



CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY

# HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG HOA KỲ



**Hà Nội, 2015**



## MỤC LỤC

<b>I. GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ HOA KỲ .....</b>	<b>3</b>
1. Thông tin cơ bản .....	3
2. Địa lý .....	3
3. Khí hậu.....	3
4. Xã hội .....	4
5. Thể chế và cơ cấu hành chính.....	5
6. Hệ thống pháp luật .....	5
7. Lịch sử.....	6
8. Văn hóa .....	7
9. Giáo dục và y tế.....	9
10. Ngày nghỉ, lễ tết.....	9
<b>II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ ..</b>	<b>11</b>
1. Kinh tế.....	11
2. Thương mại .....	14
3. Đầu tư.....	15
4. Cơ sở hạ tầng kinh tế.....	15
5. Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản .....	16
6. Quan hệ quốc tế.....	18
<b>III. QUAN HỆ HỢP TÁC VỚI VIỆT NAM.....</b>	<b>19</b>
1. Quan hệ ngoại giao .....	19
2. Quan hệ kinh tế và thương mại .....	22
3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển.....	29
<b>IV. MỘT SỐ ĐIỀU CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI HOA KỲ .....</b>	<b>31</b>
1. Các quy định về xuất nhập khẩu .....	31
1.1 Hạn ngạch nhập khẩu .....	31
1.2 Thủ tục hải quan.....	32
1.3 Kiểm tra hàng hóa trước khi thông quan .....	34
1.4 Hoá đơn thương mại.....	35
1.5 Trị giá tính thuế.....	37
2. Quản lý nhập khẩu thực phẩm.....	38
3. Chính sách thuế, thuế suất và phí .....	46
3.1 Các loại thuế.....	46
3.2 Chính sách thuế và thuế suất .....	47
3.3 Một số loại phí.....	51
4. Quy định về bao gói, nhãn mác .....	52
5. Quy định về đăng ký các cơ sở sản xuất/chế biến, bao gói và bảo quản thực phẩm .....	54
6. Xuất xứ hàng hóa .....	58
6.1 Nguyên tắc chung và cơ bản.....	58
6.2 Dấu xuất xứ hàng hóa .....	59
6.3 Dán nhãn xuất xứ đối với một số sản phẩm nông nghiệp .....	60
7. Kênh phân phối.....	60
8. Tiếp thị sản phẩm và dịch vụ .....	62
9. Văn hóa kinh doanh .....	62

<b>V. ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG.....</b>	<b>74</b>
<b>VI. ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH.....</b>	<b>76</b>
<b>VII. TỰ LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>77</b>

# I. GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ HOA KỲ

## 1. Thông tin cơ bản

Tên chính thức: Hợp chủng quốc Hoa Kỳ

Ngày quốc khánh: 4/7 (1776)

Vị trí địa lý: Nằm ở Bắc Mỹ.

Diện tích: 9.826.675 km<sup>2</sup>

Dân số: 321.368.864 (tháng 7 năm 2015)

Thủ đô: Washington D.C

Các thành phố chính khác: New York, Los Angeles, Chicago, San Francisco, Philadelphia...

Ngôn ngữ: Tiếng Anh được công nhận như ngôn ngữ quốc gia, biến thể tiếng Anh được nói tại Hoa Kỳ được gọi là tiếng Anh Mỹ. Hoa Kỳ có 82% dân số nói tiếng Anh, 12% dân số nói tiếng Tây Ban Nha, số còn lại là các ngôn ngữ khác.

Đơn vị tiền tệ: Đồng đô la Mỹ (USD)

Thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam: Ngày 12/7/1995

## 2. Địa lý

**Vị trí địa lý:** Nằm ở Bắc Mỹ, phía Tây giáp Thái Bình Dương, phía Đông giáp Đại Tây Dương, nằm giữa Canada và Mexico.

**Diện tích:** 9.826.675 km<sup>2</sup>

Tổng diện tích đất: 9.161.966 km<sup>2</sup>

Diện tích mặt nước: 664.709 km<sup>2</sup>

**Địa hình:** Đồng bằng trung tâm rộng lớn, vùng núi phía Tây, vùng đồi và núi thấp ở phía Đông; vùng núi lởm chởm và các thung lũng sông rộng lớn tại Alaska; địa hình núi lửa lởm chởm tại Hawaii.

**Tài nguyên thiên nhiên:** than đá, đồng, chì, molybdenum, photphát, uranium, bô xít, vàng, quặng sắt, thủy ngân, niken, muối kali, bạc, tungsten, thiếc, dầu lửa, khí tự nhiên, gỗ.

## 3. Khí hậu

Chủ yếu khí hậu ôn đới, tuy nhiên tại Hawaii và Florida có khí hậu nhiệt đới và Alaska là khí hậu hàn đới. Khí hậu bán hoang mạc tại đồng bằng phía Tây sông Mississippi và khí hậu hoang mạc tại lưu vực phía Tây Nam; phía Tây Bắc khí hậu hơi lạnh và ẩm dần vào tháng 1 và 2 do chịu ảnh hưởng bởi những đợt gió chinook từ sườn phía Đông của dãy núi Rocky.

Tại thủ đô Washington DC:

- Tháng nóng nhất: tháng 7, 21-31 độ C;
- Tháng lạnh nhất: tháng 1, -3-6 độ C;
- Tháng khô nhất: tháng 2, lượng mưa trung bình 69 mm;
- Tháng ẩm ướt nhất: tháng 8, lượng mưa trung bình 99 mm.

**Thiên tai:** sóng thần, núi lửa và động đất quanh khu vực lòng chảo Thái Bình Dương; bão dọc bờ biển Đại Tây Dương; bão lốc phần Trung Tây; trượt bùn tại California; cháy rừng tại miền Tây; lụt; băng giá vĩnh cửu tại Bắc Alaska là 1 trở ngại chính cho phát triển vùng Alaska.

#### 4. Xã hội

##### Dân số

Tổng số dân: 321.368.864 (tháng 7 năm 2015)

##### Cơ cấu dân số

- 0 - 14 tuổi: 18,99% (nam 31.171.623/ nữ 29.845.713)
- 15 - 24 tuổi: 13,64% (nam 22.473.687/ nữ 21.358.609)
- 25 - 54 tuổi: 39,76% (nam 63.838.086/ nữ 63.947.036)
- 54 - 64 tuổi: 12,73% (nam 19.731.664/ nữ 21.172.201)
- 65 tuổi trở lên: 14,88% (nam 21.129.978/ nữ 26.700.267)

Tỷ lệ giới tính: 0,97 nam/nữ

- 0-14 tuổi: 1,04 nam/nữ
- 15-24 tuổi: 1,05 nam/nữ
- 25-54 tuổi: 1 nam/nữ
- 55-64 tuổi: 0,93 nam/nữ
- 65 trở lên: 0,79 nam/nữ

Tuổi thọ trung bình: 79,68 tuổi

Tốc độ tăng dân số: 0,78%

##### Dân tộc

- Da trắng: 79,96%
- Da đen (Người Mỹ gốc Phi): 12,85%
- Châu Á: 4,43%
- Người da đỏ (người Mỹ bản địa): 0,97%
- Người có nguồn gốc Hawaii và các đảo thuộc Thái Bình Dương: 0,18%
- Có hai hoặc nhiều chủng tộc: 1,61%.

##### Tôn giáo

- Tin lành: 51,3%
- Thiên Chúa giáo La Mã 23,9%
- Đa dạng tôn giáo: 1,7%
- Do Thái giáo: 1,7%
- Hồi giáo: 0,6%
- Phật giáo: 0,7%
- Khác: 16,1%
- Không theo tôn giáo nào: 4%

**Ngôn ngữ:** Tiếng Anh là ngôn ngữ chủ yếu, một phần ở phía Nam California, New Mexico, Texas, Miami sử dụng tiếng Tây Ban Nha và ngoài ra có khoảng 400.000 người

nói tiếng thổ ngữ. Hiện nay tiếng Anh chiếm 79,2%, Tây Ban Nha 12,9%, Ấn-Âu khác 3,8%, hòn đảo châu Á và Thái Bình Dương 3,3%, ngôn ngữ khác 0,9%.

## 5. Thể chế và cơ cấu hành chính

**Cơ cấu chính phủ:** Tổng thống và Phó Tổng thống.

Tổng thống đương nhiệm là Barack Obama. Phó Tổng thống đương nhiệm là Joe Biden.

**Nội các:** do Tổng thống bổ nhiệm với sự phê chuẩn của Thượng viện

Nhiệm kỳ của Tổng thống và Phó Tổng thống là 4 năm.

**Các đảng phái chính trị chính:**

- Đảng Cộng hoà
- Đảng Dân chủ
- Và các Đảng khác

**Cơ cấu hành chính:** Hiện nay, Hoa Kỳ có 50 bang và 5 khu hành chính trực thuộc gồm thủ đô Washington D.C., Samoa, Guam, Virgin Islands và Puerto Rico.

**Thủ đô:** Thủ đô Hoa Kỳ hiện nay là Washington D.C có diện tích 176 km<sup>2</sup> và có khoảng gần 600 nghìn dân. Ngân sách Thủ đô do Quốc hội Liên bang phê chuẩn, trong đó nguồn cấp từ ngân sách liên bang chiếm phần quan trọng.

## 6. Hệ thống pháp luật

Hoa Kỳ là một nước cộng hoà liên bang gồm 50 bang. Ngoài hệ thống pháp luật liên bang, mỗi bang đều có hệ thống pháp luật riêng nhưng không được trái với Hiến pháp của liên bang. Trong trường hợp có sự mâu thuẫn giữa luật liên bang và luật bang hoặc luật địa phương, thì luật liên bang sẽ có hiệu lực. Có những giao dịch hoặc vấn đề chịu sự điều tiết của riêng luật liên bang, riêng luật bang, hoặc có thể cả luật biên bang và luật bang. Ví dụ, ở Hoa Kỳ không có những qui định chung áp dụng cho cả liên bang về thành lập công ty hoặc văn phòng đại diện mà những qui định này ở mỗi bang một khác.

Hiến pháp Hoa Kỳ qui định quyền quản lý ngoại thương và thu thuế xuất nhập khẩu thuộc về các cơ quan quản lý nhà nước liên bang, do vậy các hoạt động xuất nhập khẩu chịu sự điều tiết trực tiếp và chủ yếu của hệ thống luật liên bang. Tuy nhiên, có một số luật của một số bang cũng có ảnh hưởng gián tiếp đến hoạt động xuất nhập khẩu. Ví dụ, nhập khẩu xe hơi vào Hoa Kỳ chịu sự điều tiết trực tiếp và chủ yếu của các luật liên bang liên quan đến nhập khẩu xe hơi. Tuy nhiên, do luật bảo vệ môi trường của một số bang đề ra những yêu cầu bảo vệ môi trường khắt khe hơn so với các luật liên bang về môi trường, cho nên xe hơi nhập khẩu muốn tiêu thụ được ở các bang đó phải đáp ứng các yêu cầu về môi trường của các bang đó. Một ví dụ khác, luật của Bang Pennsylvania chỉ qui định nguyên liệu nhồi trong đồ chơi không được có chất gây hại, trong khi đó luật của Bang Ohio lại qui định khắt khe hơn là nguyên liệu nhồi trong đồ chơi phải là mới và phải được kiểm tra phòng truyền nhiễm bệnh do vi khuẩn.

Hoa Kỳ và tất cả các bang (trừ bang Louisiana theo hệ thống luật Châu Âu) đều theo hệ thống luật Anh – Hoa Kỳ (là hệ thống thông luật). Điều này có nghĩa là những giải thích luật hay phán quyết của toà án sẽ trở thành luật áp dụng trong các trường hợp sau đó và

tương tự (án lệ). Do vậy, ngoài việc nghiên cứu các luật, việc nghiên cứu các quyết định của toà án cũng là một phần không thể thiếu để hiểu đầy đủ về luật pháp Hoa Kỳ đối với một vấn đề nào đó.

## 7. Lịch sử

Cuộc định cư sớm nhất đến Hoa Kỳ có thể vào khoảng năm 10.000 trước Công nguyên khi con cháu của những người săn bắn ở Xi-bê-ri (Nga) đi sang phía Nam. Hầu như toàn bộ những người da đỏ ở Hoa Kỳ đều có nguồn gốc từ những người Xi-bê-ri này. Có thể những người Vi-king (những người chuyên làm nghề cướp biển ở Bắc Âu đã từng hoành hành Châu Âu vào các thế kỷ VIII-X) cũng đã vào vùng Mai-nơ và mũi Co-dơ (khoảng năm 1000), song chuyến lên bờ đầu tiên vào đất Hoa Kỳ của người Châu Âu được ghi nhận là của nhà thám hiểm Tây Ban Nha, Gioăng Pôn-xê đờ Lê-ôn, tại Florida năm 1513. Sau những cố gắng không thành công nhằm biến vùng này thành thuộc địa, cuộc định cư tiếp theo của người Châu Âu diễn ra vào thế kỷ XVII. Người Tây Ban Nha định cư vào vùng Florida và ở đó cho đến đầu thế kỷ XIX. Người Pháp dần dần chiếm được một vùng rộng lớn là vùng Lusiana kéo dài từ New Orleand đến vùng Hồ Lớn (thế kỷ XVII). Người Hà Lan hoạt động mạnh ở vùng New York (1614-1664). Thụy Điển lập thuộc địa tại Đê-la-uê, từ năm 1638 đến 1655, sau đó bị người Hà Lan đuổi. Tuy vậy, người Anh mới là người làm chủ ở Hoa Kỳ.

Việc mở các đồn điền ở vùng Viéc-gi-nơ được bắt đầu vào năm 1607. Năm 1620, những người Thanh Giáo ở Anh đến mũi Co-dơ. Đến năm 1700, đã có 13 thuộc địa của Anh ở vùng ven biển phía đông khu vực thuộc Hoa Kỳ ngày nay. Trong suốt thế kỷ XVIII, sự bất bình với ách cai trị của Anh tại các thuộc địa tăng lên đã dẫn đến cuộc chiến tranh giành độc lập của Hoa Kỳ từ năm 1775 đến 1783 do Washington (1732- 1799) lãnh đạo.

