với khung pháp lý của EU. Điều này khiến nhiều doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là trong các ngành nông sản, thực phẩm chế biến, dệt may, gỗ, và sản phẩm tiêu dùng nhanh, gặp khó khăn khi thâm nhập thị trường.

Ngoài ra, chính sách nhập khẩu của Na Uy còn chú trọng mạnh đến vấn đề bảo vệ môi trường và khí hậu, phản ánh định hướng phát triển bền vững của quốc gia này. Các quy định về truy xuất nguồn gốc, kiểm soát phát thải carbon, chứng nhận sinh thái (eco-label) và trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR) đều được áp dụng nghiêm ngặt. Những yếu tố này không chỉ là công cụ bảo vệ người tiêu dùng nội địa, mà còn đóng vai trò như rào cản phi thuế quan gián tiếp, hạn chế các sản phẩm không đáp ứng được tiêu chí xanh và minh bạch của thị trường.

Tổng thể, có thể nhận định rằng Na Uy là một thị trường mở nhưng “khó tính”, nơi rào cản phi thuế quan đóng vai trò quan trọng trong việc sàng lọc chất lượng hàng hóa nhập khẩu. Đối với Việt Nam, thách thức lớn nhất khi tiếp cận thị trường này không nằm ở thuế suất, mà ở khả năng đáp ứng đồng bộ các yêu cầu về kỹ thuật, an toàn, và phát triển bền vững. Vì vậy, việc hiểu rõ đặc điểm môi trường thương mại, hệ thống quy định và xu hướng tiêu dùng tại Na Uy là tiền đề quan trọng để doanh nghiệp Việt Nam xây dựng chiến lược xuất khẩu hiệu quả và lâu dài.

2. Rào cản về tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng và chứng nhận an toàn sản phẩm

Một trong những rào cản phi thuế quan quan trọng nhất khi xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Na Uy là hệ thống quy chuẩn kỹ thuật và tiêu chuẩn an toàn sản phẩm vô cùng nghiêm ngặt. Do Na Uy là thành viên của Khu vực Kinh tế châu Âu (EEA), phần lớn các quy định kỹ thuật tại nước này tuân thủ theo khung pháp lý chung của Liên minh châu Âu (EU), đặc biệt là các yêu cầu liên quan đến đánh giá sự phù hợp (conformity assessment), chứng nhận CE (CE marking) và các tiêu chuẩn kỹ thuật do Cơ quan Tiêu chuẩn Na Uy (Standards Norway – SN) ban hành.

Đối với nhóm hàng thiết bị điện – điện tử, máy móc, đồ gia dụng, thiết bị cơ khí và vật liệu xây dựng, việc đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật là điều kiện bắt buộc để được phép lưu hành trên thị trường Na Uy. Doanh nghiệp Việt Nam cần cung cấp chứng nhận CE hợp lệ, kèm theo bản tuyên bố phù hợp (Declaration of Conformity) và báo cáo kiểm định thử nghiệm được thực hiện bởi phòng thí nghiệm được công nhận theo tiêu chuẩn EN/ISO 17025. Chứng nhận CE không chỉ là biểu tượng kỹ thuật mà còn thể hiện rằng sản phẩm đáp ứng đầy đủ các yêu cầu an toàn, sức khỏe, bảo vệ môi trường và hiệu suất vận hành theo quy định của châu Âu. Việc thiếu hoặc không đạt chuẩn chứng nhận này sẽ dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu, đình chỉ lưu hành, hoặc thậm chí bị thu hồi sau khi phân phối.

Ngoài các quy chuẩn kỹ thuật về cấu trúc và vận hành, Na Uy đặc biệt coi trọng yếu tố

an toàn đối với sản phẩm tiêu dùng, nhất là những mặt hàng có khả năng gây ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe người sử dụng. Các sản phẩm như đồ chơi trẻ em, dệt may, hàng nhựa, nội thất, và sản phẩm gia dụng phải chứng minh không chứa hóa chất độc hại, kim loại nặng, hoặc các hợp chất gây rối loạn nội tiết. Những yêu cầu này được quy định trong hệ thống REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) – một trong những bộ tiêu chuẩn môi trường và sức khỏe khắt khe nhất thế giới. Việc không đáp ứng tiêu chí của REACH có thể khiến sản phẩm bị tạm giữ tại cửa khẩu, từ chối nhập khẩu, hoặc bị yêu cầu thu hồi khỏi thị trường nếu phát hiện vi phạm sau khi lưu hành.

Bên cạnh đó, đối với thực phẩm, đồ uống, và các sản phẩm nông nghiệp chế biến, Na Uy áp dụng hệ thống kiểm soát an toàn thực phẩm tương thích với Cơ quan An toàn Thực phẩm châu Âu (EFSA). Mọi sản phẩm nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận vệ sinh, kiểm dịch và nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đồng thời chịu sự giám sát của Cơ quan An toàn Thực phẩm Na Uy (Mattilsynet). Các yêu cầu này nhằm bảo đảm rằng hàng hóa nhập khẩu không gây nguy hại đến sức khỏe cộng đồng và đáp ứng tiêu chuẩn vệ sinh, truy xuất nguồn gốc đầy đủ.

Hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật và quy định an toàn sản phẩm của Na Uy đóng vai trò là hàng rào bảo vệ thị trường nội địa hiệu quả, đồng thời là thách thức lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam. Việc đáp ứng đầy đủ các yêu cầu này không chỉ đòi hỏi nguồn lực kỹ thuật và tài chính đáng kể, mà còn yêu cầu doanh nghiệp phải xây dựng hệ thống quản lý chất lượng, kiểm soát chuỗi cung ứng và hợp tác chặt chẽ với các tổ chức chứng nhận quốc tế. Tuy nhiên, khi tuân thủ được các quy định này, doanh nghiệp Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh rõ rệt trong việc tiếp cận bền vững và lâu dài với thị trường Na Uy cũng như toàn bộ khối EEA.

3. Rào cản về kiểm dịch động thực vật và an toàn thực phẩm (SPS)

Na Uy là quốc gia có môi trường sinh thái trong sạch và ngành thủy sản phát triển hàng

đầu châu Âu, vì vậy, nước này áp dụng hệ thống tiêu chuẩn kiểm dịch động thực vật và an toàn thực phẩm (SPS) ở mức nghiêm ngặt và toàn diện đối với tất cả hàng hóa nông, lâm, thủy sản nhập khẩu. Cơ quan chịu trách nhiệm quản lý và giám sát lĩnh vực này là Cơ quan An toàn Thực phẩm Na Uy (Mattilsynet) – đơn vị hoạt động tương đương với Cơ quan An toàn Thực phẩm châu Âu (EFSA) trong khối EU.

Mục tiêu của các quy định SPS là bảo vệ sức khỏe con người, động vật và hệ sinh thái thông qua việc kiểm soát nghiêm ngặt các yếu tố có nguy cơ gây ô nhiễm sinh học hoặc hóa học trong sản phẩm nhập khẩu. Do đó, mọi hàng hóa nông sản, thực phẩm và thủy sản từ Việt Nam khi xuất khẩu sang Na Uy phải trải qua quy trình kiểm tra, chứng nhận và đánh giá rủi ro chặt chẽ trước khi được phép lưu hành.

Cụ thể, đối với các nhóm hàng thủy sản, nông sản tươi sống và thực phẩm chế biến, doanh nghiệp Việt Nam bắt buộc phải đáp ứng một loạt yêu cầu kỹ thuật và hồ sơ pháp lý, bao gồm:

- Giấy chứng nhận kiểm dịch động thực vật và chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm do cơ quan có thẩm quyền tại Việt Nam cấp (chẳng hạn như Cục Quản lý Chất lượng Nông Lâm sản và Thủy sản – NAFIQAD). Giấy chứng nhận này phải thể hiện rõ nguồn gốc sản phẩm, quy trình sản xuất, điều kiện bảo quản và kết quả kiểm nghiệm an toàn.
- Tuân thủ giới hạn dư lượng tối đa (MRLs) đối với thuốc bảo vệ thực vật, kim loại nặng, vi sinh vật, hoặc kháng sinh theo quy chuẩn của EU/Na Uy. Ngưỡng cho phép của Na Uy thường thấp hơn nhiều so với tiêu chuẩn quốc tế, đặc biệt trong các mặt hàng như cá, tôm, rau quả nhiệt đới và cà phê.
- Truy xuất nguồn gốc đầy đủ (traceability) từ vùng nuôi trồng hoặc cơ sở sản xuất đến từng lô hàng xuất khẩu. Mọi khâu trong chuỗi cung ứng – từ nguyên liệu đầu vào, quy trình chế biến, đóng gói, vận chuyển cho tới lưu kho – đều phải được ghi chép và có thể xác minh khi cơ quan nhập khẩu yêu cầu.

Na Uy cũng áp dụng chế độ kiểm tra thực tế tại cảng nhập khẩu với tần suất cao đối với hàng hóa đến từ các quốc gia nằm ngoài EEA, bao gồm Việt Nam. Các lô hàng có nguy cơ cao – như thủy sản đông lạnh, nông sản tươi, hoặc sản phẩm hữu cơ – thường bị kiểm tra xác suất hoặc lấy mẫu phân tích định kỳ để phát hiện dư lượng hóa chất, vi sinh vật hoặc vi phạm truy xuất. Trong trường hợp phát hiện sai phạm, hàng hóa có thể bị tạm giữ, tái xuất, hoặc tiêu hủy, và doanh nghiệp xuất khẩu liên quan sẽ bị đưa vào danh sách “kiểm tra tăng cường” (reinforced control list) trong những lô hàng tiếp theo.

Ngoài ra, một số quy định của Na Uy còn yêu cầu chứng nhận bổ sung về môi trường và phúc lợi động vật, đặc biệt đối với sản phẩm thủy sản nuôi trồng. Các tiêu chí như sử dụng thức ăn bền vững, không gây ô nhiễm nguồn nước, đảm bảo điều kiện sống của vật nuôi và tuân thủ quy trình HACCP hoặc ISO 22000 là điều kiện tiên quyết để được cấp phép nhập khẩu lâu dài. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải đầu tư mạnh vào hệ thống quản lý chất lượng, quy trình nuôi trồng sạch và kiểm soát chuỗi cung ứng, thay vì chỉ chú trọng đến giá thành cạnh tranh.

Tóm lại, các yêu cầu về SPS của Na Uy không chỉ là những quy định kỹ thuật đơn thuần, mà còn thể hiện cam kết của quốc gia này trong việc bảo vệ sức khỏe cộng đồng và môi trường sinh thái. Đối với Việt Nam, đây là rào cản phi thuế quan mang tính chiến lược, đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao năng lực quản lý chất lượng, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế và hợp tác chặt chẽ với cơ quan kiểm định được EU/Na Uy công nhận. Việc đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn SPS không chỉ giúp hàng hóa Việt Nam duy trì khả năng tiếp cận ổn định thị trường Na Uy, mà còn mở rộng cơ hội thâm nhập toàn bộ thị trường châu Âu với uy tín cao hơn về chất lượng và độ tin cậy.

4. Rào cản về quy định môi trường, bao bì và tái chế

Na Uy là một trong những quốc gia tiên phong trong việc thúc đẩy phát triển bền vững và kinh tế tuần hoàn tại châu Âu. Với mục tiêu giảm thiểu phát thải, hạn chế rác thải nhựa và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, chính phủ Na Uy đã thiết lập hệ thống quy định

môi trường nghiêm ngặt áp dụng đối với mọi hàng hóa tiêu thụ trên thị trường trong nước, bao gồm cả hàng nhập khẩu. Những quy định này được xem là một trong các rào cản phi thuế quan đáng chú ý nhất đối với doanh nghiệp nước ngoài, trong đó có Việt Nam.

Căn cứ pháp lý chủ yếu là Đạo luật Quản lý Chất thải Na Uy (Waste Management Act), cùng với cơ chế Trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất – EPR (Extended Producer Responsibility). Theo quy định này, mọi doanh nghiệp đưa sản phẩm ra thị trường Na Uy – dù là nhà sản xuất trong nước hay nhà nhập khẩu – đều phải chịu trách nhiệm về toàn bộ vòng đời của sản phẩm, bao gồm thu hồi, tái chế và xử lý chất thải sau tiêu dùng. Điều này có nghĩa là hàng hóa Việt Nam, khi được nhập khẩu và phân phối tại Na Uy, cũng phải tuân thủ các nghĩa vụ môi trường tương tự.

Cụ thể, doanh nghiệp nhập khẩu phải đăng ký tham gia hệ thống tái chế quốc gia, điển hình là Grønt Punkt Norge (Green Dot Norway) – tổ chức chịu trách nhiệm giám sát và thu phí tái chế bao bì. Họ có nghĩa vụ khai báo định kỳ về khối lượng và loại vật liệu bao bì (nhựa, thủy tinh, kim loại, giấy, carton) được đưa vào lưu thông tại thị trường Na Uy. Dựa trên số liệu này, cơ quan quản lý sẽ tính toán mức phí môi trường tương ứng, được dùng để tài trợ cho hệ thống thu gom và tái chế trên toàn quốc.

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các nhà sản xuất bao bì, thực phẩm đóng gói, đồ nhựa, hoặc thiết bị điện tử, việc thiếu hiểu biết về hệ thống EPR hoặc không phối hợp chặt chẽ với đối tác nhập khẩu để thực hiện nghĩa vụ tái chế có thể dẫn đến vi phạm pháp lý, bị phạt hành chính, hoặc tạm dừng phân phối sản phẩm. Nghiêm trọng hơn, nếu sản phẩm bị xác định gây ô nhiễm hoặc không đáp ứng yêu cầu về khả năng tái chế, cơ quan chức năng có thể từ chối cấp phép nhập khẩu hoặc yêu cầu thu hồi khỏi thị trường.

Ngoài các nghĩa vụ tái chế, Na Uy còn áp dụng nhiều biện pháp kiểm soát môi trường mang tính ngăn ngừa. Cụ thể, nước này cấm hoặc hạn chế nhập khẩu những sản phẩm

có hàm lượng hóa chất độc hại cao như PFOA, PFAS, kim loại nặng, phthalates và các chất có khả năng gây ô nhiễm nguồn nước hoặc ảnh hưởng đến sức khỏe con người. Đồng thời, các sản phẩm tiêu dùng như túi nhựa dùng một lần, pin, thiết bị điện tử cũ, hay sản phẩm tiêu tốn năng lượng đều phải đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất năng lượng, khả năng tái chế và tính thân thiện môi trường.

Chính sách này phản ánh rõ định hướng của Na Uy trong việc xây dựng một nền kinh tế xanh và giảm thiểu carbon. Mặc dù mang tính ràng buộc cao, song nó cũng tạo ra áp lực tích cực cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc cải thiện quy trình sản xuất, lựa chọn vật liệu bền vững, tối ưu hóa bao bì và chứng minh trách nhiệm môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Như vậy, có thể thấy rằng rào cản về quy định môi trường, bao bì và tái chế của Na Uy không chỉ là yêu cầu kỹ thuật đơn thuần mà còn là một yếu tố chiến lược trong chính sách thương mại xanh của quốc gia này. Đối với Việt Nam, việc tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường của Na Uy không chỉ giúp hàng hóa được phép lưu hành và mở rộng thị phần tại thị trường Bắc Âu, mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu quốc gia, khẳng định năng lực xuất khẩu bền vững trong bối cảnh toàn cầu hướng đến phát triển xanh và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

5. Rào cản về thủ tục hải quan, khai báo điện tử và kiểm soát logistics

Na Uy là một trong những quốc gia có hệ thống quản lý hải quan hiện đại và số hóa toàn diện, hướng đến mục tiêu minh bạch, hiệu quả và an toàn cho hoạt động thương mại quốc tế. Tuy nhiên, chính mức độ hiện đại hóa cao này cũng trở thành rào cản phi thuế quan đáng kể đối với nhiều doanh nghiệp nước ngoài – đặc biệt là các nhà xuất khẩu từ các nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam – khi chưa hoàn toàn quen thuộc với quy trình khai báo điện tử và các yêu cầu kỹ thuật phức tạp trong hệ thống quản lý của Na Uy.

Toàn bộ quy trình hải quan tại Na Uy được thực hiện thông qua Hệ thống Hải quan

Điện tử TVINN (Norwegian Customs System – TVINN), do Cơ quan Hải quan Na Uy (Tollvesenet) vận hành. Theo quy định, mọi lô hàng nhập khẩu đều phải được khai báo điện tử trước khi hàng đến cảng hoặc sân bay (pre-declaration). Hồ sơ bắt buộc bao gồm hóa đơn thương mại (commercial invoice), vận đơn (bill of lading), chứng nhận xuất xứ (certificate of origin) và, trong nhiều trường hợp, chứng nhận kiểm định chất lượng hoặc chứng thư kiểm dịch (nếu là sản phẩm nông – thủy sản).

Việc khai báo này đòi hỏi độ chính xác và nhất quán tuyệt đối giữa các chứng từ. Chỉ cần sai lệch nhỏ về mã HS, trọng lượng, trị giá khai báo hoặc tên hàng, hệ thống TVINN sẽ tự động đánh dấu rủi ro (flag for inspection) và chuyển hồ sơ sang kiểm tra thủ công. Điều này dẫn đến việc hàng hóa bị tạm giữ tại cảng, phát sinh chi phí lưu kho, kiểm tra, vận chuyển nội địa và thậm chí ảnh hưởng đến uy tín thương mại của doanh nghiệp trong quan hệ với nhà nhập khẩu Na Uy.

Đối với hàng nông sản, thực phẩm và sản phẩm có nguồn gốc động – thực vật, quy trình thủ tục càng phức tạp hơn. Trước khi hàng cập cảng, doanh nghiệp phải đăng ký trước với Cơ quan An toàn Thực phẩm Na Uy (Mattilsynet) để được cấp mã kiểm tra SPS (Sanitary and Phytosanitary Control Code). Đây là bước bắt buộc nhằm đảm bảo rằng lô hàng đáp ứng các yêu cầu về kiểm dịch, vệ sinh và an toàn thực phẩm. Trong trường hợp doanh nghiệp Việt Nam chưa quen với hệ thống này, việc đăng ký chậm hoặc sai thông tin có thể khiến lô hàng bị từ chối thông quan, phải lưu kho ngoài kế hoạch, hoặc chịu chi phí tái kiểm định.

Một khó khăn khác nằm ở việc đồng bộ thông tin giữa các bên tham gia chuỗi logistics – bao gồm nhà xuất khẩu Việt Nam, hãng tàu quốc tế, đại lý logistics, và nhà nhập khẩu Na Uy. Bất kỳ sự chậm trễ nào trong việc truyền dữ liệu hoặc xác nhận chứng từ đều có thể làm gián đoạn chuỗi vận chuyển, đặc biệt trong bối cảnh Na Uy áp dụng hệ thống kiểm tra rủi ro điện tử (risk-based inspection). Các lô hàng đến từ quốc gia nằm ngoài EEA như Việt Nam thường bị xếp vào nhóm có mức rủi ro cao hơn, dẫn đến tần suất kiểm tra thực tế cao hơn bình thường.

Bên cạnh đó, quy trình thông quan nhanh (green channel) – vốn được ưu tiên cho những nhà cung cấp có hồ sơ tuân thủ tốt – chưa dễ tiếp cận đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam, do chưa xây dựng được lịch sử tín nhiệm thương mại (customs compliance record) trong hệ thống Na Uy. Việc thiếu chứng chỉ Authorized Economic Operator (AEO) hoặc các thỏa thuận hợp tác dài hạn với đối tác logistics bản địa khiến nhiều doanh nghiệp phải đối mặt với thời gian thông quan kéo dài và chi phí vận hành tăng cao.

Vì thế, thủ tục hải quan và logistics tại Na Uy tuy minh bạch, nhưng lại đặt ra yêu cầu kỹ thuật và tính chính xác rất cao. Để vượt qua rào cản này, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động đầu tư vào hệ thống quản lý dữ liệu xuất khẩu, đào tạo nhân sự am hiểu về TVINN, và hợp tác với các đối tác logistics hoặc đại lý hải quan Na Uy để đảm bảo quy trình thông quan diễn ra suôn sẻ. Việc tuân thủ tốt các quy định điện tử không chỉ giúp giảm thiểu rủi ro chậm trễ và chi phí phát sinh, mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, nâng cao độ tin cậy của hàng hóa Việt Nam trên thị trường Na Uy.

6. Rào cản về trách nhiệm xã hội, lao động và chuỗi cung ứng bền vững

Trong những năm gần đây, Na Uy nổi lên như một trong những quốc gia tiên phong của châu Âu trong việc thúc đẩy kinh doanh có trách nhiệm và đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Khác với các rào cản kỹ thuật hay kiểm dịch mang tính truyền thống, nhóm rào cản này tập trung vào yếu tố đạo đức, nhân quyền và lao động bền vững, thể hiện rõ định hướng phát triển xanh và công bằng của chính phủ Na Uy.

Từ ngày 1/7/2022, Na Uy chính thức ban hành và áp dụng Luật Minh bạch (Transparency Act) – một trong những đạo luật toàn diện nhất châu Âu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility – CSR) và thẩm định chuỗi cung ứng (Due Diligence). Theo luật này, tất cả các công ty đang hoạt động tại Na Uy, bao gồm cả nhà nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài, đều có nghĩa vụ đánh giá, giám sát và công khai thông tin liên quan đến chuỗi cung ứng nhằm đảm bảo rằng các sản phẩm họ

phân phối không liên quan đến vi phạm nhân quyền, lao động cưỡng bức hoặc lao động trẻ em.

Điều này có tác động trực tiếp đến doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Mặc dù Luật Minh bạch được áp dụng với doanh nghiệp Na Uy, nhưng để tuân thủ luật, các nhà nhập khẩu tại Na Uy sẽ yêu cầu đối tác Việt Nam cung cấp thông tin chi tiết về toàn bộ chuỗi sản xuất và cung ứng, từ nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất, điều kiện lao động đến các biện pháp an toàn và bảo vệ môi trường. Các doanh nghiệp Việt Nam cần chứng minh rằng họ tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn lao động quốc tế do Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) ban hành, bao gồm: quyền tự do hiệp hội, mức lương tối thiểu, an toàn lao động, thời giờ làm việc hợp lý, và đặc biệt là không sử dụng lao động cưỡng bức hoặc lao động trẻ em.

Ngoài ra, Luật Minh bạch yêu cầu các công ty Na Uy công bố báo cáo thường niên về thẩm định nhân quyền trong chuỗi cung ứng. Báo cáo này phải mô tả các rủi ro tiềm ẩn liên quan đến nhân quyền trong quá trình sản xuất, đồng thời chỉ rõ các biện pháp mà doanh nghiệp và đối tác (trong đó có nhà cung cấp Việt Nam) đã thực hiện để khắc phục hoặc phòng ngừa vi phạm. Nếu doanh nghiệp Việt Nam không thể cung cấp thông tin rõ ràng, minh chứng cụ thể hoặc chứng nhận từ tổ chức kiểm định độc lập, nhà nhập khẩu Na Uy có thể tạm ngừng hợp đồng, ngừng đặt hàng hoặc loại bỏ doanh nghiệp khỏi danh sách nhà cung cấp dài hạn.

Thực tế cho thấy, các ngành hàng của Việt Nam như dệt may, da giày, thủy sản, đồ gỗ và nông sản chế biến là những lĩnh vực chịu ảnh hưởng rõ rệt nhất bởi rào cản này. Đây là các ngành có tỷ lệ lao động cao, trong đó nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn gặp khó khăn trong việc thiết lập hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội (Social Compliance System) hoặc chứng nhận quốc tế như SA8000, BSCI, Sedex hay WRAP. Việc thiếu minh chứng cụ thể khiến sản phẩm, dù đạt tiêu chuẩn chất lượng, vẫn có thể bị đánh giá rủi ro cao về đạo đức chuỗi cung ứng và không được chấp nhận tại thị trường Na Uy.

Ngoài ra, trong xu thế toàn cầu về phát triển bền vững (Sustainability), các doanh nghiệp Na Uy còn đặt ra yêu cầu rằng nhà cung cấp nước ngoài phải chứng minh các nỗ lực giảm phát thải carbon, tiết kiệm năng lượng và quản lý chất thải trong sản xuất. Những yếu tố này đang dần trở thành một phần trong bộ tiêu chí mua hàng bắt buộc (Supplier Code of Conduct) của nhiều tập đoàn lớn tại Na Uy.

Tóm lại, rào cản về trách nhiệm xã hội và chuỗi cung ứng bền vững tại Na Uy là một thách thức mới, mang tính thể chế và đạo đức hơn là kỹ thuật thuần túy. Để đáp ứng được yêu cầu này, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ minh bạch, áp dụng các bộ quy tắc ứng xử (Code of Conduct) theo chuẩn quốc tế, và thường xuyên công bố thông tin về chính sách lao động – môi trường – nhân quyền. Việc tuân thủ không chỉ giúp vượt qua rào cản pháp lý của Na Uy, mà còn nâng cao uy tín thương hiệu Việt Nam trên thị trường Bắc Âu, nơi người tiêu dùng coi trọng tính minh bạch và đạo đức trong từng sản phẩm được họ lựa chọn.

6. Rào cản về trách nhiệm xã hội, lao động và chuỗi cung ứng bền vững

Trong những năm gần đây, Na Uy nổi lên như một trong những quốc gia tiên phong của châu Âu trong việc thúc đẩy kinh doanh có trách nhiệm và đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Khác với các rào cản kỹ thuật hay kiểm dịch mang tính truyền thống, nhóm rào cản này tập trung vào yếu tố đạo đức, nhân quyền và lao động bền vững, thể hiện rõ định hướng phát triển xanh và công bằng của chính phủ Na Uy.

Từ ngày 1/7/2022, Na Uy chính thức ban hành và áp dụng Luật Minh bạch (Transparency Act) – một trong những đạo luật toàn diện nhất châu Âu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility – CSR) và thẩm định chuỗi cung ứng (Due Diligence). Theo luật này, tất cả các công ty đang hoạt động tại Na Uy, bao gồm cả nhà nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài, đều có nghĩa vụ đánh giá, giám sát và công khai thông tin liên quan đến chuỗi cung ứng nhằm đảm bảo rằng các sản phẩm họ phân phối không liên quan đến vi phạm nhân quyền, lao động cưỡng bức hoặc lao động

trẻ em.

Điều này có tác động trực tiếp đến doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Mặc dù Luật Minh bạch được áp dụng với doanh nghiệp Na Uy, nhưng để tuân thủ luật, các nhà nhập khẩu tại Na Uy sẽ yêu cầu đối tác Việt Nam cung cấp thông tin chi tiết về toàn bộ chuỗi sản xuất và cung ứng, từ nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất, điều kiện lao động đến các biện pháp an toàn và bảo vệ môi trường. Các doanh nghiệp Việt Nam cần chứng minh rằng họ tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn lao động quốc tế do Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) ban hành, bao gồm: quyền tự do hiệp hội, mức lương tối thiểu, an toàn lao động, thời giờ làm việc hợp lý, và đặc biệt là không sử dụng lao động cưỡng bức hoặc lao động trẻ em.

Ngoài ra, Luật Minh bạch yêu cầu các công ty Na Uy công bố báo cáo thường niên về thẩm định nhân quyền trong chuỗi cung ứng. Báo cáo này phải mô tả các rủi ro tiềm ẩn liên quan đến nhân quyền trong quá trình sản xuất, đồng thời chỉ rõ các biện pháp mà doanh nghiệp và đối tác (trong đó có nhà cung cấp Việt Nam) đã thực hiện để khắc phục hoặc phòng ngừa vi phạm. Nếu doanh nghiệp Việt Nam không thể cung cấp thông tin rõ ràng, minh chứng cụ thể hoặc chứng nhận từ tổ chức kiểm định độc lập, nhà nhập khẩu Na Uy có thể tạm ngừng hợp đồng, ngừng đặt hàng hoặc loại bỏ doanh nghiệp khỏi danh sách nhà cung cấp dài hạn.

Thực tế cho thấy, các ngành hàng của Việt Nam như dệt may, da giày, thủy sản, đồ gỗ và nông sản chế biến là những lĩnh vực chịu ảnh hưởng rõ rệt nhất bởi rào cản này. Đây là các ngành có tỷ lệ lao động cao, trong đó nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn gặp khó khăn trong việc thiết lập hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội (Social Compliance System) hoặc chứng nhận quốc tế như SA8000, BSCI, Sedex hay WRAP. Việc thiếu minh chứng cụ thể khiến sản phẩm, dù đạt tiêu chuẩn chất lượng, vẫn có thể bị đánh giá rủi ro cao về đạo đức chuỗi cung ứng và không được chấp nhận tại thị trường Na Uy.

Ngoài ra, trong xu thế toàn cầu về phát triển bền vững (Sustainability), các doanh nghiệp Na Uy còn đặt ra yêu cầu rằng nhà cung cấp nước ngoài phải chứng minh các nỗ lực giảm phát thải carbon, tiết kiệm năng lượng và quản lý chất thải trong sản xuất. Những yếu tố này đang dần trở thành một phần trong bộ tiêu chí mua hàng bắt buộc (Supplier Code of Conduct) của nhiều tập đoàn lớn tại Na Uy.

Tóm lại, rào cản về trách nhiệm xã hội và chuỗi cung ứng bền vững tại Na Uy là một thách thức mới, mang tính thể chế và đạo đức hơn là kỹ thuật thuần túy. Để đáp ứng được yêu cầu này, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ minh bạch, áp dụng các bộ quy tắc ứng xử (Code of Conduct) theo chuẩn quốc tế, và thường xuyên công bố thông tin về chính sách lao động – môi trường – nhân quyền. Việc tuân thủ không chỉ giúp vượt qua rào cản pháp lý của Na Uy, mà còn nâng cao uy tín thương hiệu Việt Nam trên thị trường Bắc Âu, nơi người tiêu dùng coi trọng tính minh bạch và đạo đức trong từng sản phẩm được họ lựa chọn.

7. Rào cản về sở hữu trí tuệ và xuất xứ hàng hóa

Một trong những rào cản phi thuế quan quan trọng mà doanh nghiệp Việt Nam cần đặc biệt lưu ý khi xuất khẩu sang Na Uy là các quy định nghiêm ngặt về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và xuất xứ hàng hóa. Na Uy là quốc gia có hệ thống pháp luật chặt chẽ, minh bạch và hoàn toàn tuân thủ các chuẩn mực quốc tế trong lĩnh vực này, nhằm đảm bảo tính công bằng, cạnh tranh lành mạnh và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng cũng như nhà sản xuất.

Rào cản về sở hữu trí tuệ (IPR)

Na Uy là thành viên của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) và tuân thủ đầy đủ Hiệp định về các khía cạnh thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPS) trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Vì vậy, các quy định về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Na Uy có phạm vi bao trùm và tính bắt buộc rất cao, bao gồm nhãn hiệu hàng hóa, bản quyền, sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, tên thương mại và chỉ dẫn địa

lý.

Đối với hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam, doanh nghiệp cần đảm bảo rằng sản phẩm không vi phạm bất kỳ quyền sở hữu trí tuệ nào đã được đăng ký và bảo hộ tại Na Uy hoặc các nước thuộc Khu vực Kinh tế châu Âu (EEA). Việc vi phạm, dù vô ý, có thể dẫn đến hậu quả nghiêm trọng như bị cơ quan hải quan tạm giữ hàng, tịch thu hoặc tiêu hủy sản phẩm, đồng thời doanh nghiệp có thể bị phạt hành chính hoặc bị cấm nhập khẩu trong tương lai.

Các lĩnh vực có nguy cơ vi phạm cao bao gồm hàng tiêu dùng, thời trang, đồ gia dụng, sản phẩm điện tử và thực phẩm chế biến có bao bì, nhãn mác tương tự các thương hiệu đã đăng ký tại châu Âu. Bên cạnh đó, việc sử dụng chỉ dẫn địa lý không chính xác hoặc gắn thương hiệu có yếu tố gây nhầm lẫn với sản phẩm của Na Uy hoặc các nước EFTA khác cũng có thể bị xem là hành vi vi phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Do đó, trước khi đưa sản phẩm vào thị trường Na Uy, các doanh nghiệp Việt Nam cần kiểm tra và đăng ký bảo hộ thương hiệu của mình tại Cơ quan Sở hữu Công nghiệp Na Uy (Norwegian Industrial Property Office – NIPO) hoặc thông qua hệ thống quốc tế của WIPO. Đồng thời, doanh nghiệp nên chủ động tra cứu cơ sở dữ liệu nhãn hiệu và bằng sáng chế để đảm bảo không có sự trùng lặp hoặc vi phạm quyền đã được bảo hộ. Việc tuân thủ đầy đủ quy định này không chỉ giúp tránh rủi ro pháp lý mà còn góp phần xây dựng hình ảnh doanh nghiệp Việt Nam chuyên nghiệp, đáng tin cậy trên thị trường Bắc Âu.

Rào cản về xuất xứ hàng hóa

Bên cạnh sở hữu trí tuệ, xuất xứ hàng hóa là yếu tố có vai trò quyết định trong việc xác định quyền hưởng ưu đãi thuế quan khi xuất khẩu sang Na Uy. Do Việt Nam và Na Uy cùng nằm trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EFTA (European Free Trade Association), hàng hóa Việt Nam có thể được hưởng mức thuế suất ưu đãi nếu đáp ứng đầy đủ quy tắc xuất xứ theo quy định của hiệp định.

Theo đó, doanh nghiệp Việt Nam phải chứng minh hàng hóa có tỷ lệ giá trị gia tăng nội địa hoặc quy trình sản xuất tại Việt Nam đạt mức tối thiểu theo tiêu chuẩn của EFTA. Hồ sơ bắt buộc phải có Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa mẫu EUR.1 (C/O form EUR.1) do cơ quan có thẩm quyền tại Việt Nam cấp. Bất kỳ sai sót nào trong việc kê khai, cấp chứng nhận hoặc không chứng minh được nguồn gốc xuất xứ đều có thể khiến hàng hóa mất quyền hưởng ưu đãi thuế quan và phải chịu mức thuế nhập khẩu cao hơn đáng kể.

Không chỉ vậy, Na Uy còn thực hiện cơ chế kiểm tra hậu kiểm về xuất xứ rất nghiêm ngặt. Nếu phát hiện doanh nghiệp Việt Nam khai báo không chính xác, gian lận hoặc cung cấp tài liệu thiếu minh bạch, cơ quan hải quan Na Uy có quyền tạm dừng thông quan, yêu cầu bổ sung chứng từ hoặc tiến hành điều tra trực tiếp tại Việt Nam. Điều này có thể gây ra sự chậm trễ trong giao hàng, tăng chi phí lưu kho, ảnh hưởng đến uy tín và quan hệ đối tác thương mại.

Để hạn chế rủi ro, doanh nghiệp Việt Nam cần nắm vững các quy định về quy tắc xuất xứ trong hiệp định EFTA, xây dựng hệ thống theo dõi và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu minh bạch, đồng thời phối hợp chặt chẽ với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) hoặc các cơ quan quản lý xuất nhập khẩu để được hướng dẫn, xác nhận đúng quy định.

Có thể thấy, rào cản về sở hữu trí tuệ và xuất xứ hàng hóa tại Na Uy không chỉ mang tính kỹ thuật mà còn phản ánh đòi hỏi cao về tính minh bạch, trung thực và tuân thủ pháp luật trong thương mại quốc tế. Việc hiểu rõ và đáp ứng nghiêm túc các yêu cầu này sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam tăng khả năng tiếp cận bền vững vào thị trường Na Uy, đồng thời củng cố vị thế của hàng hóa Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu đang ngày càng đề cao yếu tố pháp lý và đạo đức kinh doanh.

8. Kết luận

Na Uy được đánh giá là một trong những thị trường tiềm năng và ổn định hàng đầu tại

khu vực Bắc Âu, với sức mua cao, hệ thống phân phối minh bạch và người tiêu dùng có xu hướng ưa chuộng các sản phẩm chất lượng, thân thiện môi trường. Tuy nhiên, đây cũng là thị trường có mức độ chọn lọc cao và yêu cầu nghiêm ngặt trong tất cả các khâu từ nhập khẩu, lưu thông hàng hóa cho đến hậu kiểm. Đặc biệt, hệ thống rào cản phi thuế quan (NTBs) của Na Uy được xây dựng dựa trên tiêu chuẩn châu Âu và mang tính bao quát, trải dài từ tiêu chuẩn kỹ thuật (TBT), kiểm dịch động – thực vật (SPS), quy định môi trường, lao động – xã hội đến yêu cầu về xuất xứ và sở hữu trí tuệ.

Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng vào chuỗi cung ứng toàn cầu, việc xuất khẩu hàng hóa sang Na Uy không chỉ là cơ hội mở rộng thị trường mà còn là thước đo năng lực cạnh tranh quốc tế của doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, để tận dụng được cơ hội này, doanh nghiệp cần chủ động nâng cao năng lực tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng và tính minh bạch trong hoạt động sản xuất – thương mại.