Ngày 4 tháng 7 năm 1776, 13 bang đầu tiên của Hoa Kỳ tách ra khỏi khối thuộc địa Anh tuyên ngôn độc lập, thành lập Hợp chúng quốc Hoa Kỳ và được công nhận là một quốc gia độc lập sau khi Anh và Hoa Kỳ ký Hiệp ước Paris năm 1783. Năm 1787 Hoa Kỳ ban hành Hiến pháp.

Sau cuộc nội chiến 1861-1865, Hoa Kỳ củng cố nền độc lập, phát triển kinh tế và mở rộng ảnh hưởng ở Tây bán cầu. Cuối thế kỷ 19, Hoa Kỳ trở thành nước tư bản chủ nghĩa hàng đầu thế giới, bắt đầu tranh giành thuộc địa, mở đầu bằng cuộc chiến tranh Hoa Kỳ - Tây Ban Nha (1898 - 1899).

Sau chiến tranh thế giới II, Hoa Kỳ trở thành đế quốc mạnh nhất, tiến hành chiến lược toàn cầu khống chế các nước tư bản chủ nghĩa, ngăn chặn chủ nghĩa xã hội và phong trào giải phóng dân tộc. Hoa Kỳ đã can thiệp trực tiếp vào 2 cuộc chiến tranh cục bộ ở Triều Tiên (1950-53) và Việt Nam (1964-75). Thất bại trong chiến tranh ở Việt Nam đẩy Hoa Kỳ vào thời kỳ suy yếu tương đối trong khi Tây Âu và Nhật phát triển. Hoa Kỳ dồn sức củng cố thực lực đồng thời tiếp tục thúc đẩy chạy đua vũ trang với Liên Xô.

Sau khi Liên Xô sụp đổ (1991), chiến tranh lạnh và trật tự thế giới hai cực kết thúc, Hoa Kỳ trở thành siêu cường duy nhất có sức mạnh toàn diện về kinh tế, quân sự. Hoa Kỳ đang trong quá trình điều chỉnh chiến lược và tìm cách xây dựng trật tự thế giới mới phù hợp với thế và lực của Hoa Kỳ.



Sự kiện khủng bố tấn công Trung tâm thương mại quốc tế 11/9/2001 và các diễn biến kể từ đó đến nay đã có tác động lớn đến đời sống chính trị, an ninh, kinh tế-xã hội Hoa Kỳ, cũng như cách nhìn nhận và quan điểm của Hoa Kỳ về các vấn đề này, do đó cũng tác động đến việc điều chỉnh chính sách đối nội và đối ngoại của Hoa Kỳ.

## 8. Văn hóa

### Văn học

Trong thế kỷ 18 và đầu thế kỷ 19, văn chương và nghệ thuật Hoa Kỳ bị ảnh hưởng đậm nét của châu Âu. Những nhà văn như Nathaniel Hawthorne, Edgar Allan Poe và Henry David Thoreau đã lập nên một nền văn chương Hoa Kỳ rõ rệt vào khoảng giữa thế kỷ 19. Mark Twain và nhà thơ Walt Whitman là những khuôn mặt lớn trong nửa cuối thế kỷ; Emily Dickinson, gần như không được biết đến trong suốt đời bà, đã được công nhận là nhà thơ quan trọng khác của Hoa Kỳ. Mười một công dân Hoa Kỳ đã đoạt được Giải Nobel Văn học, gần đây nhất là Toni Morrison năm 1993. Ernest Hemingway, người đoạt giải Nobel năm 1954, thường được coi là một trong những nhà văn có ảnh hưởng nhất thế kỷ 20. Một tác phẩm được xem như cô đọng mọi khía cạnh cơ bản kinh nghiệm và đặc tính của quốc gia—như *Moby-Dick* (1851) của Herman Melville, *The Adventures of Huckleberry Finn* (1885) của Mark Twain, và *The Great Gatsby* (1925) của F. Scott Fitzgerald—có thể được tặng cho danh hiệu là "đại tiểu thuyết Hoa Kỳ." Các thể loại văn học bình dân như văn học miền Tây và tiểu thuyết tội phạm đã phát triển tại Hoa Kỳ.

### Ẩm thực

Nghệ thuật nấu ăn đại chúng của Hoa Kỳ tương tự như của các quốc gia Tây phương. Lúa mì là loại ngũ cốc chính yếu. Ẩm thực truyền thống Hoa Kỳ sử dụng các loại vật liệu nấu ăn như gà tây, thịt nai đuôi trắng, khoai tây, khoai lang, bắp, bí rợ loại trái dài (squash), và xi-rô cây phong, là các loại thực phẩm được người bản thổ Hoa Kỳ và dân định cư xưa từ châu Âu đến chế biến. Thịt heo nấu theo phương pháp nấu chậm (Slow-cooked pork), thịt bò nướng, bánh thịt cua (crab cake), khoai tây thái mỏng từng miếng và chiên (potato chips), và bánh tròn nhỏ có những hạt sô cô la trộn lẫn gọi là chocolate chip cookie là những loại thực phẩm chính cống Hoa Kỳ. Thực phẩm chua của người nô lệ phi Châu, phổ biến khắp miền Nam và tại những nơi có người Hoa Kỳ gốc châu Phi. Gà chiên kết hợp với nghệ thuật ẩm thực truyền thống của người Hoa Kỳ gốc châu Phi và người Scotland là một món khoái khẩu quốc gia. Các món ăn mang tính hình tượng của Hoa Kỳ như bánh nhân táo, pizza, hamburger và hot dog là những món ăn đúc kết từ những phương thức chế thức ăn đa dạng của di dân đến từ châu Âu. Loại thức ăn gọi là khoai tây chiên kiểu Pháp, các món Mexico như burritos và taco, pasta là có nguồn gốc từ Ý được mọi người khắp nơi thưởng thức.

Người Hoa Kỳ thích uống cà phê hơn trà với khoảng hơn phân nửa dân số người lớn uống ít nhất một tách cà phê một ngày. Các loại rượu Hoa Kỳ có Bourbon whiskey, Tennessee whiskey, applejack, và Rượu Rum Puerto Rico. Rượu martini là loại rượu trái cây đặc tính Hoa Kỳ. Một người Hoa Kỳ trung bình tiêu thụ 81,6 lít bia mỗi năm. Các loại bia nhẹ kiểu Hoa Kỳ mà điển hình là thương hiệu hàng đầu Budweiser nhẹ cả trong người và trong hương vị; Chủ nhân của Budweiser là Anheuser-Busch đang chiếm lĩnh 50 phần trăm thị trường bia quốc gia. Ngược với các truyền thống châu Âu, người Hoa Kỳ uống rượu trước bữa ăn, thay thế rượu trái cây khai vị. Công nghiệp Hoa Kỳ phần lớn sản xuất ra đồ uống cho ăn sáng gồm có sữa và nước cam. Các loại nước uống rất ngọt

được ưa chuộng khắp nơi; các loại nước uống có đường chiếm 9 phần trăm lượng calorie tiêu thụ hàng ngày của một người Hoa Kỳ trung bình, gấp đôi tỉ lệ của 3 thập niên về trước. Nhà sản xuất nước ngọt hàng đầu Coca-Cola là thương hiệu được công nhận nhất trên thế giới, đứng trước McDonald.

### **Âm nhạc**

Một trong những người lừng danh đầu tiên đề xướng thể loại kịch mới phối thai của Hoa Kỳ là ông bầu P. T. Barnum. Ông khởi đầu điều hành một nhà hát ở hạ Manhattan năm 1841. Kịch đoàn Harrigan and Hart đã dàn dựng một loạt những vở nhạc hài kịch thu hút đông công chúng tại New York bắt đầu vào cuối thập niên 1870. Trong thế kỷ 20, hình thức nhạc hiện đại đã xuất hiện trên Sân khấu Broadway nơi mà các bản nhạc của các nhà soạn nhạc như Irving Berlin, Cole Porter, và Stephen Sondheim đã trở thành những tiêu chuẩn cho thể loại nhạc văn hóa dân gian. Nhà soạn kịch Eugene O'Neill đã đoạt được giải Nobel văn chương năm 1936; những nhà soạn kịch nổi danh khác của Hoa Kỳ còn có nhiều người đoạt Giải kịch nghệ Pulitzer như Tennessee Williams, Edward Albee, và August Wilson. Mặc dù bị coi nhẹ vào lúc đương thời, công trình của Charles Ives trong thập niên 1910 đã đưa ông lên thành một nhà soạn nhạc lớn đầu tiên của Hoa Kỳ về thể loại nhạc truyền thống cổ điển; những người tiếp bước theo sau như Henry Cowell và John Cage đã tạo được một bước tiến gần hơn trong việc sáng tác nhạc cổ điển có định dạng riêng của Hoa Kỳ. Aaron Copeland và George Gershwin đã phát triển một thể loại nhạc cổ điển và bình dân tổng hợp riêng biệt của Hoa Kỳ.

Ngày nay, người Hoa Kỳ thổ dân ở các địa phương đã tạo nên rất nhiều thể loại âm thanh và phong cách trong âm nhạc Hoa Kỳ. Những người dân từ châu Phi tới đã có ảnh hưởng tới âm nhạc và văn hoá của người Hoa Kỳ kể từ khi người châu Âu đầu tiên, người thổ dân địa phương và người châu Phi gặp nhau trên châu lục này gần 400 năm qua.

Giải Grammy - là một giải thưởng được tổ chức bởi Viện thu âm nghệ thuật và khoa học quốc gia của Hoa Kỳ cho những thành tựu xuất sắc trong ngành công nghiệp thu âm. Giải Grammy được coi là giải thưởng danh giá nhất trong lĩnh vực âm nhạc, tương đương với giải Oscar trong lĩnh vực điện ảnh.

### **Thể thao**

Từ cuối thế kỷ 19, bóng chày được xem là môn thể thao quốc gia; bóng bầu dục Hoa Kỳ, bóng rổ, và khúc côn cầu là ba môn thể thao đồng đội chuyên nghiệp khác của quốc gia. Bóng bầu dục Đại học và Bóng rổ Đại học cũng hấp dẫn nhiều khán giả. Hiện nay bóng bầu dục, tính theo một số khía cạnh, là môn thể thao có nhiều người xem nhất tại Hoa Kỳ. Quyền Anh và đua ngựa trước đây là các môn thể thao cá nhân được nhiều người xem nhất nhưng nay đã phải chịu thua cho môn golf và đua xe hơi, đặc biệt là Hội đua xe NASCAR. Mặc dù bóng đá không phải là một môn thể thao chuyên nghiệp hàng đầu tại Hoa Kỳ, nhưng nó được mọi người ở mọi lứa tuổi chơi khắp nơi. Tennis và các môn thể thao ngoài trời cũng được ưa chuộng.

Đa số các môn thể thao chính của Hoa Kỳ tiến hóa từ các môn tương tự của châu Âu. Tuy nhiên bóng rổ đã được Tiến sĩ James Naismith sáng tạo tại Springfield, Massachusetts năm 1891 và môn thể thao quen thuộc lacrosse là một môn thể thao của người thổ dân Hoa Kỳ, đã có từ trước thời thuộc địa. Về mặt thể thao cá nhân, môn lướt

ván và môn trượt tuyết là những môn sáng tạo của Hoa Kỳ trong thế kỷ 20. Chúng có liên hệ với môn lướt sóng là một môn thể thao của người Hawaii có trước khi tiếp xúc với Tây phương. Tám lần Thế vận hội đã diễn ra ở Hoa Kỳ, bốn thế vận hội mùa hè và bốn thế vận hội mùa đông. Hoa Kỳ đã đoạt được 2.191 huy chương tổng cộng trong các kỳ Thế vận hội mùa hè, hơn bất cứ quốc gia nào, và 216 trong các kỳ Thế vận hội mùa đông, đứng thứ hai. Một số vận động viên Hoa Kỳ đã trở thành lừng danh thế giới, đặc biệt là cầu thủ bóng chày Babe Ruth, võ sĩ Muhammad Ali, cầu thủ bóng rổ Michael Jordan, và vận động viên môn golf Tiger Woods.

## 9. Giáo dục và y tế

Giáo dục bắt buộc, miễn phí 10 năm tại trường công. Nhiều gia đình đóng tiền cho con học ở các trường tư. Chính quyền mỗi bang có trách nhiệm đối với hệ thống giáo dục của mình. Sau khi học xong chương trình phổ thông (có tới 60% số học sinh đỗ tốt nghiệp), học sinh tham gia vào lực lượng lao động hoặc học nghề, một số thi vào các trường đại học. Hệ thống đại học ở Hoa Kỳ rất phát triển, có nhiều trường đại học nổi tiếng thế giới (như đại học Havard, thành lập từ năm 1636). Ở Hoa Kỳ có rất nhiều trường đại học tổng hợp, hệ 4 năm và hệ 2 năm. Số người lớn mù chữ 2%.

Hoa Kỳ đứng đầu thế giới về nghiên cứu khoa học cơ bản và sáng chế công nghệ, có nhiều nhà bác học nổi tiếng thế giới. Có nhiều nhà văn lớn như Jack London (1876-1916), Mark Twain (1835-1910), Hemmingway (1899-1961). Ngành điện ảnh Hoa Kỳ cũng đứng đầu thế giới về sản xuất phim và công nghiệp điện ảnh. Cả thế giới đều biết tới thành phố điện ảnh Hollywood, nằm ở ngoại ô Los Angeles như một tượng đài của ngành công nghiệp điện ảnh thế giới.

Hoa Kỳ là nước công nghiệp duy nhất không có hệ thống chăm sóc sức khỏe quốc gia (công cộng); mọi người dân phải đóng bảo hiểm y tế để được chăm sóc sức khỏe, theo đó khám chữa bệnh thì không phải đóng bất cứ lệ phí nào. Hoa Kỳ đứng đầu thế giới về nghiên cứu và đào tạo y học. Nhà nước (bang và liên bang) quản lý các dịch vụ y tế.

## 10. Ngày nghỉ, lễ tết

Ở Hoa Kỳ không có qui định ngày nghỉ thống nhất trong cả nước. Về nguyên tắc, những ngày nghỉ liên bang chỉ áp dụng với thủ đô Washington DC và các nhân viên thuộc các cơ quan liên bang. Chính quyền các bang quyết định các ngày nghỉ trong bang mình. Nhìn chung, các bang đều nghỉ theo các ngày nghỉ liên bang. Các ngày nghỉ ở Hoa Kỳ thường vào thứ Hai trong tuần để tránh gián đoạn công việc, đồng thời tạo thuận lợi cho sinh hoạt gia đình, nhất là nếu muốn đi nghỉ xa nhà.

Ở Hoa Kỳ có 10 ngày nghỉ chính trong năm:

Tết Dương lịch: Ngày 1 tháng 1

Ngày Martin Luther King: Thứ Hai tuần thứ ba tháng 1

Ngày Tổng thống: Thứ Hai tuần thứ ba tháng 2

Ngày Tưởng nhớ: Thứ Hai tuần cuối tháng 5

Ngày Độc lập: Ngày 4 tháng 7

Ngày Lao động: Thứ Hai tuần đầu tháng 9

Ngày Columbus: Thứ Hai tuần thứ hai tháng 10

Ngày Cựu chiến binh: Ngày 11 tháng 11

Ngày Tạ ơn: Thứ Năm tuần thứ tư tháng 11

Ngày Noel: Ngày 25 tháng 12

Nếu Tết dương lịch, ngày Độc lập, hoặc ngày Lễ Noel trùng vào cuối tuần thì được nghỉ bù vào thứ Sáu trước đó hoặc thứ Hai sau đó. Khi những ngày nghỉ lễ này trùng vào thứ Năm hoặc thứ Ba, thông thường các công ty cho nghỉ luôn một mạch cho đến hết tuần hoặc hết ngày lễ.

Nếu không phải vì những công việc cấp thiết thì các nhà kinh doanh nước ngoài không nên đến Hoa Kỳ để bàn chuyện kinh doanh vào tuần trước Noel và tuần sau Tết dương lịch. Nhiều người ở Hoa Kỳ nghỉ làm từ Noel đến hết Tết dương lịch; vì vậy, họ thường bận rộn vào dịp trước và sau đó.

## II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

### 1. Kinh tế

#### Tổng quan tình hình phát triển kinh tế

Hoa Kỳ có một nền kinh tế lớn mạnh, đa dạng và có kỹ thuật tiên tiến bậc nhất trên thế giới, là một trong số các quốc gia công nghiệp lớn nhất. Với nền kinh tế định hướng thị trường, các công ty kinh doanh và các công ty tư nhân đóng vai trò quyết định. Chính phủ là một khách hàng lớn nhất hàng hóa và dịch vụ theo nhu cầu của chính phủ tại thị trường tư nhân.

Số lượng việc làm ở Hoa Kỳ đã tăng trưởng mạnh mẽ trong suốt năm 2014, trung bình 246.000 việc làm mỗi tháng tổng cộng là 3 triệu việc làm trong cả năm, và hạ tỉ lệ thất nghiệp xuống còn 5,6% vào tháng 12 năm 2014 (tăng 6,7% so với cùng kỳ năm trước). Tương tự, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) đã bắt đầu tăng lên từ quý I năm 2014, cao hơn tỷ lệ của 3 năm trước đó. Thâm hụt ngân sách Hoa Kỳ năm 2014 khoảng 2,8 % GDP, phần nào là do thu nhập tăng cao. Đây là sự phát triển kỷ lục so với năm 2009, khi mà thâm hụt ngân sách chiếm đến gần 10%.

Các ngành công nghiệp của Hoa Kỳ chủ yếu là các ngành sản xuất sắt, thép, xe hơi, cơ khí điện và điện tử, chế biến thực phẩm, hóa chất, xi măng, nhôm, công nghiệp chế tạo máy bay, viễn thông, dệt, may mặc và hàng tiêu dùng. Du lịch là một trong những nguồn thu ngoại tệ lớn. Trên 3/4 lực lượng lao động làm việc trong ngành dịch vụ. Khu vực tài chính, bảo hiểm và ngân hàng đóng vai trò quan trọng. Phố Wall ở New York là một trong những thị trường chứng khoán lớn nhất thế giới. Chính sách kinh tế của Hoa Kỳ có ảnh hưởng đến toàn thế giới.

**Cơ cấu kinh tế:** Trong cơ cấu kinh tế của Hoa Kỳ hiện nay có tới 77,7% GDP được tạo ra từ các ngành dịch vụ, trong khi đó công nghiệp chỉ chiếm 20,7% và nông nghiệp chỉ đóng góp 1,6%. Tỷ trọng dịch vụ trong GDP của Hoa Kỳ có xu hướng tiếp tục tăng trong các năm tới.

Kinh tế Hoa Kỳ rất mạnh và đóng vai trò chi phối thế giới trong các lĩnh vực tài chính tiền tệ, thương mại điện tử, thông tin, tin học, bưu điện, du lịch, vận tải hàng không, vận tải biển, y tế, giáo dục, điện ảnh, tư vấn v.v. Trong lĩnh vực tài chính tiền tệ, hiện nay, Hoa Kỳ chiếm khoảng 50% tổng lưu lượng thanh toán và đầu tư quốc tế thực hiện bằng đồng đô la.

#### Các ngành kinh tế trọng điểm

##### Dịch vụ

Ngành dịch vụ của Hoa Kỳ bao gồm ngân hàng, bất động sản, khách sạn và kế toán chiếm hơn 80% các hoạt động kinh tế của Hoa Kỳ.

Một số loại dịch vụ khác là bán buôn và bán lẻ, giao thông vận tải, chăm sóc y tế, pháp luật, khoa học, dịch vụ quản lý, giáo dục, nghệ thuật, giải trí, tiêu khiển, khách sạn và dịch vụ chỗ ở, nhà hàng, quầy rượu và các dịch vụ khác về thực phẩm và đồ uống.

Ngành dịch vụ tài chính của Hoa Kỳ phát triển đứng đầu thế giới. Trong đó phải kể đến sản giao dịch chứng khoán NewYork được đặt tại thành phố NewYork là sản giao dịch lớn nhất thế giới tính về giá trị giao dịch và đứng thứ 2 thế giới về số lượng các công ty niêm yết.

## **Công nghiệp**

Cách mạng công nghiệp bắt đầu ở châu Âu vào cuối thế kỷ XVIII, đầu thế kỷ XIX và đã nhanh chóng lan sang nước Hoa Kỳ. Năm 1860, khi Abraham Lincoln được bầu làm tổng thống, 16% dân số nước Hoa Kỳ sống ở đô thị và một phần ba thu nhập quốc dân là từ ngành công nghiệp chế tạo. Nền công nghiệp được đô thị hóa ban đầu chỉ giới hạn ở vùng Đông Bắc. Sản xuất vải bông là ngành công nghiệp hàng đầu, tiếp đến là các ngành sản xuất giấy, vải len và chế tạo máy cũng được mở rộng. Nhiều công nhân mới là người nhập cư. Từ năm 1845 đến 1855, mỗi năm có gần 300.000 người nhập cư châu Âu đến đây. Hầu hết họ là người nghèo và ở lại các thành phố miền Đông, thường là tại các cảng nơi họ đến.

Ngược lại, miền Nam vẫn là vùng nông thôn và phụ thuộc vào vốn đầu tư và hàng hóa sản xuất từ miền Bắc. Lợi ích kinh tế của miền Nam, kể cả sự chiếm hữu nô lệ, chỉ có thể được các thế lực chính trị bảo vệ khi người miền Nam kiểm soát chính phủ liên bang. Đảng Cộng hòa, được thành lập năm 1856, đại diện cho miền Bắc công nghiệp hoá. Năm 1860, các đảng viên Đảng Cộng hòa và ứng cử viên tổng thống của họ, Abraham Lincoln, đã không tỏ rõ thái độ đối với vấn đề chế độ nô lệ, nhưng họ lại dứt khoát hơn nhiều trong các chính sách kinh tế. Năm 1861, họ đã thành công trong việc thúc đẩy thông qua chính sách thuế quan bảo hộ. Năm 1862, tuyên đường sắt Thái Bình Dương đầu tiên được thiết kế. Năm 1863 và 1864, bộ luật về ngân hàng quốc gia được dự thảo.

Tuy nhiên, thắng lợi của miền Bắc trong cuộc Nội chiến Hoa Kỳ (1861-1865) đã đặt dấu ấn cho vận mệnh quốc gia và hệ thống kinh tế của Hoa Kỳ. Chế độ lao động nô lệ bị xóa bỏ làm cho các đồn điền lớn trồng bông ở miền Nam không còn mấy lợi nhuận. Nền công nghiệp ở miền Bắc, vốn dĩ đã phát triển rất nhanh do nhu cầu của chiến tranh, nay nổi lên dẫn đầu. Các nhà công nghiệp trở thành người chi phối nhiều lĩnh vực của đời sống quốc gia, bao gồm cả các hoạt động chính trị và xã hội. Chế độ quý tộc của các đồn điền chủ miền Nam, mà 70 năm sau được mô tả lại rất truyền cảm trong bộ phim kinh điển Cuốn theo chiều gió (*Gone With the Wind*), đã biến mất.

Ngày nay, Hoa Kỳ là quốc gia hàng đầu thế giới trong công nghiệp chế tạo. Các nhà máy của Hoa Kỳ sản xuất ra lượng hàng hóa có giá trị tương đương với 3,268 nghìn tỷ USD trong năm 2010. Tuy nhiên nền công nghiệp Hoa Kỳ không còn ở vị trí số 1 thế giới do sự trỗi dậy mạnh mẽ của nền kinh tế Trung Quốc và Nhật Bản.



***Thời kỳ các phát minh, sáng chế và hình thành các trùm tư bản***

Sự phát triển kinh tế nhanh chóng sau cuộc Nội chiến đã đặt nền móng cho nền kinh tế công nghiệp hiện đại Hoa Kỳ. Sự bùng nổ các phát minh và sáng chế mới xuất hiện, gây ra những biến đổi sâu sắc đến mức một số người đã gọi các thành quả này là “cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai”. Dầu mỏ được khám phá ở phía tây Pennsylvania. Máy chữ được phát triển. Toa xe lửa có máy lạnh được đưa vào sử dụng. Điện thoại, máy hát và đèn điện được phát minh. Tới đầu thế kỷ XX, ô tô thay thế cho xe kéo và con người có thể bay bằng máy bay.

Song song với những thành quả đó là sự phát triển hạ tầng cơ sở công nghiệp quốc gia. Than đá được phát hiện với trữ lượng lớn ở dãy núi Appalachian chạy từ phía nam Pennsylvania cho đến Kentucky. Các mỏ sắt lớn được khai thác ở vùng Thượng Hồ (Lake Superior) thuộc phía trên của miền Trung Tây. Các nhà máy phát triển mạnh tại những nơi mà hai loại nguyên liệu thô quan trọng trên có thể cùng được đưa vào để sản xuất ra thép. Các mỏ đồng và bạc, tiếp đến là các mỏ chì và nhà máy xi măng, cũng được mở ra.

Khi ngành công nghiệp phát triển mạnh lên và kèm theo nó là các phương pháp sản xuất hàng loạt ra đời. Frederick W. Taylor là người đi đầu trong lĩnh vực quản lý khoa học vào cuối thế kỷ XIX. Ông đã chia nhỏ chức năng của những công nhân khác nhau và trang bị những phương pháp mới hiệu quả hơn để họ thực hiện công việc của mình. (Phương pháp sản xuất hàng loạt thực sự là sáng kiến của Henry Ford. Năm 1913 ông đã đưa các dây chuyền lắp ráp vào hoạt động, mỗi công nhân chỉ thực hiện một nhiệm vụ đơn giản trong dây chuyền sản xuất ô tô. Với một hành động được xem là biết nhìn xa, ông trả một mức lương rất hào phóng - 5 USD một ngày - cho công nhân của mình, tạo điều kiện cho nhiều người mua ô tô do mình sản xuất ra, giúp ngành công nghiệp này phát triển).

“Thời kỳ vàng son” của nửa sau thế kỷ XIX là kỷ nguyên của các trùm tư bản. Nhiều người Hoa Kỳ đã lý tưởng hóa những nhà kinh doanh trùm tài phiệt rất giàu có này. Thường thường, thành công của họ là do nắm bắt được tiềm năng rộng lớn trong dài hạn của một sản phẩm hoặc dịch vụ mới, chẳng hạn như John D. Rockefeller đã làm với dầu mỏ. Họ là những nhà cạnh tranh mãnh liệt, chỉ có mục đích duy nhất là theo đuổi thành công và quyền lực về tài chính. Những người khổng lồ khác ngoài Rockefeller và Ford phải kể đến Jay Gould, người đã đầu tư tiền của mình vào đường xe lửa; J.Pierpont Morgan đầu tư vào ngân hàng và Andrew Carnegie đầu tư vào thép. Một số trùm tư bản là trung thực theo các chuẩn mực kinh doanh thời bấy giờ. Tuy nhiên, những người khác thường sử dụng vũ lực, hối lộ và lừa đảo để đạt được sự giàu có và quyền lực cho mình. Dù tốt hay xấu, các nhóm lợi ích kinh doanh đều giành được ảnh hưởng quan trọng đối với chính quyền.