Trước hết, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động cập nhật thông tin pháp lý và quy định nhập khẩu của Na Uy thông qua các cổng thông tin chính thức như Cơ quan An toàn Thực phẩm Na Uy (Mattilsynet), Cơ quan Tiêu chuẩn Na Uy (Standards Norway) và Hải quan Na Uy (Norwegian Customs). Việc nắm rõ quy định giúp doanh nghiệp xác định chính xác các yêu cầu về kỹ thuật, vệ sinh, môi trường, nhãn mác và bao bì, đồng thời chuẩn bị hồ sơ chứng từ phù hợp ngay từ giai đoạn tiền xuất khẩu, tránh rủi ro bị chậm thông quan hoặc từ chối nhập khẩu.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên đầu tư xây dựng hệ thống quản lý chất lượng đạt chuẩn quốc tế, đồng thời đạt được các chứng nhận phù hợp với yêu cầu thị trường Na Uy và EU, chẳng hạn như ISO 9001 (chất lượng), ISO 22000 hoặc HACCP (an toàn thực phẩm), CE (tiêu chuẩn kỹ thuật châu Âu), SA8000 hoặc BSCI (trách nhiệm xã hội). Các chứng nhận này không chỉ là minh chứng cho năng lực tuân thủ mà còn là “giấy thông hành” giúp doanh nghiệp tiếp cận dễ dàng hơn với các nhà nhập khẩu lớn tại Bắc Âu.

Ngoài ra, trong bối cảnh toàn cầu chuyển hướng sang phát triển bền vững và kinh tế xanh, việc xây dựng chuỗi cung ứng minh bạch, có khả năng truy xuất nguồn gốc và công bố thông tin ESG (Môi trường – Xã hội – Quản trị) ngày càng trở thành tiêu chí bắt buộc. Doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng tới các yếu tố xã hội và môi trường trong hoạt động sản xuất, đặc biệt là điều kiện lao động, giảm phát thải carbon, quản lý chất thải và sử dụng năng lượng hiệu quả, nhằm đáp ứng các yêu cầu từ Luật Minh bạch (Transparency Act) và các tiêu chuẩn đạo đức của Na Uy.

Đồng thời, việc thiết lập mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với nhà nhập khẩu và đối tác phân phối Na Uy cũng đóng vai trò quan trọng. Các đối tác này thường có kinh nghiệm và hiểu biết sâu về quy trình kiểm định, chứng nhận, dán nhãn và tái chế sản phẩm theo quy định của Na Uy và Liên minh châu Âu. Việc phối hợp hiệu quả không chỉ giúp đảm bảo hàng hóa Việt Nam được lưu hành thuận lợi trên thị trường, mà còn tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tham gia lâu dài vào chuỗi cung ứng khu vực Bắc Âu – vốn nổi tiếng với tiêu chuẩn khắt khe nhưng cũng rất ổn định và có giá trị cao.

Tổng thể, việc tuân thủ tốt các rào cản phi thuế quan của Na Uy không nên được nhìn nhận như một trở ngại, mà là một quá trình nâng tầm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Khi đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về kỹ thuật, xã hội và môi trường, doanh nghiệp không chỉ vượt qua các thách thức trong ngắn hạn mà còn xây dựng hình ảnh “nhà cung cấp đáng tin cậy, bền vững và có trách nhiệm” trong mắt người tiêu dùng và đối tác Bắc Âu. Đây chính là bước đi chiến lược giúp hàng hóa Việt Nam khẳng định vị thế tại Na Uy, đồng thời mở rộng cơ hội tiếp cận các thị trường cao cấp khác trong khu vực châu Âu.

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

Thuế nhập khẩu

Na Uy, cùng với Thụy Sĩ, Iceland và Liechtenstein, là một thành viên của Hiệp định Thương mại Tự do Châu Âu (EFTA). Các thành viên EFTA, ngoại trừ Thụy Sĩ, tham gia vào Thị trường chung của Liên minh (EU) thông qua hiệp định Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA). Na Uy áp dụng thuế suất ưu đãi cho các thành viên EEA. Với tư cách là một bên ký kết EEA, Na Uy áp dụng hầu hết các quyền và nghĩa vụ của các quốc gia thành viên EU, ngoại trừ trong lĩnh vực nông nghiệp và thủy sản.

Có thể tham khảo biểu thuế hải quan của EU tại đây:

<https://www.toll.no/en/corporate/>

Tất cả các sản phẩm vào EU/EEA được phân loại theo mã thuế quan mang thông tin về:

- Thuế suất và các khoản thu khác đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.
- Thông tin về bất kỳ biện pháp bảo vệ hiện hành nào (ví dụ: chống bán phá giá).
- Thống kê ngoại thương.
- Thủ tục xuất nhập khẩu và các yêu cầu phi thuế quan khác.

Khi sản phẩm vào Liên minh Châu Âu, chúng cần được khai báo với cơ quan hải quan theo phân loại của chúng trong Danh mục kết hợp. Tất cả các sản phẩm vào Liên minh Châu Âu được phân loại theo mã thuế quan mang thông tin về thuế suất và các loại thuế khác đối với hàng hóa xuất nhập khẩu, bất kỳ biện pháp bảo hộ áp dụng nào (ví dụ: chống bán phá giá); thống kê ngoại thương, thủ tục xuất nhập khẩu và các yêu cầu phi thuế quan khác.

Hệ thống phân loại của EU bao gồm ba thành phần tích hợp. Thành phần đầu tiên là Hệ thống hài hòa (Danh mục mã HS), là một danh pháp do Tổ chức Hải quan Thế giới phát triển bao gồm 5.000 nhóm hàng hóa và được tổ chức theo cấu trúc phân cấp theo

phần, chương (2 chữ số), tiêu đề (4 chữ số) và phân nhóm (6 chữ số). Thành phần thứ hai là Danh pháp kết hợp, bổ sung các mã và thông tin cụ thể của Liên minh Châu Âu, đóng vai trò là hệ thống mã hóa tám chữ số của Liên minh Châu Âu (tức là các mã Hệ thống hài hòa với các phân khu cụ thể khác của Liên minh Châu Âu). Đây là biểu thuế hải quan chung của Liên minh châu Âu và cung cấp số liệu thống kê cho thương mại cả trong Liên minh châu Âu và giữa Liên minh châu Âu với phần còn lại của thế giới. Thành phần thứ ba là Biểu thuế tích hợp (Tarif Intégré de la Communauté hoặc TARIC) cung cấp thông tin về tất cả các chính sách thương mại và các biện pháp thuế quan áp dụng cho các hàng hóa cụ thể trong Liên minh Châu Âu (ví dụ: thuế tạm ngừng và thuế chống bán phá giá). Nó bao gồm mã tám chữ số của Danh pháp kết hợp cộng với hai chữ số bổ sung (tiêu đề phụ TARIC). Thông tin về Danh pháp kết hợp được cập nhật hàng năm và có thể tìm thấy trên trang web của Ủy ban Châu Âu.

Các nhà xuất khẩu quốc tế nên tham khảo Biểu thuế tích hợp, được cập nhật hàng ngày, để xác định các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào lãnh thổ hải quan của Liên minh Châu Âu. Biểu thuế tích hợp có thể được tìm kiếm theo quốc gia xuất xứ, mã Hệ thống hài hòa và mô tả sản phẩm trên trang web tương tác của Tổng cục Thuế EU và Liên minh Hải quan.

Mức thuế trung bình (không tính sản phẩm nông nghiệp): Các hoạt động xuất nhập khẩu được thực hiện trong Khu vực kinh tế chung châu Âu EEA được miễn thuế. Biểu thuế hải quan chung của Liên minh châu Âu áp dụng cho hàng hóa có nguồn gốc bên ngoài châu Âu. Nhìn chung, mức thuế tương đối thấp, đặc biệt đối với các sản phẩm công nghiệp (trung bình 4,2%).

Các sản phẩm có mức thuế hải quan cao là các sản phẩm dệt may và sản phẩm trong lĩnh vực công nghiệp thực phẩm (thuế trung bình 17,3%).

Ưu đãi thuế: các ưu đãi về thuế được cấp cho các sản phẩm đến từ các quốc gia có ký kết các hiệp định thương mại với Na Uy nói riêng và với EU nói chung.

Cách tính thuế: tính theo giá hàng hóa theo hình thức CIF.

Cách thức thanh toán các khoản phí hải quan: các khoản thuế và phí được thanh toán bằng tiền mặt (bằng Euro, séc, chuyển tiền mặt, chuyển khoản). Việc gia hạn thời hạn thanh toán có thể được thực hiện thông qua hệ thống tín dụng nhờ thu hoặc tín dụng thuế.

Thuế nhập khẩu (không bao gồm thuế tiêu dùng): mức thuế áp dụng đối với sản phẩm từ các nước ngoài châu Âu tương đối thấp, đặc biệt là đối với hàng hóa sản xuất (trung bình là 4,2% đối với thuế suất chung). Tuy nhiên các mặt hàng dệt may có mức thuế suất cao và hệ thống hạn ngạch riêng, cũng như đối với ngành công nghiệp chế biến thực phẩm có mức thuế suất trung bình 17,3% và đi kèm quy định về hạn ngạch thuế quan, về xuất xứ sản phẩm.

Ngoài ra một số loại thuế nhập khẩu khác được áp dụng vào thời điểm hàng hóa được nhập khẩu vào EU. Các loại thuế này có thể bao gồm thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế năng lượng, v.v. các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể sử dụng các cơ sở lưu kho để tránh hoặc hoãn thanh toán các loại thuế nhập khẩu này.

Hàng rào thương mại

Thương mại của Na Uy được điều chỉnh bởi một số hiệp định và quy tắc mà Na Uy tham gia ký kết, chẳng hạn như hiệp định Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA) và các hiệp định của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Các quy tắc phải tuân theo đưa ra các điều kiện để bán hàng hóa và dịch vụ, bao gồm thuế và thuế phải trả vào giá mà người tiêu dùng ở Na Uy phải trả.

Cộng đồng Châu Âu đã tạo ra hệ thống Thông tin về Biểu thuế Ràng buộc (BTI) như một công cụ để có được sự phân loại thuế quan chính xác cho hàng hóa xuất khẩu hoặc nhập khẩu. Trước khi vận chuyển bất kỳ hàng hóa nào, vui lòng tham khảo ý kiến Hải quan Na Uy.

Đối với sản phẩm hữu cơ, luật của EU yêu cầu thực phẩm hữu cơ nhập khẩu từ các

nước thứ ba phải được sản xuất theo các tiêu chuẩn tương tự như từ EU.

Nhìn chung, Na Uy đã thực hiện hoặc đang trong quá trình thực hiện hầu hết các các chính sách và quy định trong hoạt động thương mại của EU. Thị trường của Na Uy, ngoại trừ các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm chế biến, là nói chung là mở rộng với các đối tác nước ngoài. Na Uy đã tiếp tục đơn phương dỡ bỏ thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm công nghiệp nền tảng.

Riêng đối với sản phẩm nông nghiệp, mặc dù chỉ chiếm hơn 1% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) một chút, nhưng Na Uy luôn nhấn mạnh tầm quan trọng của "các mối quan tâm phi thương mại", bao gồm an ninh lương thực, bảo vệ môi trường, việc làm ở nông thôn và duy trì định cư ở các khu vực dân cư thưa thớt là lý do cho việc bảo hộ trong lĩnh vực nông nghiệp. Mức hỗ trợ cao cung cấp hỗ trợ cho các nhà sản xuất nông nghiệp luôn nằm trong mức cao nhất thế giới.

Mức thuế cao trong nhiều lĩnh vực vẫn còn là một trở ngại để tiếp cận thị trường. Trong các lĩnh vực nhất định, các rào cản phi thuế quan như các yêu cầu cấp phép và yêu cầu nhập khẩu quá nặng nề có thể gây cản trở thương mại giữa 2 nước. Việc kiểm soát giá và thuế tiêu thụ đặc biệt dựa trên một cơ cấu thuế cực kỳ phức tạp, tác động tiêu cực lên một số lĩnh vực.

Ngoài mức thuế cao, các chính sách khác của Na Uy vẫn tiếp tục áp đặt những rào cản cho việc nhập khẩu. Chẳng hạn như những quy định liên quan đến đăng ký chất lượng thực phẩm và nhãn mác đòi hỏi tốn nhiều thời gian và chi phí đối với các nhà cung ứng thực phẩm. Các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh (SPS) tiếp tục là mối quan ngại của các nhà xuất khẩu nước ngoài.

Na Uy và EU có một loạt các sáng kiến mới nhằm thúc đẩy nền kinh tế tuần hoàn và chống ô nhiễm do nhựa, bao gồm cả xả rác ở biển. Theo đó khái niệm kinh tế tuần hoàn làm điểm khởi đầu để đề xuất sự thay đổi chung trong các chính sách về sản phẩm của Liên minh Châu Âu. Ý tưởng cơ bản là nguyên liệu thô, sản phẩm và dịch vụ

đều có thể và nên được tái sử dụng nhiều lần - không chỉ cho mục đích dự kiến ban đầu mà còn cho các mục đích khác thông qua tái sử dụng và tái chế. Điều này liên quan đến việc chú trọng nhiều hơn vào các mô hình nền kinh tế chia sẻ, cho thuê, tái sử dụng, sửa chữa, tân trang và tái chế các vật liệu và sản phẩm hiện có càng lâu càng tốt nhằm nỗ lực kéo dài vòng đời của sản phẩm.

Khung chính sách sản phẩm bền vững với ba vấn đề cơ bản chính: các hành động về thiết kế sản phẩm, trao quyền cho người tiêu dùng và về các quy trình sản xuất bền vững hơn. Trong đó thiết lập một khuôn khổ về các yêu cầu sinh thái bắt buộc đối với các sản phẩm liên quan đến năng lượng ở EU; sửa đổi luật bảo vệ người tiêu dùng để mang lại nhiều quyền lực và khả năng tiếp cận thông tin hơn cho người tiêu dùng, và lồng ghép khái niệm sản xuất tuần hoàn này vào các chính sách công nghiệp và luật phát thải công nghiệp của Liên minh Châu Âu.

Các quy định mới đối với các sản phẩm được mong đợi tác động đáng kể đến lượng khí thải trên toàn EU, bao gồm liên quan đến sản phẩm điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông, pin, xe cộ, bao bì, nhựa, dệt may, xây dựng, chất thải thực phẩm và chất dinh dưỡng; cho các mục tiêu giảm thiểu chất thải để đáp ứng các mục tiêu của toàn Liên minh châu Âu; và đối với nguyên liệu thô để ngăn chặn việc xuất khẩu chất thải sang các nước ngoài Liên minh Châu Âu.

Các quy định về các loại pin và ắc quy đã được thông qua vào năm 2006. Nó áp dụng cho tất cả các loại pin và ắc quy được bán trên thị trường EU, bao gồm cả pin ô tô, công nghiệp và điện thoại di động. Quy định bảo vệ môi trường bằng cách hạn chế bán pin và ắc quy có chứa thủy ngân hoặc cadimi (không tính đến các loại pin dành cho các hệ thống khẩn cấp và báo động, thiết bị y tế và dụng cụ điện không dây) và thúc đẩy mức độ thu gom và tái chế pin. Quy định đặt ra trách nhiệm cho các nhà sản xuất trong việc tài trợ các chi phí liên quan đến việc thu gom, xử lý và tái chế pin và ắc quy đã qua sử dụng. Chỉ thị bao gồm các điều khoản về ghi nhãn pin và khả năng tách rời khỏi thiết bị. Dự kiến sẽ ban hành quy định mới liên quan đến pin. Luật mới sẽ mở rộng

đáng kể phạm vi của khung pháp lý hiện hành để thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn nhanh và triệt để hơn. Quy định này sẽ tạo ra các loại hiệu suất khí thải carbon và ngưỡng vòng đời tối đa của các loại pin, đưa ra các yêu cầu về nội dung tái chế tối thiểu và tạo “hộ chiếu pin” để cho phép các nhà chế tạo có thể truy cập thông tin về pin để tạo điều kiện sửa chữa và tái sử dụng.

Về hóa chất, EU có nhiều quy định như: Quy định về Đăng ký, Cấp phép Đánh giá và Hạn chế Hóa chất (REACH), và Quy định về Phân loại, Ghi nhãn và Đóng gói các Chất Nguy hiểm (CLP). Trong thời gian tới, EU có thể sẽ đưa ra một loạt các khái niệm mới và các thay đổi về thủ tục đối với REACH và CLP. Đáng chú ý nhất, nó sẽ rời khỏi mô hình đánh giá hóa chất theo từng trường hợp hiện tại để chuyển sang cách tiếp cận chung và đồng nhất hơn, theo đó nó sẽ phân nhóm các hóa chất và áp dụng các hạn chế đối với các nhóm này. Việc xác định thời điểm cho phép sử dụng các hóa chất bị hạn chế khác sẽ dựa trên khái niệm “sử dụng thiết yếu”. Các hành động tiếp theo nhằm tạo sự phát triển bền vững bao gồm phát triển và thúc đẩy “phương pháp tiếp cận bền vững theo thiết kế” để đưa hóa chất ra thị trường nhằm khuyến khích thay thế một số hóa chất có nguy cơ cao; phát triển các phương pháp luận mới để đo lường các tác động trong vòng đời của hóa chất; hành động mạnh mẽ hơn chống lại các chất gây rối loạn nội tiết; giới thiệu “hệ số đánh giá hỗn hợp” trong quá trình đánh giá an toàn của các chất; giải quyết ô nhiễm bởi các chất per- và polyfluoroalkyl tổng hợp; và ngày càng nỗ lực để đảm bảo tuân thủ.

Quy định về phân loại, ghi nhãn và đóng gói các chất nguy hiểm bắt buộc các nhà sản xuất phải phân loại, dán nhãn và đóng gói (bao gồm cả các sản phẩm có chứa các chất này) các chất độc hại theo yêu cầu của quy định. Đối với một số chất độc hại nhất định, Ủy ban Châu Âu sẽ áp đặt một phân loại chung, có thể ảnh hưởng đến nhu cầu trong Liên minh Châu Âu đối với những chất này. Nó cũng có thể kích hoạt các biện pháp kiểm soát đối với từng sản phẩm cụ thể.

Quy định về rác thải thiết bị điện và điện tử của EU mặc dù không yêu cầu thủ tục hải

quan hoặc giấy tờ nhập khẩu cụ thể, nhưng có thể dẫn đến nghĩa vụ tài chính đối với các nhà xuất khẩu nước ngoài. Chỉ thị về thiết bị điện và điện tử thải (WEEE) yêu cầu các nhà xuất khẩu đăng ký các sản phẩm có liên quan với cơ quan quốc gia hoặc sắp xếp để đối tác địa phương thực hiện việc đăng ký này. Nó cũng yêu cầu các nhà sản xuất thông báo cho người tiêu dùng rằng sản phẩm của họ nên được tái chế bằng cách đưa biểu tượng “thùng rác có bánh xe bị gạch chéo” trên sản phẩm hoặc bao bì.

Chỉ thị Hạn chế Các Chất Nguy hiểm trong Thiết bị Điện và Điện tử (RoHS) áp đặt các hạn chế đối với việc sử dụng một số hóa chất trong thiết bị điện và điện tử và áp dụng cho gần như tất cả các sản phẩm yêu cầu nguồn điện trừ khi áp dụng một loại trừ hoặc miễn trừ cụ thể. Các nhà xuất khẩu nước ngoài chứng nhận một sản phẩm đáp ứng các yêu cầu của luật này bằng cách gắn dấu CE cho sản phẩm của họ. Nhà xuất khẩu phải giữ lại hồ sơ sản phẩm để báo cáo trong trường hợp bị kiểm tra.

Đối với các mặt hàng bao gồm các sản phẩm động vật hoặc phụ phẩm, các quốc gia thành viên EU yêu cầu các lô hàng phải có giấy chứng nhận do cơ quan có thẩm quyền của nước xuất khẩu cấp. Điều này áp dụng bất kể sản phẩm dành cho người, dùng trong dược phẩm hay hoàn toàn không dùng cho người (ví dụ: sinh phẩm thú y, thức ăn gia súc, phân bón và nghiên cứu). Hầu hết các chứng chỉ này là thống nhất trong toàn Liên minh Châu Âu. Gần đây nhất, các chứng chỉ đang được hài hòa hóa cho một loạt các sản phẩm đã qua chế biến cao, bao gồm chondroitin sulphat, axit hyaluronic, các sản phẩm sụn thủy phân, chitosan, glucosamine, rennet, isinglass và axit amin. Ngoài các chứng chỉ sức khỏe được yêu cầu hợp pháp của EU, một số chứng chỉ khác được sử dụng trong thương mại quốc tế. Các chứng chỉ này, cũng có thể được hài hòa trong luật của EU, chứng nhận xuất xứ cho các mục đích hải quan và các thuộc tính chất lượng nhất định.

Giấy phép nhập khẩu tiếp tục được áp dụng cho một số sản phẩm.

Các yêu cầu và chứng từ nhập khẩu

Biểu thuế tích hợp có thể giúp nhà xuất khẩu nước ngoài xác định xem có cần phải có giấy phép cho một sản phẩm cụ thể hay không khi nhập hàng vào Na Uy. Ủy ban Châu Âu duy trì sự phối hợp với Bộ phận trợ giúp thương mại của Liên minh Châu Âu, nơi có thể tìm thấy thông tin bằng cách sử dụng mã Hệ thống hài hòa để xác định, cũng như các thông tin khác, như các yêu cầu tiềm năng, thuế quan, các quy tắc nhập khẩu và thuế của Liên minh Châu Âu.

Hàng hóa được đưa vào lãnh thổ hải quan của Liên minh Châu Âu, kể từ khi nhập cảnh, phải chịu sự giám sát hải quan cho đến khi hoàn thành thủ tục hải quan. Tất cả các hàng hóa phải khai trong Tờ khai hải quan, được nộp cho cơ quan hải quan sau khi các mặt hàng đã được xuất trình cho các quan chức hải quan. Tuy nhiên, cơ quan hải quan có thể cho phép khoảng thời gian hoàn thành tờ khai này, thời hạn này không thể kéo dài quá ngày làm việc đầu tiên sau ngày hàng hóa được xuất trình cho hải quan.

Tờ khai hải quan được người đưa hàng hóa vào lãnh thổ hải quan của Liên minh Châu Âu thực hiện, hoặc do bất kỳ người nào chịu trách nhiệm vận chuyển hàng hóa sau khi nhập cảnh đó, hoặc người được ủy quyền thực hiện.

Tờ khai hải quan có thể được lập theo mẫu do cơ quan hải quan cung cấp. Tuy nhiên, cơ quan hải quan cũng có thể cho phép sử dụng bất kỳ tài liệu thương mại hoặc chính thức nào có chứa thông tin cụ thể tương tự cần thiết để xác định thông tin hàng hóa. Biểu mẫu hải quan SAD (Mẫu C88) mô tả hàng hóa và sự di chuyển của chúng trên khắp thế giới và rất cần thiết cho thương mại bên ngoài Liên minh Châu Âu hoặc thương mại hàng hóa không thuộc EU. Nó bao gồm cả thuế hải quan và VAT và có giá trị ở tất cả các Quốc gia Thành viên EU. Việc khai báo được thực hiện bởi bất kỳ ai thực hiện việc thông quan hàng hóa, thông thường là người nhập khẩu hoặc một đại lý thay mặt cho người nhập khẩu.

Các quốc gia thuộc Hiệp hội Thương mại Tự do Châu Âu, bao gồm Na Uy, Iceland, Thụy Sĩ và Liechtenstein cũng sử dụng mẫu tờ khai hải quan này. Thông tin về các

biểu mẫu xuất nhập khẩu có trong Quy định do Ủy ban Ủy quyền (EU) số 2015/2446.

Liên minh thuế quan của Liên minh châu Âu, có hiệu lực từ năm 1968, có vai trò quan trọng đối với sự lưu thông của hàng hóa và dịch vụ giữa các Quốc gia Thành viên. Năm 2013, Liên minh Châu Âu đã thông qua Bộ luật Hải quan của Liên minh, là khuôn khổ pháp lý cho các hoạt động xuất – nhập khẩu hàng hóa nhằm hiện đại hóa hải quan của EU. Mục tiêu của bộ luật là cung cấp một khuôn khổ toàn diện cho các quy tắc và thủ tục hải quan trong lãnh thổ EU và tạo ra một hệ thống liên minh thuế quan hoàn toàn tự động và không cần giấy tờ.

Với các quy tắc và thủ tục hải quan chung trên toàn Liên minh Châu Âu, các cơ quan hải quan của các quốc gia thành viên không phải lúc nào cũng áp dụng chúng một cách nhất quán về thuế và thủ tục hải quan, tạo ra sự phân mảnh và thêm gánh nặng hành chính. Do vậy Bộ luật Hải quan của Liên minh tạo cơ sở cho những thay đổi về cơ cấu và hành chính đối với chính sách, thủ tục hải quan.

Bộ luật Hải quan Liên minh cũng yêu cầu các quốc gia thành viên chuyển sang hệ thống hải quan điện tử. Hệ thống bao gồm mười bảy thành phần riêng biệt nhưng được kết nối với nhau và ban đầu dự kiến sẽ được đưa vào sử dụng vào cuối năm 2020. Trong khi một số hệ thống hiện đang được sử dụng hoặc dự kiến sẽ hoạt động vào tháng 12/2020, một số thành phần bị chậm lại do mức độ phức tạp khi vận hành và khung thời gian đã được gia hạn đối với một số điều khoản cho đến năm 2022 và các điều khoản khác cho đến năm 2025.

Kể từ ngày 01/7/2009, tất cả các công ty được thành lập bên ngoài Liên minh Châu Âu phải có Mã số Đăng ký và Nhận dạng (Mã EORI) nếu họ muốn nộp làm thủ tục hải quan khi nhập hàng vào châu Âu. Tất cả các công ty nước ngoài nên sử dụng số EORI để làm thủ tục hải quan. Các cơ quan hải quan của quốc gia thành viên EU có thể yêu cầu nộp các tài liệu bổ sung cùng với yêu cầu chính thức về số EORI. Khi một công ty đã nhận được số EORI, công ty có thể sử dụng nó để xuất khẩu sang bất kỳ quốc gia

thành viên nào khác trong liên minh.

Là một liên minh thuế quan, các quốc gia EU được hưởng lợi từ các thủ tục nhập khẩu được đơn giản rất nhiều. Chỉ còn lại một số rất ít khác biệt giữa 28 quốc gia thành viên.

Tại Na Uy, các doanh nghiệp nên tìm đến các cơ quan thẩm quyền hoặc các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp để được hướng dẫn các vấn đề sau:

- Nơi nộp hồ sơ nhập khẩu chính thức và duy nhất.
- Tìm kiếm khu vực thương mại tự do để hưởng được các ưu đãi.
- Được hướng dẫn cách xin giấy phép nhập khẩu.
- Hướng dẫn thủ tục kiểm tra động vật sống và các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật.
- Cơ quan và thủ tục kiểm dịch động – thực vật.
- Kiểm soát thực phẩm sức khỏe và thức ăn chăn nuôi.
- Các tiêu chuẩn và yêu cầu trong tiếp thị hàng nông sản và thủy sản.
- Thủ tục kiểm soát buôn bán hóa chất, phân bón và chất thải.
- Các tiêu chuẩn về hóa kỹ thuật.
- Các yêu cầu đóng gói và ghi nhãn.

Hàng mẫu được miễn tất cả các nghĩa vụ thuế và VAT. Hàng mẫu cũng không cần có giấy chứng nhận xuất xứ khi nhập khẩu. Chỉ cần có Vận đơn hàng không tiêu chuẩn hoặc vận đơn và hóa đơn thương mại.

Hàng mẫu nhập khẩu có giá trị thương mại thuộc sở hữu của cá nhân ở nước ngoài cũng có thể được miễn phí hải quan. Nhà nhập khẩu phải đóng tiền thế chân với số tiền phải trả cho các nghĩa vụ thuế và phí cộng thêm 10%. Những hàng mẫu đó không được phép bán, không được đưa vào sử dụng bình thường (trừ mục đích trình diễn) hoặc sử dụng dưới bất kỳ hình thức nào để nhận thù lao. Thủ tục (thuốc dùng cho người, chất

thải, thực vật hoặc động vật sống). Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập Bộ phận trợ giúp thương mại của Ủy ban Châu Âu.

Các sản phẩm hàng hóa nhập khẩu vào Na Uy phải tuân thủ theo các quy định của Châu Âu nhằm bảo vệ sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng và bảo đảm không gây hại môi trường. Ngoài ra đôi khi các sản phẩm còn phải tuân theo các yêu cầu bổ sung có thể có tại Na Uy.

Luật pháp và tiêu chuẩn của EU được tạo ra và có sự thống nhất cao giữa các quốc gia thành viên nhằm cho phép hàng hóa lưu thông tự do. Luật pháp quy định hàng hóa phải sử dụng dấu CE thống nhất trên toàn lãnh thổ EU.

Thiết lập tiêu chuẩn của EU là một quá trình dựa trên sự đồng được thực hiện bởi các cơ quan tiêu chuẩn độc lập, hoạt động ở cấp quốc gia ở châu Âu hoặc quốc tế. EU cũng khuyến khích mạnh mẽ đối với các tổ chức phi chính phủ tham gia quá trình thiết lập và đánh giá các tiêu chuẩn này, chẳng hạn như các nhóm hoạt động môi trường, nhóm bảo vệ người lao động và người tiêu dùng...

Nhiều tiêu chuẩn ở EU được thông qua từ các cơ quan tiêu chuẩn quốc tế như Tổ chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO). Việc soạn thảo các tiêu chuẩn cụ thể của EU do ba tổ chức tiêu chuẩn châu Âu phụ trách: là Ủy ban tiêu chuẩn Châu Âu (CEN) <https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>; Ủy ban tiêu chuẩn hóa SP điện tử Châu Âu (CENELEC) <https://www.cenelec.eu>; Viện Tiêu chuẩn Viễn thông Châu Âu (ETSI): <http://etsi.org/>.

Các tiêu chuẩn được tạo ra hoặc sửa đổi bởi các chuyên gia trong các Ủy ban kỹ thuật hoặc Nhóm công tác của các cơ quan này. Các thành viên của CEN và CENELEC là các cơ quan tiêu chuẩn quốc gia tại các Quốc gia Thành viên. ETSI khác biệt ở chỗ được phép tham gia trực tiếp vào các ủy ban kỹ thuật của mình từ các công ty không thuộc EU nhưng có lợi ích ở Châu Âu và cung cấp miễn phí trong việc đánh giá một số tiêu chuẩn cá nhân trên trang web của mình.

Ngoài ba tổ chức trên, Ủy ban Châu Âu đóng một vai trò quan trọng trong việc tiêu chuẩn hóa thông qua việc tài trợ cho sự tham gia vào quá trình tiêu chuẩn hóa của các công ty vừa và nhỏ và các tổ chức phi chính phủ, chẳng hạn như các nhóm môi trường, lao động và người tiêu dùng.

Đối với các sản phẩm thông tin, truyền thông và công nghệ (ICT), tầm quan trọng của các tiêu chuẩn về khả năng tương tác đã được công nhận. Thông qua một cơ chế các cấp thẩm quyền của EU sẽ quyết định loại hàng hóa nào được phân phối.

Chứng nhận sản phẩm

Đề bán sản phẩm tại thị trường EU gồm 28 Quốc gia thành viên cũng như EEA/EFTA (Na Uy, Liechtenstein Iceland, Thụy Sĩ) và Thổ Nhĩ Kỳ, các nhà xuất khẩu bắt buộc phải áp dụng dấu CE.

Các sản phẩm được sản xuất theo các tiêu chuẩn được CEN, CENELEC hoặc ETSI thông qua và được tham chiếu trên công báo là các tiêu chuẩn phù hợp với các yêu cầu của EU. Đáp ứng những điều kiện này, sản phẩm sẽ được phép lưu hành tự do trong EU và EFTA.

Tiêu chuẩn nông sản

Việc thiết lập các quy tắc và tiêu chuẩn trong lĩnh vực nông sản và thực phẩm đã áp dụng từ rất lâu và rất nghiêm ngặt trong đó việc truy xuất nguồn gốc là yêu cầu bắt buộc trong toàn bộ chuỗi thức ăn và thực phẩm. Yêu cầu này nhằm bảo vệ người nông dân, người tiêu dùng cũng như bảo vệ môi trường của các quốc gia thành viên.

Các đầu mối liên lạc

CEN - Ủy ban tiêu chuẩn Châu Âu

Rue de la Science 23

B – 1040 Brussels, Belgium

Tel: 32.2.550.08.11

Fax: 32.2.550.08.19

CENELEC - Ủy ban tiêu chuẩn hóa SP điện tử Châu Âu

Rue de la Science 23

B – 1040 Brussels, Belgium

Tel: 32.2.519.68.71

Fax: 32.2.519.69.15

ETSI - Viện Tiêu chuẩn Viễn thông Châu Âu

Route des Lucioles 650

Sophia Antipolis

F-06560 Valbonne France

Tel: 33.4.92.94.42.00

Fax: 33.4.93.65.47.16

SBS - Cơ quan tiêu chuẩn dành cho doanh nghiệp nhỏ

Rue Jacques de Lalaing 4

B-1040 Brussels

Tel: 32.2/285.07.27

Fax : +32-2/230.78.61

ANEC – Hiệp hội người tiêu dùng châu Âu trong tiêu chuẩn hàng hóa.

Avenue de Tervueren 32, Box 27

B – 1040 Brussels, Belgium

Tel: 32.2.743.24.70

Fax: 32.2.706.54.30

ECOS – Tổ chức tiêu chuẩn hóa trong Môi trường của người dân Châu Âu.

Rue d'Edimbourg 26

B – 1050 Brussels, Belgium

Tel: 32.2.894.46.68

Fax: 32.2.894.46.10

EOTA - Tổ chức Đánh giá Kỹ thuật Châu Âu.

Avenue des Arts 40

B – 1040 Brussels, Belgium

Tel: 32.2.502.69.00

Tiêu chuẩn trong thương mại

Các sản phẩm nhập khẩu vào EU phải tuân thủ triệt để các quy định của Liên minh Châu Âu nhằm bảo vệ sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng và môi trường . Trong trường hợp các sản phẩm không được điều chỉnh bởi luật kỹ thuật cụ thể của EU, chúng luôn phải tuân theo Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung cũng như các yêu cầu bổ sung có thể có của quốc gia thành viên.

Mặc dù việc thống nhất hóa luật lệ của Liên minh Châu Âu có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận thị trường chung của Liên minh Châu Âu, nhưng các nhà sản xuất cần lưu ý rằng các quy định bắt buộc và các tiêu chuẩn kỹ thuật mang tính tự nguyện cũng có thể trở thành rào cản đối với thương mại khi các tiêu chuẩn của các quốc gia ngoài EU khác với các tiêu chuẩn của Liên minh Châu Âu.

Nhìn chung, việc thống nhất hóa các tiêu chuẩn của EU đã đơn giản hóa rất nhiều các quy định kỹ thuật giữa các quốc gia thành viên EU. Trước đó, mỗi quốc gia trong Liên minh Châu Âu đã phát triển các tiêu chuẩn riêng của mình thông qua cơ quan tiêu chuẩn quốc gia, dẫn đến các tiêu chuẩn, luật và quy trình đánh giá sự phù hợp khác

nhau và mâu thuẫn với nhau. Do đó, cần phải tạo ra một hệ thống tiêu chuẩn mới, tích hợp, của Châu Âu. Hệ thống mới cung cấp cho ba cơ quan tiêu chuẩn của EU để tạo ra các tiêu chuẩn ở cấp độ toàn Châu Âu: Ủy ban Tiêu chuẩn hóa Châu Âu (CEN), Ủy ban Châu Âu về Tiêu chuẩn Kỹ thuật Điện (CENELEC) và Viện Tiêu chuẩn Viễn thông Châu Âu (ETSI).

Các hoạt động của CEN bao gồm một loạt các lĩnh vực rộng lớn, còn CENELEC đề cập đến các tiêu chuẩn kỹ thuật điện, trong khi ETSI chuyên về viễn thông. Các thành viên chính của CEN và CENELEC là các cơ quan tiêu chuẩn quốc gia của quốc gia thành viên. Tư cách thành viên của ETSI được nhiều bên quan tâm hơn. Ba cơ quan này là các cơ quan duy nhất được công nhận có thể xây dựng hệ thống Tiêu chuẩn chung ở Châu Âu. Khi sự phát triển của Tiêu chuẩn chung châu Âu bắt đầu có hiệu lực thì việc phát triển tiêu chuẩn của từng quốc gia phải dừng lại. Tiêu chuẩn chung là tiêu chuẩn hỗ trợ luật pháp Châu Âu. Chúng đã được ủy quyền bởi Ủy ban Châu Âu, đã được phát triển bởi các Cơ quan Tiêu chuẩn Châu Âu, đáp ứng các yêu cầu thiết yếu về sức khỏe và an toàn.