Tuy nhiên, khi nền kinh tế Hoa Kỳ đã phát triển vững mạnh trong thế kỷ XX thì hình ảnh người có vai vế giàu có dựa vào kinh doanh đã mất đi vẻ hào quang rực rỡ như một lý tưởng Hoa Kỳ. Sự thay đổi căn bản xảy ra với việc xuất hiện tập đoàn kinh doanh, ra đời đầu tiên trong ngành công nghiệp đường sắt và sau đó ở tất cả các lĩnh vực khác. Các nhà đại tư bản kinh doanh bị thay thế bởi “các chuyên gia công nghệ”, các nhà quản lý lương cao - những người trở thành lãnh đạo các tập đoàn. Ngược lại, sự lớn mạnh của tập đoàn

lại làm gia tăng phong trào công nhân có tổ chức, nó có vai trò như một lực lượng đối trọng với quyền lực và ảnh hưởng của doanh nghiệp.

Cách mạng khoa học công nghệ của những năm 1980 - 1990 mang lại một nền văn hóa kinh doanh mới, lập lại kỷ nguyên của các trùm tư bản. Bill Gates, nhà lãnh đạo hãng Microsoft, đã xây dựng một cơ đồ bao la về phát triển và bán các phần mềm máy tính. Gates đã tạo ra một đế chế có khả năng sinh lợi nhuận đến mức vào cuối những năm 1990, công ty của ông bị kiện ra tòa và bị buộc tội đe dọa các đối thủ cạnh tranh và tạo ra độc quyền theo điều luật chống độc quyền của Bộ Tư pháp Hoa Kỳ.

Các ngành công nghiệp chính của Hoa Kỳ hiện nay bao gồm: dầu lửa, sắt thép, ô tô, hàng không, viễn thông, hóa chất, điện tử, chế biến thực phẩm, hàng tiêu dùng, khai thác gỗ, khai khoáng. Các ngành chế tạo hàng không, điện tử, tin học, nguyên tử, vũ trụ, hóa chất là những ngành công nghiệp mũi nhọn của Hoa Kỳ.

## **Nông nghiệp**

Hoa Kỳ có ngành nông nghiệp phát triển, đứng đầu thế giới về sản lượng ngũ cốc (lúa mì, ngô...). Mặc dù hiện nay nông nghiệp chỉ chiếm một phần nhỏ trong GDP nhưng các trang trại vẫn duy trì được sức mạnh kinh tế và chính trị của mình. Trong những năm gần đây, giá trị thị trường của sản lượng nông nghiệp Hoa Kỳ đã đạt hơn 200 tỷ USD, bao gồm 45 tỷ USD từ thịt gia súc và da bò; gần 40 tỷ USD từ các loại hạt như ngô, lúa mì và các loại hạt dầu như đậu nành; gần 24 tỷ USD từ gia cầm và trứng; 20 tỷ USD từ sữa và các sản phẩm bơ sữa và 12 tỷ USD từ cừu và lợn.

Mặc dù Hoa Kỳ luôn trong tình trạng thâm hụt thương mại nhưng lại thặng dư trong thương mại nông sản. Sản phẩm nông nghiệp có giá trị xuất khẩu lớn, khoảng 75 - 80 tỷ USD mỗi năm. Theo số liệu năm 2009, Hoa Kỳ xuất khẩu 98,45 tỷ USD. Năm 2010 giá trị xuất khẩu của nhóm mặt hàng này của Hoa Kỳ đạt 103,12 tỷ USD, trong đó, phần lớn nhất được xuất sang các nước Châu Á, mặc dù Canada và Mêhicô là hai thị trường có đóng góp lớn nhất trong sự tăng trưởng mới đây của xuất khẩu nông sản Hoa Kỳ. Khoảng ¼ sản lượng đầu ra của các nông trại Hoa Kỳ được xuất khẩu.

Lương thực được sản xuất ra rất an toàn, có chất lượng cao, phong phú và giá cả phải chăng. Nền nông nghiệp Hoa Kỳ cũng đạt được sự dồi dào và đa dạng nhất trên thế giới. Các sản phẩm nông nghiệp chính của Hoa Kỳ gồm lúa mì, các loại ngũ cốc khác, ngô, hoa quả, bông, thịt bò, thịt lợn, gia cầm, sản phẩm sữa, lâm sản, cá.

## **2. Thương mại**

Hoa Kỳ cũng được coi là nước cung cấp vốn, kỹ thuật, công nghệ và là thị trường quan trọng nhất để phát triển kinh tế của cả thế giới. Các sản phẩm xuất khẩu chính của Hoa Kỳ bao gồm máy móc, thiết bị, ô tô, linh kiện và vật liệu công nghiệp, hàng tiêu dùng, nông sản. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm dầu thô và các sản phẩm dầu tinh chế, máy móc, ô tô, hàng tiêu dùng, vật liệu công nghiệp, thực phẩm và đồ uống.



**Các bạn hàng chính:** Hoa Kỳ là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Hoa Kỳ là một trong ba nước sáng lập Khu vực Mậu dịch Tự do Bắc Mỹ (NAFTA). Hoa Kỳ cũng ký hiệp định thương mại tự do song phương với một số nước và dành ưu đãi thương mại đơn phương cho nhiều nước đang và chậm phát triển. Hiện nay, Hoa Kỳ có quan hệ buôn bán với 230 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Trung Quốc đã vượt Nhật Bản trở thành bạn hàng lớn thứ 3 của Hoa Kỳ sau Canada và Mexico là hai nước thành viên của NAFTA.

### 3. Đầu tư

Mới chỉ 20 năm về trước, nước Hoa Kỳ là một chủ nợ. Nhưng giờ đây, người khổng lồ này đang trở thành một "siêu cường vay nợ".

Nước Hoa Kỳ đã tiêu dùng nhiều hơn thu nhập của họ. Đất nước này đầu tư nhiều hơn tiết kiệm, mua sắm nhiều hơn sản xuất. Thậm chí Trung Quốc, nước có "lý do chính đáng" để đầu tư trong nước nhằm nâng cao mức sống của người dân, cũng đổ tiền đầu tư vào Hoa Kỳ.

Sự phụ thuộc vào tài chính của nước ngoài báo hiệu một "tương lai kém thịnh vượng hơn" đối với nước Hoa Kỳ. Hoặc là nước ngoài sẽ quyết định giữ lại nhiều tiền hơn và khiến Hoa Kỳ phải cắt giảm những khoản đầu tư cần thiết để khuyến khích sự tăng trưởng trong dài hạn, hoặc họ sẽ tiếp tục cho Hoa Kỳ vay và rồi giành lấy phần bánh to hơn bao giờ hết trong lợi nhuận tương lai của Hoa Kỳ.

Kết quả thống kê của chính phủ Hoa Kỳ như một lời cảnh báo. Trong nhiều năm, Hoa Kỳ đã đạt được doanh thu nhiều hơn từ các nhà máy, bất động sản, cổ phiếu và tài khoản ngân hàng mà người Hoa Kỳ sở hữu ở ngoại quốc nhiều hơn những nhà đầu tư nước ngoài kiếm được từ những khoản đầu tư lớn hơn trên đất Hoa Kỳ. Hoa Kỳ, vốn được xem như là một thị trường tiền tệ an toàn đối với phần còn lại của thế giới, xem ra giờ đây chỉ giúp họ thu được những khoản lợi nhuận tuy an toàn nhưng khiêm tốn. Năm 2014, lượng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài mà Hoa Kỳ nhận được đạt 325,8 tỷ USD, lượng vốn nước này đầu tư ra hải ngoại là 526,6 tỷ USD.

### 4. Cơ sở hạ tầng kinh tế

Thông tin liên lạc

- Điện thoại cố định: 139 triệu
- Điện thoại di động: 310 triệu
- Số người sử dụng internet: 245 triệu
- Số trang chủ: 505 triệu
- Mã quốc gia: .us

### Giao thông vận tải

- Đường sắt: 226.792 km
- Đường bộ: 6.586.610 km
- Sân bay: 13.513 (2013)
- Đường ống: khí thiên nhiên 1.984.321 km; sản phẩm dầu mỏ 240.711 km

- Đường thủy: 41.009 km (19.312 km sử dụng cho thương mại; *Lưu ý*: 3.769 km đường bờ biển Saint Lawrence bao gồm cả sông Saint Lawrence dài 3.058 km chung với Canada)
- Cảng biển: 393
- Cảng hàng hoá (tấn): Baton Rouge, Corpus Christi, Hampton Roads, Houston, Long Beach, Los Angeles, New Orleans, New York, Plaquemines, Tampa, thành phố Texas
- Cảng container (s) (TEU): Hampton Roads (1.918.029), Houston (1.866.450), Long Beach (6.061.091), Los Angeles (7.940.511), New York / New Jersey (5.503.485), Oakland (2.342.504), Savannah (2.944.678) , Seattle (2.033.535) (2011)
- Hành trình khởi hành cảng (hành khách): Miami (2.032.000), Port Everglades (1.277.000), Port Canaveral (1.189.000), Seattle (430.000), Long Beach (415.000) (2009)
- Cảng và hải cảng: Corpus Christi, Duluth, Hampton Roads, Houston, Long Beach, Los Angeles, New Orleans, New York, Philadelphia, Tampa, Texas City. (Trong đó 13 cảng nằm ở phía bắc New Orleans (phía Nam cảng Louisiana) trên sông Mississippi, lượng hàng hóa lưu chuyển ở đây là 290.000.000 tấn hàng năm)

## 5. Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản

(Số liệu 2014 - Nguồn: [www.cia.gov](http://www.cia.gov))

GDP - ngang giá sức mua: 17,46 nghìn tỷ USD

GDP - tỷ giá hối đoái chính thức: 17,42 nghìn tỷ USD

GDP - tỷ lệ tăng trưởng thực tế: 2,4%

GDP - bình quân đầu người (PPP): 54.800 USD

Tổng tiết kiệm quốc gia: 17,3% GDP

GDP đóng góp theo ngành:

- Nông nghiệp: 1,6%
- Ngành công nghiệp: 20,7%
- Dịch vụ: 77,7%

Sản phẩm nông nghiệp: lúa mì, ngô, ngũ cốc khác, trái cây, rau, bông; thịt bò, thịt lợn, thịt gia cầm, các sản phẩm từ sữa, cá, lâm sản.

Các ngành công nghiệp: công nghệ sáng tạo, sản xuất xăng dầu, thép, ô tô, hàng không vũ trụ, viễn thông, hóa chất, điện tử, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng, gỗ và khai thác mỏ.

Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 2,8% (năm 2014)

Lực lượng lao động: 156 triệu người

Lực lượng lao động - theo nghề nghiệp:

- Nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp: 0,7%
- Sản xuất, khai thác, vận chuyển, và hàng thủ công: 20,3%
- Quản lý, chuyên môn, kỹ thuật: 37,3%
- Bán hàng và văn phòng: 24,2%

- Các dịch vụ khác: 17,6%

Tỷ lệ thất nghiệp: 6,2% (năm 2014)

Ngân sách nhà nước:

- Doanh thu: 3.029 tỷ USD
- Chi phí: 3.520 tỷ USD

Thuế và các khoản thu khác: 17,4% GDP

Thâm hụt ngân sách: -2,8% GDP ( năm 2014)

Nợ công: 71,2% GDP ( dự báo 2014)

Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 2% ( năm 2014)

Giá trị xuất khẩu: 1.610 tỷ USD

Các mặt hàng xuất khẩu chính:

- Các sản phẩm nông nghiệp (đậu nành, hoa quả, ngô) 9,2%
- Vật tư công nghiệp (hóa chất hữu cơ) 26,8%
- Hàng hóa vốn (bóng bán dẫn, máy bay, phụ tùng xe cơ giới, máy tính, thiết bị viễn thông) 49,0%
- Hàng tiêu dùng (xe ô tô, thuốc) 15,0%

Đối tác xuất khẩu: Canada 19%, Mexico 14,3%, Trung Quốc 7,7%, Nhật Bản 4,1% (2013)

Giá trị nhập khẩu: 2.334 tỷ USD

Các mặt hàng nhập khẩu chính:

- Các sản phẩm nông nghiệp 4,9%
- Vật tư công nghiệp 32,9% (dầu thô 8,2%)
- Hàng hóa vốn 30,4% (máy tính, thiết bị viễn thông, phụ tùng xe cơ giới, máy văn phòng, máy móc điện)
- Hàng tiêu dùng 31,8% (ô tô, quần áo, thuốc men, đồ nội thất , đồ chơi)

Đối tác nhập khẩu chính: Trung Quốc 19,6%, Canada 14,6%, Mexico 12,3%, Nhật Bản 6,1%, Đức 5% (năm 2013)

Dự trữ ngoại hối và vàng: 144 tỷ USD

Nợ - đối ngoại: 15.680 tỷ USD

Chứng khoán đầu tư trực tiếp nước ngoài - tại nhà: 3.258 tỷ USD

Chứng khoán đầu tư trực tiếp nước ngoài - ở nước ngoài: 5.266 tỷ USD

## **6. Quan hệ quốc tế**

Hoa Kỳ tham gia các tổ chức quốc tế sau: AfDB, ANZUS, APEC, Arctic Council, ARF, AsDB, ASEAN (thành viên đối thoại), Australia Group, BIS, CBSS (quan sát viên), CE (quan sát viên), CERN (quan sát viên), CP, EAPC, EBRD, FAO, G-5, G-7, G- 8, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCs, IHO, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, MIGA, MINUSTAH, NAFTA, NAM (khách mời), NATO, NEA, NSG, OAS, OECD, OPCW, OSCE, Paris Club, PCA, PIF (đối tác), SPC, UN, UN Security Council, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNITAR, UNMEE, UNMIL, UNMOVIC, UNOMIG, UNRWA, UNTSO, UPU, WCL, WCO, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC

### III. QUAN HỆ HỢP TÁC VỚI VIỆT NAM

#### 1. Quan hệ ngoại giao

Việt Nam và Hoa Kỳ bắt đầu đàm phán chính thức về bình thường hoá quan hệ vào năm 1991. Tháng 2 năm 1994, Hoa Kỳ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam. Hai nước thiết lập lại quan hệ ngoại giao vào ngày 12 tháng 7 năm 1995 và tiến hành trao đổi đại sứ đầu tiên vào tháng 5 năm 1997.

Kể từ sau chuyến thăm Hoa Kỳ của Chủ tịch nước Trương Tấn Sang (7/2013) với việc xác lập khuôn khổ quan hệ “Đối tác toàn diện”, quan hệ hai nước đạt những tiến triển mới, thực chất trên nhiều lĩnh vực, cả về song và đa phương; sự quan tâm và hiểu biết lẫn nhau gia tăng.

Trong triển khai chính sách đối ngoại mới, Chính quyền Obama coi trọng hơn khu vực Châu Á – Thái Bình Dương do vai trò ngày càng quan trọng của khu vực này, đồng thời coi trọng và tranh thủ nhiều hơn vai trò của Đông Nam Á và ASEAN, tăng cường quan hệ với cả ASEAN cũng như quan hệ và hợp tác với từng nước thành viên. Trong bối cảnh như vậy, quan hệ hai nước vẫn tiếp tục được duy trì và hợp tác vẫn đang là dòng chảy chính bên cạnh những tồn tại, khó khăn trong quan hệ đặc biệt là những vấn đề liên quan đến cơ chế đối thoại quan trọng như Đối thoại nhân quyền, Đối thoại chính trị-an ninh-quốc phòng, Đối thoại Châu Á-Thái Bình Dương... cũng như trao đổi điện đàm về các vấn đề song phương và khu vực. Hai bên cũng từng bước thiết lập quan hệ Đảng giữa hai nước, trong đó có việc đẩy mạnh các cuộc trao đổi, tiếp xúc giữa các cơ quan Đảng.

#### Hợp tác an ninh - quốc phòng

Hoa Kỳ chú trọng thúc đẩy quan hệ an ninh - quốc phòng, xem đây là lĩnh vực ưu tiên, đặc biệt sau khi hai nước xác lập quan hệ Đối tác toàn diện (7/2013). Trong chuyến thăm Việt Nam của Bộ trưởng Quốc phòng Ashton Carter (6/2015), hai Bộ Quốc phòng đã ký kết Tuyên bố Tầm nhìn chung về hợp tác quốc phòng Việt Nam– Hoa Kỳ. Thời gian qua, phía Hoa Kỳ tiếp tục cử nhiều đoàn quan trọng thăm Việt Nam, nổi bật có Chủ tịch Hội đồng Tham mưu Liên quân Martin Dempsey (8/2014), Bộ trưởng Hải quân Ray Mabus và tàu chiến Hoa Kỳ (4/2015), Bộ trưởng Quốc phòng Ashton Carter (29/5-1/6)... Hai bên đã ký Thư triển khai gói hỗ trợ 18 triệu USD (tháng 8/2014) dành cho cảnh sát biển, Tầm nhìn chung về hợp tác quốc phòng Việt Nam-Hoa Kỳ (6/2015) trên cơ sở Bản ghi nhớ (MOU) về hợp tác quốc phòng song phương (9/2011). Tháng 10/2014, Hoa Kỳ tuyên bố dỡ bỏ một phần lệnh cấm vận vũ khí sát thương đối với Việt Nam. Hai bên duy trì đối thoại chính sách quốc phòng lần thứ 4 tại Washington DC (10/2013); Đối thoại Chính trị - An ninh - Quốc phòng lần thứ 7 tại Hà Nội (1/2015).

Về an ninh, Bộ trưởng Bộ Công an Trần Đại Quang đã thăm chính thức Hoa Kỳ vào tháng 3/2015. Ngày 21/5/2014, Việt Nam cũng đã tuyên bố tham gia Sáng kiến An ninh chống phổ biến vũ khí hủy diệt hàng loạt (PSI). Hai bên đang trao đổi để ký kết một số thỏa thuận nhằm tăng cường hợp tác trong lĩnh vực an ninh và thực thi pháp luật.

### **Hợp tác khoa học - công nghệ**

Hợp tác có nhiều điểm mới như việc ký và thông qua Hiệp định hợp tác sử dụng hòa bình năng lượng hạt nhân (Hiệp định 123, tháng 5/2014); bước đầu hợp tác về không gian vũ trụ: NASA và Viện Khoa học và Công nghệ Việt Nam đã ký Tuyên bố ý định chung (Joint Statement of Intent) về trao đổi hợp tác trong lĩnh vực nghiên cứu không gian vũ trụ.

### **Hợp tác giáo dục, du lịch, hợp tác địa phương**

Hợp tác Việt Nam – Hoa Kỳ đang trên đà phát triển. Năm 2014 có hơn 16.000 sinh viên, thực tập sinh Việt Nam đang theo học tại Hoa Kỳ, đứng đầu trong số các nước Đông Nam Á, đứng thứ 8 trong số các nước có nhiều sinh viên học tập tại Hoa Kỳ (năm 2006 đứng thứ 20). Việt Nam đã cho phép đầu tư Dự án thành lập Đại học mô hình Hoa Kỳ ở Việt Nam (Đại học Fulbright). Hàng năm Hoa Kỳ cấp học bổng cho nghiên cứu sinh Việt Nam qua các chương trình học bổng như Fulbright và Quỹ Giáo dục Việt Nam (VEF). Năm 2014, lượng khách du lịch Hoa Kỳ đến Việt Nam đạt hơn 400 nghìn lượt, xếp thứ 4 sau Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản với doanh số khoảng 500 triệu USD (theo số liệu của Amcham tại Việt Nam, 3/2015).

Nhiều địa phương của Việt Nam đã thiết lập quan hệ với các thành phố, bang của Hoa Kỳ như: Tp HCM và Tp San Francisco (10/4/1995), Tp Hải Phòng và Tp Seattle (6/1996), Cảng Sài Gòn và Cảng Los Angeles (20/7/1999), Tp Huế và Tp New Heaven (1997), Tp Huế và Tp Honolulu, bang Hawaii (5/5/2001), Tp Đà Nẵng và Tp Oakland, bang California (22/6/2005), Tp Đà Nẵng và Tp Pittsburgh, bang pennsylvania (02/12/2008), Tỉnh Ninh Thuận và bang Maryland (10/6/2011), Thành phố Cần Thơ và thành phố Riverside của bang California (1/2015)...

### **Hợp tác y tế, môi trường, nhân đạo**

Phía Hoa Kỳ tiếp tục quan tâm tới các vấn đề này. Ngày 17/6/2013, hai bên đã ký Hiệp định mới về Hợp tác y tế và khoa học y học. Việt Nam đã tiếp nhận 67,9 triệu USD tiền mặt và 25,5 triệu USD hiện vật từ Chương trình hỗ trợ khẩn cấp về phòng chống HIV/AIDS (PEPFAR).

Về giải quyết hậu quả chiến tranh, trong Tuyên bố chung Cấp cao tháng 7/2013, lần đầu tiên Hoa Kỳ cam kết hỗ trợ cho người tàn tật bất kể nguyên nhân gì. Về chất độc da cam/đi-ô-xin: Hoa Kỳ thông qua 84 triệu USD cho dự án tẩy độc sân bay Đà Nẵng và 11 triệu USD trợ giúp về y tế cho người khuyết tật, trong đó có nạn nhân chất độc Da cam/đi-ô-xin (giai đoạn 2014-2016). Tháng 12/2013, USAID thông qua dự án đánh giá môi trường ô nhiễm tại Biên Hòa. Về bom mìn: Ngày 16/12/2013, hai nước ký MOU về hợp tác khắc phục hậu quả bom mìn. Tổng giá trị Hoa Kỳ viện trợ cho Việt Nam về bom mìn thông qua các tổ chức phi Chính phủ (NGO) từ 1993-2014 trị giá 94 triệu USD; năm 2015 là 10 triệu USD.

## Hợp tác về các vấn đề khu vực và đa phương

Hai bên hợp tác tốt tại các diễn đàn khu vực như APEC, ARF, ADMM+, LMI, EAS; phối hợp về chương trình nghị sự, nhất là trong các cuộc thảo luận liên quan đến an ninh hàng hải, củng cố đoàn kết ASEAN, đề cao vai trò trung tâm của ASEAN, nâng cấp quan hệ Hoa Kỳ - ASEAN...

## Hợp tác chống khủng bố

Việt Nam đã và đang tiếp tục hợp tác với Hoa Kỳ trong một số lĩnh vực cụ thể để chống khủng bố. Đồng thời, Việt Nam cũng yêu cầu chính phủ Hoa Kỳ hợp tác ngăn chặn và nghiêm trị những tổ chức và cá nhân có hành động khủng bố chống Việt Nam.

Hai bên đã trao đổi nhiều đoàn cấp cao.

Về phía Việt Nam thăm Hoa Kỳ:

- Phó Thủ tướng Nguyễn Mạnh Cầm (1998, 2000).
- Phó Thủ tướng Thường trực Nguyễn Tấn Dũng (2001).
- Phó Thủ tướng Vũ Khoan (2003).
- Thủ tướng Phan Văn Khải (tháng 6/2005)
- Chủ tịch Nguyễn Minh Triết ( tháng 6/2007)
- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng ( tháng 6/2008)
- Chủ tịch nước Trương Tấn Sang tham dự hội nghị cấp cao Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á-Thái Bình Dương (APEC) lần thứ 19 (tháng 8/2011)
- Chủ tịch nước Trương Tấn Sang sang thăm và làm việc tại Hoa Kỳ (tháng 11/2011)
- Phó Thủ tướng Vũ Văn Ninh thăm và làm việc tại Hoa Kỳ (tháng 2/2012)
- Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân thăm và làm việc tại Hoa Kỳ (tháng 6 năm 2012)
- Chủ tịch nước Trương Tấn Sang thăm chính thức Hoa Kỳ (tháng 7/2013)
- Phó Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc thăm và làm việc tại Hoa Kỳ (tháng 8/2013)
- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng tới thăm Hoa Kỳ (tháng 9/2013)
- Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Thành ủy Hà Nội Phạm Quang Nghị (7/2014)
- Phó Thủ tướng Vũ Văn Ninh (9/2014)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh (10/2014)
- Bộ trưởng Công an Trần Đại Quang (3/2015)
- Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân (4/2015).
- Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (7/2015)

Phía Hoa Kỳ cũng cử nhiều đoàn cấp cao thăm Việt Nam:

- Cựu Tổng thống George H.W. Bush (1995)
- Ngoại trưởng Warren Christopher (1995)
- Cố vấn an ninh quốc gia A. Lake (1996)
- Ngoại trưởng Madeleine Albright (1997)
- Bộ trưởng Bộ Quốc phòng Cohen (2000)
- Tổng thống Bill Clinton (tháng 11/2000)



- Ngoại trưởng Colin Powell (2001)
- Bộ trưởng Quốc phòng Rumsfeld (2006)
- Chủ tịch Hạ viện Dennis Hastert (2006)
- Tổng thống Hoa Kỳ George W. Bush thăm chính thức Việt Nam và tham dự Hội nghị cấp cao APEC (tháng 11/2006)
- Ngày 6-7/ 4/2009 - Thượng Nghị sĩ Hoa Kỳ John McCain đã đến Hà Nội
- Ngày 26-27/9/2009- Thứ trưởng Thường trực Bộ Ngoại giao James Steinberg đã có chuyến thăm và làm việc tại Hà Nội
- Tháng 7/2010 Ngoại trưởng Clinton chính thức thăm Việt Nam.
- Đại tướng George William Casey Jr, Tham mưu trưởng Lục quân Hoa Kỳ thăm, làm việc tại Việt Nam (11/2010)
- Thứ trưởng Bộ Thương mại Hoa Kỳ Francisco Sanchez thăm và làm việc tại Việt Nam (04/2011)
- Thượng nghị sĩ Jim Webb, Chủ tịch Tiểu ban Đông Á - Thái Bình Dương, Ủy ban Đối ngoại Thượng viện Hoa Kỳ thăm chính thức Việt Nam (08/2011)
- Thứ trưởng thứ nhất Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ thăm Việt Nam (12/2011)
- Bộ trưởng Quốc phòng Hoa Kỳ thăm chính thức Việt Nam (6/2012)
- Ngoại trưởng Hoa Kỳ thăm Việt Nam (7/2012)
- Bộ trưởng Bộ Tài chính Hoa Kỳ thăm Việt Nam (11/2013)
- Ngoại trưởng Hoa Kỳ đến thăm Việt Nam (12/2013)
- Chủ tịch Thượng viện Hoa Kỳ thăm chính thức Việt Nam (4/2014)
- Bộ trưởng Thương mại Hoa Kỳ đến thăm Việt Nam (6/2014)
- Cựu Tổng thống Bill Clinton thăm Việt Nam (7/2014)
- Thượng nghị sĩ Hoa Kỳ đến thăm Việt Nam (8/2014)
- Đoàn Đoàn Lãnh tụ phe thiểu số tại Hạ viện Nancy Pelosi (3/2015)
- Đoàn TNS J.McCain (5/2015)
- Thứ trưởng Thứ nhất Bộ Ngoại giao Mỹ Antony Blinken (5/2015)
- Bộ trưởng Quốc phòng Carter (6/2015).

Các chuyến thăm này đã đưa quan hệ giữa hai nước lên tầm cao mới, mở ra khuôn khổ quan hệ đối tác xây dựng, hữu nghị, hợp tác nhiều mặt, ổn định lâu dài. Ngoài ra, lãnh đạo cấp cao hai nước cũng đã gặp gỡ tại các diễn đàn đa phương của khu vực và thế giới.

## **2. Quan hệ kinh tế và thương mại**

Song song với quan hệ ngoại giao, quan hệ kinh tế và thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ cũng không ngừng phát triển.