Về mặt kỹ thuật, việc sử dụng tiêu chuẩn chung là tự nguyện. Nhà sản xuất có thể chọn sử dụng bộ tiêu chuẩn chung hoặc quyết định sử dụng tiêu chuẩn khác (ví dụ: tiêu chuẩn được phát triển bởi một trong nhiều tổ chức phát triển tiêu chuẩn có trụ sở tại Hoa Kỳ, Canada, Nhật Bản...) để đáp ứng các yêu cầu thiết yếu. Tuy nhiên, khi sử dụng tiêu chuẩn chung của EU, nhà sản xuất được coi là phù hợp với luật pháp của EU. Ngược lại, việc sử dụng một tiêu chuẩn không phải là tiêu chuẩn chung của EU sẽ đặt ra những trách nhiệm bổ sung khi muốn nhập sản phẩm vào thị trường này. Việc sử dụng các tiêu chuẩn khác với tiêu chuẩn chung của EU đặt ra trách nhiệm cho nhà sản xuất rằng cần chứng minh sản phẩm đáp ứng các yêu cầu thiết yếu. Bằng chứng này có thể được cung cấp bởi hồ sơ kỹ thuật của nhà sản xuất, do bên thứ ba thuê (ví dụ: nhà tư vấn hoặc nhà thử nghiệm) hoặc bằng sự kết hợp của cả hai.

Ngoài ba tổ chức phát triển tiêu chuẩn của EU, Ủy ban châu Âu cho phép sự tham gia của

các công ty EU vừa và nhỏ và các tổ chức phi chính phủ của EU, chẳng hạn như các nhóm hoạt động môi trường, lao động và người tiêu dùng, tham gia vào trình tiêu chuẩn hóa. Ủy ban Châu Âu cũng cung cấp tiền cho các cơ quan tiêu chuẩn châu Âu khi ủy ban yêu cầu xây dựng tiêu chuẩn cho các tiêu chuẩn thống nhất sẽ được liên kết với luật pháp của EU. Ủy ban yêu cầu CEN / CENELEC hoặc TSI phát triển các tiêu chuẩn.

Ngoài ra còn có một số tiêu chuẩn Châu Âu (EN) do CEN, CENELEC và ETSI phát triển không được Ủy ban yêu cầu và không nhất thiết phải xác định các yêu cầu thiết yếu. Về lý thuyết, việc sử dụng chúng là tự nguyện. Chúng có thể xác định các đặc điểm khác, chẳng hạn như độ bền, hình thức, mức chất lượng, hoặc thậm chí sở thích văn hóa. Chúng có thể là phương pháp thử hoặc hướng dẫn đo lường. Các tiêu chuẩn Châu Âu này thường có lợi thế được công nhận trên thị trường Châu Âu. Một tiêu chuẩn không xuất phát từ một trong các cơ quan tiêu chuẩn Châu Âu không phải lúc nào cũng được các công ty bảo hiểm, tổ chức cho vay, nhà bán lẻ, nhà phát triển, tổ chức giám sát thị trường, cơ quan đánh giá sự phù hợp và người tiêu dùng công nhận và có thể cản trở việc chấp nhận sản phẩm trên thị trường, đặc biệt khi tiêu chuẩn Châu Âu đã được áp dụng cho cùng một sản phẩm.

Cuối cùng, do Liên minh châu Âu thúc đẩy mạnh mẽ hệ thống quy định và tiêu chuẩn của mình, cũng như nguồn tài trợ hào phóng cho sự phát triển của nó, chế độ tiêu chuẩn của Liên minh châu Âu mở rộng ra ngoài biên giới của Liên minh châu Âu để bao gồm các thành viên liên kết (các quốc gia hy vọng trở thành thành viên đầy đủ trong tương lai).

Yêu cầu về nhãn mác và Ký hiệu

Có rất nhiều luật của EU liên quan đến việc đánh dấu, ghi nhãn và đóng gói sản phẩm ở Liên minh châu Âu. Bước đầu tiên các nhà xuất khẩu cần xác định đâu là quy định bắt buộc và đâu là tự nguyện trong luật đánh dấu, ghi nhãn và đóng gói có thể áp dụng cho một sản phẩm gia nhập Liên minh Châu Âu. Các quyết định liên quan đến các yêu

cầu bắt buộc về đánh dấu, ghi nhãn hoặc đóng gói đôi khi có thể được phụ thuộc vào từng quốc gia thành viên. Hơn nữa, nhãn hiệu và nhãn tự nguyện được sử dụng làm công cụ tiếp thị ở một số quốc gia thành viên nhưng không phải ở các quốc gia khác. Phần này chủ yếu tập trung vào các nhãn hiệu và nhãn bắt buộc thường thấy nhất trên các sản phẩm tiêu dùng và bao bì, thường liên quan đến các mối quan tâm về an toàn công cộng, sức khỏe hoặc môi trường. Nó cũng bao gồm tổng quan ngắn gọn về một số yêu cầu đóng gói bắt buộc, cũng như các nhãn hiệu hoặc nhãn tự nguyện phổ biến hơn được sử dụng tại các thị trường EU.

Việc phân biệt giữa nhãn hiệu và nhãn mác cũng rất quan trọng. Nhãn hiệu là một biểu tượng và/hoặc hình tượng xuất hiện trên một sản phẩm hoặc bao bì tương ứng của nó. Các phạm vi này bao gồm từ các dấu hiệu nguy hiểm đến các chỉ dẫn về các phương pháp tái chế và thải bỏ thích hợp. Mục đích của các nhãn hiệu như vậy là cung cấp cho các cơ quan giám sát thị trường, nhà nhập khẩu, nhà phân phối và người tiêu dùng thông tin liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu quả năng lượng và các vấn đề môi trường liên quan đến một sản phẩm. Mặt khác, nhãn xuất hiện dưới dạng văn bản viết hoặc báo cáo số, có thể được yêu cầu nhưng không nhất thiết phải được công nhận trên toàn cầu. Các nhãn thường chỉ ra thông tin cụ thể hơn về một sản phẩm, chẳng hạn như các phép đo hoặc chỉ dẫn về vật liệu có thể tìm thấy trong sản phẩm (chẳng hạn như trong vải hoặc pin).

Pháp luật Na Uy có quy định liên quan đến các yêu cầu ghi nhãn thực phẩm nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng. Điều quan trọng cần lưu ý là Na Uy đã thông qua nhiều quy định cụ thể về việc cung cấp thông tin thực phẩm cho người tiêu dùng.

Mục tiêu của việc dán nhãn thực phẩm ở Na Uy là đảm bảo rằng người tiêu dùng có quyền truy cập thông tin đầy đủ về nội dung và thành phần của sản phẩm, nhằm bảo vệ sức khỏe và lợi ích của người tiêu dùng. Ngoài ra còn thông tin chi tiết về một khía cạnh cụ thể của sản phẩm, chẳng hạn như nguồn gốc hoặc phương pháp sản xuất của sản phẩm. Một số thực phẩm, chẳng hạn như thực phẩm biến đổi gen, thực phẩm gây

dị ứng, thực phẩm dành cho trẻ sơ sinh hoặc thậm chí các loại đồ uống khác nhau, cũng phải tuân theo các quy định cụ thể.

Các nhà sản xuất nên lưu ý rằng tất cả các nhãn đều yêu cầu đơn vị hệ mét mặc dù việc dán nhãn kép cũng được chấp nhận. Việc sử dụng ngôn ngữ phải dễ hiểu, thường được hiểu là ngôn ngữ Na Uy. Ngoài ra cũng có thể sử dụng các thuật ngữ hoặc cách diễn đạt ở nước ngoài mà người tiêu dùng dễ hiểu.

Cũng cần lưu ý rằng khuôn khổ về an toàn thực phẩm của EU là toàn diện và là một trong những khuôn khổ nghiêm ngặt nhất trên thế giới. Khuôn khổ không chỉ bao gồm an toàn thực phẩm mà còn liên quan đến cả vấn đề về sức khỏe cho động – thực vật, quyền cho động vật. các quy định đảm bảo thực phẩm có thể truy xuất nguồn gốc trong toàn bộ chuỗi thực phẩm, từ trang trại, nơi thực phẩm được nuôi trồng, đến bàn ăn, nơi thực phẩm được tiêu thụ. Do đó, tất cả các tác nhân trong chuỗi cung ứng thực phẩm, bao gồm các nhà sản xuất và xuất khẩu ở các nước đang phát triển, đều tham gia vào việc đảm bảo rằng chỉ có thực phẩm an toàn mới vào thị trường EU. Theo quy định, việc ghi nhãn, quảng cáo và trình bày thực phẩm không được đưa thông tin đánh lừa người tiêu dùng về các đặc tính hoặc tác dụng của hàng hóa; Với một số ngoại lệ, các thuộc tính của thực phẩm để phòng ngừa, điều trị hoặc chữa bệnh cho con người cũng cần phải cân nhắc.

Một số thông tin ghi nhãn bắt buộc phải có đối với các sản phẩm thực phẩm:

- Tên mà sản phẩm được bán.
- Thành phần, được liệt kê theo thứ tự trọng lượng giảm dần và theo tên cụ thể. Các thành phần thuộc nhiều loại được chỉ định theo chức năng chính của chúng. Trong các điều kiện nhất định, việc liệt kê các thành phần không bắt buộc đối với sản phẩm trái cây và rau tươi; nước có ga; giấm lên men; pho mát, bơ, sữa lên men và kem; và các sản phẩm bao gồm chỉ một thành phần đơn lẻ. Một số chất phụ gia và enzym không được coi là thành phần.

Số lượng thành phần hoặc loại thành phần được biểu thị bằng phần trăm.

Yêu cầu về thông tin thành phần được áp dụng khi một thành phần hoặc một nhóm thành phần xuất hiện trong tên mà thực phẩm được bán hoặc thường được người tiêu dùng gắn với tên đó; được nhấn mạnh trên nhãn bằng từ ngữ, hình ảnh; hoặc là điều cần thiết để xác định đặc điểm của một loại thực phẩm được chỉ định.

Trọng lượng thực được tính bằng đơn vị thể tích trong trường hợp chất lỏng và đơn vị khối lượng trong trường hợp chất rắn và chất khí. Tuy nhiên, có những quy định cụ thể đối với thực phẩm bán theo số lượng và thực phẩm rắn được bày trong môi trường lỏng.

Thời gian sử dụng tối thiểu bao gồm ngày, tháng và năm, trừ trường hợp thực phẩm không giữ được quá ba tháng (thì phải ghi đủ ngày và tháng), thực phẩm không giữ được quá 18 tháng (ghi đủ tháng và năm) và thực phẩm giữ được trên 18 tháng (chỉ cần ghi năm).

Bước đầu tiên nhà xuất khẩu cần tìm hiểu xem hàng hóa của mình có thuộc diện bắt buộc hay tự nguyện phải ghi nhãn và đóng dấu khi nhập khẩu hàng hóa vào EU. Các quyết định liên quan đến các yêu cầu bắt buộc về đóng dấu, ghi nhãn và/hoặc đóng gói đôi khi có thể được giao cho quốc gia thành viên.

Việc phân biệt giữa nhãn hiệu và nhãn mác cũng rất quan trọng. Nhãn hiệu (mark) là một biểu tượng và/hoặc hình tượng xuất hiện trên một sản phẩm hoặc bao bì của sản phẩm đó. Các nhãn niệu bao gồm từ các dấu hiệu cảnh báo nguy hiểm đến các chỉ dẫn về các phương pháp tái chế và thải bỏ thích hợp. Mục đích của các nhãn hiệu này là cung cấp cho các cơ quan giám sát thị trường, nhà nhập khẩu, nhà phân phối và người dùng cuối thông tin liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu quả năng lượng và/hoặc các vấn đề môi trường liên quan đến sản phẩm.

Nhãn mác được thể hiện dưới dạng văn bản viết hoặc báo cáo số, có thể được yêu cầu nhưng không nhất thiết phải được công nhận trên toàn cầu. Các nhãn thường chỉ ra thông tin cụ thể hơn về một sản phẩm, chẳng hạn như các phép đo hoặc chỉ dẫn về vật

liệu có thể được tìm thấy trong sản phẩm (chẳng hạn như trong vải hoặc pin).

Các loại nhãn và dấu bắt buộc khi vào thị trường Na Uy

- Nhãn hiệu ô tô.
- Hiệu mỹ phẩm.
- Cảnh báo chất nguy hiểm.
- Các loại thiết bị điện & điện tử.
- Thông tin hiệu suất năng lượng.
- Cảnh báo dễ cháy nổ.
- Các cảnh báo liên quan đến thực phẩm.
- Sản phẩm giày dép.
- Sản phẩm thiết bị gia dụng.
- Nhãn hiệu về hải dương.
- Sản phẩm các loại dụng cụ đo lường.
- Cảnh báo phát ra tiếng ồn.
- Giá sản phẩm.
- Cảnh báo phản ứng hóa học tạo nhiệt và ánh sáng.
- Có thể tái chế, vật liệu phân tách.
- Thông số lớp xe.
- Sản phẩm dệt may.
- Đơn vị đo lường.
- Bao bì gỗ.

Các loại nhãn và dấu không bắt buộc.

- Biểu tượng Chén/Nĩa (có vật liệu tiếp xúc với thực phẩm).
- Nhãn “e”.
- Nhãn sinh thái.
- Nhãn Green Dot\
- Dấu tái chế

Dấu CE (bắt buộc)



Đây là nhãn hiệu được sử dụng rộng rãi và được công nhận bởi EU. Được quy định trong tất cả luật. Dấu CE chứng minh rằng một sản phẩm đáp ứng tất cả các yêu cầu thiết yếu (thường liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu quả năng lượng và/hoặc về môi trường). Đánh dấu CE là bắt buộc đối với các sản phẩm/họ sản phẩm sau:

- Dây cáp.
- Thuốc nổ dân dụng.
- Những sản phẩm xây dựng.
- Sản phẩm điện/điện tử.
- Các dòng máy tính.
- Sản phẩm điện áp thấp.
- Các sản phẩm RoHS.
- Các sản phẩm sử dụng năng lượng.
- Thiết bị và hệ thống bảo vệ trong môi trường dễ cháy nổ (ATEX).
- Thiết bị gas.

- Nồi hơi nước.
- Thang máy.
- Máy móc các loại.
- Thiết bị y tế (3).
- Dụng cụ cân không tự động.
- Thiết bị bảo vệ cá nhân.
- Thiết bị áp suất.
- Thiết bị radio.
- Sản phẩm giải trí thủ công.
- Thiết bị điện lạnh.
- Bình áp suất.
- Đồ chơi.

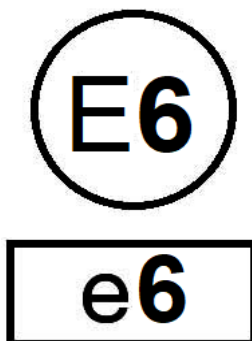
Voi các doanh nghiệp nước ngoài có thể sử dụng các mẫu dấu và nhãn khác nhưng phải cung cấp các văn bản chứng minh có giá trị ngang bằng theo quy định của luật pháp châu Âu. Một loạt các ký hiệu/biểu đồ cảnh báo an toàn được tiêu chuẩn hóa cũng có thể áp dụng cho từng loại sản phẩm trên.

Nhãn trên xe ô tô



Gần như mọi bộ phận của xe phải được chứng nhận an toàn theo quy định của các quy định khác nhau liên quan đến ô tô. Con số hiển thị trong hình chữ nhật trên nhãn cho biết Quốc gia Thành viên cụ thể mà quá trình phê duyệt được tiến hành, ví dụ nhãn của

Bỉ là e6, còn lại là Đức (1), Pháp (2), Italy (3), Hà Lan (4), Tây Ban Nha (9), Anh (11), Luxembourg (13), Đan Mạch (18), Bồ Đào Nha (21), Hy Lạp (23), Ireland (24).



Một dấu hiệu tương tự là chữ “E” được bao quanh bởi một vòng tròn, thường được in phía trên nhãn ô tô, áp dụng trong việc thử nghiệm và chứng nhận độ sáng của các loại đèn pha, đèn phanh và đèn xi nhan của tất cả các loại xe muốn gia nhập thị trường EU, bao gồm xe thông thường, xe tải khối lượng nhỏ, xe chở hàng hạng nhẹ và hạng nặng, rơ moóc, xe máy, cần cẩu, máy kéo nông, lâm nghiệp và các loại xe chuyên dùng và xe địa hình.

Nhãn mỹ phẩm

Các loại bao bì phải in các bằng mực không thể tẩy xóa, dễ đọc và dễ nhìn thấy các thông tin như sau:

- Tên loại sản phẩm, tên thương mại, địa chỉ, hoặc văn phòng đăng ký của nhà sản xuất hoặc người chịu trách nhiệm tiếp thị sản phẩm mỹ phẩm tại thị trường.
- Thành phần tại thời điểm đóng gói (theo trọng lượng hoặc thể tích).
- Hạn sử dụng, thời điểm sử dụng tốt nhất. Ký hiệu



- Khoảng thời gian sau khi mở mà sản phẩm có thể được sử dụng mà không gây

hại cho người tiêu dùng, đối với sản phẩm có độ bền tối thiểu dưới 30 tháng, được biểu thị bằng ký hiệu đại diện cho lọ kem đã mở



- Các lưu ý đặc biệt khi sử dụng.
- Số lô, mã tham chiếu sản phẩm để nhận dạng.
- Chức năng của sản phẩm.

Nếu vì lý do thực tế không thể in tất cả các thông tin trên lên bao bì thì phải cung cấp kèm theo tờ rơi, nhãn hoặc băng dính kèm theo và phải in biểu tượng lên trên bao bì.



Nhãn cảnh báo chất nguy hiểm

Các loại nhãn này nhằm quy định về phân loại, ghi nhãn và đóng gói các sản phẩm hóa chất



Việc ghi nhãn các hóa chất nguy hiểm phải thể hiện những điều sau đây:

- Tên của hóa chất.
- Nguồn gốc của chất (tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà phân phối).
- Các biểu tượng cảnh báo nguy hiểm và dấu hiệu nguy hiểm liên quan đến việc sử dụng chất.
- Cảnh báo những rủi ro đặc biệt phát sinh từ những nguy hiểm đó.

Kích thước của nhãn dán không được nhỏ hơn một tờ A8 tiêu chuẩn (52mm x 74mm) và mỗi ký hiệu phải bằng ít nhất một phần mười diện tích bề mặt của nhãn. Tại Na Uy có thể yêu cầu nhà sản xuất/phân phối phải thể hiện bằng ngôn ngữ đang sử dụng trong việc ghi nhãn các chất nguy hiểm. Trường hợp bao bì quá nhỏ, nhãn có thể được dán theo một số cách khác.

Bao bì của các sản phẩm nguy hiểm, không gây nổ hoặc không độc có thể không cần dán nhãn cảnh báo nếu sản phẩm đó chứa một lượng nhỏ các chất nguy hiểm đến mức không gây nguy hiểm cho người sử dụng.

Nhãn hướng dẫn tái chế thiết bị điện – điện tử



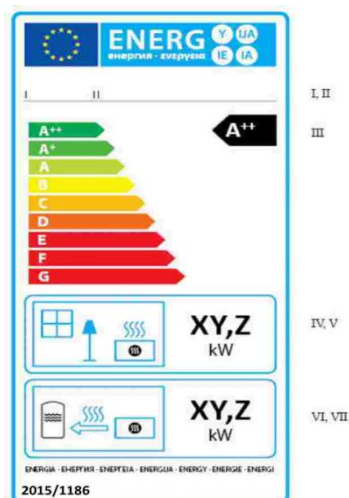
Quy định này được đưa ra để giải quyết lượng chất thải đang gia tăng nhanh chóng của thiết bị điện và điện tử tại Châu Âu. Tăng cường sự tái chế thiết bị điện và điện tử, hạn chế chất thải và hướng đến xử lý tái chế triệt để. Quy định này áp dụng đối với các sản phẩm sau:

- Đồ điện gia dụng.
- Công cụ tiêu dùng.

- Thiết bị chiếu sáng.
- Thiết bị CNTT và viễn thông.
- Dụng cụ điện và điện tử.
- Đồ chơi và dụng cụ thể thao.
- Thiết bị y tế.
- Thiết bị giám sát và điều khiển.
- Máy rút tiền, máy bán hàng tự động.

Biểu tượng hiển thị ở trên phải được in lên trên tất cả các sản phẩm nói trên và cho biết rằng sản phẩm này không được vứt bỏ cùng với rác thải sinh hoạt thông thường. Đây cũng là một dấu hiệu bắt buộc phải có trên các loại pin và bình ac quy. Trong trường hợp không thể hiển thị biểu tượng này trên chính thiết bị thì phải được ghi trên bao bì.

Nhãn năng lượng



Quy định của EU yêu cầu phải dán nhãn về thông tin tiêu thụ năng lượng và các nguồn tài nguyên khác của các sản phẩm liên quan đến năng lượng. Các nhà cung cấp phải dán nhãn hoặc tuyệt minh sản phẩm chứa thông tin về mức tiêu thụ điện hoặc các nguồn năng lượng khác cho các đại lý phân phối.

Dấu Ex



Dấu Ex là một dấu hiệu cụ thể về chống cháy nổ. Nằm bên cạnh dấu Ex sẽ là ký hiệu chỉ định nhóm sản phẩm đã được quy định theo luật pháp EU

Biểu tượng “Không ăn”



Đây là dấu hiệu quy định về các chất liệu và vật phẩm tiếp xúc với thực phẩm. điều này cho phép người tiêu dùng nhận biết được các bộ phận không ăn được của sản phẩm.

Nhãn trên sản phẩm giày dép



Nhãn chuyển tải thông tin liên quan đến phần trên, lớp lót và đế trong của tất và đế ngoài của sản phẩm giày dép. Thông tin phải được truyền đạt bằng các hình ảnh hoặc thông tin dạng văn bản.

Nhãn phải rõ ràng, chắc chắn và dễ nhìn thấy, và nhà sản xuất hoặc đại lý có trách nhiệm cung cấp nhãn và tính chính xác của thông tin trong nhãn. Ngoài các thông tin được quy định bắt buộc ghi trên nhãn thì nhà sản xuất có thể ghi thêm những thông tin phụ về sản phẩm hoặc về công ty mình.

Dấu hàng hải



Dấu hàng hải được in trên các thiết bị hàng hải tương đương với dấu CE. Dấu này áp dụng cho các thiết bị sử dụng trên bất kỳ con tàu mới nào của EU, ở bất kỳ vị trí nào của con tàu tại thời điểm đóng và đối với thiết bị được đặt trên các con tàu của EU, kể cả thiết bị thay thế. Quy định áp dụng cho các loại thiết bị sau:

- Thiết bị cứu sinh.
- Thiết bị ngăn ngừa ô nhiễm biển.
- Thiết bị phòng cháy chữa cháy.
- Thiết bị định vị.
- Thiết bị liên lạc vô tuyến.

Thiết bị cảnh báo tiếng ồn ngoài trời



Nhãn tái chế



Nhãn tái chế dựa trên tiêu chuẩn quốc tế, có thể được tìm thấy trên các sản phẩm ở khắp Châu Âu, nhằm giúp người tiêu dùng xác định và tham gia vào các chương trình tái chế bao bì và vật liệu sản phẩm. Biểu tượng được in trên bao bì, trên tất cả các sản phẩm thủy tinh, kim loại, giấy hoặc nhựa. Các loại vòng lặp khác nhau cho biết sản phẩm có thể tái chế hoàn toàn, tái chế theo tỷ lệ hoặc chứa vật liệu tái chế.

Dấu Plastic



Biểu thị về các loại nhựa được chỉ định trên một sản phẩm. Là một phần của hệ thống nhận dạng của EU đối với nhựa, các dấu hiệu sau được sử dụng cho các loại nhựa phổ biến nhất để làm ra sản phẩm hoặc bao bì sản phẩm

1	PET	Polyethylene Terephthalate.
2	HDPE	High Density Polyethylene.
3	PVC	Poly Vinyl Clorua.
4	LDPE	LowDensity Polyethylene.
5	PP	Polypropylene.
6	PS	Polystyrene.

Dấu tái chế thủy tinh



Nhãn hàng dệt may

Các sản phẩm dệt may phải được dán nhãn hoặc đánh dấu bất cứ khi nào được đưa ra thị trường với mục đích sản xuất hoặc thương mại. Tên, mô tả và chi tiết về hàm lượng sợi dệt phải được ghi trên các sản phẩm cho người tiêu dùng. Các quốc gia thành viên EU có thể yêu cầu sử dụng ngôn ngữ quốc gia của họ trên việc ghi nhãn và đánh dấu theo quy định.

Lưu ý: Việc sử dụng các đơn vị đo lường ở Liên minh Châu Âu được quy định trong Chỉ thị về số liệu của EU (Chỉ thị 80/181 / EEC). Chỉ thị, có hiệu lực vào ngày 01/01/2010, đã được sửa đổi để cho phép tiếp tục sử dụng cả đơn vị đo lường bổ sung (ví dụ: theo thông lệ của Hoa Kỳ, inch-pound) cho hàng tiêu dùng được bán ở Liên

minh Châu Âu. Tương tự, Chỉ thị về tiền đóng gói của Liên minh Châu Âu (Chỉ thị 76/211 / EEC) quy định phạm vi cho phép của số lượng danh nghĩa, dung tích thùng chứa và trọng lượng hoặc khối lượng của sản phẩm đóng gói sẵn. Nó giúp đảm bảo số lượng thực trong bao gói sẵn và khối lượng sản phẩm trong chai. Các nhà sản xuất nên lưu ý rằng tất cả các nhãn đều yêu cầu đơn vị hệ mét, mặc dù việc ghi nhãn kép cũng được chấp nhận. Nhãn hiệu điện tử được gọi là ký hiệu ước tính, (e), cũng đề cập đến nhãn hiệu điện tử hoặc nhãn hiệu lượng tử và hoạt động như một “giấy thông hành” đo lường để tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển tự do của hàng hóa đóng gói sẵn. Nó đảm bảo rằng một số chất lỏng và các chất khác đã được đóng gói theo trọng lượng hoặc thể tích phù hợp với các chỉ thị. Mặc dù việc tuân thủ là không bắt buộc, nhưng việc di chuyển tự do trên toàn Liên minh Châu Âu được đảm bảo đối với các sản phẩm đóng gói sẵn tuân thủ các quy định của chỉ thị.

Các thùng chứa có nhãn hiệu điện tử cũng thể hiện trọng lượng hoặc thể tích của sản phẩm, được gọi là trọng lượng hoặc thể tích “danh nghĩa” của nó. Nhà đóng gói (hoặc nhà nhập khẩu, nếu vật chứa được sản xuất bên ngoài Liên minh Châu Âu) chịu trách nhiệm đảm bảo rằng các vật chứa đáp ứng các yêu cầu của chỉ thị.

Một số các nhãn và dấu tự nguyện

Nhãn về Vật liệu tiếp xúc với thực phẩm



Các nhà sản xuất hộp đựng, đĩa, cốc và các vật dụng khác có mục đích tiếp xúc với thực phẩm phải kiểm tra sự tuân thủ của sản phẩm của họ với các yêu cầu an toàn hóa chất của EU. Sử dụng biểu tượng ở trên cho thấy sự tuân thủ các yêu cầu này. Các nhà sản xuất bắt buộc phải tuân thủ pháp luật về vật liệu có tiếp xúc trực tiếp với thực phẩm, nhưng việc sử dụng biểu tượng này trên sản phẩm là tự nguyện. EU khuyến khích các nhà sản xuất dán nhãn này lên tất cả các sản phẩm có liên quan đến quy định

nhằm tạo sự tin tưởng nơi người tiêu dùng.

Nhãn European Ecolabel



Nhãn European Ecolabel cho phép người tiêu dùng Châu Âu dễ dàng xác định các sản phẩm xanh đã được phê duyệt chính thức trên khắp Liên minh Châu Âu, Na Uy, Liechtenstein và Iceland. Được giới thiệu vào năm 1992, nhãn thông báo với khách hàng rằng các sản phẩm được đánh dấu đáp ứng các tiêu chí thân thiện với môi trường cụ thể đã được phát triển để áp dụng cho hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng hàng ngày. Mặc dù tự nguyện, nhãn hiệu này có thể giúp tạo ra các cơ hội kinh doanh mới, đặc biệt là đi đôi với việc mở rộng mua sắm công xanh ở châu Âu.

Biểu tượng có thể áp dụng cho 25 nhóm sản phẩm và dịch vụ bao gồm các sản phẩm làm sạch, thiết bị điện tử, thiết bị gia dụng hoặc làm vườn. Danh mục sản phẩm Ecolabel cung cấp thông tin về cách đăng ký EU Ecolabel. Các nhà sản xuất nên lưu ý rằng các dấu hiệu thân thiện với môi trường tương tự thường được sử dụng trên toàn

liên minh, chẳng hạn như nhãn Nordic Swan



của các quốc gia Nordic hoặc

nhãn The German Blue Angel



của Đức và các quốc gia lân cận.

Biểu tượng Green Dot



Green Dot là một chương trình trong đó các cơ quan tham gia điều phối việc thu gom, phân loại và thu hồi bao bì đã qua sử dụng. Hệ thống này được quản lý theo luật đóng gói quốc gia (ví dụ: được nhà sản xuất bao bì, chất độn, nhà bán lẻ và nhà nhập khẩu tuân thủ) và cần lưu ý rằng tất cả các hệ thống quốc gia tham gia đều hoạt động độc lập. Tổ chức bảo trợ, Pro Europe, chịu trách nhiệm quản lý hệ thống ghi nhãn Green Dot ở Châu Âu. Không phải tất cả các Quốc gia Thành viên đều có tổ chức Green Dot. Biểu tượng này chỉ bắt buộc ở Tây Ban Nha và Síp, ở các quốc gia khác có tính chất khuyến khích.

Để bán hàng tại EU nói chung và Na uy nói riêng, nhà sản xuất và nhà xuất khẩu lưu ý bất kỳ sản phẩm nào cũng đều yêu cầu phải đạt được dấu CE. Dấu CE chỉ ra rằng một sản phẩm đã được nhà sản xuất đánh giá và đáp ứng các yêu cầu thiết yếu về sức khỏe và an toàn được quy định trong những gì thường được coi là Chỉ thị và Quy định về Dấu CE. Chỉ thị và quy định này là các đạo luật lập pháp được toàn thể EU thông qua và được áp dụng trên tất cả các quốc gia thành viên EU/EEA và là bắt buộc. (Tuy nhiên, lưu ý rằng các quốc gia thành viên có thể có các yêu cầu bổ sung trong một số trường hợp). Để chứng minh rằng một sản phẩm đáp ứng các yêu cầu an toàn và sức khỏe thiết yếu của EU và đủ điều kiện đạt chứng nhận Dấu CE, các nhà sản xuất phải tạo một hồ sơ kỹ thuật ghi lại cách sản phẩm đáp ứng các yêu cầu chỉ thị hoặc quy định (thường là thông qua thử nghiệm, thiết kế và đánh giá rủi ro). Mỗi chỉ thị hoặc quy định CE xác định mức độ nguy hiểm của danh mục sản phẩm. Đối với một số sản phẩm ít nguy hiểm hơn, việc thử nghiệm và đánh giá rủi ro (còn gọi là đánh giá sự phù hợp) có thể do nhà sản xuất tự thực hiện. Trong trường hợp này, nhà sản xuất sẽ tập hợp "hồ sơ kỹ thuật" sẽ ghi lại cách sản phẩm đáp ứng các yêu cầu thiết yếu về sức khỏe và an toàn của chỉ thị hoặc quy định cụ thể. Sau đó, nhà sản xuất tự đưa ra bản công bố hợp quy (DOC). Chính DOC tự này cho phép họ sau đó dán Dấu CE cho sản phẩm của mình. DOC tự tuyên bố về sản phẩm và các tổ chức giám sát thị trường ở EU có thể và thực hiện kêu gọi nhà sản xuất xuất trình hồ sơ kỹ thuật sao lưu. Trong

trường hợp sản phẩm được coi là nguy hiểm hơn, việc thử nghiệm của bên thứ ba là bắt buộc và giấy chứng nhận sự phù hợp được cấp bởi tổ chức thử nghiệm bên thứ ba được Liên minh Châu Âu phê duyệt có tên là Cơ quan được chứng nhận.

Trước khi xuất khẩu, các nhà sản xuất phải xem xét đáp ứng các chứng nhận cho thị trường EU. Đây là các chứng nhận đánh giá sự phù hợp tuân thủ các yêu cầu quy định của EU. Đối với phần lớn các sản phẩm xuất khẩu, sự tuân thủ được nhà sản xuất chứng thực rõ ràng thông qua việc sử dụng dấu CE

Các nhà sản xuất sẽ cần xác định những gì cần thiết để tuân thủ các yêu cầu của EU. Vì luật pháp của EU được áp dụng trên tất cả các quốc gia thành viên, do đó nhà sản xuất chỉ cần thực hiện quy trình một lần và sau đó có thể xuất khẩu sang tất cả 28 quốc gia thành viên EU. Đáp ứng được các chứng nhận phù hợp, hàng hóa có thể giao thương tự do trong biên giới của các quốc gia thành viên EU.

Trong trường hợp các sản phẩm không được điều chỉnh bởi luật kỹ thuật cụ thể của EU (cho dù có Được đánh dấu CE hay không), chúng luôn tuân theo Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung của EU cũng như các yêu cầu bổ sung có thể có của quốc gia thành viên.

Các bước để đăng ký chứng nhận CE

- i. Xác định các quy định áp dụng: https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking/manufacturers_en
- ii. Xác định các yêu cầu thiết yếu trong chỉ thị (thường là Phụ lục I)
- iii. Lưu ý các tiêu chuẩn hài hòa của Châu Âu:
https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards_en
- iv. Chọn mô-đun đánh giá sự phù hợp thích hợp như được mô tả trong các phụ lục của chỉ thị.
- v. Xác định vị trí các cơ quan được thông báo (các phòng thử nghiệm được công

nhận) - nếu được yêu cầu: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/index.cfm?fuseaction=directive.main>

vi. Tạo tệp kỹ thuật và tuyên bố về sự phù hợp (https://2016.export.gov/cemark/eg_main_017272.asp) và việc áp dụng dấu CE (https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en).

Một số trang web tham khảo.

- Tổng quan về an toàn sản phẩm của EU: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/product-safety/consumer-product-safety_en

- Các luật về sản phẩm của EU theo từng lĩnh vực: https://ec.europa.eu/growth/sectors_en

- Các tiêu chuẩn hàng hóa nhập khẩu vào EU: https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards_en

<https://standards.cen.eu/dyn/www/f?p=CENWEB:105::RESET:::\>

https://www.cenelec.eu/dyn/www/f?p=104:107:0:::FSP_LANG_ID:25

<https://www.etsi.org/standards/get-standards#Pre-defined%20Collections>

- Cơ quan kiểm định, kiểm tra sản phẩm

<http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/>

https://2016.export.gov/cemark/eg_main_017274.asp

- Các cơ quan chức năng

Ủy ban tiêu chuẩn Châu Âu (CEN): <https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>

Ủy ban tiêu chuẩn hóa SP điện tử Châu Âu (CENELEC): <https://www.cenelec.eu>

Viện Tiêu chuẩn Viễn thông Châu Âu (ETSI): <http://etsi.org/>

Các yêu cầu công nhận tay nghề và bằng cấp.

Các quốc gia thành viên chịu trách nhiệm công nhận tay nghề và bằng cấp mà công dân EU có được tại các quốc gia thành viên, bao gồm các thủ tục và phí công nhận tương ứng. Tương tự, việc công nhận tay nghề và bằng cấp đạt được ở các nước thứ ba bên ngoài EU cũng là trách nhiệm của mỗi quốc gia.

Nếu một cá nhân có bằng cấp nước ngoài đã được công nhận tại một quốc gia thành viên nhưng muốn chuyển đến một quốc gia thành viên khác và đã làm việc ít nhất ba năm tại quốc gia thành viên đó, và quốc gia đó đã công nhận bằng cấp của họ, thì cá nhân đó có thể đăng ký để được công nhận chuyên môn ở quốc gia thành viên khác.

Để chứng minh kinh nghiệm cần thiết để làm việc tại EU, có thể cần phải có chứng chỉ do quốc gia thành viên EU cấp. Điều này áp dụng cho cả công dân EU và công dân không thuộc EU.

Tuy nhiên, Ủy ban châu Âu có sáng kiến tạo điều kiện thuận lợi cho các thủ tục công nhận. Ví dụ, việc công nhận các bằng cấp chuyên môn đạt được tại một quốc gia thành viên nhằm mục đích tiếp cận và theo đuổi các ngành nghề được quy định tại quốc gia thành viên khác phải tuân theo Chỉ thị 2005/36. Công nhận các bằng cấp cho mục đích học tập trong lĩnh vực giáo dục đại học, bao gồm cả giấy chứng nhận nghỉ học phải tuân theo Công ước Công nhận Lisbon. Mạng lưới ENIC-NARIC cung cấp lời khuyên về việc công nhận các bằng cấp này qua biên giới.