### ***Các hiệp định đã ký kết:***

- Hiệp định về thiết lập quan hệ quyền tác giả (ngày 27/6/1997)
- Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ (ký ngày 13/7/2000, có hiệu lực ngày 10/12/2001)
- Hiệp định Hợp tác về khoa học và công nghệ (có hiệu lực từ ngày 26/3/2001)
- Hiệp định Dệt may (có hiệu lực từ 1/5/2003)
- Hiệp định Hàng không (có hiệu lực từ 14/1/2004)
- Hiệp định khung hợp tác về kinh tế và kỹ thuật (2005)
- Bản Ghi nhớ hợp tác về Nông nghiệp (ký tháng 6/2005)



Việc thông qua Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA) đánh dấu một mốc quan trọng trong quá trình bình thường hoá quan hệ giữa hai nước. Nhờ đó, kim ngạch thương mại hàng hóa hai chiều đã tăng.

Đáng chú ý, ngày 31/5/2006 hai nước đã ký Thỏa thuận chính thức kết thúc đàm phán song phương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ về việc Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), mở ra một giai đoạn mới trong quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ.

Sắp tới, Hoa Kỳ, Việt Nam cũng như chín quốc gia khác sẽ ký kết Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương. Các nước đang trên bàn đàm phán về tự do thương mại cấp cao, đề cập tới những vấn đề thương mại mới và những thử thách của thế kỷ 21. Hiệp định Đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương là cơ hội dành cho tất cả các nền kinh tế lớn phát triển nhanh trong khu vực châu Á Thái Bình Dương - các nước phát triển và đang phát triển - hợp nhất thành một khối kinh tế đại diện cho khoảng 30% GDP toàn cầu. Sự thành công của Hiệp định Đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương sẽ đẩy mạnh sự phát triển của nền kinh tế, xóa tan rào cản về thương mại và đầu tư, tăng xuất khẩu và tạo thêm các cơ hội việc làm cho mọi người.

#### *Kết quả hợp tác:*

Quan hệ thương mại hàng hóa song phương Việt Nam-Hoa Kỳ ngày càng phát triển, đặc biệt là từ năm 2007, sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Từ năm 2007 đến nay Hoa Kỳ luôn là thị trường tiêu thụ hàng hóa lớn nhất của Việt Nam và là thị trường cung cấp hàng hóa lớn thứ 7 cho Việt Nam. Tuy nhiên, trị giá buôn bán hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam – Hoa Kỳ chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ (chỉ chiếm 1%). Đối với Hoa Kỳ, Việt Nam là đối tác xếp thứ 23 về xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ và xếp thứ 40 về nhập khẩu hàng hóa từ thị trường này.

Hoa Kỳ đứng thứ 7 về đầu tư tại Việt Nam với 699 dự án (tổng số vốn gần 10,7 tỷ USD, không tính các dự án đầu tư thông qua nước thứ 3); ngược lại, nước này đứng thứ 9/63 quốc gia, vùng lãnh thổ có đầu tư của doanh nghiệp Việt Nam với 120 dự án.

Theo thống kê, năm 2014 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và Hoa Kỳ đạt gần 35 tỷ USD, chiếm 11,7% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam năm 2014.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 28,64 tỷ USD, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ đạt 6,29 tỷ USD. Như vậy cả năm 2014 Việt Nam xuất siêu sang thị trường Hoa Kỳ gần 22,35 tỷ USD.

Một số mặt hàng chủ lực của Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ là dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ, hàng thủy sản, túi xách, vali, mũ... trong đó, hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ chiếm khoảng 50% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam. Năm 2014 Việt Nam xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ đạt 9,80 tỷ USD, giày dép đạt 3,32 tỷ USD; đồ gỗ đạt 2,23 tỷ USD, thủy sản đạt 1,70 tỷ USD, túi xách, va li, mũ đạt 1 tỷ USD...

Nhóm hàng rau quả xuất sang Hoa Kỳ năm 2014 đạt mức tăng trưởng trên 18% kim ngạch, đạt 60,63 triệu USD. Từ tháng 10-2014, quả vải và nhãn của Việt Nam được chấp

thuận xuất sang Hoa Kỳ. Dự báo mỗi năm Việt Nam có thể xuất 600 tấn vải và 1.200 tấn nhân vào Hoa Kỳ, chiếm thị phần lần lượt là 17% (đối với vải) và 69% (đối với nhân) tại thị trường Hoa Kỳ.

Nhìn chung, xuất khẩu hầu hết các nhóm hàng sang Hoa Kỳ năm 2014 đều đạt mức tăng trưởng dương so với cùng kỳ; trong đó xuất khẩu tăng mạnh ở các nhóm hàng sau: Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (+250,39%), sắt thép (+127,79%), điện thoại các loại và linh kiện (+105,02%).

**Xuất khẩu các mặt hàng chủ yếu Việt Nam sang Hoa Kỳ  
năm 2014 và 6 tháng năm 2015**

*Đvt: USD*

STT	Mặt hàng chủ yếu	Trị giá	
		Năm 2014	6T/2015
1	Hàng thủy sản	1.707.987.982	579.078.517
2	Hàng rau quả	60.639.880	27.249.594
3	Hạt điều	635.427.962	395.421.175
4	Cà phê	361.825.622	162.909.141
5	Chè	11.536.268	4.480.072
6	Hạt tiêu	254.917.957	173.733.155
7	Gạo	35.654.021	15.856.484
8	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	37.259.508	17.381.123
9	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	3.297.068	5.319.572
10	Dầu thô	393.696.630	80.638.362
11	Xăng dầu các loại	22.774.556	88.202
12	Hóa chất	36.263.494	15.047.738
13	Sản phẩm từ hóa chất	22.597.702	14.900.403
14	Sản phẩm từ chất dẻo	263.598.402	148.444.900
15	Cao su	53.084.948	19.110.904
16	Sản phẩm từ cao su	59.655.560	40.765.140
17	Túi xách, vali, ví, ô....	1.033.808.649	607.866.892
18	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	57.363.938	30.775.585
19	Gỗ và sản phẩm gỗ	2.236.879.087	1.209.579.395
20	Giấy và các sản phẩm từ giấy	87.740.173	53.404.412
21	Xơ, sợi dệt các loại	33.425.062	16.004.643
22	Hàng dệt, may	9.806.888.124	5.133.783.762
23	Vải màn, vải kỹ thuật khác	201.015.257	99.820.563
24	Giày dép các loại	3.328.425.353	2.003.875.760
25	Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày	53.962.730	27.601.324
26	Sản phẩm gốm, sứ	52.065.393	22.986.183
27	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	45.814.512	24.981.378
28	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	379.902.423	177.307.132
29	Sắt thép các loại	46.905.485	24.737.403
30	Các sản phẩm từ sắt thép	342.309.335	165.486.337
31	Kim loại thường khác và sản phẩm	109.971.342	66.453.451
32	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	2.120.051.813	1.325.970.848
33	Điện thoại các loại và linh kiện	1.546.555.129	1.300.385.266
34	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	8.255.116	1.444.015

35	Máy móc, thiết bị và dụng cụ phụ tùng khác	1.286.742.854	715.761.393
36	Dây điện và dây cáp điện	55.491.655	29.730.721
37	Phương tiện vận tải và phụ tùng	577.972.501	314.218.388
38	Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	204.404.093	112.308.008
Tổng		28.644.288.033	15.787.629.029

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

### Nhập khẩu của Việt Nam đối với một số mặt hàng từ Hoa Kỳ năm 2014 và 6 tháng năm 2015

Đvt: USD

STT	Mặt hàng chủ yếu	Trị giá	
		Năm 2014	6T/2015
1	Hàng thủy sản	29.753.173	15.689.198
2	Sữa và các sản phẩm sữa	232.325.973	70.732.133
3	Hàng rau quả	64.858.651	30.259.315
4	Lúa mì	109.131.315	26.363.359
5	Đậu tương	402.539.268	279.648.369
6	Dầu mỡ động thực vật	8.917.021	3.510.883
7	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	3.488.641	1.725.888
8	Chế phẩm thực phẩm khác	123.264.262	81.261.250
9	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	412.360.266	293.337.004
10	Nguyên phụ liệu thuốc lá	38.923.047	12.691.927
11	Quặng và khoáng sản khác	29.463.628	3.815.208
12	Sản phẩm khác từ dầu mỏ	23.769.638	9.891.175
13	Hóa chất	139.971.591	68.964.515
14	Sản phẩm hóa chất	217.715.793	118.487.092
15	Dược phẩm	83.037.954	45.863.675
16	Phân bón các loại	5.889.370	6.647.285
17	Chất thơm, mỹ phẩm, chế phẩm vệ sinh	40.229.451	19.214.792
18	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	11.130.828	3.573.933
19	Chất dẻo nguyên liệu	224.697.462	103.241.866
20	Sản phẩm từ chất dẻo	57.065.182	32.473.356
21	Cao su	20.443.606	9.827.815
22	Sản phẩm từ cao su	16.707.833	7.194.323
23	Gỗ và sản phẩm gỗ	258.190.725	110.353.920
24	Giấy các loại	18.642.277	8.393.810
25	Sản phẩm từ giấy	5.658.739	3.600.429
26	Bông các loại	473.082.456	441.810.196
27	Vải các loại	28.132.021	15.626.471
28	Nguyên phụ liệu dệt may, da và giày	262.113.249	148.767.699
29	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	15.144.422	15.193.152
30	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	58.422.256	15.214.637
31	Phế liệu sắt thép	114.528.330	41.168.562
32	Sắt thép các loại	16.563.236	7.494.860
33	Sản phẩm từ sắt thép	88.699.471	37.713.312
34	Kim loại thường khác	24.081.254	6.765.451
35	Sản phẩm từ kim loại thường khác	14.695.854	5.160.719
36	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	867.885.595	777.586.881

37	Điện thoại các loại và linh kiện	3.750.016	265.258
38	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	4.099.234	2.311.592
39	Máy móc, thiết bị, phụ tùng khác	921.974.205	487.980.748
40	Dây điện và dây cáp điện	10.198.684	5.862.816
41	Ô tô nguyên chiếc	65.911.023	55.078.126
42	Linh kiện, phụ tùng ô tô	9.252.084	6.370.846
43	Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	78.385.550	54.275.926
Tổng		6.296.842.603	3.732.650.700

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

Hiện tại, nông nghiệp và công nghiệp chỉ chiếm khoảng 20% tổng GDP của Hoa Kỳ. Tỷ trọng này vẫn đang có xu hướng giảm để nhường chỗ cho các ngành dịch vụ. Mặt khác, chi phí sản xuất ở Hoa Kỳ ngày càng tăng, nên ngày càng nhiều các nhà sản xuất Hoa Kỳ đặt gia công sản phẩm và/hoặc bán thành phẩm ở nước ngoài, hoặc thay vì cho trực tiếp sản xuất, họ trở thành các công ty thương mại đặt hàng sản xuất ở nước ngoài nhập về cung ứng cho hệ thống khách hàng truyền thống của mình tại Hoa Kỳ. Nhu cầu nhập khẩu hàng hóa, nhất là hàng tiêu dùng của Hoa Kỳ chắc chắn sẽ tiếp tục tăng.

Nhu cầu của thị trường Hoa Kỳ rất đa dạng. Chúng tộc và văn hóa đa dạng dẫn đến nhu cầu và tập quán tiêu dùng cũng đa dạng. Thu nhập bình quân đầu người cao, song chênh lệch thu nhập rất lớn. Số dân nhập cư vào Hoa Kỳ hiện nay mỗi năm tới trên 1 triệu người và ngày càng tăng, trong đó phần đông là những người lao động chân tay có thu nhập thấp. Yếu tố thu nhập và dân số này dẫn đến thị trường có nhu cầu cả về hàng cao cấp đắt tiền lẫn hàng bình dân rẻ tiền.

Tiềm lực xuất khẩu và khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế đã được nâng cao một bước. Cơ cấu xuất khẩu cũng đang có những chuyển dịch tích cực theo hướng đa dạng hóa chủng loại mặt hàng và tăng tỷ trọng hàng chế biến và chế tạo. Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu hàng đầu thế giới đối với một số mặt hàng. Nhiều mặt hàng xuất khẩu mới xuất hiện với kim ngạch tăng nhanh.

Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA) đã và đang phát huy hiệu quả. Các doanh nghiệp Việt Nam đã quen và hiểu hơn thị trường Hoa Kỳ, từ đó có cách tiếp cận phù hợp và có hiệu quả hơn với thị trường này. Nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ, do nhiều nguyên nhân khác nhau, đang quan tâm hơn đến thị trường Việt Nam và có xu hướng chuyển sang mua hàng từ Việt Nam thay vì từ các thị trường khác trong khu vực.

Hơn một triệu người Việt Nam đang sống tại Hoa Kỳ là thị trường đáng kể, nhất là đối với các mặt hàng thực phẩm, và là cầu nối rất tốt để đưa hàng hóa Việt Nam thâm nhập thị trường này.

Quan hệ chính trị giữa hai nước tiếp tục được củng cố và đang phát triển theo chiều hướng tích cực.

## Khó khăn và thách thức

Năng lực cung ứng và tiếp thị xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam nhìn chung còn yếu. Ngoài những yếu kém chung và truyền thống như chủng loại hàng hóa nghèo nàn, chất lượng và mẫu mã chưa phù hợp, giá cả không cạnh tranh, năng lực tiếp thị xuất khẩu yếu; điểm yếu nổi bật của các doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường Hoa Kỳ là qui mô sản xuất nhỏ và khả năng liên kết giữa các doanh nghiệp trong sản xuất và xuất khẩu yếu, nên gặp khó khăn trong việc đáp ứng các đơn hàng lớn và/hoặc có yêu cầu thời gian giao hàng nhanh của khách hàng Hoa Kỳ. Hơn nữa, đại bộ phận các doanh nghiệp may mặc và giày dép còn hoạt động theo hình thức gia công. Hình thức này không phù hợp với tập quán nhập khẩu của khách hàng Hoa Kỳ. Đây cũng chính là lý do nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ phải nhập hàng từ Việt Nam thông qua các công ty trung gian ở nước thứ ba.