Trong các trường hợp khác, sự công nhận được đánh giá bởi nhà cung cấp giáo dục hoặc người sử dụng lao động tiếp nhận. Sự hiểu biết về cấp độ, nội dung và chất lượng là cần thiết để họ có thể nhận ra các kỹ năng và trình độ. EU hiện đang tìm cách hỗ trợ tốt hơn các quyết định công nhận này.

Trang web “Your Europe” của Liên minh Châu Âu là địa chỉ có thể giúp các công dân xác định các ngành nghề được quản lý và tài liệu nào cần thiết để họ được công nhận ở

mỗi quốc gia thành viên.

Tạm nhập tái xuất

Hàng hóa nhập khẩu với mục đích cứu trợ, hỗ trợ miễn phí (như áo sơ mi, nón, khăn choàng cổ, bút,...) hoặc trao đổi giữa các khách tham gia các hội nghị quốc tế (liên quan đến các hội nghị phát triển kinh tế/xã hội và công nghệ) thì đều được miễn thuế. Các hàng hóa này phải có logo và biểu tượng liên quan đến hội nghị và giá trị của vật phẩm phải không quá cao.

Hiện tại, Hải quan Na Uy chấp thuận việc miễn thuế cho các vật phẩm sử dụng chỉ tại hội chợ, dùng sửa chữa các thiết bị chuyên nghiệp, sản phẩm mẫu hoặc thiết bị công nghệ/khoa học. Nếu các hàng hóa không tái xuất trong vòng 6 tháng thì sẽ truy thu các khoản thuế. Hàng hóa tạm nhập và vật tư dành cho hội chợ được kiểm soát thông qua các chứng từ hải quan của các công ty giao nhận hàng hóa.

Nghiêm cấm và hạn chế nhập khẩu

Na Uy hạn chế và cấm xuất – nhập khẩu một số hàng hóa nhất định (ví dụ: chất làm suy giảm tầng ôzôn, một số sản phẩm nhất định có xuất xứ hoặc xuất khẩu sang một số quốc gia/vùng lãnh thổ như Iran, Triều Tiên theo những hiệp ước hợp tác mà Na Uy ký kết, v.v.).

Na Uy cũng có một số quy định nhằm giới hạn định lượng một số hàng hóa nhằm bảo vệ nền sản xuất trong nước. a Uy kiểm soát nhập khẩu và/hoặc xuất khẩu đối với một số loại hàng hóa (ví dụ: các sản phẩm phải tuân theo Công ước CITES, hàng hóa xa xỉ, văn hóa phẩm, sản phẩm và thiết bị có chứa khí gây hiệu ứng nhà kính, hàng hóa hai công dụng, hàng hóa bắt buộc kiểm soát về thú y hoặc kiểm dịch thực vật đối với động vật và thực phẩm, v.v.).

Na Uy tuân theo các quy định và công ước quốc tế về cấm và hạn chế xuất nhập khẩu:

- Công ước CITES về buôn bán động vật.
- Quy định tạm ngừng nhập khẩu PROHI
- Quy định hạn chế nhập khẩu RSTR.

Sửa chữa bảo hành

Các công ty nước ngoài có cơ sở tại Na Uy có thể được miễn thuế nhập khẩu cho những mặt hàng được nhập vào trong nước vốn đã được mang ra khỏi nước trước đó. Đây thường là trường hợp các sản phẩm sửa chữa và dịch vụ.

Hàng hóa nhập khẩu để sửa chữa như:

1. Hàng xuất khẩu bị hư hỏng được nhập trở lại để sửa chữa và sau đó sẽ xuất khẩu đến chính người đã mua hàng.
2. Hàng xuất khẩu không đúng qui cách được nhập trở lại để nhà sản xuất sửa chữa và sau đó được tái xuất đến chính người đã mua hàng.
3. Hàng hóa được một khách hàng nước ngoài gửi đến Na Uy để sửa chữa rồi sau đó sẽ được gửi trả lại cho khách hàng đó.
4. Hàng hóa bất kỳ được nhập khẩu để sửa chữa và sau đó xuất đến quốc gia khác.

Qui định Hải quan và thông tin liên hệ

Hầu hết thuế hải quan và thuế giá trị gia tăng được biểu thị bằng tỷ lệ phần trăm trên giá trị hàng hóa được khai báo để nhập khẩu. Do đó, cần phải loại bỏ một bộ quy tắc tiêu chuẩn để xác định giá trị hàng hóa, sau đó sẽ phục vụ cho việc tính thuế hải quan.

Với quy mô nhập khẩu của EU hàng năm, điều quan trọng là giá trị của hoạt động thương mại đó phải được đo lường chính xác cho các mục đích phân tích chính sách kinh tế và thương mại; áp dụng các biện pháp chính sách thương mại; thu đúng các loại thuế và thuế nhập khẩu; và thống kê xuất nhập khẩu. Các mục tiêu này được đáp ứng bằng một công cụ duy nhất: các quy tắc về trị giá hải quan. Ngoài ra, Liên minh Châu

Âu áp dụng khái niệm “giá trị hải quan” được quốc tế chấp nhận. Trị giá hàng hóa nhập khẩu là một trong ba yếu tố tính thuế làm cơ sở để đánh giá khoản nợ hải quan, là thuật ngữ chuyên môn chỉ số thuế phải nộp, các yếu tố khác là xuất xứ của hàng hóa và thuế hải quan. Tất cả các hoạt động thương mại được thực hiện giữa Na Uy và các quốc gia thành EU được miễn thuế. Biểu thuế hải quan chung của Liên minh Châu Âu chỉ áp dụng cho hàng hóa có xuất xứ từ bên ngoài Châu Âu. Các thủ tục hải quan của Na Uy đều tuân thủ theo quy định chung của EU.

Các cá nhân, công ty tư nhân bị cấm nhập khẩu một số mặt hàng vào Na Uy. Các mặt hàng khác bị ràng buộc bởi các hạn chế. Điều này đòi hỏi bạn phải có giấy phép hoặc giấy phép đặc biệt để nhập khẩu mặt hàng. Thông tin thêm về các hạn chế đối với các mặt hàng này tại cơ quan có thẩm quyền chịu trách nhiệm về các quy định:

- Các loại thuốc, liên hệ Norwegian Medicines Agency (www.legemiddelverket.no/).
- Vũ khí, liên hệ Norwegian Police Authority (www.politiet.no/).
- Cây trồng, liên hệ Norwegian Food Safety Authority (www.mattilsynet.no/).
- Thực phẩm / Chất bổ sung, liên hệ Norwegian Food Safety Authority (www.mattilsynet.no/).
- Rượu, liên hệ Norwegian Customs (www.toll.no/en/).

Hiệp định Thương mại

Na Uy đã bỏ phiếu phản đối việc gia nhập Liên minh châu Âu (EU) trong một cuộc trưng cầu dân ý năm 1994. Tuy nhiên, ngoại trừ các lĩnh vực nông nghiệp và thủy sản, Na Uy được hưởng tự do thương mại với EU trong khuôn khổ Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA). Thỏa thuận này nhằm mục đích áp dụng bốn quyền tự do của thị trường nội bộ của EU (hàng hóa, con người, dịch vụ và vốn) cho Na Uy. Do đó, Na Uy thường thông qua và thực hiện hầu hết các chỉ thị của EU. Na Uy không phải là thành viên của

Liên minh Kinh tế và Tiền tệ của EU và không có tỷ giá hối đoái cố định.

Na Uy và các thành viên khác của Hiệp hội Thương mại Tự do Châu Âu (EFTA) - Iceland, Liechtenstein và Thụy Sĩ - đã cùng ký kết 30 hiệp định thương mại tự do kể từ đầu những năm 1990. Chúng bao gồm các hiệp định với Albania, Bosnia-Herzegovina, Canada, Chile, Colombia, các quốc gia Trung Mỹ (Costa Rica, Guatemala và Panama), Ecuador, Ai Cập, Georgia, Hội đồng hợp tác vùng Vịnh (GCC), Hồng Kông - Trung Quốc, Indonesia, Israel, Jordan, Hàn Quốc, Liban, Macedonia, Mercosur, Mexico, Montenegro, Maroc, Bắc Macedonia, Chính quyền Palestine, Peru, Philippines, Serbia, Singapore, Liên minh thuế quan Nam Phi, Tunisia, Thổ Nhĩ Kỳ và Ukraine. Các hiệp định bao gồm hiệp định về thương mại hàng hóa và dịch vụ, dịch vụ và đầu tư, giải quyết tranh chấp và các vấn đề khác thường thấy trong các hiệp định đầu tư song phương.

Na Uy hiện đang đàm phán một hiệp định thương mại tự do với Trung Quốc.

Để tham khảo các hiệp định thương mại của EU và của các quốc gia thành viên, vui lòng tham khảo ở website:

<https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/negotiations-and-agreements/>

Chương 6: Môi trường đầu tư

Na Uy là một quốc gia hiện đại, phát triển ở trình độ cao với một nền kinh tế tuy nhỏ nhưng vô cùng mạnh mẽ. GDP bình quân đầu người của Na Uy nằm trong nhóm cao nhất trên thế giới, được thúc đẩy bởi hàng thập kỷ thành công trong ngành dầu khí cùng với các ngành công nghiệp đẳng cấp thế giới khác như vận tải biển, đóng tàu và nuôi trồng thủy sản. Các ngành công nghiệp chính này được hỗ trợ bởi ngành dịch vụ chuyên nghiệp đang phát triển mạnh mẽ (tài chính, CNTT, pháp lý), và có nhiều cơ hội đang nổi lên trong lĩnh vực công nghệ tài chính (fintech), công nghệ sạch (cleantech), công nghệ y tế (medtech) và công nghệ sinh học. Sự hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp và các viện nghiên cứu đã thu hút nhiều hoạt động và nguồn vốn Nghiên cứu & Phát triển (R&D) quốc tế. Na Uy là một quốc gia an toàn và đơn giản để kinh doanh, được xếp hạng 9 trên 190 quốc gia trong Báo cáo Môi trường Kinh doanh 2020 của Ngân hàng Thế giới, và đứng thứ 4 trên 180 quốc gia trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng 2023 của Tổ chức Minh bạch Quốc tế. Na Uy có môi trường chính trị ổn định, quyền tài sản được bảo vệ mạnh mẽ, việc thực thi các quy định pháp luật đáng tin cậy và một hệ thống pháp lý hiệu quả. Na Uy xếp thứ 2 trên 142 quốc gia trong Chỉ số Pháp quyền 2023 của Dự án Công lý Thế giới. Năng suất lao động cao hơn đáng kể so với mức trung bình của Liên minh Châu Âu (EU).

Tại Na Uy, có sự phân chia vai trò rõ ràng trong chính sách kinh tế. Chính phủ chịu trách nhiệm thiết lập chính sách tài khóa, trong khi Ngân hàng Trung ương Na Uy thiết lập chính sách tiền tệ với mục tiêu hàng đầu là duy trì sự ổn định kinh tế. Theo xu hướng quốc tế, năm 2023 có đặc trưng là lạm phát tiếp tục tăng cao ở Na Uy và chính sách tiền tệ bị thắt chặt. Đồng Krone Na Uy (NOK) tiếp tục mất giá trong năm 2023. Hệ quả là, giá cả tăng vọt đối với cả hàng hóa nhập khẩu lẫn hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nước. Để làm chậm đà tăng giá, Ngân hàng Trung ương Na Uy đã dần dần nâng lãi suất điều hành từ 2,75% lên 4,5% trong suốt cả năm. Lạm phát và lãi suất

cao tiếp tục gây áp lực lên tiêu dùng nội địa, thị trường nhà ở và đầu tư kinh doanh. Tuy nhiên, tỷ lệ thất nghiệp vẫn duy trì ở mức thấp, kết thúc năm 2023 ở mức 3,9%.

Các nhà lập pháp và cộng đồng doanh nghiệp Na Uy hoan nghênh đầu tư nước ngoài như một chính sách và chính phủ thường áp dụng nguyên tắc đối xử quốc gia đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Tồn tại một số hạn chế đối với quyền sở hữu và khai thác tài nguyên thiên nhiên và cơ sở hạ tầng của nước ngoài. Chính phủ vẫn là một chủ sở hữu lớn trong nền kinh tế Na Uy và duy trì độc quyền đối với một vài hoạt động, chẳng hạn như bán lẻ rượu.

Na Uy, dù không phải là thành viên của Liên minh Châu Âu (EU), nhưng là một phần của Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA). Thỏa thuận EEA mở rộng "bốn quyền tự do" sang Na Uy, đảm bảo sự lưu chuyển tự do của vốn, nhân lực, dịch vụ và hàng hóa giữa Na Uy và phần còn lại của EU. Chính phủ Na Uy tiếp tục tự do hóa luật pháp về đầu tư nước ngoài với mục tiêu phù hợp hơn với các tiêu chuẩn của EU và đã cắt giảm các quy định hành chính trong thập kỷ qua để tạo điều kiện dễ dàng hơn cho đầu tư. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Na Uy đạt 147 tỷ USD vào cuối năm 2022 và đã tăng hơn gấp đôi trong thập kỷ vừa qua. Có khoảng 8.858 công ty nước ngoài hoạt động tại Na Uy. Ước tính có 829 công ty Hoa Kỳ hiện diện tại quốc gia này và sử dụng hơn 51.000 lao động.

Mở cửa đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài

Chính phủ Na Uy và các doanh nghiệp luôn chào đón các nhà đầu tư nước ngoài và xem đó là ưu tiên trong mọi hành động. Chính phủ đã thành lập cơ quan “Invest in Norway”, là một tổ chức xúc tiến đầu tư chính thức, để giúp thu hút và hỗ trợ các nhà đầu tư nước ngoài, bao gồm cả trong lĩnh vực năng lượng quan trọng ở nước ngoài và ở các khu vực kém phát triển hơn như miền bắc Na Uy.

Mặc dù không phải là thành viên của Liên minh Châu Âu, nhưng Na Uy đã là thành viên của EEA và tiếp tục tự do hóa luật đầu tư nước ngoài của mình để phù hợp hơn

với các tiêu chuẩn của EU.

Đầu tư nước ngoài đã đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế Na Uy, cung cấp công nghệ và việc làm. Đây là một chính sách kinh tế quan trọng của chính phủ để đưa Na Uy trở thành một điểm đến hấp dẫn hơn đối với đầu tư nước ngoài.

Giới hạn trong sở hữu nước ngoài, quyền sở hữu tư nhân và thành lập công ty nước ngoài Hiện tại không có giới hạn về quyền sở hữu hoặc quyền kiểm soát của người nước ngoài ở Na Uy. Không có sự phân biệt nào giữa các công ty Na Uy và nước ngoài khi thành lập hoặc sở hữu một doanh nghiệp hoặc thiết lập một hoạt động thương mại tại Na Uy.

Các chính sách đầu tư của Na Uy đối với các nước thứ ba bên ngoài EU có thể sẽ tiếp tục được điều chỉnh bởi các nguyên tắc có đi có lại cũng như các hiệp định song phương và quốc tế. Hiệp định thương mại tự do Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA), có hiệu lực đối với Na Uy năm 1995, yêu cầu nước này áp dụng các nguyên tắc đối xử quốc gia đối với các thành viên EU và các thành viên EEA khác - Iceland và Liechtenstein - trong một số lĩnh vực cấm đầu tư nước ngoài hoặc bị hạn chế trong quá khứ. Chế độ đầu tư của Na Uy nhìn chung dựa trên nguyên tắc đối xử quốc gia, nhưng có một số hạn chế về quyền sở hữu nước ngoài trong một số lĩnh vực về tài nguyên thiên nhiên và một số hoạt động (đánh bắt cá/hàng hải/vận tải đường bộ).

Ở thế kỷ trước, Na Uy cấm các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước đầu tư vào một số ngành nhất định, bao gồm dịch vụ bưu chính, đường sắt và bán lẻ rượu. Năm 2004, Na Uy đã nới lỏng một số hạn chế, cho phép các công ty nước ngoài đấu thầu các dịch vụ bưu chính thương mại nhất định (ví dụ: dịch vụ chuyển phát nhanh hàng không giữa các quốc gia) và dịch vụ vận chuyển hàng hóa đường sắt (đặc biệt là giữa Na Uy và Thụy Điển). Vào năm 2016, chính phủ đã khởi xướng một cuộc cải cách trong lĩnh vực đường sắt dẫn đến việc tuyến đường sắt đầu tiên mở cửa cạnh tranh vào năm 2018 và các hợp đồng đã được trao cho các nhà đầu tư của Anh và Thụy Điển. Chính phủ có thể cho phép đầu tư nước ngoài vào thủy điện (giới hạn ở 20% vốn chủ sở hữu), nhưng

hiếm khi làm như vậy. Tuy nhiên, chính phủ đã mở cửa hoàn toàn hệ thống phân phối điện cho nước ngoài tham gia, khiến Na Uy trở thành một trong những quốc gia có ngành điện được tự do hóa nhất trên thế giới.

Các nhà đầu tư nước ngoài nói chung có thể sở hữu bất động sản, mặc dù quyền sở hữu đối với một số tài sản thực bị hạn chế. Các công ty nước ngoài cần phải có sự cho phép để có được quyền sở hữu hoặc sử dụng các loại bất động sản khác nhau, bao gồm rừng, mỏ, đất trồng trọt và thác nước. Các công ty nước ngoài không cần chính phủ cho phép để thuê bất động sản, ví dụ: cơ sở thương mại hoặc không gian văn phòng, với điều kiện thời gian hợp đồng cho thuê không quá mười năm. Các nhà đầu tư nước ngoài hiện không bị bắt buộc phải xin phép chính phủ trước khi mua cổ phần của các tập đoàn Na Uy.

Đạo luật Dầu khí tháng 11/1996 (thay thế Đạo luật Dầu khí năm 1985) đặt ra cơ sở pháp lý cho việc trao quyền thăm dò dầu khí, sản xuất và mọi hoạt động liên quan của chính quyền Na Uy. Đạo luật bao gồm sự kiểm soát của chính phủ đối với việc thăm dò, sản xuất và vận chuyển dầu mỏ.

Các công ty dầu khí nước ngoài cho biết không có sự phân biệt đối xử nào trong việc cấp phép đầu tư vào lĩnh vực thăm dò và phát triển dầu khí trong các đợt cấp phép gần đây. Chính phủ Na Uy đã thực hiện các chỉ thị của EU yêu cầu đối xử bình đẳng với các công ty dầu khí của EEA.

Chính phủ Na Uy đã dỡ bỏ các biện pháp kiểm soát chặt chẽ trước đây đối với mạng lưới trung chuyển đường ống dẫn khí đốt đưa khí đốt sang thị trường châu Âu. Tất cả các nhà sản xuất và khai thác khí trên NCS được tự do đàm phán các hợp đồng mua bán khí trên cơ sở cá nhân, với khả năng tiếp cận với mạng lưới đường ống xuất khẩu khí được đảm bảo.

Các nhà chức trách Na Uy khuyến khích sử dụng hàng hóa và dịch vụ của Na Uy trong lĩnh vực dầu khí ngoài khơi, nhưng không mang tính bắt buộc. Thị phần của Na Uy trong

tổng cung hàng hóa và dịch vụ trên NCS vẫn ở mức xấp xỉ 50% trong thập kỷ qua.

Từ năm 2004, chính phủ Na Uy đã tự do hóa việc mua lại cổ phần trong các tổ chức tài chính Na Uy. Theo các quy định hiện hành giao trách nhiệm quản lý quá trình mua bán cổ phần cho Cơ quan Giám sát Tài chính Na Uy (Norwegian Financial Supervisory Authority). Cơ quan này sẽ đánh giá việc mua lại để đảm bảo rằng những người mua tiềm năng ổn định về tài chính và việc mua lại không hạn chế quá mức sự cạnh tranh.

Cơ quan quản lý có thẩm quyền áp dụng sở hữu đối với các tập đoàn và tổ chức tài chính nước ngoài, nhưng vẫn còn các hạn chế về quốc tịch đối với các ngân hàng. Ít nhất một nửa số thành viên của hội đồng quản trị và một nửa số thành viên của hội đồng công ty của một ngân hàng phải là công dân Na Uy và người thường trú tại Na Uy hoặc một quốc gia EEA khác. Từ ngày 01/01/2005, không áp dụng mức trần đối với phần trăm vốn cổ phần nước ngoài trong một tổ chức tài chính Na Uy miễn là Cơ quan có thẩm quyền cho phép mua.

Bộ Tài chính Na Uy cũng đã bãi bỏ các hạn chế còn lại đối với việc thành lập chi nhánh của các tổ chức tài chính nước ngoài, bao gồm các ngân hàng, quỹ tài trợ và các định chế tổ chức tài chính khác.

Quyền sở hữu các tổ chức truyền thông được quy định bởi Đạo luật sở hữu truyền thông năm 1997 và quy định của Cơ quan truyền thông Na Uy (Norwegian Media Authority). Không một cá nhân, tổ chức nào, cho dù trong nước hay nước ngoài, có thể kiểm soát hơn 1/3 thị trường báo chí, đài phát thanh, truyền hình quốc gia. Na Uy vẫn tuân thủ theo hiệp định EEA đối với việc sở hữu cổ phần trong lĩnh vực thông tin, truyền thông. Sự ra đời và tầm quan trọng ngày càng tăng của các hình thức truyền thông mới (bao gồm cả những hình thức mới xuất hiện từ internet và các ngành công nghiệp không dây) đã làm dấy lên lo ngại rằng chế độ pháp lý hiện hành trong nước (chủ yếu tập trung vào báo in) đang trở nên lỗi thời.

Vào tháng 12 năm 2023, Chính phủ Na Uy đã ban hành mức thuế lợi tức (ground rent

tax) 25% đối với hoạt động sản xuất điện gió trên đất liền, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2024. Trong cùng một đề xuất ngân sách, mức thuế thu lợi nhuận đột biến (windfall tax) đối với doanh thu sản xuất điện gió và thủy điện, vốn được ban hành trong năm 2023 nhằm đối phó với tình trạng giá điện tăng vọt, đã được loại bỏ dần kể từ ngày 1 tháng 10 năm 2023.

Vào năm 2016, Đạo luật Sở hữu Truyền thông đã được bãi bỏ; quyền sở hữu truyền thông hiện được giám sát bởi Cơ quan Cạnh tranh. Không một cá nhân hoặc tổ chức nào, dù trong nước hay nước ngoài, được phép kiểm soát quá 1/3 thị trường báo chí, đài phát thanh và/hoặc truyền hình quốc gia mà không có giấy phép nhượng quyền. Nguyên tắc đối xử quốc gia được áp dụng theo đúng các nghĩa vụ của Na Uy trong thỏa thuận EEA. Các dịch vụ phát sóng và nghe nhìn theo yêu cầu được điều chỉnh bởi Đạo luật Phát sóng, trong đó bao gồm các quy định về quyền tiếp cận phát sóng (nghĩa vụ phải có giấy phép), các quy tắc về quảng cáo, tài trợ và đặt sản phẩm, việc truyền lại trên mạng cáp, các nghĩa vụ phổ biến thông tin và các quy định chung về cơ cấu tổ chức của đài truyền hình quốc gia, NRK. Đạo luật Phát sóng chủ yếu dựa trên Chỉ thị Dịch vụ Truyền thông Nghe nhìn Châu Âu 2010/13/EU (Chỉ thị AMT).

Trong vài năm qua, các mối lo ngại về an ninh quốc gia đã gia tăng đối với các giao dịch và đầu tư nước ngoài rủi ro cao. Một Đạo luật An ninh mới đã có hiệu lực vào ngày 1 tháng 1 năm 2019, trong đó Chương 10, mang tiêu đề “Kiểm soát Quyền sở hữu,” chứa các quy tắc về việc sàng lọc và phê duyệt các giao dịch và đầu tư liên quan đến các công ty Na Uy. Mỗi Bộ ngành liên quan của Na Uy quyết định liệu Đạo luật này có nên áp dụng toàn bộ hay một phần đối với các giao dịch mà (i) liên quan đến thông tin mật, (ii) kiểm soát thông tin, hệ thống thông tin, đối tượng, hoặc cơ sở hạ tầng quan trọng đối với các chức năng quốc gia, hoặc (iii) tham gia vào các hoạt động có ý nghĩa then chốt đối với các chức năng cơ bản của quốc gia hay không. Các quy tắc kiểm soát quyền sở hữu của Na Uy áp dụng cho cả bên mua nước ngoài và trong nước mà không có sự phân biệt đối xử. Hiện đang có một quy trình sửa đổi Đạo luật An ninh

nhằm cung cấp cho các cơ quan chức năng cái nhìn tổng quan hơn về những thay đổi trong quyền sở hữu của các doanh nghiệp Na Uy và làm rõ các quy tắc ngăn chặn việc bán hàng không mong muốn cho các đối tượng nước ngoài. Chính phủ đã sử dụng Đạo luật này vào tháng 3 năm 2021 để ngăn chặn việc bán một nhà sản xuất động cơ hàng hải cho một nhà đầu tư Nga vì lý do an ninh quốc gia. Chính phủ Na Uy đã thành lập một ủy ban liên ngành vào năm 2022 để tiếp tục cải thiện các quy tắc và quy trình nhằm theo dõi các khoản đầu tư vào các ngành công nghiệp rủi ro cao được coi là tối quan trọng đối với an ninh quốc gia Na Uy.

Tạo điều kiện đầu tư

Na Uy là nước ký kết Hiệp định Tạo thuận lợi Đầu tư vì Phát triển của WTO. www.altinn.no là một cổng thông tin điện tử đóng vai trò là một đầu mối để hướng dẫn các nhà đầu tư nước ngoài thành lập công ty và có chứa các biểu mẫu cần thiết; nó cũng cung cấp một nền tảng điện tử để đối thoại giữa khu vực kinh doanh/công nghiệp, người dân và các bên liên quan khác với các cơ quan chính phủ.

Quy trình đăng ký kinh doanh diễn ra minh bạch, hoàn chỉnh và mở cửa cho các công ty nước ngoài. Tuy nhiên, xin lưu ý rằng không thể thực hiện đăng ký mở chi nhánh công ty nước ngoài bằng phương thức trực tuyến.

Tham khảo thêm tại cổng thông tin www.altinn.no/en/start-and-run-business để biết thêm chi tiết về đăng ký thành lập công ty tại Na Uy.

Đầu tư ra nước ngoài

Chính phủ Na Uy không khuyến khích đầu tư trực tiếp ra nước ngoài. Tuy nhiên, chính phủ cũng thừa nhận rằng để các công ty Na Uy thành công hơn, họ cần phát triển ở các thị trường và nền kinh tế lớn hơn Na Uy. Vì vậy, cơ quan xúc tiến đầu tư và thương mại, Đổi mới Na Uy (Innovation Norway), có các văn phòng tại 28 thị trường nước ngoài, bao gồm Houston, New York, San Francisco và Washington, D.C. Quỹ Hưu trí Chính phủ Toàn cầu của Na Uy, quỹ tài sản có chủ quyền lớn thứ hai trên thế giới,

được quản lý bởi Quản lý Đầu tư Ngân hàng Norges (NBIM). Quỹ này sở hữu gần 1,5% cổ phần của tất cả các công ty niêm yết trên thế giới, với 48% khoản đầu tư của họ nằm ở Hoa Kỳ.

Hiệp định đầu tư song phương và Hiệp ước Thuế

Na Uy đã ký kết các hiệp định đầu tư song phương với 18 quốc gia. Các thỏa thuận này bao gồm các điều khoản về hồi hương vốn, giải quyết tranh chấp, và các tiêu chuẩn đối với việc trưng thu và quốc hữu hóa bởi nước chủ nhà. Na Uy và các thành viên khác của Hiệp hội Thương mại Tự do Châu Âu (EFTA) – Iceland, Liechtenstein và Thụy Sĩ – có 30 hiệp định thương mại tự do chung bao gồm các điều khoản bảo hộ đầu tư. Ngoài ra, EFTA hiện đang đàm phán sáu hiệp định thương mại tự do khác. Danh sách các thỏa thuận và tiến trình đàm phán có thể xem tại đây: <https://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements>. Các thỏa thuận này bao gồm thương mại hàng hóa và dịch vụ, bảo hộ đầu tư, giải quyết tranh chấp, và các vấn đề khác thường thấy trong các hiệp định đầu tư song phương. Chính phủ Na Uy đã khởi xướng cải cách thuế vào năm 2016, dần dần giảm thuế suất thu nhập và thuế doanh nghiệp từ 28% xuống còn 22% vào năm 2019. Năm 2021, Na Uy trở thành thành viên của Khung Bao trùm OECD về Xói mòn Cơ sở Thuế và Chuyển dịch Lợi nhuận, và Chính phủ là bên tham gia thỏa thuận tháng 10 năm 2021 của Khung Bao trùm liên quan đến giải pháp hai trụ cột cho các thách thức thuế toàn cầu, bao gồm mức thuế suất thuế doanh nghiệp tối thiểu toàn cầu là 15%.

Các luật và quy định về đầu tư trực tiếp nước ngoài

Chính phủ Na Uy và các doanh nghiệp luôn chào đón các nhà đầu tư nước ngoài và xem đó là ưu tiên trong mọi hành động. Chính phủ đã thành lập cơ quan “Invest in Norway”, là một tổ chức xúc tiến đầu tư chính thức, để giúp thu hút và hỗ trợ các nhà đầu tư nước ngoài, bao gồm cả trong lĩnh vực năng lượng quan trọng ở nước ngoài và ở các khu vực kém phát triển hơn như miền bắc Na Uy.

Có một số hạn chế về quyền sở hữu đối với một số hoạt động có liên quan đến tài

nguyên thiên nhiên và một số hoạt động (đánh bắt cá/hàng hải/vận tải đường bộ).

Mặc dù không phải là thành viên của Liên minh Châu Âu, nhưng Na Uy đã là thành viên của EEA và tiếp tục tự do hóa luật đầu tư nước ngoài của mình để phù hợp hơn với các tiêu chuẩn của EU.

Đạo luật An ninh Quốc gia mới có hiệu lực từ ngày 01/01/2019 đã cung cấp nền tảng pháp lý để tăng cường sàng lọc các khoản đầu tư nước ngoài của chính phủ dựa trên những lo ngại về an ninh quốc gia. Hệ thống pháp luật của Na Uy rất mạnh mẽ và đáng tin cậy.

Luật cạnh tranh và chống độc quyền

Bộ Luật quản lý cạnh tranh có hiệu lực vào năm 2004 và được thực thi bởi Cơ quan Cạnh tranh Na Uy (Norwegian Competition Authority – NCA). Theo thẩm quyền của Bộ Thương mại, Công nghiệp và Thủy sản, NCA được phép tiến hành các thủ tục tố tụng phi hình sự và phạt tiền, hoặc thu “phí vi phạm” đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Mức phí có thể thay đổi tùy theo một số yếu tố, bao gồm doanh thu của công ty và mức độ nghiêm trọng của hành vi vi phạm. Luật năm 2004 cũng trao quyền cho NCA ngăn chặn các vụ sáp nhập hoặc mua lại có nguy cơ làm ảnh hưởng đáng kể đến sự cạnh tranh trên thị trường. Các công ty có kế hoạch cho các giao dịch tương tự như vậy thường phải có nghĩa vụ tuân theo luật là phải báo cáo kế hoạch của họ cho NCA, sau đó dựa vào báo cáo tổ chức này có thể tiến hành xem xét. Tuy nhiên, nếu tổng doanh thu hàng năm ở Na Uy không vượt quá 1 tỷ NOK (195 triệu USD) hoặc doanh thu hàng năm của một trong các công ty là 100 triệu NOK (9,5 triệu USD), thì không cần thông báo.

Căn cứ vào các nghĩa vụ của mình tuân theo EEA, Na Uy đã thực hiện luật của EU về mua sắm công vào ngày 01/01/1994. Na Uy cũng là một bên ký kết Hiệp định Mua sắm Chính phủ của WTO (GPA). Luật pháp của EEA/EU và hiệp định WTO bắt buộc Na Uy phải tuân theo các thủ tục minh bạch, được quốc tế công nhận đối với các hoạt

động mua sắm công trên các giá trị ngưỡng nhất định.

Tất cả các hợp đồng mua sắm công vượt quá giá trị ngưỡng nhất định phải được công bố trên tờ The Official Journal của Liên minh Châu Âu và đăng trong cơ sở dữ liệu Tenders Electronic Daily (TED) của EU. Na Uy đã thiết lập một cơ sở dữ liệu thông báo điện tử hơn một thập kỷ trước và hiện đang chuyển tất cả các thông báo đấu thầu bằng phương thức điện tử thông qua cơ sở dữ liệu này tới hệ thống TED.

Các quy tắc áp dụng cho hoạt động mua sắm của chính quyền trung ương, chính quyền khu vực hoặc địa phương, các cơ quan đều chịu sự điều chỉnh của luật mua sắm công. Ngoài ra, có ột số các quy tắc đặc biệt áp dụng cho việc mua sắm của một số đơn vị nhất định trong các lĩnh vực "tiện ích" như nước, năng lượng, giao thông và viễn thông.

Các cơ quan công quyền phải công bố kế hoạch hàng năm chung về việc mua hàng hóa và dịch vụ, cũng như thông tin chung về bất kỳ dự án xây dựng có kế hoạch triển khai. Chậm nhất là hai tháng sau khi hợp đồng được ký kết, một thông báo phải được công bố cho biết công ty nào đã giành được hợp đồng. Tất cả các thông báo phải được xuất bản bằng ngôn ngữ của Liên minh Châu Âu.

Không được sử dụng các yếu tố thông số kỹ thuật phân biệt đối xử để điều chỉnh hợp đồng cho một nhà cung cấp địa phương hoặc quốc gia. Bất kỳ tiêu chuẩn kỹ thuật nào được áp dụng trong quá trình mua sắm phải là tiêu chuẩn quốc gia phù hợp với tiêu chuẩn Châu Âu. Nếu không có các tiêu chuẩn này, các tiêu chuẩn quốc tế hoặc quốc gia khác có thể được áp dụng. Tất cả các thông số kỹ thuật được sử dụng để đánh giá hồ sơ dự thầu phải được đưa vào thông báo hoặc trong thư mời thầu.

Nói chung, mua sắm công không phân biệt đối xử và phải dựa trên đấu thầu rộng rãi, cạnh tranh. Tuy nhiên, vẫn có những ngoại lệ, đặc biệt là trong mua sắm quốc phòng có tính chất ảnh hưởng đến an ninh quốc gia.

The Complaints Board, một cơ quan đánh giá độc lập, cung cấp một quy trình khiếu nại không tốn kém đối với các vấn đề phát sinh trong đấu thầu. Hội đồng có thể đưa ra

“ý kiến không ràng buộc” và xem xét tính hợp pháp của việc mua sắm được đề cập. Các tranh chấp nghiêm trọng hơn có thể được đưa ra trước Cơ quan giám sát châu Âu (ESA) hoặc tòa án, nhưng quá trình đưa ra quyết định có thể kéo dài.

Sự minh bạch của hệ thống pháp luật

Tính minh bạch của hệ thống pháp luật của Na Uy nhìn chung tương đương với EU. Na Uy có nghĩa vụ thông qua các chỉ thị của EU theo các điều khoản của hiệp định EEA trong các lĩnh vực chính sách xã hội, bảo vệ người tiêu dùng, môi trường, luật công ty và thống kê.

Tất cả các dự thảo luật đều được đưa ra để lấy ý kiến thông qua quá trình tham vấn cộng đồng. Quốc hội Na Uy thực hiện quyền lập pháp ở Na Uy và thông qua tất cả các luật chính thức.

Chính phủ Na Uy đã áp dụng chính sách cạnh tranh minh bạch. Chính phủ đã thực hiện các luật và chính sách về thuế, lao động, y tế, an toàn lao động, và các luật và chính sách khác để tránh làm sai lệch hoặc cản trở việc huy động và phân bổ đầu tư hiệu quả.

Đạo luật Kế toán Na Uy, phù hợp với Chỉ thị 2014/95/EU của EU, yêu cầu các công ty đại chúng Na Uy và các công ty lớn khác phải công bố các báo cáo thường niên về các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG). Việc thực hiện ESG đang nhận được sự quan tâm và ủng hộ ngày càng tăng của công chúng, và các công ty có hồ sơ ESG mạnh mẽ có thể đạt được lợi thế cạnh tranh. Na Uy đã ban hành luật trình bày các yêu cầu báo cáo xã hội vào năm 2013 thông qua việc đưa ra Điều 3-3 của Đạo luật Kế toán Na Uy, với các yêu cầu báo cáo có hiệu lực vào năm 2018. Ngoài ra, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 7 năm 2021, Điều 3-3 của Đạo luật Kế toán Na Uy đã được sửa đổi một chút để bổ sung các yếu tố ESG quan trọng như nhân quyền, quyền của người lao động, điều kiện xã hội, môi trường bên ngoài và chống tham nhũng, cũng như bình đẳng giới và chống phân biệt đối xử.

Các khoản nợ và tài chính công của Na Uy được minh bạch rộng rãi. Chính phủ Na Uy

công bố Ngân sách Quốc gia trên trang web www.statsbudsjettet.no và báo cáo hàng năm cho Nghị viện trên trang web của www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-3-20192020/id2699198.

Bộ Tài chính có một trang web về nợ Chính phủ: www.regjeringen.no/en/topics/the-economy/economic-policy/the-central-governments-outstanding-debt/id443404/.

Tuân thủ quy định quốc tế

Na Uy là một thành viên của Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA) và do đó thực hiện các chỉ thị hiện hành của EU theo các điều khoản của hiệp định.

Na Uy là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và thông qua tất cả dự thảo quy định kỹ thuật cho Ủy ban WTO về Hàng rào Kỹ thuật trong Thương mại (TBT).

Tính độc lập về pháp luật và hệ thống tư pháp

Hệ thống pháp luật của Na Uy tương tự như hệ thống pháp luật của các nước Bắc Âu khác, nhưng không bao gồm một bộ luật dân sự toàn diện. Luật pháp Na Uy dựa trên nguyên tắc tự do hợp đồng, chỉ chịu những hạn chế có giới hạn. Hợp đồng, dù bằng miệng hay bằng văn bản, nói chung vẫn có giá trị ràng buộc các bên.

Luật phá sản

Na Uy có luật phá sản chặt chẽ và được xếp hạng 5/190 về mức độ thuận lợi "giải quyết tình trạng vỡ nợ" trên Chỉ số Kinh doanh năm 2020 của Ngân hàng Thế giới. Theo Ngân hàng Thế giới, thời gian trung bình cho thủ tục phá sản ở Na Uy bằng một nửa thời gian trung bình của OECD, chỉ dưới một năm. Đạo luật Phá sản năm 1984 là luật cơ bản điều chỉnh các thủ tục mất khả năng thanh toán. Một Đạo luật Tái cơ cấu tạm thời mới đã có hiệu lực vào ngày 11 tháng 5 năm 2020, làm cho quy trình tái cơ cấu tư pháp có thể áp dụng nhằm tránh các vụ phá sản không cần thiết của các công ty đang gặp khó khăn về tài chính. Đạo luật này, được thông qua để đối phó với những hậu quả kinh tế của đại dịch COVID-19 toàn cầu, vẫn có hiệu lực cho đến ngày 1 tháng

7 năm 2025, khi nó sẽ được thay thế bằng một luật mới có hiệu lực vĩnh viễn.

Khu vực ngoại thương/cảng tự do

Chính phủ Na Uy không thiết lập các khu ngoại thương hoặc cảng tự do.

Quốc hữu hóa và bồi thường

Không có trường hợp nào ở Na Uy bị trưng thu tài sản trong thời gian gần đây. Việc chiếm đoạt tài sản của chính phủ thường được thường xảy ra trong các tranh chấp về đất đai và tài sản cho các mục đích công cộng (xây dựng đường sá, v.v.).

Ở Na Uy không có bất cứ quy định nào đối với việc tước quyền sở hữu hoặc quốc hữu hóa tài sản đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Cũng không có hình thức phân biệt đối xử đối với đầu tư nước ngoài tại Na Uy.

Khi chính phủ Na Uy sử dụng các quyền hạn và chức năng của mình để mua tài sản một cách bắt buộc cho mục đích công cộng, thì chủ sở hữu tài sản sẽ được bồi thường thỏa đáng và đúng theo luật quốc tế. Có thể nhờ đến tòa án nếu cần thiết. Hầu hết các chương trình quốc hữu hóa đều có liên quan đến các dự án cơ sở hạ tầng như mở rộng cảng, đường bộ và đường sắt.

Giải quyết tranh chấp

Na Uy đã phê chuẩn các thỏa thuận quốc tế chính thức quy định về trọng tài và giải quyết tranh chấp đầu tư, bao gồm Công ước New York 1958 và Công ước Washington 1965 thành lập Trung tâm quốc tế giải quyết tranh chấp đầu tư (ICSID) có trụ sở tại Nhóm Ngân hàng Thế giới. Công ước New York có trụ sở tại Liên hợp quốc yêu cầu tòa án của các quốc gia ký kết phải công nhận và thực thi các phán quyết của trọng tài được đưa ra tại các quốc gia ký kết khác.

Na Uy là thành viên của 15 Hiệp ước đầu tư song phương và 32 Hiệp ước có điều

khoản đầu tư. Hệ thống pháp luật của Na Uy cung cấp các phương tiện hữu hiệu để thực thi các quyền về tài sản và hợp đồng.

Chính phủ Na Uy chấp nhận trọng tài quốc tế ràng buộc về các tranh chấp giữa các nhà đầu tư nước ngoài và nhà nước. Các tòa án địa phương dự kiến sẽ thực thi các phán quyết của trọng tài nước ngoài được ban hành.

Các chính sách ưu đãi

SkatteFUNN - Chương trình ưu đãi thuế dành cho nghiên cứu và phát triển (R&D) của Na Uy là một chương trình của chính phủ được thiết kế để kích thích hoạt động R&D trong thương mại và công nghiệp Na Uy. Các doanh nghiệp và doanh nghiệp thuộc diện chịu thuế ở Na Uy có đủ điều kiện để nộp đơn xin giảm thuế.

Các chương trình khuyến khích đầu tư của Na Uy ở tất cả các cấp chính quyền đều tuân theo các quy định của EU và thường được áp dụng chung với các quốc gia thành viên EU khác. Ủy ban châu Âu không khuyến khích các ưu đãi và hỗ trợ nhà đầu tư mang tính riêng lẻ từng quốc gia vì điều này sẽ dẫn đến mất công bằng trong lĩnh vực đầu tư giữa các quốc gia thành viên, làm suy yếu cấu trúc và đe dọa sự thống nhất của EU, cũng như sự gắn kết xã hội và kinh tế trong khu vực.

Trong các chính sách thu hút đầu tư, Na Uy nhấn mạnh đến việc thúc đẩy đổi mới, đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển, tiết kiệm năng lượng, làm sạch môi trường, xuất khẩu và hơn hết là ưu tiên tạo việc làm cho người dân trong khu vực.

Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ

Một vài nguyên tắc cơ bản rất quan trọng trong quản lý quyền sở hữu trí tuệ tại Na Uy. Đầu tiên là cần có một chiến lược tổng thể để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của bạn. Thứ hai là tài sản trí tuệ tại Na Uy được bảo vệ khác với ở một số nước khác, thứ 3 là quyền sở hữu phải đăng ký và thực thi ở Na Uy theo luật trong nước. Do đó không có khái niệm bản quyền quốc tế được mặc nhiên thừa nhận ở Na Uy.

Đăng ký bằng sáng chế và thương hiệu là công việc đầu tiên và cần làm ngay, vì vậy bạn nên xem xét việc đăng ký bảo vệ mẫu mã và nhãn hiệu trước khi bán sản phẩm hay dịch vụ tại thị trường Na Uy.

Việc cấp đăng ký bằng sáng chế thường dựa trên tài liệu đầu tiên hoặc phát minh đầu tiên phát minh, tùy thuộc vào cơ sở quốc gia, vì vậy bạn nên xem xét cách đăng ký bằng sáng chế và bảo vệ nhãn hiệu trước khi giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ của mình cho thị trường Na Uy. Điều quan trọng là các công ty phải hiểu rằng sở hữu trí tuệ chủ yếu thuộc về quyền riêng tư và chính phủ nước ngoài không thể thực thi quyền đối với các cá nhân tư nhân ở Na Uy. Trách nhiệm của chủ sở hữu quyền là phải đăng ký, bảo vệ và thực thi các quyền của mình khi có liên quan. Các công ty nên nhờ các luật sư địa phương hoặc các công ty tư vấn về sở hữu trí tuệ, vì họ là những chuyên gia nắm vững luật lệ ở Na Uy.

Luôn luôn khuyến khích tiến hành thẩm định đối với các đối tác tiềm năng. Một đối tác tốt là một đồng minh quan trọng trong việc bảo vệ quyền SHTT. Hãy xem xét cẩn thận xem có nên cho phép đối tác của bạn đăng ký quyền SHTT thay mặt bạn hay không. Làm như vậy có thể tạo ra rủi ro rằng đối tác của bạn sẽ tự liệt kê mình là chủ sở hữu SHTT và việc đó dẫn đến mâu thuẫn khi quan hệ đối tác kết thúc. Hãy theo dõi cơ cấu chi phí của bạn và giảm tỷ suất lợi nhuận cũng như động cơ của những kẻ xấu có thiện ý. Các dự án và hoạt động bán hàng ở EU/EEA đòi hỏi sự quan tâm thường xuyên. Làm việc với cố vấn pháp lý quen thuộc với luật EU/EEA để tạo ra một hợp đồng vững chắc bao gồm các điều khoản không cạnh tranh và các điều khoản bảo mật.

Các công ty vừa và nhỏ cần hiểu tầm quan trọng của việc phối hợp với các hiệp hội và tổ chức thương mại để hỗ trợ các nỗ lực bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và ngăn chặn hàng giả.

Là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO), Na Uy tuân thủ các tiêu chuẩn sở hữu trí tuệ quốc tế được thiết lập theo Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ

(TRIPS). Các doanh nghiệp luôn luôn nên tiến hành thẩm định đối với các đối tác tiềm năng. Một đối tác tốt là một đồng minh quan trọng trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, hãy cân nhắc cẩn thận xem có nên cho phép đối tác của bạn đăng ký quyền SHTT thay mặt bạn hay không. Làm như vậy có thể tạo ra rủi ro rằng đối tác của bạn sẽ tự coi mình là chủ sở hữu SHTT và không thể chuyển giao quyền nếu quan hệ đối tác khác. Nên làm việc với cố vấn pháp lý am hiểu luật pháp của Na Uy để tạo ra một hợp đồng vững chắc bao gồm các điều khoản không cạnh tranh và các điều khoản bảo mật/không được phép tiết lộ.

Na Uy có quy định chặt chẽ trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ (Intellectual Property Rights – IPR). Tuy nhiên tỷ lệ vi phạm tại Na Uy - đặc biệt là vi phạm bản quyền âm nhạc trên internet và sao chép bất hợp pháp phần mềm – vẫn còn diễn ra và rất khó kiểm soát tương tự như hầu hết các quốc gia EU khác.

Na Uy tuân thủ các thỏa thuận quốc tế về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (IPR) (ví dụ: Công ước Liên minh Paris về Bảo hộ Sở hữu Công nghiệp, Công ước Bản quyền Berne, Công ước Bản quyền Toàn cầu năm 1952 và Hiệp ước Hợp tác Sáng chế). Là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), điều này cũng có nghĩa Na Uy phải tuân thủ Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPS).

Các đạo luật chính Na Uy áp dụng nhằm quản lý quyền SHTT bao gồm: Đạo luật Sáng chế ngày 15/12/1967, đã được sửa đổi nhiều lần cho phù hợp từng giai đoạn; Đạo luật Thiết kế ngày 14/3/2003; Đạo luật Bản quyền ngày 12/5/1961, đã được sửa đổi; Đạo luật thiết kế bố cục ngày 15/6/1990, đã được sửa đổi; Đạo luật Tiếp thị ngày 09/01/2009; và Đạo luật Nhãn hiệu ngày 26/3/2010.

Với tư cách là một nền kinh tế châu Âu thành viên thuộc Khu vực (EEA), Na Uy đã thông qua luật nhằm thực hiện Chỉ thị về bản quyền của Liên minh Châu Âu năm 2001.

Văn phòng cấp bằng sáng chế (Patentstyret) của Na Uy cấp bằng sáng chế có thời hạn 20 năm.

Vào tháng 6/2005, Na Uy đã ban hành luật dựa trên Chỉ thị bản quyền năm 2001 của Liên minh Châu Âu để chống vi phạm bản quyền trên môi trường Internet. Kể từ đó, Chính phủ Na Uy đã sửa đổi Đạo luật bản quyền và có hiệu lực vào tháng 7/2013. Đạo luật sửa đổi làm rõ quy trình để có được quyền truy cập vào danh tính của người vi phạm và cung cấp cơ chế chặn trang web vi phạm. Những phát triển tích cực về mặt thực thi được bổ sung bởi sự phổ biến ngày càng tăng của các lựa chọn thay thế phát trực tuyến hợp pháp như Spotify, Netflix và HBO...

Vi phạm bản quyền

Vi phạm bản quyền trên môi trường Internet ở Na Uy vẫn đang phổ biến vì môi trường Internet băng thông rộng hiện đang rất phát triển, điều này giúp cho việc đăng hoặc tải các sản phẩm có bản quyền trở nên dễ dàng và phổ biến. Các tổ chức tư nhân như Hiệp hội Điện ảnh đang cố gắng nâng cao nhận thức của cộng đồng về vi phạm bản quyền Internet và video, bao gồm cả việc chạy các quảng cáo chống vi phạm bản quyền tại các rạp chiếu phim.

Bằng sáng chế và Thương hiệu

Luật pháp của Na Uy nhìn chung bảo vệ cho hầu hết các phát minh sáng chế. Việc xin cấp bằng sáng chế có thể mất nhiều thời gian hơn trong các lĩnh vực công nghệ nhất định.

Thực thi luật pháp về bảo vệ quyền SHTT

Theo thỏa thuận EEA, chính phủ Na Uy không có nghĩa vụ phải thực hiện Chỉ thị thực thi của Liên minh Châu Âu. Na Uy không cấm nhập khẩu hoặc xuất khẩu hàng giả hoặc hàng vi phạm bản quyền để sử dụng hoặc tiêu dùng cho mục đích cá nhân. Tuy nhiên, việc nhập khẩu hoặc xuất khẩu để bán lại hoặc cho mục đích thương mại khác do Hải quan Na Uy kiểm soát và các chủ sở hữu sẽ được hải quan thông báo. Cơ quan hải quan có thể thu giữ và giữ hàng giả trong tối đa năm ngày làm việc, trong thời gian đó, các chủ sở hữu quyền có thể quyết định xem có kiện hay theo đuổi giải quyết hay không. Nếu chủ thể chủ quyền không theo đuổi vụ kiện hoặc trả lời thông báo, hàng

hóa sẽ được trả cho nhà nhập khẩu trừ khi hàng hóa bị coi là có hại.

Năm 2010, Hải quan Na Uy đã thành lập văn phòng IPR để phối hợp đào tạo và nâng cao nhận thức. Vào năm 2015, chính phủ Na Uy đã đưa vào sử dụng trang web cho một chiến dịch nâng cao nhận thức (www.velgekte.no).

Các chủ sở hữu bản quyền có thể báo cáo rằng các cơ quan thực thi pháp luật để điều tra các trường hợp vi phạm bản quyền, việc này sẽ dẫn đến việc đóng cửa một số trang web vi phạm. Tuy nhiên, các chủ sở hữu bản quyền cho rằng các nhà chức trách vẫn chưa ưu tiên thỏa đáng cho các trường hợp vi phạm bản quyền và vi phạm bản quyền trên môi trường Internet.

Quyền sở hữu đất đai:

Quyền sở hữu đất đai và bất động sản ở Na Uy được pháp luật bảo vệ đầy đủ và chắc chắn thông qua các cấp tòa án.

Na Uy công nhận các quyền lợi được bảo đảm bằng tài sản, cả động sản và bất động sản. Na Uy duy trì một hệ thống pháp luật và tư pháp mở và hiệu quả nhằm bảo vệ và tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua bán và định đoạt các quyền đối với tài sản, bao gồm đất đai, nhà cửa và các tài sản thế chấp.

Thị trường vốn và danh mục đầu tư chứng khoán.

Na Uy có một hệ thống ngân hàng có mức áp dụng CNTT cao, cung cấp đầy đủ các dịch vụ về ngân hàng và tài chính, bao gồm cả việc giao dịch ngân hàng qua Internet. Na Uy có các chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho dòng chảy tự do của các nguồn tài chính.

Các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước được tiếp cận với nhiều loại công cụ tín dụng. Hệ thống quản lý tài chính minh bạch và phù hợp với các chuẩn mực quốc tế. Sở giao dịch chứng khoán Oslo tạo điều kiện thuận lợi cho việc đầu tư danh mục đầu tư và giao dịch chứng khoán nói chung.

Hệ thống tiền tệ và ngân hàng

Các ngân hàng Na Uy nhìn chung có nền tảng tài chính vững chắc và lĩnh vực ngân hàng nắm giữ tài sản ước tính 530 tỷ USD. Tính thận trọng trong các yêu cầu về tài sản/thanh khoản đã giảm thiểu các thiệt hại cho hệ thống ngân hàng ở Na Uy đối với cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 – 2009. Các ngân hàng nước ngoài đã được phép thành lập chi nhánh tại Na Uy từ năm 1996.

Ngoại hối và kiều hối

Đơn vị tiền tệ của Na Uy là đồng Krone. Cổ tức, lợi nhuận, lãi cho các khoản cho vay, ghi nợ, thế chấp, và hồi hương vốn đầu tư được miễn trừ hoàn toàn và tùy thuộc vào yêu cầu báo cáo của Ngân hàng Trung ương. Các khoản thanh toán thông thường từ Na Uy cho các tổ chức nước ngoài có thể thực hiện mà không cần thủ tục thông qua các ngân hàng thương mại. Na Uy là thành viên của tổ chức Financial Action Task Force.

Thanh toán và chuyển khoản trong nội địa và nước ngoài không cần ủy quyền trước. Các giao dịch có thể được thực hiện bằng đồng euro cũng như các loại tiền tệ khác.

Cổ tức có thể được chuyển một cách tự do trừ trường hợp việc phân phối sẽ làm giảm tài sản ròng xuống thấp hơn vốn góp. Không có bất kỳ một khoản thuế nào trong việc chuyển khoản đầu tư ban đầu hoặc chuyển lợi nhuận của một chi nhánh về công ty mẹ trong quá trình hoạt động hoặc khi chi nhánh đóng cửa.

Na Uy không có hạn chế về các chính sách tiền tệ. Kiểm soát ngoại hối đã được bãi bỏ vào năm 1990. Không có yêu cầu cấp phép nào có hiệu lực. Yêu cầu duy nhất là yêu cầu báo cáo đối với các giao dịch tài chính và thanh toán quốc tế. Ngân hàng giao dịch thường đảm nhận việc báo cáo này. Chính phủ đã xác định mục tiêu lạm phát cho chính sách tiền tệ ở Na Uy. Mục tiêu hoạt động là lạm phát giá tiêu dùng gần 2% theo thời gian. Chính sách tiền tệ cũng sẽ góp phần ổn định tổng sản phẩm quốc gia và việc làm. Lãi suất tiền gửi của các ngân hàng tại Ngân hàng Trung ương Na Uy (lãi suất tiền gửi thanh toán) là công cụ chính sách tiền tệ quan trọng nhất.

Không có giới hạn về ngoại hối trong việc chuyển nhượng vốn hoặc lợi nhuận ở Na Uy, trừ những trường hợp ngoại lệ (ví dụ: như các lệnh trừng phạt của Liên hợp quốc).

Trách nhiệm trong kinh doanh (RBC)

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) là một phần rất quan trọng trong ý thức của doanh nghiệp Na Uy. Chính phủ Na Uy cũng dành quan tâm cho các hoạt động kinh doanh có đạo đức và bền vững trong những năm qua. Chính phủ Na Uy đã ban hành một loạt sách trắng, gần đây nhất là vào năm 2015, về thúc đẩy quyền con người thông qua chính sách đối ngoại và hỗ trợ phát triển nước ngoài. Năm 2009, một sách trắng đặt ra trách nhiệm của các doanh nghiệp Na Uy trong nền kinh tế toàn cầu và trong năm 2006-2007, chính phủ đã đưa ra các hướng dẫn về ứng xử có đạo đức và trách nhiệm trong các doanh nghiệp nhà nước, đồng thời kết hợp với các chính sách về khí hậu, chính sách mua sắm và chính sách phát triển trong các kế hoạch phát triển doanh nghiệp của chính phủ.

Chính phủ Na Uy khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài và doanh nghiệp địa phương tuân theo các nguyên tắc về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo như Hướng dẫn của OECD về và Nguyên tắc hướng dẫn của Liên hợp quốc về Kinh doanh và Nhân quyền, được Hội đồng Nhân quyền Liên hợp quốc thông qua năm 2011. Chính phủ Na Uy cũng khuyến khích việc tuân thủ hướng dẫn của OECD về trách nhiệm của doanh nghiệp trong khai thác khoáng sản tại các quốc gia bị ảnh hưởng bởi xung đột. Kompakt là cơ quan tham vấn của Chính phủ về các vấn đề liên quan đến CSR tại Na Uy.

Đạo luật Kế toán Na Uy yêu cầu các công ty niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Oslo phải cung cấp báo cáo về các chính sách và điều khoản quản trị công ty của họ. Hội đồng Quản trị Công ty Na Uy, bao gồm chín tổ chức độc lập, ban hành và cập nhật Bộ Quy tắc Thực hành của Na Uy cho các công ty tuân thủ các quy định đặt ra. Minh bạch và công bố thông tin là chìa khóa để phát triển trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực khai thác, Na Uy khuyến khích tuân thủ Hướng dẫn của OECD về việc khai thác có trách nhiệm đối với các chuỗi khoáng sản từ các khu vực có xung đột và rủi ro cao, đồng thời tham gia Sáng kiến minh bạch ngành công nghiệp khai thác (EITI).

Để ngăn chặn việc trốn thuế và sử dụng các “thiên đường thuế” để che giấu thông tin tài chính, các doanh nghiệp lớn và các tổ chức công ích đang hoạt động trong ngành khai khoáng hoặc khai thác rừng nguyên sinh phải báo cáo đầy đủ theo định kỳ. Ngoài ra, Na Uy đã ký kết một số hiệp định trao đổi thông tin song phương mới về thuế trong những năm gần đây.

Chính phủ Na Uy rất coi trọng và thực hiện rất hiệu quả các vấn đề trách nhiệm đối với quyền con người, quyền lao động, bảo vệ người tiêu dùng và môi trường hoặc các luật/quy định sẽ bảo vệ người lao động từ các tác động bất lợi trong kinh doanh.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng cũng được chính phủ Na Uy rất coi trọng.

Vấn đề khí hậu

Na Uy đặt mục tiêu giảm phát thải khí nhà kính ít nhất 55% so với mức năm 1990 vào năm 2030, và trở thành một quốc gia phát thải thấp vào năm 2050. Đạo luật Khí hậu đặt mục tiêu giảm phát thải năm 2050 là 95% và đưa ra chu kỳ báo cáo năm năm một lần lên Quốc hội theo các nguyên tắc của Thỏa thuận Paris. Theo Thỏa thuận Khí hậu với EU, Na Uy hợp tác với EU bằng cách áp dụng các chỉ thị và hạn ngạch phát thải hiện hành để thực hiện các nghĩa vụ trong Thỏa thuận Paris của mình. Để đạt được các mục tiêu khí hậu này, Chính phủ cung cấp các ưu đãi tài chính để đầu tư vào các công nghệ xanh trong nước và nước ngoài:

- Norfund (Tổ chức tài chính phát triển của Na Uy): <https://www.norfund.no/our-impact/energy-climate/>
- Enova: <https://www.enova.no/about-enova/>

- Đổi mới Na Uy (Innovation Norway): <https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/>
- Quỹ Đầu tư Nysnø (Nysnø Invest): <https://www.nysnoinvest.no/en/about-nysno/>

Sáng kiến Khí hậu và Rừng Quốc tế của Na Uy (NICFI) là nỗ lực quốc tế quan trọng nhất của đất nước nhằm giảm thiểu biến đổi khí hậu thông qua việc bảo vệ các khu rừng nhiệt đới trên thế giới. Thông qua sáng kiến được khởi động vào năm 2008, Na Uy đã cam kết cung cấp lên tới 3 tỷ Krone Na Uy (285 triệu USD) mỗi năm để giúp bảo vệ các khu rừng nhiệt đới trên thế giới. NICFI được quản lý bởi Bộ Khí hậu và Môi trường Na Uy với sự cộng tác của Cơ quan Hợp tác Phát triển Na Uy. Các luật, quy định và sách trắng của Na Uy về khí hậu và môi trường có thể được truy cập tại: <https://www.regjeringen.no/en/dep/kld/id668/>.

Vào năm 2023, Na Uy xếp thứ ba trên 76 quốc gia trong Chỉ số Tương lai Xanh (Green Future Index) của Tạp chí Công nghệ MIT, một chỉ số cung cấp đánh giá đa chiều về những đóng góp của các quốc gia vào hệ thống đổi mới năng lượng sạch toàn cầu.

Tham nhũng

Mọi hoạt động kinh doanh và hỗ trợ kinh doanh của chính phủ thường được tiến hành một cách công khai ở Na Uy và Na Uy xếp hạng 7 trong số 180 quốc gia về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng năm 2019 của Tổ chức Minh bạch Quốc tế.

Tham nhũng được xem một tội hình sự theo Bộ luật Hình sự của Na Uy. Luật chống tham nhũng của Na Uy chi phối cả các hoạt động bất hợp pháp ở nước ngoài, bao gồm công dân/công ty Na Uy hối lộ quan chức ở nước ngoài cũng phải chịu hình phạt hình sự tại tòa án Na Uy.

Năm 2008, Bộ Ngoại giao Na Uy đưa ra sáng kiến chống tham nhũng, tập trung vào việc hạn chế tham nhũng trong các nỗ lực phát triển quốc tế.

Na Uy là thành viên của Nhóm các quốc gia chống tham nhũng của Hội đồng Châu Âu

(GRECO) và đã phê chuẩn Công ước Luật Hình sự về Tham nhũng vào năm 2004.

Na Uy đã phê chuẩn Công ước chống tham nhũng của Liên hợp quốc (2006) và là tha gia ký kết Công ước chống hối lộ của OECD.

Hành vi tham nhũng của công chức bị xử lý rất nặng và có thể bị phạt tù từ 5 năm đến 10 năm. Luật hiện hành không chỉ quy trách nhiệm cho các cá nhân mà còn dành cho công ty mà họ làm việc.

Hoạt động kinh doanh ở Na Uy thường được tiến hành một cách minh bạch và công khai (“above the table”), và Na Uy xếp thứ tư trên 180 quốc gia trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng năm 2023 của Tổ chức Minh bạch Quốc tế. Hành vi tham nhũng của các quan chức Na Uy hoặc nước ngoài là một hành vi phạm tội hình sự theo Bộ luật Hình sự Na Uy. Luật chống tham nhũng của Na Uy bao gồm các hoạt động phi pháp ở nước ngoài, theo đó công dân/công ty Na Uy hối lộ quan chức ở nước ngoài phải chịu hình phạt hình sự tại các tòa án Na Uy. Năm 2008, Bộ Ngoại giao đã phát động một sáng kiến chống tham nhũng, tập trung vào việc hạn chế tham nhũng trong các nỗ lực phát triển quốc tế.

Na Uy là thành viên của Nhóm các Quốc gia Chống Tham nhũng (GRECO), cơ quan giám sát chống tham nhũng của Hội đồng Châu Âu, và đã phê chuẩn Công ước Luật Hình sự về Tham nhũng vào năm 2004 mà không có bất kỳ bảo lưu nào. Na Uy đã phê chuẩn Công ước Chống Tham nhũng của Liên Hợp Quốc (2006) và là nước ký kết Công ước Chống Hối lộ của OECD.

Môi trường chính trị và an ninh trật tự

Na Uy là một nền dân chủ sôi động, ổn định. Các cuộc biểu tình hoặc sự cố chính trị bạo lực là cực kỳ hiếm, tương tự như các vụ tấn công có động cơ chính trị nhằm vào các dự án hoặc tài sản thương mại nước ngoài. Vào ngày 12 tháng 2 năm 2024, Cơ quan Tình báo Na Uy, Cơ quan An ninh Cảnh sát và Cơ quan An ninh Quốc gia đã

công bố các báo cáo Đánh giá Rủi ro và Mối đe dọa Thường niên tương ứng của mình. Các tài liệu này cập nhật về các điều kiện, kể từ khi cuộc chiến của Nga ở Ukraine bắt đầu, khiến an ninh quốc gia và công tác sẵn sàng trở nên khó khăn hơn. Chúng đề cập đến tình hình an ninh và các mối đe dọa phức tạp mà Na Uy đã phải đối phó trong năm qua, chẳng hạn như hoạt động tình báo, mua lại chiến lược, tấn công mạng và các hành vi phá hoại có thể xảy ra. Các cơ quan an ninh dự đoán rằng Trung Quốc và Nga sẽ tiếp tục cố gắng mua sắm hàng hóa, dịch vụ và công nghệ của Na Uy trong năm 2024. Các lĩnh vực như công nghệ cảm biến và phát hiện, công nghệ hàng hải tự hành, chất bán dẫn, công nghệ sinh học, công nghệ vệ tinh, công nghệ máy bay không người lái và truyền thông, cùng với các công nghệ mới nổi như trí tuệ nhân tạo và điện toán lượng tử sẽ là mục tiêu.

Chính sách và thực hành lao động

Thủ tục xin giấy phép lao động cho lao động nước ngoài, đặc biệt đối với lao động phổ thông, có thể rất phức tạp tại Na Uy.

Na Uy thường sẵn có nguồn lao động có tay nghề và bán lành nghề, mặc dù vẫn xảy ra tình trạng thiếu hụt ở một số lĩnh vực. Lực lượng lao động tính đến cuối năm 2023 đạt khoảng ba triệu người, chiếm 72,9% dân số trong độ tuổi lao động. Có 2,879 triệu người có việc làm vào cuối năm 2023 (chiếm 95,9% tổng lực lượng lao động nam và 96,4% tổng lực lượng lao động nữ), với tỷ lệ thất nghiệp ở mức 3,3%.

Tỷ lệ thành viên công đoàn là hơn 2,02 triệu người, chiếm 67,2% lực lượng lao động. Các công đoàn độc lập với chính phủ nhưng một số, chẳng hạn như tổ chức lao động lớn nhất – Landsorganisasjonen (LO), có mối quan hệ lịch sử và chặt chẽ với Đảng Lao động. Na Uy có một hệ thống thương lượng tập thể mang tính tập trung hóa cao và xây dựng. Chính phủ có thể áp đặt trọng tài tiền lương bắt buộc nếu các cuộc đình công đe dọa các lĩnh vực kinh tế trọng yếu, đặc biệt là ngành dầu khí và giao thông vận tải. Trọng tài tiền lương bắt buộc đã được sử dụng 121 lần kể từ năm 1953, lần gần đây

nhất là vào tháng 7 năm 2022, khi Chính phủ đề xuất trọng tài tiền lương bắt buộc để giải quyết tranh chấp giữa công đoàn Tổ chức Quản lý và Điều hành Na Uy và Công ty Dầu khí và Gas Na Uy (nay là Ngoài khơi Na Uy) liên quan đến thỏa thuận cơ bản hằng năm; và vào tháng 9 năm 2022, khi Thỏa thuận Kỹ thuật viên Máy bay giữa Hiệp hội Kỹ thuật viên Máy bay Na Uy (NFO) và NHO Hàng không được đàm phán lại. NFO yêu cầu tăng lương đáng kể do những thách thức về tuyển dụng.

Các phúc lợi dành cho người lao động tương đối hào phóng, bao gồm nghỉ phép có lương một năm để nuôi con (được chia sẻ giữa cha mẹ, và chủ yếu do Chính phủ tài trợ), và trợ cấp thất nghiệp lên đến 104 tuần. Có các quy định đặc biệt cho việc sa thải liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh suy giảm của người sử dụng lao động.

Số giờ làm việc trung bình mỗi tuần trong công việc chính là 34,8 giờ vào cuối năm 2023, đây là mức thấp thứ ba trong OECD, sau Hà Lan và Đan Mạch. Tuy nhiên, năng suất lao động lại cao—cao hơn đáng kể so với mức trung bình của EU.

Thu nhập theo giờ của lao động phổ thông Na Uy tương đối cao. Mức lương cao khuyến khích việc sử dụng các công nghệ thâm dụng vốn trong ngành công nghiệp Na Uy. Mặt khác, các giám đốc điều hành cấp cao và các kỹ sư có tay nghề cao thường được trả lương thấp hơn đáng kể so với các đồng nghiệp ở Hoa Kỳ, điều này, khi kết hợp với mức lương tương đối cao ở đáy thang lương, góp phần tạo nên mức độ bình đẳng thu nhập rất cao của Na Uy so với các nước OECD khác.

Vào ngày 1 tháng 1 năm 2023, một điều khoản mới có hiệu lực quy định rằng, theo nguyên tắc, người lao động phải được tuyển dụng vào các vị trí toàn thời gian. Người sử dụng lao động được yêu cầu phải lập tài liệu chứng minh nhu cầu tuyển dụng bán thời gian trước khi ký bất kỳ thỏa thuận việc làm bán thời gian nào. Vào ngày 1 tháng 1 năm 2024, các quy tắc mới có hiệu lực đã tăng cường quyền lợi của người lao động trong trường hợp bị cho thôi việc/sa thải trong nội bộ công ty.

Bán hàng cho chính phủ

Na Uy là thành viên của Hiệp định về Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA) mở rộng, về hầu hết các khía cạnh, đối với thị trường nội bộ của EU, cũng như các nước thuộc Hiệp định Thương mại Tự do Châu Âu (EFTA) gồm Na Uy, Iceland và Liechtenstein. Các thành viên EFTA này và tất cả các quốc gia thành viên của EU đều là thành viên của Hiệp định EEA. Là một phần của Hiệp định EEA, Na Uy, Iceland và Liechtenstein đã thông qua luật liên quan của EU về mua sắm công.

Thông qua Đạo luật Mua sắm Chính phủ (GPA) của WTO, thị trường mua sắm công của Na Uy đã mở cửa cho nhiều quốc gia hơn, vì vậy các quốc gia ký kết bên ngoài EU cũng có thể tham gia. Các cam kết quốc tế của Na Uy thông qua cả hiệp định EEA và GPA đều được đưa vào luật của Na Uy. Tất cả các thông báo mời thầu công khai đều phải được đăng trên công báo Na Uy, tờ Norsk Lysingsblad, và cơ sở dữ liệu đấu thầu công DOFFIN. Thông qua Hiệp định EEA, các tổ chức công ở Na Uy được yêu cầu phải thông báo giá thầu trên một giá trị ngưỡng nhất định trong cơ sở dữ liệu của EU, Nhật báo Điện tử Đấu thầu (TED).

Do các nghĩa vụ GPA của WTO, các giao dịch mua thuộc phạm vi GPA cũng được thông báo trong cơ sở dữ liệu DOFFIN, cơ sở dữ liệu này sẽ tự động chuyển tiếp các hồ sơ dự thầu trên giá trị ngưỡng tới TED. DOFFIN (<https://doffin.no/en>) là cơ sở dữ liệu trên Internet của Na Uy cho các thông báo về mua sắm công và mua sắm trong các lĩnh vực tiện ích (cung cấp nước và năng lượng, vận tải và viễn thông) tuân theo các quy định của EU.

Doanh nghiệp nhà nước

Chính phủ Na Uy tiếp tục đóng một vai trò mạnh mẽ trong nền kinh tế Na Uy thông qua quyền sở hữu hoặc kiểm soát nhiều công ty thương mại hàng đầu của đất nước. Khu vực công chiếm gần 66% GDP. Chính phủ Na Uy là chủ sở hữu lớn nhất tại Na Uy, nắm giữ cổ phần tại bảy mươi công ty thuộc một loạt các lĩnh vực then chốt (ví dụ: năng lượng, giao thông vận tải, tài chính và truyền thông). Cổ phần toàn bộ hoặc một

phần do chính phủ Na Uy sở hữu được quản lý trực tiếp bởi các Bộ ngành liên quan, và khoảng 33% vốn hóa thị trường chứng khoán nằm trong tay Chính phủ. Nhà nước Na Uy sở hữu tài sản trị giá khoảng 138 tỷ USD (1.450 tỷ Krone Na Uy), thông qua các công ty đa dạng tuyển dụng hơn 332.000 người. Quyền sở hữu tư nhân là quy tắc chính trong kinh doanh và công nghiệp Na Uy, nhưng quyền sở hữu nhà nước, cùng với các hình thức sở hữu công khác, đóng góp đáng kể vào quyền sở hữu quốc gia tại Na Uy. Các chính phủ Na Uy liên tiếp đã duy trì mức độ sở hữu nhà nước mạnh mẽ, minh bạch và dễ dự đoán một cách ổn định. Tất cả các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán, và một số lượng quan trọng các công ty chưa niêm yết, đều cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Quyền sở hữu của Nhà nước Na Uy được thực hiện theo Hướng dẫn OECD về Quản trị Công ty của các Doanh nghiệp Nhà nước. Các điều khoản trong Thỏa thuận EEA trung lập đối với quyền sở hữu công và tư. Na Uy là bên tham gia Thỏa thuận Mua sắm Chính phủ (GPA) trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và là nước ký kết tất cả các phụ lục liên quan. Do đó, các Doanh nghiệp Nhà nước (SOE) được bao gồm trong thỏa thuận này. Chính phủ Na Uy công bố báo cáo thường niên về sở hữu nhà nước, có sẵn bằng tiếng Anh tại đây: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/statens-eierberetning-2022/id2984565/> và một sách trắng về sở hữu nhà nước trong các công ty có sẵn tại đây: <https://www.regjeringen.no/en/dokumenter/meld.-st.-8-20192020/id2678758/>.