Cạnh tranh xuất khẩu vào Hoa Kỳ gay gắt và quyết liệt. Hoa Kỳ là thị trường lớn, do vậy, cả thế giới hướng vào thị trường này. Việt Nam mới chỉ thực sự thâm nhập thị trường Hoa Kỳ kể từ năm 2002 sau khi BTA có hiệu lực, trong khi đó các đối thủ cạnh tranh của ta đã có hệ thống bán hàng nhập khẩu và phân phối tại thị trường này từ rất lâu. Trung Quốc là một trong những đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam trên thị trường này đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay như: dệt may, giày dép, v.v. Sự tăng trưởng nhanh kim ngạch buôn bán giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc trong mấy năm qua và trong các năm tới cũng đang đặt ra cho Việt Nam những thách thức lớn trong việc thâm nhập thị trường Hoa Kỳ.

Tuy BTA vẫn phát huy hiệu quả, song Việt Nam vẫn đang đứng trước một số bất lợi về thâm nhập thị trường. Trước khi Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ có hiệu lực tháng 12 năm 2001, hàng của Việt Nam xuất khẩu vào Hoa Kỳ phải chịu mức thuế phân biệt đối xử (Non-MFN), cao hơn nhiều lần so với mức thuế tối huệ quốc (MFN). Đến nay, mặc dù Việt Nam đã được hưởng mức thuế MFN hiện nay gọi là điều kiện thương mại bình thường, song một số mặt hàng của Việt Nam nhập khẩu vào Hoa Kỳ vẫn phải chịu mức thuế cao hơn so với hàng cùng loại nhập từ một số nước khác do những nguyên nhân sau:

*Một là, Việt Nam vẫn chưa được hưởng mức thuế ưu đãi GSP của Hoa Kỳ dành cho các nước đang phát triển. Hiện nay, có khoảng 3.500 loại sản phẩm từ trên 140 nước và vùng lãnh thổ được hưởng GSP của Hoa Kỳ - tức là được nhập khẩu miễn thuế vào Hoa Kỳ.*

Đại đa số các mặt hàng được hưởng GSP là những mặt hàng thuộc nhóm nông hải sản, thực phẩm và đồ uống, nhựa và sản phẩm nhựa, cao su và sản phẩm cao su, đồ gỗ, đồ da, mây tre lá, đồ đạc trong nhà, đồ chơi, dụng cụ thể thao, một số mặt hàng thuộc nhóm quần áo và giày dép (trừ những mặt hàng chịu sự điều tiết của hiệp định dệt may); trong đó có không ít mặt hàng có thuế suất MFN ở mức từ 10% đến gần 35%.

Mặt khác, những nước được hưởng GSP là những nước đang phát triển. Phần lớn những nước này có cơ cấu hàng xuất khẩu tương tự như Việt Nam, trong đó, nhiều nước có trình độ phát triển kinh tế cao hơn Việt Nam như Thái Lan, Malaysia, Philipin, Indonesia v.v..



Hai là, hiện tại, có 24 nước trong khu vực Lòng chảo Caribê được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật Sáng kiến Khu vực Lòng chảo Caribê; 4 nước thuộc khu vực Adealan được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật ưu đãi thương mại Adealan; gần 40 nước Châu Phi được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật Cơ hội cho Phát triển Châu Phi. Đại đa số các mặt hàng nhập khẩu từ những nước này vào Hoa Kỳ được miễn thuế hoặc được hưởng mức thuế thấp hơn mức thuế MFN rất nhiều. Những nước nói trên cũng là những nước đang phát triển và kém phát triển có cơ cấu hàng xuất khẩu khá tương tự như Việt Nam.

Ba là, cho đến nay, Hoa Kỳ đã ký hiệp định thương mại tự do khu vực NAFTA (Hoa Kỳ, Canada và Mexico) và hiệp định thương mại tự do song phương với các nước: Israel, Jordan, Singapore, Chi Lê, Australia... Ngoài ra, Hoa Kỳ đang đàm phán nhiều hiệp định thương mại tự do khu vực và song phương khác, trong đó có hiệp định thương mại tự do toàn Châu Hoa Kỳ và với một số nước ở châu Á khác có cơ cấu hàng xuất khẩu tương tự như Việt Nam.

Các biện pháp bảo hộ sản xuất nội địa của Hoa Kỳ đang có chiều hướng gia tăng. Một số mặt hàng của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ có tốc độ tăng trưởng nhanh đã và đang vấp phải sự cản trở của những chính sách bảo hộ này. Phi lê cá Tra và Basa đang phải chịu thuế chống bán phá giá từ 37% đến 64%. Tôm đông lạnh và đóng hộp cũng đang bị kiện bán phá giá.

Cước phí và thời gian vận tải hàng từ Việt Nam sang Hoa Kỳ thường cao hơn và lâu hơn so với từ các nước khác đến Hoa Kỳ (kể cả từ các nước xung quanh Việt Nam) do khoảng cách địa lý xa và chưa có tuyến vận tải biển hoặc hàng không trực tiếp giữa hai nước. Ví dụ, hiện nay, cước phí vận tải biển từ Việt Nam sang Hoa Kỳ cao hơn từ Trung Quốc sang Hoa Kỳ khoảng 15-20%. Thời gian vận tải từ Việt Nam sang bờ Tây Hoa Kỳ trung bình khoảng 30 - 45 ngày so với từ Trung Quốc khoảng 12 - 18 ngày. Cước phí cao và thời gian vận tải dài là bất lợi rất khó khắc phục đối với hàng công kênh và/hoặc trị giá thấp (ví dụ như đồ gỗ đã lắp ráp thành thành phẩm, hàng làm từ mây, tre, lá) hoặc các hàng tươi sống (ví dụ như rau và hoa quả tươi) v.v.

Hàng rào kỹ thuật và an toàn thực phẩm cao và không ít trường hợp cao quá mức cần thiết. Đối với một số loại thực phẩm (ví dụ thực phẩm có hàm lượng axit thấp), các cơ sở sản xuất phải đăng ký cơ sở và qui trình sản xuất với Cơ quan Quản lý An toàn Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA). Hàng thực phẩm phải được FDA kiểm tra trước khi được phép nhập khẩu vào thị trường. Rất nhiều mặt hàng nông sản và của Việt Nam phải xin giấy phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Ngoài ra, các cơ sở sản xuất còn phải đáp ứng các tiêu chuẩn về lao động và môi trường, mà thực chất cũng là các hàng rào bảo hộ mậu dịch.

Các biện pháp chống khủng bố được ban hành sau vụ 11/9 cũng tạo thêm những rào cản mới đối với xuất khẩu vào Hoa Kỳ nói chung, trong đó có hàng xuất khẩu từ Việt Nam. Sáng kiến về an ninh container (Container Security Initiatives); qui định đăng ký cơ sở sản xuất, chế biến và kho chứa thực phẩm, và thông báo trước khi hàng đến với FDA làm phát sinh chi phí xuất khẩu vào nước này.

Hệ thống pháp luật thương mại của Hoa Kỳ rất phức tạp và chông chéo. Hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ chịu sự điều tiết của nhiều luật khác nhau và cả luật liên bang lẫn luật bang. Trong khi đó sự hiểu biết của các doanh nghiệp Việt Nam về pháp luật Hoa Kỳ liên quan đến thương mại nói chung và nhập khẩu vào Hoa Kỳ nói riêng còn rất hạn hẹp. (Xem thêm phần về Luật lệ thương mại Hoa Kỳ).

Quan hệ chính trị giữa hai nước, tuy đang được cải thiện, song vẫn còn nhiều nhạy cảm. Nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ chưa thực sự quan tâm phát triển quan hệ thương mại và đầu tư với Việt Nam. Do còn có sự chống đối quan hệ với Việt Nam của một bộ phận người Việt tại Hoa Kỳ, nên nhiều Việt kiều ở Hoa Kỳ muốn phát triển quan hệ buôn bán và đầu tư với Việt Nam còn e ngại và chưa mạnh dạn làm ăn với trong nước.

Khó khăn trong thanh toán: Do mới có quan hệ kinh doanh với các doanh nghiệp Hoa Kỳ nên các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thường yêu cầu thanh toán theo phương thức L/C at sight không hủy ngang. Ngược lại, nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ hoặc do không quen với phương thức thanh toán này hoặc do muốn các phương thức thanh toán khác (D/A, D/P...) thuận tiện, đỡ tốn kém, và ít rủi ro hơn cho họ. Ví dụ, theo phương thức L/C at sight, người nhập khẩu thường phải thanh toán tiền hàng trước khi hàng đến, trong khi đó hàng thực phẩm phải được FDA kiểm tra trước khi cho phép nhập vào thị trường. Do vậy, người nhập hàng rất ngại thanh toán bằng L/C at sight vì sợ không đòi lại được tiền hàng trong trường hợp hàng không được FDA cho phép nhập khẩu.

### **3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển**

Kế thừa những quan hệ hợp tác kể từ khi bình thường hóa quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Hoa Kỳ từ năm 1995, gần đây nhất là chuyến thăm Hoa Kỳ của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng vào tháng 7/2015. Đây là chuyến thăm đầu tiên của một người đứng đầu Đảng Cộng sản Việt Nam tới Hoa Kỳ có ý nghĩa biểu tượng rất cao, thể hiện mối quan hệ Việt-Mỹ sâu sắc. Hai nước cam kết mở rộng phối hợp trong các hoạt động gìn giữ hòa bình và biên giới khí hậu, bày tỏ quan tâm tới Hội nghị Cấp cao về An ninh Hạt nhân năm 2016 và mong muốn các quốc gia có hành động cụ thể nhằm thúc đẩy an ninh hạt nhân. Hai nước hứa hẹn mở rộng hợp tác về Chương trình Nghị sự An ninh Y tế Toàn cầu (GHSA), kể cả hướng tới sớm đạt các mục tiêu của GHSA.

Việt Nam và Hoa Kỳ cam kết tăng cường hợp tác tại các diễn đàn khu vực, như Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á-Thái Bình Dương, Diễn đàn Khu vực Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Sáng kiến Hạ lưu MeKong và Diễn đàn Thượng đỉnh Đông Á, và ghi nhận tầm quan trọng của một ASEAN đoàn kết và vững mạnh, vai trò trung tâm của ASEAN trong cấu trúc chính trị-an ninh khu vực, và Quan hệ Đối tác Chiến lược Hoa Kỳ-ASEAN.

Các hiệp định và thỏa thuận dưới đây có đóng góp vào việc phát triển quan hệ song phương Việt Nam-Hoa Kỳ và tạo cơ sở vững chắc cho sự hợp tác trong tương lai mà hai nước sẽ tiếp tục xây dựng, bao gồm:

- Hiệp định giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Hoa Kỳ về tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa trốn lậu thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập và Nghị định thư của Hiệp định;

- Bản Ghi nhớ giữa Bộ Quốc phòng Việt Nam và Bộ Quốc phòng Hoa Kỳ về hợp tác trong lĩnh vực gìn giữ hòa bình Liên Hợp Quốc;
- Bản Ghi nhớ giữa Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam và Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ về Chương trình các mối đe dọa đại dịch mới nổi và Chương trình An ninh Y tế Toàn cầu;
- Thỏa thuận Tài trợ giữa Cơ quan Phát triển và Thương mại Hoa Kỳ và Cục Hàng không Dân dụng Việt Nam; Việt Nam cấp giấy phép thành lập trường Đại học Fulbright Việt Nam mới.

Hợp tác giữa Hoa Kỳ và Việt Nam đầy triển vọng, ngày càng đa dạng và đi vào thực chất, như trong lĩnh vực kinh tế, thương mại và an ninh. Để quan hệ hai nước phát triển tích cực như mong muốn, chúng ta rất cần có sự nỗ lực của cả hai bên với tinh thần “gác lại quá khứ, vượt qua khác biệt, phát huy tương đồng, hướng tới tương lai”, trên nguyên tắc “tôn trọng độc lập, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ, thể chế chính trị của nhau và hợp tác cùng có lợi”; và với phương châm “đối thoại thẳng thắn, xây dựng” đối với các vấn đề còn có sự khác biệt.



## IV. MỘT SỐ ĐIỀU CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI HOA KỲ

### 1. Các quy định về xuất nhập khẩu

#### 1.1 Hạn ngạch nhập khẩu

Đối với các nhà xuất khẩu có ý định xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, nhất là các sản phẩm về nông nghiệp, điều cần biết là hàng của mình có được nhập khẩu vào Hoa Kỳ hay không hay chỉ được nhập giới hạn về số lượng.

Hạn ngạch áp đặt bởi chính phủ Hoa Kỳ nhằm kiểm soát số lượng hàng hóa thâm nhập vào Hoa Kỳ, nhằm vào việc bảo vệ quyền lợi của một số các thành phần sản xuất nào đó, và được phản ánh qua các đạo luật của Quốc hội Hoa Kỳ. Trước đây những mặt hàng chịu sự kiểm soát cao nhất về hạn ngạch là các mặt hàng hàng dệt và may mặc. Tuy nhiên theo quy định của WTO, từ 1/1/2006 các nước thành viên WTO không được áp đặt hạn ngạch dệt may đối với các nước thành viên WTO khác. Riêng đối với Trung Quốc, EU sẽ bỏ hạn ngạch từ 1/1/2008 và Hoa Kỳ bỏ hạn ngạch từ 1/1/2009. Con số hạn ngạch được cho phép nhập thông thường là kết quả thương thảo giữa hai quốc gia. Thông thường, nếu chưa có sự thoả thuận, Hoa Kỳ có thể đơn phương tuyên bố một con số hạn ngạch nào đó và tự áp dụng.

Có hai loại hạn ngạch, loại: **Hạn ngạch tuyệt đối (absolute quota)** và loại **Hạn ngạch thuế quan (tariff-rate quota)**. Hạn ngạch tuyệt đối là loại tính trên số lượng cho phép nhập hàng năm. Nếu số lượng nhập đã vượt chỉ tiêu thì hàng nhập phải tái xuất ra khỏi Hoa Kỳ hoặc đưa vào kho hải quan kho để tái xuất đi nước khác hoặc chờ cho đến khi có hạn ngạch mới. Hạn ngạch thuế quan cho phép một số lượng nào đó hàng hóa nhất định trong một thời gian nào đó với một mức thuế suất giảm (reduced rate).