Cổ phần hóa các SOE

Na Uy hiện không triển khai các chương trình tư nhân hóa. Tuy nhiên đang có các cuộc thảo luận về khả năng tư nhân hóa hoặc bán bớt cổ phần ở một số công ty trong lĩnh vực dầu khí, vận tải biển ... Không có dấu hiệu nào cho thấy các nhà đầu tư nước ngoài sẽ bị loại khỏi các hoạt động tư nhân hóa cuối cùng này.

Một số cơ quan, tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp tại Na Uy

Dưới đây là danh sách các địa chỉ liên hệ và thông tin có sẵn ở Na Uy để giúp các doanh nghiệp khai phá môi trường đầu tư của quốc gia này hoặc so sánh với các quốc gia châu Âu khác.

Các công ty kế toán kiểm toán quốc tế lớn:

- PwC
- KPMG
- Deloitte
- Ernst & Young
- Visma

Các địa chỉ cần thiết

Liên đoàn Doanh nghiệp Na Uy

Liên đoàn các ngành công nghiệp Na Uy

Liên đoàn các Doanh nghiệp Thương mại và Dịch vụ Na Uy

Abelia - Hiệp hội Doanh nghiệp dựa trên tri thức và CNTT-TT Na Uy

ICT Na Uy

Tổ chức Công nghiệp Quốc phòng & An ninh Na Uy (FSi)

Hiệp hội Dầu khí Na Uy

Hiệp hội chủ tàu Na Uy (REDERI)



Chương 7: Văn hóa kinh doanh

Sơ lược

Người Na Uy rất cởi mở với những ý tưởng mới và được coi là rất tiên bộ trong cách tiếp cận với công nghệ hiện đại. Tuy nhiên, có những tiêu chuẩn nhất định mà họ phải tuân theo - đặc biệt là trong cuộc sống kinh doanh.

Văn hoá trong kinh doanh ở Na Uy phản ánh cách mọi người nghĩ và cách họ hành xử. Kiến thức của họ có thể rất quan trọng nếu bạn muốn giao tiếp với những người đồng cấp của mình. Nội dung này sẽ giới thiệu cho bạn những điều cần biết, những cách ứng xử và giá trị thiết yếu được áp dụng ở Na Uy và nêu bật những tác động của chúng đối với hoạt động kinh doanh.

Lưu ý khi kinh doanh

Phong tục kinh doanh ở Na Uy tương tự như ở các quốc gia Châu Âu khác. Hầu hết tất cả các doanh nhân đều nói tiếng Anh một cách xuất sắc. Các doanh nhân Na Uy có xu hướng ưa thích đi du lịch xa, vì vậy các cuộc họp nên được lên lịch trước.

Khuyến nghị nên sử dụng kiểu giờ 24 giờ. Điều này sẽ tránh nhầm lẫn về AM và PM khi lên lịch hẹn làm việc. Việc đảm bảo đúng giờ được coi trọng trong tất cả giao tiếp kinh doanh và giao tiếp xã hội. Nếu bạn đến muộn trong một cuộc họp kinh doanh, hãy gọi cho đối tác của bạn và giải thích sự chậm trễ.

Thông thường, đi kèm với lời chào thông thường là một cái bắt tay chắc chắn với mọi người trong phòng khi bạn đến và trước khi bạn rời đi. Tuy nhiên khi đại dịch Covid-19 đang tiến triển nhanh và phức tạp, không yêu cầu bắt tay mà chỉ cần cái chạm nắm đấm, chạm cùi chỏ đơn giản cũng là những hình thức chào hỏi có thể chấp nhận được. Duy trì giao tiếp bằng mắt ở mức độ vừa phải. Danh thiếp vẫn được sử dụng rộng rãi

Người Na Uy thường trực tiếp và không chú trọng đến các nghi lễ và môi trường xã hội

cho các cuộc đàm phán. Trong cuộc gặp ban đầu, người Na Uy sẵn sàng nói chuyện kinh doanh chỉ sau vài phút nói chuyện nhỏ. Người Na Uy thẳng thắn trong các cuộc họp kinh doanh. Trình bày phải chính xác và cụ thể và bạn không nên đưa ra bất kỳ lời hứa nào mà bạn không thể giữ - sự trung thực của bạn sẽ được tôn trọng. Không cần phải khó chịu khi nói về giá cả và thanh toán.

Bữa trưa và bữa tối kinh doanh là phổ biến. Người mời là người trả tiền. Nếu bạn là chủ nhà, hãy sắp xếp đặt chỗ trước. Hút thuốc bị cấm ở tất cả các nơi kinh doanh và công cộng. Không hút thuốc trong nhà của ai đó mà không xin phép.

Na Uy có mật độ dân số rất thấp. Điều này mang lại cơ hội cho nhiều môn thể thao ngoài trời như đi bộ đường dài trên núi, trượt tuyết, chèo thuyền, săn bắn, chơi gôn, v.v. Nhiều người Na Uy sở hữu cabin riêng hoặc nhà nghỉ của họ trên núi, trên bờ biển hoặc cả hai, nơi họ ở nhiều kỳ nghỉ cuối tuần và kỳ nghỉ của họ. Nếu được mời đến nhà người Na Uy địa phương hoặc tham dự một cuộc họp “bên ngoài”, bạn đang cảm thấy vinh dự và thể hiện sự quan tâm thực sự và bạn chắc chắn nên cân nhắc chấp nhận.

Ngôn ngữ sử dụng

Do cấu tạo địa lý của lãnh thổ Na Uy, với các thung lũng và núi ngăn cách các khu vực khác nhau, nhiều phương ngữ địa phương khác nhau đã phát triển. Kết quả là, có một loạt các âm thanh, từ ngữ và cách diễn đạt khác nhau thay đổi tùy theo khu vực.

Na Uy có ba ngôn ngữ chính thức: Bokmål, Nynorsk và Sami. Bokmål có nguồn gốc từ tiếng Đan Mạch (từng là ngôn ngữ chính thức trong khu vực), trong khi tiếng Nynorsk là kết quả của sự kết hợp nhiều phương ngữ Tây-Na Uy. Sami là một ngôn ngữ thiểu số, chỉ có 200.000 người nói là ngôn ngữ đầu tiên, chủ yếu ở Troms và Finnmark - hai vùng ở phía bắc đất nước.

Tiếng địa phương vẫn được sử dụng rộng rãi ở Na Uy và người Na Uy được giáo dục ở cả ngôn ngữ Bokmål và Nynorsk (là hai ngôn ngữ Na Uy chính thức) mặc dù ở

cấp độ quốc tế, tiếng Na Uy được công nhận là ngôn ngữ chính thức.

Như ở bất kỳ quốc gia nào khác, ngôn ngữ là một phần quan trọng trong hoạt động kinh doanh ở Na Uy. Sẽ có lợi cho các công ty nếu có nhân sự nói một trong các ngôn ngữ hoặc các nhà đầu tư nên tìm kiếm sự trợ giúp của một phiên dịch viên chuyên nghiệp.

Nếu bạn sắp đến Na Uy để kinh doanh hoặc đầu tư nhưng không nói được bất kỳ phương ngữ nào của đất nước này, đừng hoảng sợ. Hầu hết dân số dưới 60 tuổi nói tiếng Anh ở mức xuất sắc và người nước ngoài có thể sinh hoạt một cách thuận tiện mà không cần nói một từ tiếng Na Uy.

Ngoài tiếng Anh, ở Na Uy tiếng Đức và tiếng Pháp cũng được giảng dạy rộng rãi trong các trường học, mặc dù chúng không phổ biến như tiếng Anh. Trong vài năm gần đây, người Na Uy cũng ngày càng quan tâm đến việc học tiếng Tây Ban Nha và tiếng Ý, những thứ được dạy hầu hết ở các trường học lớn và ở các thành phố lớn.

Thủ đô Oslo của Na Uy là một thành phố quốc tế nơi có nhiều ngôn ngữ cùng tồn tại. Do luồng di cư ngày càng tăng, giờ đây người ta có thể nghe thấy mọi người nói tiếng Rumani, Phần Lan, Kven và Urdu. Rất nhiều người nhập cư cũng đến từ các nước Ả Rập như Iraq và Pakistan. Một thành phố đa văn hóa khác là Stavanger, nơi đặt trụ sở chính của NATO cũng như các công ty từ ngành công nghiệp dầu mỏ.

Tặng quà

Theo những phong tục cũ của Na Uy, một món quà trao đi phải được đáp lại bằng một món quà tương đương nhận lại. Trong xã hội hiện đại ngày nay, các nghi thức tặng quà chỉ quy định ở cấp độ ngoại giao nhà nước, nhưng có một số quy định thường được tuân thủ khi tặng quà ở Na Uy áp dụng với mọi đối tượng trong xã hội. Một số lưu ý và thói quen trong văn hóa tặng quà của người Na Uy sau đây:

- Việc tặng quà ở Na Uy là chuyện bình thường. Người Na Uy coi mỗi kỳ nghỉ là cơ hội để tặng quà cho nhau. Người dân Na Uy cực kỳ hướng về gia đình, và mỗi dịp

lễ quan trọng họ đều ở nhà với gia đình và những người thân của họ.

- Tiệc tối rất phổ biến và được ưa chuộng ở Na Uy. Bạn thường nên gửi hoa cho chủ nhà hoặc bà chủ vào buổi sáng của bữa tiệc tối để họ có thể chuẩn bị cho buổi tối. Một cây kiểng trồng trong nhà cũng được đón nhận, đặc biệt trong những tháng mùa đông, và một bó hoa dại luôn được chủ nhà đánh giá cao.
- Một vài món quà phổ biến ở Na Uy như Chocolate Na Uy, đồ pha lê, thủy tinh, dụng cụ làm bếp ...
- Na Uy không phải là một quốc gia có văn hóa tặng quà trong kinh doanh, ngoại trừ quà Giáng sinh (không thường xuyên) hoặc các vật phẩm có biểu tượng công ty đối tác. Tặng quà thường không phải là một vấn đề quan trọng hay bắt buộc trong quan hệ kinh doanh ở Na Uy. Nếu bạn quyết định tặng đối tác một món quà kỷ niệm và để tạo ấn tượng, hãy đặt món quà có kích thước vừa phải và đảm bảo rằng nó có ý nghĩa trung lập.
- Sau khi thương lượng thành công, một chai rượu cognac hoặc rượu whisky chất lượng sẽ luôn là một món quà hợp lý.
- Hãy chắc chắn rằng món quà của bạn được gói trong giấy bao chất lượng.
- Tránh tặng quà quá mức hoặc bất kỳ hành động nào khác có thể bị coi là hối lộ.
- Cách tặng quà thành công nhất có thể là hỏi trước người Na Uy mà bạn định tặng quà xem họ có thích một món quà (miễn thuế) khi bạn đến hay không. Lý do là vì giá cả ở Na Uy cao nên các vật phẩm miễn thuế rất được ưa chuộng, điều này gần như chắc chắn sẽ được đánh giá cao và chấp nhận.
- Nếu bạn được tặng một món quà, hãy mở nó ra ngay và thể hiện sự cảm kích của bạn. Nhiều công ty Na Uy truyền thống cung cấp quà tặng cuối năm và điều này nên được thừa nhận. Nên có hồi âm cảm ơn bằng một ghi chú viết bằng tay vào ngày hôm sau cũng sẽ luôn được đánh giá cao.
- Nên tránh tặng những món quà mang tính chất tôn giáo (khác với tôn giáo người

được tặng quà), chính trị hay những món quà liên quan đến đám tang, cái chết như hoa cắm chương, hoa loa kèn hoặc hoa có màu trắng; bó hoa với số hoa chẵn; và hoa kết vòng. Tránh tặng những món quà mang tính chất quý, hiếm (đồ cổ, tranh ảnh quý...) hoặc mang tính chất sao chép nếu không cực kỳ thân mật vì người Na Uy luôn cảnh giác và tuân thủ về các vấn đề bản quyền, luật sở hữu trí tuệ ...

Trang phục

Ở Na Uy, phong cách ăn mặc có xu hướng lịch sự và giản dị, đề cao sự gọn gàng, ngăn nắp và chu đáo. Người Na Uy thường áp dụng phong cách ăn mặc lịch sự trong văn phòng. Tuy nhiên, khi tham dự các dịp chính thức, bạn vẫn nên chọn trang phục chỉnh chu hơn. Tại văn phòng hoặc trong các cuộc gặp mặt, việc mặc áo vest là điều bình thường. Ở các công ty công nghệ, công ty truyền thông..., bạn có thể mặc áo sơ mi hờ hờ cổ và quần jean tùy thuộc vào độ tuổi. Quan trọng nhất là bạn phải thể hiện một vẻ ngoài chỉnh chu.

Tuy nhiên, việc mọi người mặc gì ít được chú trọng hơn là mức độ chuyên nghiệp và hiệu quả của họ. Đừng ăn mặc quá phô trương hoặc đeo quá nhiều đồ trang sức đắt tiền, hào nhoáng. Cũng giống như nam giới, phụ nữ ở Na Uy có xu hướng ăn mặc lịch sự với quần tây - đặc biệt là trong những tháng có thời tiết lạnh.

Màu sắc trang phục không có ý nghĩa đặc biệt, chỉ cần chú trọng tránh việc trang phục quá sặc sỡ như ở bãi biển hoặc trong kỳ nghỉ. Tương tự như đối với chất lượng trang phục, ở Na Uy không quá quan trọng vì người Na Uy hầu như không phân biệt giai cấp. Ngoài ra, cần đảm bảo đôi giày của bạn phải trông phải sạch sẽ và kiểu cách hợp lý.

Với phụ nữ, đặc biệt là thế hệ trẻ, có thể mặc quần tây, áo đầm... tùy sở thích. Chỉ nên chú ý một điều là bạn nên ăn mặc đẹp thay vì ăn mặc hờ hang. Các công ty tại Na Uy hiếm khi bắt buộc nhân viên mặc đồng phục ngoại trừ các lĩnh vực đặc thù như công nhân vệ sinh, đầu bếp, giữ trẻ v.v...

Nếu không chắc chắn về quy định trang phục và phân vân nên mặc gì để đến làm việc, bạn hoàn toàn có thể hỏi trước đối tác để đảm bảo thích hợp.

Trao danh thiếp

Việc sử dụng danh thiếp không phổ biến ở Na Uy, trao danh thiếp cũng không theo một nghi thức trang trọng bắt buộc nào. Tuy nhiên trong kinh doanh cũng là một nghi thức cần thiết để lưu giữ thông tin đối tác. Danh thiếp nên có một mặt dịch sang ngôn ngữ Na Uy. Điều quan trọng là sử dụng ngôn ngữ thích hợp. Tiếng Anh là ngôn ngữ thường được sử dụng rộng rãi trong cộng đồng doanh nghiệp.

Lưu ý không nên in các chức danh và bằng cấp (như kỹ sư, thạc sĩ ...) lên danh thiếp ngoại trừ các ngành nghề đặc thù như bác sĩ, luật sư, giáo sư đại học ...

Giáo tiếp, chào hỏi

Việc giới thiệu tùy thuộc vào hoàn cảnh của từng tình huống. Nói chung, cách tốt nhất là có một bên thứ ba giới thiệu. Tuy nhiên, trong một số tình huống, bạn phải tự giới thiệu bản thân.

Ở Na Uy, cách chào thông thường là bắt tay, và đi kèm với câu “xin chào”. Điều cần thiết là phải bắt tay thật chặt. Khi bạn bắt tay một người phụ nữ, hãy để cô ấy siết nhẹ tay một cách lịch sự. Hai người phụ nữ có thể hôn nhau (áp má).

Thông thường, người Na Uy chào đón nồng nhiệt nhưng không quá thân mật. Khoảng cách giữa hai người thường khoảng 50cm. Trong lần gặp đầu tiên, hãy giao tiếp bằng mắt trong khi lắng nghe. Tránh tiếp xúc mạnh bằng mắt (nhìn chăm chăm, soi mói) vì có thể bị hiểu lầm.

Ở Na Uy, mọi người thường sử dụng Tên để giao tiếp. Tuy nhiên, khi gặp ai đó lần đầu tiên, bạn vẫn nên sử dụng Họ của họ. Khi mối quan hệ tiến triển, hãy xem xét các tín hiệu từ đối tác, nếu anh ấy cho phép bạn gọi anh ấy bằng tên, thì bạn nên làm như vậy.

Nếu đối tác có hai tên, hãy gọi đầy đủ cả hai tên đó khi giao tiếp.

Các chủ đề thích hợp cho cuộc nói chuyện là những chủ đề chung nhằm tránh hiểu lầm và xung đột văn hoá, bao gồm chủ đề về các môn thể thao mùa đông (mà Na Uy rất phổ biến) và theo đuổi hoạt động ngoài trời. Bạn có thể nói về ẩm thực Na Uy, ngoài ra có thể bàn về các chủ đề như thời tiết, âm nhạc, phim ảnh. Nếu bạn biết trước thì nên nêu tên của một vài người Na Uy nổi tiếng. Tránh chủ đề chỉ trích chính trị và văn hóa Na Uy. Cũng không thể tránh khỏi việc hỏi những câu hỏi cá nhân của một người mà bạn mới gặp nhưng không đi sâu vào đời tư cá nhân.

Trong văn hoá giao tiếp tất cả người Na Uy đều có những xu hướng tránh xung đột, gán bó với cội nguồn, cảnh giác với quyền lực và đánh giá đúng những điều tốt đẹp trong cuộc sống.

Họp kinh doanh

Trước khi tham dự các cuộc họp ở Na Uy, hãy nghiên cứu các quy tắc về phép xã giao của họ. Có thể gửi lời nhắn trước khi đến 30 để báo cho đối tác biết là mình sắp đến.

Khi vào phòng họp, hãy nhìn xung quanh và chào hỏi tất cả người tham dự buổi họp trong phòng. Hãy cố gắng xác định người có địa vị cao nhất và chào người ấy trước. Nếu có một người nam và một người nữ có cùng địa vị cao nhất, hãy chào người phụ nữ trước.

Nếu có nhiều hơn một người Na Uy trong phòng, hãy nói với anh ấy rằng bạn rất quen thuộc với anh ấy (hãy cố gắng nhớ tên người ấy) và hỏi ý kiến của anh ấy về một số hoạt động kinh doanh gần đây đang xảy ra ở Na Uy. Với các doanh nhân Na Uy, việc trò chuyện sẽ có tác dụng thu hút sự để ý và làm nổi bật bản thân lên trong một cuộc họp đông người.

Các cuộc họp ở Na Uy thường bắt đầu rất đúng giờ. Nếu ai đó đến muộn, họ sẽ được nhắc nhở lịch sự rằng cuộc họp đã bắt đầu. Cố gắng không bắt đầu cuộc họp cho đến khi người đó đến. Nếu một người Na Uy đến muộn trong một cuộc họp kinh doanh, họ sẽ phải đưa ra một lý do chắc chắn và hợp lý cho việc đó.

Đàm phán

Phải có cách tiếp cận một cách khoa học, chắc chắn để đàm phán đạt hiệu quả. Đừng ngại nói những gì bạn nghĩ nhưng cũng đừng cao giọng làm điều đó trừ khi bạn muốn bị coi là bất lịch sự. Đừng cố ép buộc phải đưa ra quyết định. Thay vào đó, bạn nên cố gắng tìm ra một giải pháp tạm thời mà cả hai bên đều hài lòng. Lên lịch cho các giai đoạn ra quyết định quan trọng. Tránh hẹn làm việc hay ký kết vào những tháng mùa hè. Tháng 7 và tháng 8 là những tháng nghỉ lễ chính. Hầu hết người Na Uy nghỉ vào Lễ Phục sinh và Giáng sinh.

Lưu ý hệ thống phân cấp quản lý ở Na Uy là rất công bằng. Điều này có thể thấy rõ đặc biệt ở bình đẳng việc làm giữa nam và nữ. Luật Na Uy quy định các tổ chức, doanh nghiệp phải đảm bảo ít nhất 40% các vị trí quản lý phải do phụ nữ đảm nhiệm.

Các quyết định không được đưa ra bởi một mình người đứng đầu mà họ tham khảo ý kiến của đồng nghiệp, ban lãnh đạo và tham khảo cả ý kiến của nhân viên. Người lãnh đạo rất vui lòng chấp nhận các đề xuất mang tính cải thiện và đột phá. Nhìn chung hầu hết các công ty Na Uy đều có sự thân thiện và công bằng trong hợp tác.

Ẩm thực

Các món ăn Na Uy thường kết hợp nhiều sản phẩm chủ lực đơn giản của địa phương. Các sản phẩm từ sữa được sử dụng rộng rãi và kem chua được kết hợp vào hầu hết các loại món ăn. Hầu hết các loại pho mát được làm từ sữa cừu hoặc sữa dê. Phô mai sữa dê màu nâu sẫm là một trong những đặc điểm chung nhất của thực phẩm Na Uy, thường được dùng với bánh mì nâu tạo thành một món ăn nhẹ tuyệt vời. Thịt cừu và các loại cá khác nhau là những loại thịt phổ biến nhất.

Các bữa ăn hàng ngày ở Na Uy rất đơn giản và cân bằng. Cháo được dùng trong các bữa ăn trong ngày, từ bữa sáng cho đến những bữa ăn thêm ở nhiều hộ gia đình. Bánh mì sandwich với cá, thịt nguội và nhiều loại pho mát là đặc điểm chung cả ở nhà và trong các

nhà hàng Na Uy. Các món hầm và súp cá đơn giản cũng có sẵn. Cà rốt, củ cải đường, khoai tây luộc, dưa cải bắp và bánh mì lúa mạch đen là những món ăn kèm điển hình.

Người Na Uy ít nói và dè dặt, nhưng rất hiếu khách. Nếu bạn đến dự đám cưới một người Na Uy, bạn thường sẽ ở lại vài ngày sau sự kiện và dùng bữa tại nhà của chủ nhà cho tất cả các bữa ăn. Ở các vùng nông thôn, các gia đình nông dân thường có sẵn một phòng ngủ cho khách đầy đủ tiện nghi dành cho bạn bè và gia đình đến thăm, và họ rất mong khách đến nhà sẽ ở lại với họ ít nhất một đêm.

Khi dùng bữa với một gia đình Na Uy, cần có cách cư xử đúng mực. Đúng giờ là rất quan trọng. Khách nên đợi bà chủ bắt đầu bữa ăn trước khi dùng bữa. Chủ nhà sẽ nâng cốc chúc mừng đầu tiên, nhưng khách phải đáp lại và nâng cốc chúc mừng chủ nhà để đáp lại. Người Na Uy thường ăn bốn bữa một ngày, với bữa sáng ăn nhẹ, bữa trưa vừa, bữa tối thịnh soạn và những bữa ăn nhẹ khi cảm thấy đói.

Tại các dịp lễ như Giáng sinh là một dịp cho những bữa ăn gia đình đông người với ông bà, anh em họ hàng. Có nhiều dịp khác để dùng bữa trong các lễ kỷ niệm chung và các lễ kỷ niệm mang tính riêng tư, chẳng hạn như đám cưới, đám tang, và những ngày dành cho các vị thánh của thành phố và giáo xứ. Bánh ngọt gắn liền với các dịp lễ ở Na Uy

Nếu bạn quan tâm đến món ăn truyền thống, bánh mì sandwich và bánh cá có mặt mở rộng rãi ở các nhà hàng trên khắp Na Uy. Đặc sản địa phương như bít tết tuần lộc và thịt cá voi cũng thường có trong thực đơn. Pizza, mì ống và salad phổ biến tại các nhà hàng bình dân. Các tiệm bánh và quán cà phê cung cấp bánh mì cuộn, bánh mì tròn và cà phê - thường được phục vụ cà phê nguyên chất. Các món ăn của các quốc gia khác như Ý, Trung Quốc, Thái Lan và Ấn Độ đều có thể được tìm thấy trên khắp đất nước.

Ẩm thực Na Uy rất đa dạng với các biến thể tùy thuộc từng vùng và phản ánh ẩm thực của các nước láng giềng. Ẩm thực Na Uy có truyền thống thưởng thức các nguyên liệu của vùng và theo mùa.

Giờ làm việc và ngày nghỉ lễ

Bạn nên đặt trước trước một cuộc hẹn để bàn về việc bắt đầu hợp tác kinh doanh, và đối tác sẽ là người quyết định về thời gian và địa điểm gặp mặt. bạn nên tránh lên lịch cho các chuyến công tác đến Na Uy trong tháng 7 và tháng 8 là thời gian nghỉ hè, và tránh thời điểm 1 tuần trước lễ Phục sinh và tuần giữa Giáng sinh và Năm mới, vì đó là thời gian nghỉ phép chính của người Na Uy.

Người Na Uy nói chung rất quan tâm và xem trọng việc đúng giờ. Đúng giờ trong kinh doanh thường được coi là một đức tính tốt. Luôn luôn nhớ phải đến đúng giờ hẹn, vì đến muộn có thể tạo ra ấn tượng không đáng tin cậy. Các cuộc họp thường mang tính chất trang trọng, tuy nhiên các cuộc hẹn đầu tiên thường mang tính xã hội và làm quen hơn là định hướng kinh doanh, vì người Na Uy thích làm việc với những người họ biết.

Na Uy có múi giờ chuẩn Greenwich [GMT] + 01:00.

Thường các cơ sở kinh doanh và văn phòng mở cửa lúc 8:00 sáng và đóng cửa lúc 16:00 từ Thứ Hai đến Thứ Sáu, trong đó có 30-60 phút dành cho bữa trưa trong khung từ 11 giờ đến 13 giờ.

Hệ thống ngân hàng mở cửa lúc 9 giờ sáng và đóng cửa lúc 4 giờ chiều từ Thứ Hai đến Thứ Sáu. Một số văn phòng mở cửa muộn hơn vào Thứ Bảy.

Hệ thống cửa hàng, siêu thị mở cửa từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều từ Thứ Hai đến Thứ Bảy (riêng thứ Sáu đến mở cửa đến 9 giờ tối).

Các bảo tàng mở cửa từ 10 giờ sáng đến 5 giờ chiều, 6 ngày một tuần và thường đóng cửa vào Thứ Hai hoặc Thứ Ba.

Các ngân hàng, cửa hàng và văn phòng thường đóng cửa sớm vào lễ Giáng sinh (24/12) và Năm mới (31/12).

Các ngày lễ trong năm:

Năm mới	01/01
Palm Sunday	Chủ nhật trước lễ Phục sinh
Holy Thursday	Thứ Ba trước lễ Phục sinh
Good Friday	Thứ Sáu trước lễ Phục sinh
Lễ Phục sinh	(Tháng Ba, Tư tùy từng năm)
Easter Monday	Thứ Hai ngay sau lễ Phục Sinh
May Day (bắt đầu mùa hè)	01/5
Lễ Thăng thiên	40 ngày sau lễ Phục sinh
Ngày Hiến pháp, ngày Quốc khánh	17/5
Whit Sunday	50 ngày sau lễ Phục sinh
Whit Monday	51 ngày sau lễ Phục sinh
Lễ Giáng sinh	25/12
Lễ Boxing Day	26/12

Thị thực

Nếu có dự kiến ở lại Na Uy dưới 90 ngày, bạn phải xin thị thực du lịch. Với Visa này bạn có thể vào Na Uy từ các quốc gia Schengen khác hoặc ngược lại đi qua các quốc gia

Schengen khác từ Na Uy.

Thị thực Schengen có giá trị đối với 24 quốc gia Châu Âu: Áo, Bỉ, Cộng hòa Séc, Đan Mạch, Estonia, Phần Lan, Pháp, Đức, Hy Lạp, Hungary, Iceland, Ý, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Malta, Hà Lan, Na Uy, Ba Lan, Bồ Đào Nha, Slovakia, Slovenia, Tây Ban Nha và Thụy Điển. Thị thực Schengen được cấp bởi Đại sứ quán hoặc Lãnh sự quán của các quốc gia trên cho phép người sở hữu đi lại tự do ở tất cả các quốc gia này.

Thị thực với mục đích kinh doanh được hồ sơ tại Đại sứ quán hoặc Lãnh sự quán, bao gồm các yêu cầu sau:

- Nộp phí xin thị thực.
- Nộp tất cả các tài liệu theo yêu cầu của đại sứ quán. Bạn sẽ tìm thấy danh sách các tài liệu trong danh sách này tại trang web của Cục Di trú Na Uy (<https://www.udi.no/en/want-to-apply/visit-and-holiday/visitors-visa-to-norway/business/how-to-apply-for-a-visitors-visa/?c=phl>, chọn quốc gia bạn đang sống).
- Hộ chiếu còn hạn ít nhất ba tháng sau khi kết thúc chuyến thăm của bạn. Hộ chiếu phải được cấp trong vòng mười năm trở lại đây.
- Phải có bảo hiểm du lịch hợp lệ.
- Phải chứng minh có đủ tiền để tài trợ cho thời gian ở lại Na Uy và hành trình trở về. Thông thường, bạn phải có 500 NOK cho mỗi ngày lưu trú tại Na Uy. Ngoài ra, một người nào đó hoặc một tổ chức ở Na Uy, có thể đứng ra bảo lãnh tài chính cho chuyến đi của bạn.
- Bạn không phải là một chủ thể bị cấm nhập cảnh vào Na Uy hoặc các quốc gia Schengen.
- Nếu bạn đã ở các quốc gia thuộc khối Schengen trong vòng 90 ngày qua, bạn phải kiểm tra xem khi nào bạn có thể nhập cảnh lại và bạn có thể ở lại trong khối Schengen bao nhiêu ngày nữa. Bạn có thể sử dụng website <https://ec.europa.eu/home-affairs/policies/schengen-borders-and-visa/border-crossing/short-stay-visa->

calculator_en để kiểm tra.

- Bạn phải đăng ký dấu vân tay của mình.
- Nếu dưới 18 tuổi, phải có cả cha mẹ bạn hoặc những người khác có trách nhiệm ký vào đơn đăng ký của bạn.
- Bạn phải thư mời, giấy hẹn từ những người bạn sẽ gặp mặt.

Nếu bạn có kế hoạch thăm con (đang du học) tại Na Uy, bạn cũng có thể xin giấy phép cư trú để thăm con trong thời gian lên đến chín tháng. Bạn không thể nộp đơn xin thị thực nếu con bạn có giấy phép cư trú theo quy định của EU/EEU. Khi đó bạn có thể đến và thăm trong vòng ba tháng mà không cần thị thực.

Có thể tham khảo thêm tại website của Cục Di trú Na Uy: www.udi.no/en/want-to-apply/visit-and-holiday/visitors-visa-to-norway/?c=phl#undefined

An ninh

Na Uy có mức độ tội phạm thấp, nhưng vẫn có nguy cơ trộm cắp vặt, đặc biệt là tại các sân bay và nhà ga trong và xung quanh Oslo. Du khách và các doanh nhân quốc tế nên đề phòng và chú ý xung quanh mình, vì hành vi trộm cắp, giật túi xách và móc túi. Các trung tâm giao thông, như ga tàu điện ngầm và ga xe lửa, cũng thường xuyên có tình trạng móc túi hay cướp giật mảnh ảnh, điện thoại, túi xách ...

Thực hiện các biện pháp phòng ngừa hợp lý để bảo vệ đồ đạc của bạn, đặc biệt là hộ chiếu, tiền và thẻ tín dụng của bạn. Nên giữ cảnh giác khi đi bộ về nhà một mình vào ban đêm và cần bám sát các con đường chính và những khu vực có ánh sáng tốt. Tránh các lối tắt và những con đường vắng lặng không có người đi bộ khác. Bạn nên luôn giữ chắc hành lý xách tay và không để hành lý xách tay lên giá treo trên tàu hỏa. Du khách chỉ nên mang theo tối thiểu tiền mặt, thẻ tín dụng và giấy tờ tùy thân. Không khuyến khích đeo trang sức và đồng hồ đắt tiền.

Viễn thông

Na Uy có một trong những quốc gia có mạng viễn thông hiện đại và tiên tiến nhất ở Châu Âu. Các hệ thống điện thoại di động sau đây có thể được sử dụng ở Na Uy: GSM, GPRS, EDGE, UMTS / WCDMA, 3G và 4G / LTE. Kết nối mạng tốc độ cao được cung cấp rộng rãi. Các mạng 5G thương mại bắt đầu được xây dựng ở các khu vực đông dân nhất vào năm 2020 và dự kiến sẽ được triển khai rộng rãi hơn vào năm 2021-2022. Dự kiến sẽ phủ sóng toàn quốc 5G vào năm 2024.

Cũng như các quốc gia khác, điện thoại cố định đang dần biến mất tại Na Uy vì ngày càng nhiều người tiêu dùng lựa chọn các dịch vụ di động. Mỗi công ty cung cấp một loạt các dịch vụ và gói cước khác nhau, và bạn nên so sánh các biểu giá và điều kiện một cách cẩn thận trước khi ký hợp đồng. Chuyển vùng quốc tế (cho phép điện thoại theo hợp đồng của Na Uy hoạt động ở nước ngoài) có sẵn nhưng phải được yêu cầu và có thể mất thêm phí. Để có được hợp đồng điện thoại di động, hãy đến cửa hàng và cung cấp những thông tin sau:

ID (hộ chiếu hoặc chứng minh nhân dân)

Bằng chứng về địa chỉ (hóa đơn điện nước, hợp đồng thuê tài sản hoặc sao kê ngân hàng)

Số IBAN tài khoản ngân hàng

Đối với du khách thì nên sử dụng dịch vụ trả trước. Dịch vụ này thường có sẵn tại các cảng, ga tàu và sân bay lớn.

Vẫn có một số bộ điện thoại công cộng có thể thanh toán bằng Visa, American Express, Diners Club hoặc Eurocard/Mastercard. Đối với một nhà điều hành, bạn có thể quay số 1881 cho các số ở Na Uy, Thụy Điển và Đan Mạch, và 1882 cho các số ở tất cả các quốc gia khác. Khi gọi đến một quốc gia khác từ Na Uy, trước tiên hãy quay số 00.

Ở Na Uy, trong trường hợp khẩn cấp, hãy gọi:

- 110 - Cứu hỏa

- 112 - Cảnh sát
- 113 - Cứu thương

Điện ở Na Uy là 220 V AC với chu kỳ 50-Hertz. Phích cắm được sử dụng là phích cắm đầu tròn, hai ngạnh, phích cắm lục địa châu Âu

Tiền tệ

Đơn vị tiền tệ được sử dụng ở Na Uy là Krone (NOK) và Ore (1 Krone = 100 Ore) và một USD có giá trị khoảng 8,7 NOK (tháng 9/2021). Nói chung, tất cả các thẻ tín dụng chính đều được chấp nhận, nhưng đã có một số báo cáo về những hạn chế khi sử dụng thẻ như American Express hoặc Diners Club với một số nhà cung cấp. Séc du lịch không thường được sử dụng. Thanh toán điện tử đã có tốc độ phát triển nhanh chóng và ngày càng phổ biến, cả tại các cửa hàng và trung tâm thương mại và phương tiện giao thông công cộng.

Mạng lưới giao thông đường bộ và đường sắt

Na Uy có một hệ thống giao thông hoàn hảo. Giá thuê xe hơi đắt nhưng dễ dàng có sẵn. Những người chọn tự lái xe nên thận trọng do địa hình đồi núi nên hầu hết các con đường đều nhỏ hẹp và quanh co. Ở phía Bắc điều kiện đường xá thay đổi rất nhiều tùy thuộc vào thời tiết và thời gian trong năm. Giới hạn tốc độ thay đổi từ 40-110 km một giờ (25-70 dặm một giờ). Tiền phạt vi phạm giao thông rất cao và có thể dễ dàng vượt quá 1.000 USD nếu chạy quá tốc độ.

Nhân viên công lực thường xuyên kiểm tra kiểm soát người lái xe, đặc biệt về lỗi vi phạm sử dụng rượu bia khi lái xe sẽ bị chế tài rất nghiêm ngặt. Na Uy đã áp dụng chính sách không khoan nhượng đối với việc uống rượu khi lái xe. Một thức uống có thể khiến một người vượt quá giới hạn luật định và có thể bị phạt tiền. Uống hơn hai ly có thể dẫn đến án tù.

Na Uy có một hệ thống giao thông công cộng tốt và một mạng lưới lớn xe buýt, phà, tàu hỏa và máy bay. Có nhiều công ty vận tải khác nhau ở Na Uy, một số công ty chuyên về các dịch vụ địa phương, trong khi những công ty khác chạy các dịch vụ đường dài.

Trong một quận, bạn có thể di chuyển bằng tàu hỏa, xe buýt, tàu điện ngầm, xe điện hoặc phà - tùy thuộc vào các dịch vụ địa phương.

Tại trang web www.en-tur.no bạn có thể tìm kiếm hành trình và tìm các lựa chọn bằng phương tiện công cộng tại Na Uy. Tại đây có thể tìm thấy thông tin về xe lửa, tàu điện ngầm, xe buýt, xe điện ở các quận Akershus, Buskerud, Hedmark, Oppland, Oslo, Vestfold, Telemark và Østfold. Thông tin có sẵn bằng tiếng Na Uy và tiếng Anh.

Thủ đô Oslo của Na uy có một mạng lưới xe buýt, xe điện và tàu điện ngầm được vận hành tốt do công ty Ruter điều hành. Nếu bạn đi tàu hỏa, xe điện, xe buýt hoặc tàu điện ngầm thì mua vé trước tại quầy sẽ rẻ hơn khi mua trên tàu. Vé tàu điện ngầm, xe lửa, tàu thuyền và xe buýt trong khu vực Oslo có sẵn tại các ki-ốt như Narvesen, MIX và Deli de Luca, từ các máy bán vé tự động và từ các cửa sổ bán vé có nhân viên tại các nhà ga. Có nhiều loại vé khác nhau: vé lẻ, vé ngày, vé tuần, thẻ đi lại và vé tháng. Thông tin thêm về vé và giá vé có tại www.ruter.no

Hãy lưu ý rằng bạn có trách nhiệm đảm bảo rằng vé của bạn được đóng dấu và có giá trị trong toàn bộ hành trình khi bạn sử dụng phương tiện công cộng ở Na Uy. Nếu bạn không xuất trình vé hợp lệ khi kiểm tra vé trên tàu hỏa, tàu điện ngầm hoặc xe buýt, bạn sẽ bị phạt 950 NOK (nếu bạn thanh toán ngay) hoặc 1150 NOK (nếu bạn thanh toán bằng giro). Cố gắng làm giả vé là một hành vi phạm tội và có thể bị phạt 1.500 NOK. Vé không hợp lệ sẽ bị tịch thu.

Hệ thống đường sắt Na Uy bao gồm 4.200 km đường ray 1.435 mm (4 ft 8 + 1/2 in) (khổ tiêu chuẩn), trong đó 2.622 km được điện khí hóa và 242 km đường đôi. Có 696 đường hầm và 2.760 cây cầu. Tổng cục Đường sắt Na Uy thay mặt Bộ Giao thông và Truyền thông quản lý mạng lưới đường sắt ở Na Uy. Bane NOR là một doanh nghiệp nhà nước

xây dựng và bảo trì tất cả các tuyến đường sắt, trong khi các công ty khác vận hành chúng. Các công ty này bao gồm Vy và các công ty con Vy Gjøvikbanen và CargoNet, Flytoget, Go-Ahead, SJ Norge, Green Cargo, Grenland Rail và Hector Rail. Na Uy là thành viên của Liên minh Đường sắt Quốc tế (UIC). Mã quốc gia UIC cho Na Uy là 76.

Sân bay

Na Uy có hơn 50 sân bay. Ba hãng hàng không nội địa lớn nhất là SAS, Norwegian và Widerøe. Tất cả các thành phố và thị trấn lớn ở Na Uy đều có sân bay phục vụ các chuyến bay quốc tế và nội địa. Trên thực tế, với hơn 50 sân bay trên khắp đất nước được phục vụ thông qua các tuyến bay thường xuyên, khiến ngay cả những nơi xa xôi như các vùng phía Bắc và các quần đảo Lofoten, North Cape và Svalbard cũng có thể dễ dàng đến bằng máy bay. Tuy nhiên, bạn nên chuẩn bị tinh thần có thể thay đổi máy bay một hoặc hai lần để đến điểm đến cuối cùng.

Các sân bay quốc tế chính ở Na Uy nằm ở Oslo, Bergen, Stavanger, Tromsø, Trondheim, Ålesund, Haugesund và Sandefjord. Na Uy là quốc gia ở Châu Âu có nhiều chuyến bay nhất tính theo đầu người và các đường bay từ Oslo đến Trondheim, Bergen và Stavanger đều nằm trong số 10 đường bay bận rộn nhất ở Châu Âu.

Các cơ sở y tế

Tại Na Uy có sẵn các cơ sở y tế với trang bị tốt và chất lượng cao. Các bệnh viện đại học lớn có thể xử lý hầu hết các vấn đề y tế. Các bệnh viện ở Oslo và một số khu vực đều có thể sử dụng tiếng Anh.

Tạm nhập các vật dụng cá nhân

Có luật miễn thuế nhập khẩu và thuế VAT nếu hàng hóa được đưa vào Na Uy và cam kết tái xuất. Hàng hoá đó phải được gửi kho ngoại quan cho đến khi tái xuất. nếu không tái xuất toàn bộ lô hàng thì phần hàng còn lại trên thị trường địa phương hoặc

EU sẽ phải chịu thuế và VAT tại thời điểm nhập khẩu. Ngoài ra, hàng hóa có thể được phân loại, đóng gói lại và dán nhãn lại trong kho ngoại quan. Nhiều đại lý làm thủ tục hải quan tại các cảng chính và sân bay có thể cung cấp các dịch vụ này tại kho ngoại quan. Để nhập hàng tạm thời, Na Uy chấp nhận ATA Carnet là một chứng từ hải quan quốc tế giúp đơn giản hóa các thủ tục hải quan đối với việc tạm nhập khẩu các mẫu thương mại, thiết bị chuyên nghiệp và hàng hóa để triển lãm và tham dự hội chợ.

Đồ đạc cá nhân được chấp nhận vận chuyển đến Na Uy và có thể được xử lý với sự chấp thuận của hải quan với việc miễn thuế và phí. Để đảm bảo rằng hàng hóa được xác định và xử lý theo đúng mục đích phục vụ cá nhân, người gửi hàng nên đánh dấu vào cả Vận đơn/Vận đơn hàng không và Hóa đơn thương mại với dòng chữ "Sử dụng cho cá nhân".

Chương 8: Thông tin liên hệ và sự kiện thương mại

Thông tin liên hệ

Đại sứ quán Việt Nam tại Na Uy và Luxembourg.

Địa chỉ: 21 St. Olavsgate, 0165 Oslo, Norway

Điện thoại: +47-2- 2203300

Fax: +47-2-2203301

Email: vietsnamnorway@gmail.com

Phái đoàn Việt Nam tại Liên minh châu Âu.

Địa chỉ: Boulevard Général Jacques 1, 1050 Bruxelles

Điện thoại: +32 (0) 2 379 27 37

Email: vnemb.brussels@skynet.be

Website: <https://vnembassy-bruxelles.mofa.gov.vn/>

Đại sứ quán Na Uy tại Việt Nam.

Địa chỉ: Tầng 8th, Tháp Hà Nội, 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội.

Điện thoại: (84-04) 39748900

Fax: (84-04) 39743301

Email: emb.hanoi@mfa.no

Website: www.norway.org.vn

Lãnh sự quán Na Uy tại Việt Nam.

Somerset Chancellor Court Ho Chi Minh City, 23 Nguyễn Thị Minh Khai, Thành phố Hồ Chí Minh.

Thương vụ Việt Nam tại Na Uy

Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển, kiêm nhiệm Na Uy, Đan Mạch, Phần Lan, Iceland, Latvia

Địa chỉ: Upplandsgatan 38, 113 28 Stockholm

Điện thoại: +46 8 322 666

Fax: (+46) 8 321 580

Email: se@moit.gov.vn

Bộ Tài chính

Hộp thư: P.O.Box 8008 Dep, NO-0030 Oslo, Norway

Địa chỉ: Akersgata 40, 0180 Oslo

E-mail: postmottak@fin.dep.no

Bộ Lao động và Công bằng Xã hội

Hộp thư: Postboks 8019 Dep. 0030 Oslo, Norway

Địa chỉ: Akersgata 64

Điện thoại: +47 22 24 90 90

Email: initials@asd.dep.no

Bộ Thủy sản và Chính sách Đại dương

Hộp thư: PO Box 8090 Dep 0032 Oslo - NORWAY

Địa chỉ: Kongens gate 8, Oslo.

Điện thoại: +47 22 24 90 90

Email: postmottak@nfd.dep.no

Bộ Chính quyền địa phương và Phát triển khu vực

Hộp thư: Postboks 8112 Dep 0032 Oslo

Địa chỉ: Akersgata 59, Oslo.

Điện thoại: + 47 22 24 90 90

Email: postmottak@kmd.dep.no

Bộ Thương mại, Công nghiệp và Thủy sản

Hộp thư: PO Box 8090 Dep 0032 Oslo - NORWAY

Địa chỉ: Kongens gate 8, Oslo.

Điện thoại: +47 22 24 90 90

Email: postmottak@nfd.dep.no

Bộ Nông nghiệp và Thực phẩm

Hộp thư: Postboks 8007, Dep, 0030 Oslo

Địa chỉ: Teatergata 9 (R6).

Điện thoại: +47 22 24 90 90

Email: postmottak@lmd.dep.no

Liên đoàn Doanh nghiệp Na Uy (The Confederation of Norwegian Enterprise – NHO)

Hộp thư: P.O Box 5250 Majorstuen 0303 Oslo

Địa chỉ: Næringslivets, Hus Middelthuns gate 27, Majorstuen, Oslo

Điện thoại: +47 23 08 80 00

Email: firmapost@nho.no

Hiệp hội các Phòng Thương mại và Công nghiệp Na Uy

Hộp thư: P.O. Box 843 Sentrum 5807 Bergen

Điện thoại: +47 55 55 39 00

Email: firmapost@bergen-chamber.no

Phòng Thương mại và Công nghiệp Oslo

Hộp thư: P.O. Box 2874 Solli 0230 Oslo, Norway

Địa chỉ: St. Olavs gate 27, 0166 Oslo

Điện thoại: +47 22129400

Email: mail@chamber.no

Sự kiện nổi bật

1. TravelMatch Norway 2026 (TM 2026)

TravelMatch Norway 2026 (TM 2026) là sự kiện thương mại du lịch quốc tế hàng đầu tại Na Uy, đóng vai trò cầu nối giữa các nhà cung cấp sản phẩm du lịch toàn cầu và thị trường Bắc Âu. Đây là diễn đàn chuyên nghiệp dành cho ngành du lịch – lữ hành, nơi các nhà điều hành tour, đại lý du lịch, hãng hàng không, khách sạn, cơ quan xúc tiến du lịch và tổ chức quốc gia gặp gỡ, trao đổi và thiết lập quan hệ hợp tác kinh doanh.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra vào **ngày 9 tháng 1 năm 2026**
- **Địa điểm:** **Oslo Congress Centre**, Oslo, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** TravelMatch Norway, phối hợp cùng **Innovation Norway**, **Norwegian Travel Trade Association (NHO Reiseliv)** và các hiệp hội du lịch khu vực Bắc Âu.
- **Quy mô:** Dự kiến thu hút **hơn 300 tổ chức tham gia**, bao gồm **150 người mua (buyers)** từ Na Uy và khu vực Scandinavia, cùng **hơn 200 nhà cung cấp quốc tế** đến từ **hơn 40 quốc gia**.

TravelMatch 2026 được tổ chức nhằm **thúc đẩy kết nối thương mại và phát triển**

hợp tác du lịch quốc tế, đặc biệt giữa thị trường Bắc Âu và các điểm đến trên toàn thế giới.

- **Tạo cơ hội giao thương (B2B Meetings):** Hàng trăm cuộc gặp gỡ trực tiếp giữa các đại diện du lịch quốc tế và các nhà mua hàng từ khu vực Bắc Âu được sắp xếp sẵn qua hệ thống đặt lịch tự động.
- **Thúc đẩy hợp tác du lịch toàn cầu:** Sự kiện là cầu nối giúp các điểm đến, hãng hàng không, khách sạn và công ty du lịch quốc tế giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và giới du lịch đến thị trường Na Uy và Scandinavia.
- **Cập nhật xu hướng du lịch mới:** TravelMatch 2026 cũng là nơi chia sẻ xu hướng du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch trải nghiệm và chuyển đổi số trong ngành du lịch.

Lợi ích khi tham gia TravelMatch 2026:

- **Mở rộng thị trường và hợp tác thương mại:** Cơ hội tiếp cận trực tiếp với hơn **150 người mua tiềm năng** trong ngành du lịch Bắc Âu, bao gồm các đại lý, nhà điều hành tour và doanh nghiệp lữ hành lớn.
- **Tăng cường quảng bá điểm đến và thương hiệu:** Giới thiệu sản phẩm du lịch, chương trình tour và dịch vụ đặc trưng đến thị trường Na Uy – một trong những thị trường du lịch có mức chi tiêu cao nhất châu Âu.
- **Cập nhật thông tin và xu hướng du lịch mới:** Tham dự các buổi thảo luận, hội thảo ngắn (Mini Seminars) về **marketing du lịch, chuyển đổi số và phát triển du lịch bền vững**.
- **Tối ưu hóa thời gian và chi phí:** Với mô hình **một ngày – nhiều cuộc gặp (one-day matchmaking event)**, doanh nghiệp có thể kết nối hiệu quả và tập trung với các đối tác phù hợp.

Các hoạt động nổi bật:

- **Pre-scheduled B2B Meetings:** Hệ thống trực tuyến cho phép các doanh nghiệp đăng ký, tìm kiếm đối tác và đặt lịch hẹn trước khi sự kiện diễn ra.
- **TravelMatch Conference Sessions:** Các hội thảo ngắn với chủ đề như:
 - Digital Transformation in Travel Marketing
 - Sustainable Tourism Strategies for the Future
 - Post-pandemic Trends in Global Travel
- **Destination Showcases:** Khu vực trình bày, giới thiệu các điểm đến du lịch nổi bật từ châu Âu, châu Á, Trung Đông và châu Mỹ Latin.
- **Networking Lunch & Evening Reception:** Tạo cơ hội kết nối trong không gian thân thiện và chuyên nghiệp giữa các doanh nghiệp quốc tế và đối tác Na Uy.
- **Innovation & Technology Corner:** Giới thiệu các giải pháp công nghệ trong quản lý du lịch, nền tảng đặt dịch vụ và công cụ marketing kỹ thuật số.

Ai sẽ tham dự?:

- Nhà điều hành tour và đại lý du lịch quốc tế
- Khách sạn, khu nghỉ dưỡng, hãng hàng không và công ty vận chuyển du lịch
- Cơ quan xúc tiến du lịch quốc gia và khu vực (NTOs, DMOs)
- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)
- Tổ chức truyền thông, công nghệ du lịch và startup trong lĩnh vực travel-tech
- Đại diện các tổ chức phi chính phủ và tổ chức phát triển du lịch bền vững

Tại sao nên tham gia TravelMatch Norway 2026?

- Tăng cường cơ hội hợp tác và mở rộng thị trường Bắc Âu.

- Tiếp cận hàng trăm đối tác tiềm năng trong ngành du lịch quốc tế.
- Cập nhật xu hướng du lịch bền vững và chiến lược marketing toàn cầu.
- Tham gia mạng lưới kết nối chuyên nghiệp và hiệu quả.

TravelMatch Norway 2026 (TM 2026) là sự kiện không thể bỏ lỡ đối với các doanh nghiệp, tổ chức và chuyên gia trong lĩnh vực du lịch quốc tế. Tham gia sự kiện giúp bạn **tăng cường hợp tác, quảng bá thương hiệu và mở rộng cơ hội kinh doanh** trong một trong những thị trường năng động và có tiềm năng nhất châu Âu.

2. Oslo Energy Forum 2026 (OEF 2026)

Oslo Energy Forum 2026 (OEF 2026) là diễn đàn quốc tế hàng đầu về năng lượng, khí hậu và phát triển bền vững, quy tụ các nhà lãnh đạo toàn cầu, chuyên gia, doanh nghiệp và tổ chức quốc tế nhằm thảo luận về tương lai của hệ thống năng lượng toàn cầu trong bối cảnh chuyển đổi sang nền kinh tế carbon thấp. Sự kiện được đánh giá là một trong những diễn đàn chiến lược quan trọng nhất tại Bắc Âu, nơi hội tụ chính trị, khoa học, tài chính và công nghệ để cùng tìm kiếm giải pháp cho các thách thức năng lượng và khí hậu trong thế kỷ 21.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ ngày **17 – 19 tháng 2 năm 2026**
- **Địa điểm:** Oslo Opera House & Oslo Conference Centre, Oslo, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** Oslo Energy Forum Foundation phối hợp với **Norwegian Ministry of Petroleum and Energy, Statkraft, Equinor**, và các đối tác quốc tế trong lĩnh vực năng lượng.
- **Quy mô:** Dự kiến có **hơn 1.000 đại biểu cấp cao** đến từ **60 quốc gia**, bao gồm lãnh đạo chính phủ, CEO các tập đoàn năng lượng, nhà khoa học, và tổ chức tài chính toàn cầu.

OEF 2026 được tổ chức với sứ mệnh **định hình tương lai của ngành năng lượng**

toàn cầu, hướng tới một hệ thống năng lượng bền vững, an toàn và công bằng, trong đó giảm phát thải, chuyển đổi số và hợp tác quốc tế đóng vai trò trung tâm.

- **Thảo luận về chiến lược năng lượng toàn cầu:** Tập trung vào các chính sách và giải pháp chiến lược giúp các quốc gia đạt được mục tiêu **Net Zero 2050** và thích ứng với biến động năng lượng toàn cầu.
- **Thúc đẩy đổi mới công nghệ năng lượng:** Giới thiệu các công nghệ mới trong năng lượng tái tạo, hydro xanh, lưu trữ năng lượng, và quản lý lưới điện thông minh.
- **Kết nối đa ngành:** OEF là cầu nối giữa **chính phủ, doanh nghiệp, nhà đầu tư và viện nghiên cứu**, thúc đẩy hợp tác để đẩy nhanh quá trình chuyển đổi năng lượng và giảm phát thải carbon.

Lợi ích khi tham gia Oslo Energy Forum 2026:

- **Cập nhật định hướng và chính sách năng lượng toàn cầu:** Nắm bắt thông tin về chiến lược năng lượng của các nền kinh tế lớn, xu hướng tài chính xanh và hành động khí hậu quốc tế.
- **Tiếp cận chuyên gia và lãnh đạo hàng đầu:** Cơ hội gặp gỡ trực tiếp các **CEO, nhà hoạch định chính sách và học giả** trong lĩnh vực năng lượng và khí hậu.
- **Khám phá công nghệ và giải pháp tiên phong:** Trải nghiệm các công nghệ xanh, hệ thống năng lượng số và mô hình đầu tư bền vững được trình bày tại diễn đàn.
- **Thúc đẩy hợp tác và đầu tư quốc tế:** Mở rộng mạng lưới hợp tác với các tổ chức tài chính, quỹ đầu tư và công ty năng lượng trên toàn cầu.

Các chủ đề chính của OEF 2026:

- **Global Energy Transition and Climate Policy:** Chính sách và chiến lược toàn cầu trong hành trình hướng tới Net Zero.

- **Hydrogen and Clean Fuels:** Tiềm năng của hydro xanh, nhiên liệu sinh học và công nghệ khử carbon trong công nghiệp nặng.
- **Renewable Energy Investment & Green Finance:** Nguồn vốn, cơ chế đầu tư và vai trò của tài chính xanh trong chuyển đổi năng lượng.
- **Digital Energy Systems:** Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và tự động hóa trong quản lý năng lượng.
- **Energy Security and Geopolitics:** Ảnh hưởng của chính trị và thị trường năng lượng toàn cầu đến an ninh năng lượng khu vực.
- **Innovation and Corporate Sustainability:** Mô hình doanh nghiệp năng lượng bền vững, ESG reporting và chiến lược giảm phát thải trong vận hành.

Các hoạt động nổi bật:

- **High-Level Plenary Sessions:** Phiên họp toàn thể với sự tham gia của **lãnh đạo chính phủ, CEO các tập đoàn năng lượng và tổ chức quốc tế như IEA, IRENA, UNDP, World Bank.**
- **CEO Roundtables:** Các phiên thảo luận chiến lược giữa lãnh đạo doanh nghiệp và chuyên gia để chia sẻ kinh nghiệm quản trị và đổi mới trong chuyển đổi năng lượng.
- **Technology & Innovation Forum:** Trình bày và trình diễn công nghệ năng lượng mới – từ hệ thống lưu trữ pin, giải pháp hydro, đến nền tảng kỹ thuật số cho quản lý năng lượng.
- **Green Finance Forum:** Diễn đàn tập trung vào tài chính xanh, đầu tư ESG và các cơ chế hỗ trợ dự án năng lượng sạch.
- **Young Energy Leaders Program:** Chương trình dành cho các nhà lãnh đạo trẻ, sinh viên và startup trong lĩnh vực năng lượng để kết nối và chia sẻ ý tưởng sáng tạo.

- **Networking & Partnership Reception:** Sự kiện kết nối doanh nghiệp, nhà đầu tư và tổ chức quốc tế trong không gian thân mật, hướng đến hợp tác dài hạn.

Ai sẽ tham dự?:

- Lãnh đạo chính phủ, bộ năng lượng và cơ quan hoạch định chính sách quốc gia
- CEO, giám đốc tài chính, và chuyên gia cấp cao của các tập đoàn năng lượng, dầu khí, và tái tạo
- Các nhà đầu tư, tổ chức tài chính, ngân hàng và quỹ phát triển bền vững
- Học giả, viện nghiên cứu và tổ chức quốc tế (IEA, UN, World Bank, IRENA)
- Startup, doanh nghiệp công nghệ năng lượng, và chuyên gia ESG
- Sinh viên và lãnh đạo trẻ trong lĩnh vực năng lượng và khí hậu

Tại sao nên tham gia Oslo Energy Forum 2026?

- Tham dự một trong những diễn đàn năng lượng – khí hậu uy tín nhất thế giới.
- Tiếp cận thông tin, xu hướng và chiến lược mới trong chuyển đổi năng lượng toàn cầu.
- Kết nối với lãnh đạo doanh nghiệp, chính phủ và các nhà đầu tư chiến lược.
- Khám phá các công nghệ và mô hình kinh doanh tiên phong trong lĩnh vực năng lượng sạch.

Oslo Energy Forum 2026 (OEF 2026) là sự kiện trọng điểm toàn cầu cho các chuyên gia và tổ chức hoạt động trong lĩnh vực năng lượng, khí hậu và phát triển bền vững. Tham gia diễn đàn giúp bạn **đón đầu xu hướng, mở rộng hợp tác quốc tế và góp phần định hình tương lai năng lượng xanh toàn cầu.**

3. Produced Water Management 2026

Produced Water Management 2026 là hội nghị quốc tế chuyên sâu về quản lý nước

khai thác (produced water) trong ngành dầu khí. Sự kiện quy tụ các chuyên gia, kỹ sư, nhà quản lý và doanh nghiệp trong lĩnh vực dầu khí, môi trường và công nghệ xử lý nước, nhằm thảo luận về những giải pháp tiên tiến, xu hướng phát triển và các nghiên cứu mới nhất trong việc xử lý, tái sử dụng và quản lý nước khai thác – một trong những thách thức lớn nhất của ngành dầu khí hiện nay.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Từ ngày **28 – 29 tháng 1 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Clarion Hotel Stavanger**, thành phố **Stavanger**, **Na Uy**.

Ban tổ chức: Hội nghị được tổ chức bởi **Tekna – The Norwegian Society of Graduate Technical and Scientific Professionals**, dưới sự phối hợp của các tổ chức và chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực dầu khí và môi trường.

Mục đích và Nội dung:

- **Thảo luận về các giải pháp xử lý và quản lý nước khai thác:** Produced Water Management 2026 tập trung vào các phương pháp tiên tiến trong xử lý nước khai thác, bao gồm công nghệ lọc, tách dầu, xử lý sinh học, tái sử dụng và quản lý chất lượng nước thải trong sản xuất dầu khí.
- **Chia sẻ kinh nghiệm và nghiên cứu thực tiễn:** Sự kiện là nơi các chuyên gia quốc tế trình bày kết quả nghiên cứu, kinh nghiệm vận hành và các trường hợp thực tế trong việc tối ưu hóa quy trình xử lý nước khai thác, đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường quốc tế.
- **Kết nối và hợp tác giữa các bên trong ngành:** Hội nghị tạo điều kiện để các công ty dầu khí, nhà cung cấp công nghệ, tổ chức nghiên cứu và cơ quan quản lý cùng trao đổi, tìm kiếm giải pháp và hợp tác nhằm hướng tới phát triển bền vững.

Lợi ích khi tham gia Produced Water Management 2026:

- **Cập nhật công nghệ và xu hướng mới nhất:** Người tham dự sẽ được tiếp cận các giải pháp tiên tiến trong xử lý nước khai thác, từ công nghệ màng lọc, xử lý hóa học đến hệ thống tự động hóa và giám sát thông minh.
- **Mở rộng mạng lưới chuyên môn quốc tế:** Sự kiện quy tụ các chuyên gia, kỹ sư và doanh nghiệp dầu khí từ khắp nơi trên thế giới, mang lại cơ hội hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm quý báu.
- **Tăng cường năng lực quản lý môi trường:** Tham gia hội nghị giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực kiểm soát chất lượng nước thải, đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt về môi trường và phát triển bền vững.

Các hoạt động nổi bật:

- **Hội nghị và trình bày chuyên đề:** Chương trình bao gồm các bài thuyết trình khoa học, phiên thảo luận kỹ thuật và chia sẻ các giải pháp thực tiễn từ các công ty và viện nghiên cứu hàng đầu trong ngành.
- **Triển lãm công nghệ và giải pháp kỹ thuật:** Các doanh nghiệp trưng bày công nghệ, thiết bị và sản phẩm liên quan đến xử lý nước khai thác, tái chế và quản lý chất lượng nước.
- **Kết nối doanh nghiệp (Networking):** Hội nghị tạo điều kiện cho các chuyên gia và doanh nghiệp gặp gỡ, trao đổi ý tưởng, thiết lập quan hệ hợp tác và phát triển dự án.

Ai sẽ tham dự?

- **Các công ty khai thác và sản xuất dầu khí,** nhà vận hành giàn khoan và nhà thầu EPC.
- **Nhà cung cấp công nghệ và thiết bị xử lý nước** trong ngành dầu khí và môi trường.

- **Chuyên gia kỹ thuật, kỹ sư môi trường, nhà nghiên cứu** và đại diện các cơ quan quản lý.
- **Các tổ chức học thuật và viện nghiên cứu** chuyên ngành năng lượng và xử lý chất thải.

Tại sao nên tham gia Produced Water Management 2026?

- **Khám phá giải pháp tiên tiến:** Cập nhật các công nghệ xử lý nước khai thác mới nhất và ứng dụng thực tiễn trong ngành.
- **Tăng cường hợp tác quốc tế:** Mở rộng mạng lưới đối tác và chia sẻ kinh nghiệm giữa các chuyên gia và doanh nghiệp toàn cầu.
- **Thúc đẩy phát triển bền vững:** Góp phần vào việc giảm thiểu tác động môi trường và cải thiện hiệu quả khai thác trong ngành dầu khí.

Produced Water Management 2026 là sự kiện không thể bỏ qua đối với các doanh nghiệp và chuyên gia trong ngành dầu khí, môi trường và công nghệ nước. Tham gia hội nghị này giúp cập nhật kiến thức, mở rộng quan hệ hợp tác và tiếp cận những giải pháp tiên tiến cho tương lai của ngành năng lượng toàn cầu.

4. Oslo Business Forum 2026 (OBF 2026)

Oslo Business Forum 2026 (OBF 2026) là diễn đàn kinh doanh hàng đầu Bắc Âu, quy tụ các nhà lãnh đạo toàn cầu, doanh nhân, học giả và chuyên gia quản trị, nhằm thảo luận về tư duy đổi mới, lãnh đạo bền vững và chiến lược doanh nghiệp trong kỷ nguyên chuyển đổi toàn cầu. Được tổ chức thường niên tại Oslo, sự kiện này được xem là “trung tâm tri thức của giới lãnh đạo châu Âu”, nơi chia sẻ ý tưởng, truyền cảm hứng và thúc đẩy hành động vì sự phát triển bền vững trong kinh doanh.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **ngày 23 – 24 tháng 9 năm 2026**
- **Địa điểm:** Nova Spektrum Convention Centre, Lillestrøm, Oslo, Na Uy

- **Đơn vị tổ chức:** Oslo Business Forum AS, phối hợp cùng các đối tác chiến lược như Harvard Business Review, McKinsey & Company, và Norwegian Business School (BI).
- **Quy mô:** Dự kiến thu hút hơn 3.000 đại biểu cấp cao đến từ hơn 50 quốc gia, bao gồm các CEO, nhà sáng lập startup, nhà đầu tư và chuyên gia kinh tế hàng đầu thế giới.

OBF 2026 được tổ chức nhằm thúc đẩy tư duy lãnh đạo hiện đại, khuyến khích đổi mới sáng tạo và xây dựng nền kinh tế doanh nghiệp bền vững trong bối cảnh thế giới đang chuyển mình mạnh mẽ về công nghệ, xã hội và môi trường.

- **Truyền cảm hứng lãnh đạo và đổi mới:** Các bài phát biểu từ các nhà lãnh đạo, diễn giả toàn cầu và doanh nhân thành công sẽ mang đến những góc nhìn chiến lược về quản trị, sáng tạo và phát triển tổ chức.
- **Thúc đẩy tư duy bền vững và công nghệ:** OBF 2026 tập trung vào cách AI, ESG, và công nghệ xanh đang định hình lại mô hình kinh doanh, chiến lược lãnh đạo và tăng trưởng toàn cầu.
- **Kết nối doanh nghiệp và phát triển hợp tác:** Diễn đàn tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư và tổ chức quốc tế gặp gỡ, chia sẻ kinh nghiệm và thiết lập quan hệ đối tác chiến lược.

Lợi ích khi tham gia Oslo Business Forum 2026:

- **Trải nghiệm sự kiện đẳng cấp quốc tế:** Tham gia các buổi thuyết trình, hội thảo và tọa đàm cùng những nhà lãnh đạo và diễn giả hàng đầu thế giới.
- **Nâng cao tư duy lãnh đạo và quản trị:** Học hỏi các chiến lược về đổi mới, văn hóa doanh nghiệp, phát triển con người và tư duy lãnh đạo linh hoạt.

- **Kết nối và mở rộng mạng lưới chuyên nghiệp:** Gặp gỡ hàng nghìn lãnh đạo doanh nghiệp, startup, và nhà đầu tư trong môi trường kết nối chuyên nghiệp và truyền cảm hứng.
- **Khám phá các xu hướng toàn cầu:** Cập nhật các xu hướng công nghệ, chuyển đổi số, phát triển bền vững và tương lai của quản trị kinh doanh.

Các chủ đề chính của OBF 2026:

- **Leadership in the Age of Disruption:** Tư duy lãnh đạo trong kỷ nguyên thay đổi nhanh và không chắc chắn.
- **Sustainability and ESG Transformation:** Xây dựng chiến lược doanh nghiệp bền vững dựa trên giá trị ESG và trách nhiệm xã hội.
- **AI and the Future of Work:** Tác động của trí tuệ nhân tạo đối với con người, tổ chức và năng suất lao động.
- **Business Strategy and Innovation:** Cách doanh nghiệp thích nghi, đổi mới và tạo lợi thế cạnh tranh trong môi trường toàn cầu biến động.
- **Corporate Culture and Human Capital:** Vai trò của văn hóa doanh nghiệp và con người trong việc thúc đẩy hiệu suất và đổi mới sáng tạo.

Các hoạt động nổi bật:

- **Keynote Presentations:** Các bài phát biểu từ các diễn giả đẳng cấp thế giới, bao gồm lãnh đạo doanh nghiệp, nhà tư tưởng chiến lược và nhà nghiên cứu hàng đầu (các diễn giả trước đây gồm Barack Obama, Brené Brown, Simon Sinek, và Adam Grant).
- **Executive Panels & Roundtables:** Phiên thảo luận chuyên sâu giữa các CEO và chuyên gia quốc tế về chiến lược kinh doanh, chuyển đổi số và phát triển lãnh đạo.

- **Innovation Workshops:** Các buổi huấn luyện thực hành giúp lãnh đạo và doanh nghiệp phát triển **kỹ năng tư duy sáng tạo, quản trị thay đổi và lãnh đạo nhóm hiệu quả**.
- **Networking Sessions & Business Lounge:** Không gian gặp gỡ, trao đổi ý tưởng và tìm kiếm cơ hội hợp tác trong môi trường chuyên nghiệp và thân thiện.
- **Startup & Future Leaders Program:** Dành riêng cho các doanh nhân trẻ và startup sáng tạo, chương trình giúp chia sẻ kinh nghiệm, nhận cố vấn và kết nối đầu tư.

Ai sẽ tham dự?:

- Giám đốc điều hành (CEO), giám đốc tài chính (CFO), và lãnh đạo cấp cao
- Doanh nhân, nhà sáng lập startup và nhà đầu tư mạo hiểm
- Chuyên gia quản lý nhân sự, cố vấn chiến lược và nhà đào tạo lãnh đạo
- Tổ chức tư vấn, viện nghiên cứu, và trường đại học kinh tế – quản trị
- Sinh viên và nhà lãnh đạo trẻ đang định hình tương lai của doanh nghiệp toàn cầu

Tại sao nên tham gia OBF 2026?

- Tiếp cận kiến thức lãnh đạo và chiến lược đột phá từ những bộ óc xuất sắc nhất thế giới.
- Kết nối với mạng lưới lãnh đạo doanh nghiệp và chuyên gia toàn cầu.
- Cập nhật xu hướng, tư duy và công nghệ đang định hình tương lai kinh doanh.
- Trải nghiệm môi trường học hỏi và truyền cảm hứng độc đáo chỉ có tại Oslo Business Forum.

Oslo Business Forum 2026 (OBF 2026) là sự kiện biểu tượng của giới lãnh đạo doanh nghiệp toàn cầu, nơi tư duy đổi mới gặp gỡ thực tiễn quản trị và ý tưởng

trở thành hành động. Tham gia OBF 2026 là cơ hội để **học hỏi, kết nối và định hình tương lai của lãnh đạo, doanh nghiệp và xã hội toàn cầu.**

5. Oslo Freedom Forum 2026 (OFF 2026)

Oslo Freedom Forum 2026 (OFF 2026) là diễn đàn quốc tế hàng đầu thế giới về nhân quyền, tự do và công lý, quy tụ các nhà hoạt động, nhà báo, nhà sáng lập tổ chức phi chính phủ, doanh nhân xã hội, học giả và nhà lãnh đạo quốc tế. Sự kiện được tổ chức hằng năm tại thủ đô Oslo, Na Uy, bởi Human Rights Foundation (HRF), với mục tiêu thúc đẩy tự do, bảo vệ nhân quyền và khơi dậy sức mạnh của sự thật, sáng tạo và lòng dũng cảm trong việc xây dựng một thế giới công bằng hơn.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **ngày 26 – 28 tháng 5 năm 2026**
- **Địa điểm:** Oslo Konserthus, Oslo, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** **Human Rights Foundation (HRF)**
- **Quy mô:** Dự kiến có hơn **1.200 đại biểu** đến từ **100 quốc gia**, bao gồm **nhà hoạt động nhân quyền, lãnh đạo quốc tế, phóng viên, nghệ sĩ và các tổ chức xã hội dân sự.**

Oslo Freedom Forum 2026 là không gian để **chia sẻ những câu chuyện, sáng kiến và giải pháp** từ những người đang đấu tranh cho tự do và công lý trên toàn cầu. Diễn đàn hướng đến việc **kết nối, truyền cảm hứng và tạo động lực hành động** cho các phong trào xã hội và thế hệ lãnh đạo mới.

- **Thúc đẩy đối thoại toàn cầu về tự do và nhân quyền:** Các diễn giả từ khắp nơi trên thế giới sẽ chia sẻ **trải nghiệm cá nhân, hành trình đấu tranh và giải pháp sáng tạo** trong việc bảo vệ nhân quyền.

- **Kết nối nhà hoạt động và lãnh đạo tư tưởng:** Diễn đàn tạo môi trường để các nhà lãnh đạo, tổ chức và doanh nghiệp xã hội hợp tác trong các sáng kiến thúc đẩy dân chủ và nhân quyền.
- **Truyền cảm hứng hành động:** OFF 2026 khuyến khích người tham dự **biến ý tưởng thành hành động thực tiễn**, hướng đến sự thay đổi tích cực trong xã hội.

Lợi ích khi tham gia Oslo Freedom Forum 2026:

- **Lắng nghe những câu chuyện chân thực và đầy cảm hứng:** Những diễn giả đến từ nhiều quốc gia sẽ chia sẻ hành trình vượt qua đàn áp, bất công và nỗ lực đấu tranh cho quyền con người.
- **Mở rộng mạng lưới toàn cầu:** Kết nối với **nhà hoạt động, doanh nhân xã hội, nhà báo và nhà tài trợ** đang cùng hướng đến mục tiêu thúc đẩy tự do.
- **Khám phá sáng kiến nhân đạo và công nghệ vì nhân quyền:** Tìm hiểu các dự án, công cụ kỹ thuật số và mô hình đổi mới giúp bảo vệ quyền tự do ngôn luận, báo chí và sự minh bạch.
- **Truyền cảm hứng cá nhân và tổ chức:** Nhận được nguồn động lực mạnh mẽ từ những con người đã thay đổi thế giới bằng lòng dũng cảm và trí tuệ.

Các chủ đề chính của OFF 2026:

- **Freedom of Expression and Press:** Bảo vệ quyền tự do ngôn luận và vai trò của báo chí độc lập trong thời đại kỹ thuật số.
- **Technology and Human Rights:** Ứng dụng công nghệ để thúc đẩy tự do, minh bạch và bảo vệ quyền cá nhân.
- **Women's Leadership and Empowerment:** Vai trò của phụ nữ trong công cuộc xây dựng xã hội dân chủ và bình đẳng.

- **Art, Culture, and Resistance:** Sức mạnh của nghệ thuật và văn hóa trong việc truyền cảm hứng và phản kháng bất công.
- **Corporate Responsibility and Ethical Leadership:** Doanh nghiệp với vai trò xây dựng hệ sinh thái kinh tế công bằng và có trách nhiệm xã hội.
- **Democracy in the Digital Age:** Cơ hội và thách thức trong việc duy trì dân chủ và tự do trong thời đại công nghệ thông tin.

Các hoạt động nổi bật:

- **Main Stage Talks:** Các bài phát biểu truyền cảm hứng từ **các nhà hoạt động, nạn nhân của chế độ độc tài, nhà báo điều tra và người sáng lập tổ chức phi lợi nhuận.**
- **Breakout Sessions & Roundtables:** Thảo luận chuyên sâu về các chủ đề như công nghệ vì nhân quyền, truyền thông tự do, và vai trò của xã hội dân sự.
- **TechLab & Innovation Showcase:** Giới thiệu các giải pháp công nghệ, phần mềm và nền tảng kỹ thuật số hỗ trợ các nhà hoạt động và tổ chức phi chính phủ.
- **Networking Lounge:** Không gian gặp gỡ, trao đổi ý tưởng và tìm kiếm cơ hội hợp tác trong cộng đồng nhân quyền toàn cầu.
- **Art and Performance Events:** Trình diễn nghệ thuật, phim tài liệu, âm nhạc và trưng bày sáng tạo phản ánh tinh thần tự do và nhân phẩm con người.
- **Freedom Awards Ceremony:** Lễ tôn vinh các cá nhân và tổ chức có đóng góp xuất sắc trong việc bảo vệ nhân quyền và thúc đẩy tự do trên toàn cầu.

Ai sẽ tham dự?:

- Nhà hoạt động nhân quyền, nhà báo, và lãnh đạo xã hội dân sự
- Doanh nhân xã hội, tổ chức phi chính phủ và nhà tài trợ quốc tế
- Học giả, nhà nghiên cứu và sinh viên quan tâm đến nhân quyền toàn cầu

- Tổ chức công nghệ, startup và sáng kiến đổi mới vì xã hội công bằng
- Nghệ sĩ, nhà làm phim, nhà văn và người sáng tạo nội dung tự do

Tại sao nên tham gia Oslo Freedom Forum 2026?

- Lắng nghe và gặp gỡ những con người dũng cảm đang thay đổi thế giới.
- Học hỏi các chiến lược và sáng kiến sáng tạo trong đấu tranh vì tự do và công lý.
- Kết nối với mạng lưới toàn cầu của những người tiên phong trong phong trào nhân quyền.
- Khơi dậy cảm hứng cá nhân và tổ chức để hành động vì một thế giới tốt đẹp hơn.

Oslo Freedom Forum 2026 (OFF 2026) không chỉ là một hội nghị – mà là **một phong trào toàn cầu vì tự do, nhân quyền và phẩm giá con người**. Tham gia OFF 2026 là cơ hội để **trở thành một phần của cộng đồng quốc tế đang viết tiếp câu chuyện về lòng dũng cảm, sự thật và niềm hy vọng**.

6. Education Fair 2026

Education Fair 2026 là triển lãm giáo dục quốc tế hàng đầu, quy tụ các trường đại học, cao đẳng, tổ chức giáo dục và cơ quan xúc tiến du học từ khắp nơi trên thế giới. Sự kiện được tổ chức với mục tiêu kết nối học sinh, sinh viên, phụ huynh và các tổ chức giáo dục trong một không gian giao lưu, tư vấn và chia sẻ thông tin toàn diện về học tập, học bổng, định hướng nghề nghiệp và cơ hội quốc tế.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **ngày 7 – 9 tháng 3 năm 2026**
- **Địa điểm:** **Oslo Spektrum Conference Centre, Oslo, Na Uy**

- **Đơn vị tổ chức:** Global Education Network (GEN) phối hợp với Education Norway và European Association for International Education (EAIE).
- **Quy mô:** Dự kiến có hơn 200 trường đại học, tổ chức giáo dục và cơ quan đào tạo đến từ 35 quốc gia, thu hút trên 10.000 lượt khách tham quan, bao gồm học sinh, sinh viên, phụ huynh và chuyên gia giáo dục.

Education Fair 2026 hướng đến việc **thúc đẩy giáo dục toàn cầu, tăng cường giao lưu học thuật và hỗ trợ học sinh – sinh viên tiếp cận cơ hội học tập quốc tế.**

- **Kết nối học sinh và tổ chức giáo dục:** Giúp học sinh, sinh viên trực tiếp gặp gỡ đại diện tuyển sinh, tìm hiểu chương trình học, yêu cầu đầu vào và cơ hội học bổng.
- **Cập nhật xu hướng giáo dục toàn cầu:** Giới thiệu các chương trình đào tạo mới, phương pháp học tập sáng tạo và định hướng nghề nghiệp phù hợp với nhu cầu nhân lực tương lai.
- **Tạo diễn đàn đối thoại giáo dục:** Tổ chức các buổi hội thảo, tọa đàm giữa các chuyên gia giáo dục, cơ quan quản lý và tổ chức quốc tế về phát triển giáo dục bền vững và chuyển đổi số trong đào tạo.

Lợi ích khi tham gia Education Fair 2026:

- **Tiếp cận trực tiếp hàng trăm cơ hội học tập quốc tế:** Gặp gỡ các trường đại học, học viện và tổ chức giáo dục từ châu Âu, Mỹ, Canada, Úc, và châu Á.
- **Nhận tư vấn du học chuyên sâu:** Được hướng dẫn về **học bổng, quy trình nhập học, visa, chi phí và định hướng ngành nghề** phù hợp với mục tiêu cá nhân.
- **Tham gia hội thảo chuyên đề:** Nghe chia sẻ từ các chuyên gia về **xu hướng giáo dục tương lai, kỹ năng nghề nghiệp và cơ hội học tập trong nền kinh tế toàn cầu.**

- **Kết nối với cộng đồng quốc tế:** Gặp gỡ sinh viên quốc tế, cựu du học sinh và các tổ chức hỗ trợ giáo dục toàn cầu.

Các khu vực trưng bày chính:

- **Higher Education Pavilion:** Khu vực dành cho các trường đại học và cao đẳng giới thiệu chương trình cử nhân, thạc sĩ và tiến sĩ.
- **Study Abroad & Scholarship Zone:** Tư vấn học bổng, chương trình trao đổi và cơ hội du học tại các quốc gia hàng đầu.
- **Vocational & Technical Education Area:** Giới thiệu chương trình đào tạo nghề, kỹ năng và giáo dục ứng dụng.
- **Language & Test Preparation Corner:** Tư vấn về chương trình học tiếng Anh, luyện thi IELTS, TOEFL, SAT và các chứng chỉ quốc tế.
- **Career and Counselling Centre:** Cung cấp thông tin về định hướng nghề nghiệp, xu hướng việc làm toàn cầu và kỹ năng phát triển bản thân.

Các hoạt động nổi bật:

- **Hội thảo chuyên đề (Education Talks):** Các chủ đề như “*Future Skills for a Changing World*”, “*AI in Education*”, “*How to Win International Scholarships*”, và “*Student Mobility and Global Learning*.”
- **Workshop tương tác:** Buổi huấn luyện kỹ năng viết hồ sơ du học, phỏng vấn học bổng và lựa chọn ngành nghề phù hợp.
- **Meet the Universities:** Phiên gặp gỡ trực tiếp giữa sinh viên và đại diện trường để đặt câu hỏi và nộp hồ sơ sơ tuyển.
- **Student Experience Zone:** Không gian chia sẻ câu chuyện thực tế từ cựu du học sinh về cuộc sống và học tập ở nước ngoài.

- **Networking Lounge:** Khu vực dành cho các tổ chức giáo dục, đại lý du học và doanh nghiệp hợp tác trong lĩnh vực đào tạo và nhân lực.

Ai sẽ tham dự?:

- Học sinh trung học, sinh viên đại học và sau đại học có nhu cầu du học.
- Phụ huynh quan tâm đến chương trình giáo dục quốc tế và học bổng.
- Đại diện trường đại học, tổ chức đào tạo, và trung tâm tư vấn du học.
- Chuyên gia giáo dục, nhà nghiên cứu và cố vấn định hướng nghề nghiệp.
- Doanh nghiệp và tổ chức hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực toàn cầu.

Tại sao nên tham gia Education Fair 2026?

- Tiếp cận hàng trăm cơ hội học tập, học bổng và chương trình du học uy tín.
- Trực tiếp gặp gỡ, trao đổi và kết nối với các trường đại học quốc tế hàng đầu.
- Hiểu rõ xu hướng giáo dục toàn cầu và định hướng nghề nghiệp tương lai.
- Trải nghiệm không gian giáo dục sáng tạo, hiện đại và đầy cảm hứng.

Education Fair 2026 không chỉ là một triển lãm giáo dục – mà là **cánh cửa mở ra tương lai học tập toàn cầu**. Tham gia sự kiện giúp bạn **khám phá cơ hội, kết nối với thế giới và định hình hành trình tri thức của chính mình**.

7. North Atlantic Seafood Forum 2026 (NASF 2026)

North Atlantic Seafood Forum 2026 (NASF 2026) là diễn đàn thủy sản thương mại lớn nhất thế giới, quy tụ các nhà lãnh đạo, chuyên gia, doanh nghiệp và tổ chức quốc tế trong lĩnh vực nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, thương mại và đổi mới công nghệ thủy sản. Được tổ chức thường niên tại Bergen, Na Uy – trung tâm thủy sản hàng đầu châu Âu – NASF là nơi định hình xu hướng, chiến lược và chính sách phát triển bền vững cho ngành thủy sản toàn cầu.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ ngày 4 – 6 tháng 3 năm 2026
- **Địa điểm:** Radisson Blu Royal Hotel, Bergen, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** North Atlantic Seafood Forum AS, phối hợp với Norwegian Seafood Council, Innovation Norway, và các hiệp hội thủy sản quốc tế.
- **Quy mô:** Dự kiến có hơn 1.000 đại biểu cấp cao đến từ 40 quốc gia, bao gồm 350 công ty thủy sản, tập đoàn chế biến, nhà đầu tư và tổ chức tài chính toàn cầu.

NASF 2026 hướng đến thúc đẩy sự hợp tác, đổi mới và phát triển bền vững trong ngành thủy sản quốc tế, đồng thời đóng vai trò là cầu nối thương mại và tri thức giữa các bên liên quan trong chuỗi giá trị thủy sản toàn cầu.

- **Chia sẻ chiến lược và xu hướng thị trường:** Phân tích triển vọng cung – cầu, xu hướng giá cả, thương mại quốc tế và ảnh hưởng của biến động kinh tế đến ngành thủy sản.
- **Thúc đẩy đổi mới công nghệ và phát triển bền vững:** Thảo luận về các giải pháp công nghệ tiên tiến, kỹ thuật nuôi trồng thủy sản xanh, và chuỗi cung ứng bền vững.
- **Kết nối các nhà lãnh đạo toàn cầu:** Cơ hội để CEO, nhà đầu tư và cơ quan hoạch định chính sách gặp gỡ, trao đổi và thiết lập hợp tác trong môi trường kinh doanh quốc tế.

Lợi ích khi tham gia North Atlantic Seafood Forum 2026:

- **Cập nhật xu hướng thị trường thủy sản toàn cầu:** Tiếp cận các báo cáo chuyên sâu về sản lượng, tiêu dùng, giá cả và thương mại quốc tế.

- **Gặp gỡ lãnh đạo doanh nghiệp hàng đầu:** Cơ hội giao lưu với đại diện từ Mowi, Lerøy, Grieg Seafood, Cermaq, Skretting, DSM-Firmenich và nhiều tập đoàn thủy sản hàng đầu thế giới.
- **Khám phá công nghệ và mô hình kinh doanh mới:** Tìm hiểu về **chuyển đổi số, AI, dữ liệu lớn và tự động hóa trong nuôi trồng, chế biến và logistics thủy sản.**
- **Tham gia thảo luận chính sách và tài chính ngành:** Hiểu rõ tác động của chính sách EU, quy định môi trường và các xu hướng đầu tư xanh đối với ngành thủy sản.

Các chủ đề chính của NASF 2026:

- **Global Seafood Market Outlook 2026:** Dự báo thị trường thủy sản toàn cầu, giá cả và xu hướng tiêu dùng tại châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á.
- **Sustainability and Green Transformation:** Giải pháp phát triển bền vững, giảm phát thải CO₂ và quản lý môi trường biển.
- **Aquaculture Innovation and Technology:** Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong nuôi trồng, quản lý chất lượng nước, thức ăn và phòng ngừa dịch bệnh.
- **Seafood Processing and Value Creation:** Cải tiến chuỗi chế biến, truy xuất nguồn gốc và tối ưu hóa giá trị gia tăng.
- **Finance, Investment & Blue Economy:** Xu hướng đầu tư vào “nền kinh tế xanh – Blue Economy” và các mô hình tài chính cho ngành thủy sản.
- **Logistics, Trade and Supply Chain Resilience:** Giải pháp đảm bảo chuỗi cung ứng ổn định và tối ưu hóa vận chuyển trong bối cảnh biến động toàn cầu.

Các hoạt động nổi bật:

- **CEO Leadership Summit:** Phiên khai mạc cấp cao với sự tham gia của các lãnh đạo ngành và chuyên gia quốc tế.
- **Market Outlook Sessions:** Cập nhật dữ liệu, báo cáo và dự báo về thị trường thủy sản toàn cầu năm 2026.
- **Technology & Innovation Forum:** Giới thiệu các công nghệ mới về nuôi trồng, chế biến, AI, và xử lý dữ liệu trong ngành thủy sản.
- **Sustainability & ESG Forum:** Thảo luận các sáng kiến ESG, tiêu chuẩn chứng nhận và xu hướng tiêu dùng bền vững.
- **Investment and Finance Forum:** Diễn đàn tài chính với sự tham gia của nhà đầu tư, ngân hàng và quỹ đầu tư trong lĩnh vực kinh tế biển.
- **Networking Receptions:** Các buổi kết nối, gặp gỡ đối tác, và mở rộng hợp tác kinh doanh giữa các doanh nghiệp và tổ chức quốc tế.

Ai sẽ tham dự?:

- Lãnh đạo và quản lý cấp cao của các công ty thủy sản, chế biến và phân phối
- Nhà đầu tư, ngân hàng, quỹ đầu tư và tổ chức tài chính
- Nhà nghiên cứu, viện khoa học biển và tổ chức bảo tồn đại dương
- Doanh nghiệp công nghệ, logistics và nhà cung cấp thiết bị thủy sản
- Cơ quan chính phủ, tổ chức phi chính phủ và hiệp hội ngành thủy sản quốc tế

Tại sao nên tham gia NASF 2026?

- Tiếp cận tri thức và xu hướng mới nhất của ngành thủy sản toàn cầu.
- Mở rộng mạng lưới hợp tác với các doanh nghiệp và nhà đầu tư hàng đầu.
- Khám phá công nghệ và giải pháp đổi mới trong nuôi trồng, chế biến và thương mại thủy sản.

- Đóng góp vào định hướng phát triển bền vững và chuyển đổi xanh cho ngành thủy sản.

North Atlantic Seafood Forum 2026 (NASF 2026) là nơi hội tụ của tri thức, công nghệ và chiến lược phát triển ngành thủy sản toàn cầu. Tham gia NASF 2026 giúp bạn định vị chiến lược, mở rộng hợp tác và đóng góp vào tương lai bền vững của nền kinh tế biển xanh.

8. Norwegian Developers Conference 2026 (NDC 2026)

Norwegian Developers Conference 2026 (NDC 2026) là một trong những hội nghị công nghệ và lập trình lớn nhất châu Âu, quy tụ các lập trình viên, kỹ sư phần mềm, nhà phát triển ứng dụng, nhà thiết kế và chuyên gia công nghệ từ khắp nơi trên thế giới. Được tổ chức thường niên tại Oslo, sự kiện mang đến không gian học hỏi, giao lưu và chia sẻ tri thức về công nghệ mới, thực hành lập trình và xu hướng phát triển phần mềm toàn cầu.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ ngày **8 – 12 tháng 6 năm 2026**
- **Địa điểm:** **Oslo Spektrum Arena**, Oslo, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** **NDC Conferences AS** phối hợp với **Microsoft Norway**, **GitHub**, và **JetBrains** cùng nhiều đối tác công nghệ quốc tế.
- **Quy mô:** Dự kiến thu hút hơn **3.000 người tham dự**, **150 diễn giả quốc tế** và **250 buổi hội thảo, workshop** và trình bày kỹ thuật chuyên sâu.

NDC 2026 được tổ chức nhằm **tạo diễn đàn học tập và trao đổi chuyên môn** cho cộng đồng lập trình viên toàn cầu, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của **công nghệ phần mềm, đổi mới sáng tạo và kỹ năng kỹ thuật số**.

- **Cập nhật xu hướng công nghệ mới:** Trình bày những tiến bộ và thực tiễn tốt nhất trong **AI, Machine Learning, Cloud Computing, Web Development, DevOps và Cybersecurity**.
- **Thúc đẩy học hỏi và chia sẻ kiến thức:** Hàng trăm phiên thảo luận và workshop giúp lập trình viên ở mọi cấp độ **nâng cao kỹ năng và áp dụng công nghệ mới vào thực tế**.
- **Xây dựng cộng đồng công nghệ toàn cầu:** Kết nối giữa **chuyên gia, nhà phát triển, startup và doanh nghiệp công nghệ**, thúc đẩy hợp tác và sáng tạo trong hệ sinh thái số.

Lợi ích khi tham gia NDC 2026:

- **Trải nghiệm chương trình hội nghị hàng đầu:** Tiếp cận hơn 200 phiên trình bày về **công nghệ, coding practices, và chiến lược phát triển phần mềm hiện đại**.
- **Học hỏi từ chuyên gia hàng đầu thế giới:** Gặp gỡ các **kỹ sư, CTO và tác giả công nghệ nổi tiếng** – những người đang dẫn dắt xu hướng toàn cầu trong lập trình và kỹ thuật phần mềm.
- **Cập nhật công nghệ thực tiễn:** Thực hành trực tiếp qua các **hands-on workshops** về **.NET, JavaScript, Python, Cloud, Kubernetes, AI và Data Engineering**.
- **Mở rộng mạng lưới nghề nghiệp:** Kết nối với cộng đồng lập trình viên, doanh nghiệp công nghệ và nhà tuyển dụng từ Na Uy và khắp châu Âu.

Các chủ đề chính của NDC 2026:

- **Artificial Intelligence and Machine Learning:** Ứng dụng AI trong phát triển phần mềm, xử lý dữ liệu và tự động hóa.

- **Web & Cloud Development:** Giải pháp phát triển web hiện đại, microservices, và hệ thống điện toán đám mây (AWS, Azure, GCP).
- **Software Architecture & Design:** Nguyên tắc kiến trúc phần mềm, domain-driven design và scalable systems.
- **DevOps & Continuous Delivery:** Tự động hóa quy trình phát triển, triển khai và giám sát hệ thống phần mềm.
- **Cybersecurity & Privacy:** Bảo mật ứng dụng, mã hóa và an toàn dữ liệu trong môi trường số.
- **Programming Languages & Frameworks:** Cập nhật xu hướng và thực hành trong **C#, Java, Rust, Go, Python, TypeScript** và nhiều ngôn ngữ mới nổi khác.
- **UX/UI and Product Design:** Tư duy thiết kế, trải nghiệm người dùng và phát triển sản phẩm lấy con người làm trung tâm.

Các hoạt động nổi bật:

- **Keynote Sessions:** Diễn giả hàng đầu chia sẻ về tương lai công nghệ, tư duy phát triển phần mềm và đổi mới trong lập trình.
- **Hands-on Workshops:** Các buổi huấn luyện chuyên sâu kéo dài 1–2 ngày, tập trung vào coding, công cụ phát triển và kiến trúc hệ thống.
- **Technical Sessions & Lightning Talks:** Hơn 150 bài trình bày kỹ thuật từ chuyên gia về các chủ đề thực tiễn trong lập trình và DevOps.
- **Exhibition & Tech Demo Area:** Khu trưng bày công nghệ với sự tham gia của các công ty hàng đầu: **Microsoft, Google Cloud, Red Hat, Atlassian, GitHub** và các startup công nghệ sáng tạo.

- **NDC Social Events & Networking Party:** Sự kiện kết nối cộng đồng lập trình viên, tạo môi trường trao đổi, chia sẻ và hợp tác nghề nghiệp.

Ai sẽ tham dự?:

- Lập trình viên, kỹ sư phần mềm và nhà phát triển ứng dụng
- Kiến trúc sư hệ thống, CTO, CIO và lãnh đạo công nghệ
- Doanh nghiệp công nghệ, startup và nhà cung cấp giải pháp phần mềm
- Sinh viên, giảng viên và nhà nghiên cứu trong lĩnh vực CNTT
- Tổ chức tư vấn, cơ quan công nghệ và nhà đầu tư trong lĩnh vực kỹ thuật số

Tại sao nên tham gia NDC 2026?

- Học hỏi trực tiếp từ chuyên gia và nhà sáng tạo hàng đầu trong ngành công nghệ.
- Cập nhật xu hướng công nghệ mới nhất và kỹ năng lập trình tiên tiến.
- Thực hành, trải nghiệm và kết nối trong cộng đồng phát triển phần mềm toàn cầu.
- Truyền cảm hứng, khám phá ý tưởng và xây dựng tầm nhìn cho tương lai kỹ thuật số.

Norwegian Developers Conference 2026 (NDC 2026) là sự kiện công nghệ không thể bỏ lỡ dành cho cộng đồng lập trình viên và doanh nghiệp phần mềm toàn cầu. Tham gia NDC 2026 giúp bạn **mở rộng tri thức, nâng cao kỹ năng và trở thành một phần của phong trào đổi mới công nghệ quốc tế.**

9. Offshore Northern Seas 2026 (ONS 2026)

Offshore Northern Seas 2026 (ONS 2026) là triển lãm và hội nghị năng lượng hàng đầu thế giới, quy tụ các nhà lãnh đạo toàn cầu, tập đoàn dầu khí, công ty năng lượng tái tạo, nhà cung cấp công nghệ và chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực năng lượng, kỹ

thuật biến và chuyển đổi năng lượng xanh. Được tổ chức hai năm một lần tại Stavanger, Na Uy, ONS là nền tảng kết nối chiến lược giữa công nghiệp – chính sách – đổi mới, góp phần định hình tương lai của ngành năng lượng toàn cầu.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ ngày **24 – 27 tháng 8 năm 2026**
- **Địa điểm:** **Stavanger Forum & ONS Arena**, Stavanger, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** **ONS Foundation**, phối hợp với **Norwegian Ministry of Petroleum and Energy, Equinor, Shell, Aker Solutions**, và các đối tác năng lượng quốc tế.
- **Quy mô:** Dự kiến hơn **1.000 doanh nghiệp** trưng bày và **65.000 khách tham dự** đến từ **100 quốc gia**, bao gồm các tập đoàn dầu khí, tổ chức năng lượng tái tạo, viện nghiên cứu và cơ quan chính phủ.

ONS 2026 tập trung vào việc **thúc đẩy chuyển đổi năng lượng toàn cầu** thông qua **đổi mới công nghệ, hợp tác quốc tế và đầu tư bền vững**. Sự kiện là nơi **chia sẻ kiến thức, thảo luận chiến lược và giới thiệu công nghệ tiên phong** trong các lĩnh vực dầu khí, năng lượng tái tạo, hydro, carbon capture và quản lý năng lượng.

- **Định hướng chiến lược ngành năng lượng:** Các phiên họp cấp cao sẽ thảo luận về **tương lai của năng lượng, chính sách khí hậu và cân bằng giữa nhu cầu năng lượng – môi trường**.
- **Giới thiệu công nghệ và giải pháp tiên phong:** ONS là sân chơi toàn cầu cho các công nghệ mới trong **dầu khí, năng lượng gió ngoài khơi, hydro, pin lưu trữ và chuyển đổi kỹ thuật số**.
- **Thúc đẩy hợp tác và đầu tư:** Diễn đàn tạo cơ hội gặp gỡ giữa **chính phủ, doanh nghiệp, nhà đầu tư và viện nghiên cứu** để phát triển các dự án năng lượng chiến lược.

Lợi ích khi tham gia ONS 2026:

- **Tiếp cận thị trường năng lượng toàn cầu:** Kết nối với hàng nghìn chuyên gia, doanh nghiệp và tổ chức trong chuỗi giá trị năng lượng.
- **Khám phá công nghệ và xu hướng mới:** Cập nhật giải pháp trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, hydro, carbon capture và kỹ thuật số hóa.
- **Tham gia đối thoại cấp cao:** Nghe trực tiếp các nhà lãnh đạo quốc tế, bộ trưởng năng lượng, CEO và nhà đầu tư thảo luận về **chuyển đổi năng lượng xanh**.
- **Mở rộng mạng lưới hợp tác:** Gặp gỡ đối tác chiến lược, khách hàng tiềm năng và nhà đầu tư trong không gian kết nối toàn cầu.

Các chủ đề chính của ONS 2026:

- **Energy Transition and Climate Action:** Thảo luận về mục tiêu Net Zero 2050, giảm phát thải và chính sách chuyển đổi năng lượng bền vững.
- **Offshore Wind and Marine Energy:** Phát triển năng lượng gió ngoài khơi, sóng biển và các giải pháp hạ tầng năng lượng biển.
- **Hydrogen and Carbon Capture (CCUS):** Ứng dụng hydro xanh, công nghệ lưu trữ và thu hồi carbon trong sản xuất năng lượng.
- **Digitalization and Artificial Intelligence:** Vai trò của dữ liệu, tự động hóa và AI trong vận hành hệ thống năng lượng hiện đại.
- **Oil & Gas Innovation:** Giải pháp nâng cao hiệu suất khai thác, giảm phát thải và tối ưu hóa quy trình trong ngành dầu khí.
- **Investment and Energy Security:** Phân tích xu hướng đầu tư, an ninh năng lượng và sự thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Các hoạt động nổi bật:

- **ONS Conference:** Diễn đàn chính quy mô toàn cầu với các bài phát biểu từ lãnh đạo quốc tế và chuyên gia hàng đầu trong ngành năng lượng.
- **Technical Sessions:** Hơn 200 bài trình bày chuyên sâu về công nghệ, an toàn, kỹ thuật biển, năng lượng tái tạo và kỹ thuật số.
- **ONS Exhibition:** Triển lãm quốc tế trưng bày các sản phẩm, dịch vụ và giải pháp từ hơn 1.000 công ty trong lĩnh vực năng lượng và công nghiệp hỗ trợ.
- **ONS+ (Innovation Arena):** Khu vực trưng bày các startup, giải pháp công nghệ xanh, năng lượng số và đổi mới sáng tạo.
- **Young Professionals Program:** Diễn đàn dành cho sinh viên và chuyên gia trẻ, khuyến khích thế hệ mới đóng góp vào quá trình chuyển đổi năng lượng.
- **ONS Networking Events:** Các buổi gặp gỡ, tiệc kết nối và lễ trao giải tôn vinh những đóng góp xuất sắc trong lĩnh vực năng lượng bền vững.

Ai sẽ tham dự?:

- CEO, giám đốc kỹ thuật, chuyên gia và nhà đầu tư trong ngành năng lượng
- Tập đoàn dầu khí, công ty năng lượng tái tạo và kỹ thuật biển
- Doanh nghiệp công nghệ, startup và nhà cung cấp dịch vụ kỹ thuật
- Cơ quan chính phủ, tổ chức quốc tế và viện nghiên cứu năng lượng
- Sinh viên, học giả và chuyên gia trẻ trong lĩnh vực kỹ thuật – môi trường

Tại sao nên tham gia ONS 2026?

- Tham dự sự kiện năng lượng hàng đầu thế giới, quy mô và tầm ảnh hưởng toàn cầu.
- Tiếp cận các giải pháp công nghệ tiên phong trong ngành năng lượng và kỹ thuật biển.

- Kết nối trực tiếp với lãnh đạo doanh nghiệp, chính phủ và nhà đầu tư quốc tế.
- Định vị chiến lược và góp phần vào tương lai của ngành năng lượng bền vững.

Offshore Northern Seas 2026 (ONS 2026) là **biểu tượng của đổi mới và hợp tác trong ngành năng lượng quốc tế**. Tham gia ONS 2026 giúp bạn **nắm bắt xu hướng, khám phá công nghệ, và trở thành một phần của hành trình chuyển đổi năng lượng toàn cầu**.

10. Nor-Fishing 2026

Nor-Fishing 2026 là triển lãm quốc tế hàng đầu thế giới về công nghệ đánh bắt và chế biến thủy sản, được tổ chức hai năm một lần tại Trondheim, Na Uy. Kể từ lần đầu tiên vào năm 1960, Nor-Fishing đã trở thành sự kiện trọng điểm toàn cầu cho ngành thủy sản, nơi quy tụ các nhà sản xuất, doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu, cơ quan chính phủ và chuyên gia trong lĩnh vực ngư nghiệp, công nghệ biển và bền vững đại dương.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **ngày 18 – 21 tháng 8 năm 2026**
- **Địa điểm:** **Trondheim Spektrum & Trondheim Harbor Area**, Trondheim, Na Uy
- **Đơn vị tổ chức:** **Nor-Fishing Foundation**, phối hợp với **Norwegian Directorate of Fisheries, Innovation Norway**, và các hiệp hội thủy sản quốc tế.
- **Quy mô:** Dự kiến có **hơn 700 đơn vị trưng bày** và **20.000 khách tham quan** đến từ **50 quốc gia**, bao gồm các **nhà cung cấp công nghệ, tập đoàn thủy sản, nhà nghiên cứu và tổ chức bảo tồn biển**.

Mục đích và Nội dung:

Nor-Fishing 2026 được tổ chức nhằm **thúc đẩy đổi mới công nghệ, hợp tác quốc tế và phát triển bền vững** trong ngành khai thác và chế biến thủy sản. Sự kiện là cầu nối

giữa các doanh nghiệp, tổ chức khoa học, nhà đầu tư và nhà hoạch định chính sách, nhằm chia sẻ tri thức, giới thiệu công nghệ mới và định hình tương lai ngành thủy sản toàn cầu.

- **Giới thiệu công nghệ và thiết bị tiên tiến:** Trình diễn các công nghệ đánh bắt, chế biến và bảo quản thủy sản hiện đại, hướng tới giảm phát thải và tối ưu hóa năng suất.
- **Thúc đẩy hợp tác và thương mại quốc tế:** Tạo cơ hội kết nối giữa nhà sản xuất, nhà nhập khẩu, đại lý phân phối và cơ quan quản lý, mở rộng thị trường và quan hệ đối tác chiến lược.
- **Hướng đến phát triển bền vững và xanh hóa ngành thủy sản:** Thảo luận các giải pháp giảm thiểu tác động môi trường, phát triển ngư nghiệp tuần hoàn và công nghệ thân thiện với đại dương.

Lợi ích khi tham gia Nor-Fishing 2026:

- **Cập nhật công nghệ và xu hướng mới:** Tiếp cận các giải pháp về tàu cá hiện đại, cảm biến biển, tự động hóa, công nghệ AI và năng lượng sạch trong ngư nghiệp.
- **Gặp gỡ các chuyên gia hàng đầu thế giới:** Tham gia các diễn đàn và hội thảo chuyên sâu với sự góp mặt của chuyên gia, kỹ sư và lãnh đạo doanh nghiệp quốc tế.
- **Mở rộng cơ hội hợp tác thương mại:** Tạo kết nối giữa doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách trong chuỗi cung ứng thủy sản toàn cầu.
- **Khẳng định thương hiệu và năng lực quốc tế:** Trưng bày sản phẩm, công nghệ và dịch vụ của doanh nghiệp trước hàng chục nghìn khách tham quan chuyên ngành.

Các chủ đề chính của Nor-Fishing 2026:

- **Fishing Technology and Equipment:** Tàu cá thông minh, công nghệ radar, định vị vệ tinh và tự động hóa đánh bắt.
- **Sustainable Fisheries and Ocean Management:** Giải pháp quản lý tài nguyên biển, giảm phát thải carbon và phát triển ngư nghiệp bền vững.
- **Processing and Preservation Innovation:** Ứng dụng công nghệ trong bảo quản, chế biến, và truy xuất nguồn gốc sản phẩm thủy sản.
- **Digitalization and Smart Solutions:** IoT, cảm biến thông minh, phân tích dữ liệu và công nghệ AI trong quản lý tàu cá và quy trình khai thác.
- **Marine Energy and Green Technology:** Sử dụng năng lượng tái tạo trong vận hành tàu cá và thiết bị khai thác ngoài khơi.
- **Aquaculture and Research Collaboration:** Liên kết giữa khai thác và nuôi trồng thủy sản, thúc đẩy nghiên cứu khoa học và đổi mới công nghệ biển.

Các hoạt động nổi bật:

- **Opening Ceremony & Industry Keynotes:** Phiên khai mạc với bài phát biểu của lãnh đạo ngành thủy sản Na Uy và các tổ chức quốc tế.
- **Nor-Fishing Conference:** Hội nghị kỹ thuật chuyên sâu về công nghệ, quản lý và phát triển bền vững trong ngư nghiệp.
- **Innovation Awards 2026:** Giải thưởng tôn vinh các công nghệ và sáng kiến đột phá trong ngành thủy sản toàn cầu.
- **Technology Exhibition:** Triển lãm quy mô lớn giới thiệu hơn 700 gian hàng từ các công ty hàng đầu như **Kongsberg, Rolls-Royce Marine, Wärtsilä, Mustad, và MMC First Process.**

- **Start-up and Research Pavilion:** Khu vực dành cho các startup và viện nghiên cứu giới thiệu giải pháp công nghệ mới trong khai thác và bảo vệ đại dương.
- **Networking Events & Business Meetings:** Các buổi gặp gỡ, kết nối và trao đổi thương mại giữa doanh nghiệp, tổ chức và nhà đầu tư quốc tế.

Ai sẽ tham dự?:

- Nhà sản xuất, doanh nghiệp và kỹ sư trong lĩnh vực đánh bắt – chế biến thủy sản
- Tổ chức nghiên cứu, trường đại học và viện hải dương học
- Doanh nghiệp công nghệ biển, nhà cung cấp thiết bị và dịch vụ kỹ thuật
- Cơ quan chính phủ, tổ chức quản lý thủy sản và hiệp hội ngành nghề
- Nhà đầu tư, quỹ phát triển và startup công nghệ xanh

Tại sao nên tham gia Nor-Fishing 2026?

- Tham gia triển lãm thủy sản quốc tế lớn nhất châu Âu.
- Khám phá công nghệ và đổi mới kỹ thuật trong ngành đánh bắt và chế biến.
- Mở rộng mạng lưới hợp tác, thương mại và đầu tư quốc tế.
- Đóng góp vào tương lai xanh và bền vững của ngành thủy sản toàn cầu.

Nor-Fishing 2026 là biểu tượng của đổi mới, bền vững và hợp tác trong ngành thủy sản thế giới. Tham gia sự kiện giúp bạn **khám phá công nghệ tiên tiến, kết nối đối tác toàn cầu và góp phần xây dựng tương lai xanh của đại dương.**