Phần hàng vượt quá chỉ tiêu có thể được nhập nhưng phải chịu với thuế suất cao hơn thuế suất đối với số hàng trong hạn ngạch.

Các mặt hàng chịu hạn ngạch thuế quan bao gồm: sữa và kem, chổi, Ethyl Alcohol, Oliver, Satsuma (mandarin), tuna, bông trồng ở vùng cao, bột mì, một số mặt hàng thuộc các nước NAFTA (Mexico, Canada), một số mặt hàng theo quy định của WTO, một số mặt hàng nông sản theo Hiệp định Hoa Kỳ- Israel.

Các mặt hàng cụ thể chịu hạn ngạch tuyệt đối là:

- Thức ăn gia súc, có thành phần sữa hoặc các sản phẩm sữa
- Sản phẩm thay thế bơ, có chứa 45% bơ béo theo HTS 2106.90.15 và bơ từ dầu ăn
- Bơ pha trộn, trên 55,5% nhưng không quá 45% trọng lượng là bơ béo- Pho mát, Cheddar thiên nhiên, làm từ sữa chưa thanh trùng để thời gian chưa quá 9 tháng
- Sữa khô có chứa 5,5% hoặc ít hơn bơ béo
- Sữa khô theo HTS 9904.10.15- Chocolate crumb và các sản phẩm liên quan có chứa trên 5,5% trọng lượng là bơ béo
- Chocolate crumb chứa 5,5% hoặc ít hơn trọng lượng bơ béo
- Ethyl alcohol và sản phẩm dùng chất này trong nhiên liệu nhập từ vùng Caribe và các vùng lãnh thổ phụ thuộc Hoa Kỳ, theo HTS 9901.00.50

- Thịt từ Australia và New Zealand- Sữa và kem, dạng lỏng hay đông lạnh, tươi hoặc chua (từ New Zealand)

## 1.2 Thủ tục hải quan

Khi hàng hóa đến cảng Hoa Kỳ, người nhập khẩu hoặc đại diện ủy quyền của người nhập khẩu phải đăng ký đầy đủ hồ sơ cho Hải quan Hoa Kỳ. Hàng hóa nhập cảng chỉ được hải quan cho thông quan sau khi chủ sở hữu lô hàng đã hoàn tất thủ tục luật lệ và đóng thuế nhập khẩu. Hải quan có quyền chỉ thị thời hạn giám định lô hàng, cũng như quyết định cho phép thông quan.

*Nếu có thắc mắc, trước khi liên hệ với Hải quan, chủ sở hữu hàng hóa nên liên lạc với những cơ quan liên quan đến những mặt hàng đặc biệt như: thực phẩm, trái cây thuộc USDA, thuốc men, rượu mạnh, súng đạn trực thuộc FDA...*

Hàng hóa có thể nhập kho ở cảng đến hoặc chuyển sang cảng khác ở nội địa Hoa Kỳ trong điều kiện còn nguyên kiện, chưa tháo dỡ. Chủ sở hữu phải chịu trách nhiệm về chi phí vận chuyển. Trong một số trường hợp hàng hóa đặc biệt, hàng nhập khẩu chỉ được phép nhập khẩu và làm thủ tục hải quan tại một nơi quy định dù trước đó hàng đã đến một cảng khác trong lãnh thổ Hoa Kỳ. Trong trường hợp này, chủ sở hữu phải khai báo và đăng ký đầy đủ hồ sơ cần thiết tại cảng địa phương được chỉ định.

### **Hồ sơ đăng ký thông quan hàng nhập khẩu**

Trong vòng 5 ngày, kể từ ngày hàng đến cảng Hoa Kỳ, hồ sơ đăng ký thông quan hàng nhập khẩu phải được nộp cho Hải quan, ngoại trừ trường hợp đặc biệt được gia hạn thêm.

Hồ sơ này gồm có:

- Tờ khai hải quan (mẫu số 7533) hoặc mẫu đơn xin xuất hàng đặc biệt (số 3461), hoặc đơn xuất hàng của Hải quan.
- Đơn xác nhận được ủy quyền tiến hành thủ tục thông quan.
- Hóa đơn thương mại
- Vận đơn
- Phiếu đóng gói
- Giấy chứng nhận xuất xứ
- Thông tin liên hệ

Khi hồ sơ và thủ tục hoàn tất, hàng hóa sẽ được thông quan. Tiền thuế nhập khẩu phải được thanh toán trong vòng 10 ngày.

**Hồ sơ nhập khẩu:** Hàng hóa nhập khẩu có thể bị khám xét hoặc miễn trừ. Sau đó sẽ được phép thông quan nếu hội đủ những điều lệ về thủ tục Hải quan. Sau khi hàng hóa được thông quan, hồ sơ nhập khẩu sẽ được hoàn trả lại chủ sở hữu hoặc văn phòng Dịch vụ khai báo hải quan.

**Bảo lãnh tài chính (Surety):** Song song với thủ tục thông quan hàng nhập khẩu, chủ sở hữu phải nộp cam kết thế chấp có giá trị như một số tiền đặt cọc, để đảm bảo cho khoản

thuế nhập khẩu và những chi phí liên quan. Cam kết thế chấp có thể được bảo lãnh bởi một công ty tài chính tư nhân. Trong trường hợp văn phòng "Dịch vụ khai báo hải quan" đại diện cho chủ sở hữu thì họ có thể dùng cam kết thế chấp của họ để bảo đảm theo yêu cầu của Hải quan.

**Hàng xin thông quan nhanh:** Trong một số, chủ sở hữu có thể xin thông quan hàng ngay tức khắc khi hàng đến cảng bằng cách xin giấy phép thông quan đặc biệt của hải quan theo mẫu 3461. Những hãng vận chuyển có tham gia trong "Hệ thống toàn chính tự động" (AMS) có thể xin thông quan nhanh sau khi tàu rời cảng xếp hàng 5 ngày trước khi đến cảng Hoa Kỳ. Nếu giấy phép xin thông quan nhanh được chấp thuận, hàng hóa khi cập bến sẽ được thông quan ngay tức khắc nếu hội đủ giấy tờ cần thiết và nộp cam kết thế chấp tài chính tương đương với khoản thuế nhập khẩu được ước tính trên lượng hàng hóa. Cam kết thế chấp tài chính phải được nộp trong vòng 10 ngày sau khi nhận hàng. Tuy nhiên, giấy phép thông quan nhanh theo mẫu đơn 3461 chỉ được giới hạn đối với một số hàng hóa từ các quốc gia liệt kê dưới đây:

- Hàng hóa nhập khẩu từ Mexico và Canada
- Trái cây, rau quả đến từ Canada hoặc Mexico hay đã được chuyển từ những vùng lân cận đến biên giới hoặc kho chứa hàng trong phạm vi cửa khẩu Hoa Kỳ.
- Hàng hóa được gửi trực tiếp cho các cơ quan Chính phủ.
- Hàng triển lãm.
- Hàng hóa nằm trong quy định mậu dịch giữa Hoa Kỳ và các nước khác.

Đôi khi hàng hóa cũng có thể bị lưu trữ trong thời hạn 10 ngày trước khi được thông quan.

**Hàng lưu kho hải quan:** Trong trường hợp hàng hóa bị giữ lại vì thiếu chứng từ hoặc sai khác về số lượng... thì số hàng này sẽ được lưu giữ trong kho hải quan. Thời gian lưu trữ có thể kéo dài đến 5 năm. Trong thời hạn đó, hàng hóa có thể bị trả về quốc gia nơi xuất phát mà chủ sở hữu không phải trả thuế nhập cảng. Hoặc chủ sở hữu được thông quan hàng nếu hội đủ điều kiện sau khi trả thuế nhập khẩu. Nếu hàng hóa bị thiêu huỷ theo luật dưới sự giám sát của hải quan thì chủ sở hữu không phải chịu thuế nhập khẩu.

Hàng hóa lưu giữ trong kho hải quan có thể được phân loại, tái sắp xếp... cho phù hợp với quy định. Loại hàng hóa mau hỏng, chất gây nổ, dễ bắt lửa, gây cháy, hàng quốc cấm... sẽ không được phép lưu giữ trong kho hải quan, mà phải chuyển đến một nơi an toàn khác.

**Hàng nhập khẩu vô thừa nhận:** Trong vòng 5 ngày khi hàng nhập cảng, nếu chủ sở hữu không nộp đầy đủ hồ sơ hợp lệ, hàng hóa sẽ bị chuyển vào lưu giữ tại kho hải quan. Nếu trong thời hạn 6 tháng, chủ sở hữu không cung cấp đầy đủ hồ sơ cần thiết để thông quan hàng hóa thì số hàng này sẽ được mang bán đấu giá. Hải quan sẽ không chịu trách nhiệm về những thất thoát và hư hỏng đối với hàng hóa. Những loại hàng mau hỏng, chất gây nổ, dễ cháy, hàng cấm, sẽ được bán đấu giá hoặc tiêu huỷ trong thời gian ngắn.

Số tiền thu được khi bán đấu giá sẽ được khấu trừ vào tiền phí lưu kho, thuế, ... Phần còn lại sẽ được hoàn trả lại cho chủ sở hữu nếu người chủ lô hàng nộp đơn khiếu nại trong vòng 10 ngày sau khi hàng được bán ra. Nếu hàng hóa được ước lượng khi phát mãi

không mang lại đủ tổng chi phí trang trải những khoản thuế và tiền lưu kho... thì hàng sẽ được quyết định cho tiêu hủy.

### **1.3 Kiểm tra hàng hóa trước khi thông quan**

Dựa vào việc kiểm tra hàng hóa, hải quan sẽ lượng định chính xác nhiều yếu tố cần thiết trước khi quyết định cho hàng thông quan. Việc kiểm tra sẽ được thực hiện trên cơ sở xác định các thông tin sau:

- Giá trị chính xác của hàng hóa để xác định mức thuế nhập khẩu phải nộp.
- Hàng hóa phải được ghi chú rõ ràng nước xuất xứ và nhãn hiệu theo đúng tiêu chuẩn do hải quan đề ra.
- Không có loại hàng quốc cấm.
- Số lượng phải phù hợp với hoá đơn hàng (số lượng chính xác, không dư hoặc thiếu).
- Không có những loại thuốc gây mê mà chính phủ Hoa Kỳ ngăn cấm.

Để kiểm tra hàng hóa, nhân viên hải quan sẽ chọn một số mẫu hàng trong toàn bộ lô hàng. Đối với thuốc gây mê nói riêng và nhiều mặt hàng đưa vào Hoa Kỳ nói chung bằng đường biển, Hải quan Hoa Kỳ sẽ thực hiện việc kiểm tra tương đối chặt chẽ nhằm hạn chế hàng nhập lậu.

Hàng vải, hàng may mặc là một trong những mặt hàng chịu sự kiểm tra gắt gao của Hải quan Hoa Kỳ do tính chất nhạy cảm của nó trên thương trường.

#### ***Hàng hóa sai biệt (excess goods and shortages)***

Để tạo sự dễ dàng trong việc xác định mức thuế nhập khẩu, hàng hóa nhập khẩu phải được đóng gói theo đúng tiêu chuẩn. Mỗi kiện hàng phải ghi số thứ tự và có nội dung hàng hóa bên trong phù hợp chính xác với hoá đơn.

Nếu nhân viên hải quan phát hiện một trong số những kiện hàng không được ghi rõ, hoặc thiếu đồng nhất với hoá đơn, điều này có nghĩa chủ sở hữu lô hàng đã man trá với luật thuế quan. Như vậy, chủ sở hữu lô hàng sẽ bị phạt và hàng hóa có thể bị tịch thu (xem Luật thương mại 19 U.S.C. 1592).

Nếu nhân viên hải quan phát hiện có sự thiếu hụt về số lượng hàng hóa, họ sẽ điều chỉnh mức thuế quan dựa theo sự thiếu hụt đó.

#### ***Sự thiệt hại hoặc giảm giá trị hàng hóa***

Hàng hóa bị hư hại không còn giá trị thương mại khi đến cảng được nhân viên hải quan liệt vào loại "Không phải hàng nhập khẩu" và sẽ cho miễn thuế.

Khi sự hư hại chỉ ảnh hưởng đến một phần trọng lượng hàng thì thuế nhập khẩu chỉ áp dụng đối với số hàng còn nguyên vẹn, số hàng hư hỏng sẽ được miễn thuế. Những mặt hàng như: trái cây, rau quả, bông hoa tươi... chỉ được giảm thuế sau khi hàng được bốc dỡ từ cảng. Tuy nhiên, chủ sở hữu lô hàng phải xin khấu trừ khoản thuế đối với hàng bị hư

hồng trong thời hạn 96 giờ trước khi di chuyển hàng đi nơi khác. Sắt, thép bị hư hỏng vì rỉ sét, phai màu khi vận chuyển trên biển không được miễn trừ.

#### 1.4 Hoá đơn thương mại

**Hóa đơn thương mại:** là một chứng từ không thể thiếu trong bộ chứng từ giao hàng và là cơ sở quan trọng để xác định trị giá tính thuế nhập khẩu của hàng hóa. Hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ không có hóa đơn thương mại có thể bị hải quan giữ lại. Thông tin trong hóa đơn thương mại không đầy đủ và/hoặc không trung thực và/hoặc không chính xác có thể gây khó khăn và chậm trễ cho người nhập khẩu trong khâu giải phóng hàng hoặc bị phạt tiền hoặc chịu “oan” thêm thuế nhập khẩu. Đối với người xuất khẩu, thông tin không trung thực và/hoặc không chính xác trong hóa đơn thương mại có thể dẫn đến bị hải quan Hoa Kỳ phạt tiền hoặc cấm không cho xuất hàng vào Hoa Kỳ hoặc ghi vào sổ đen để kiểm tra kỹ hơn các lô hàng xuất khẩu sau đó.

Hóa đơn thương mại phải được lập bằng tiếng Anh hoặc có bản dịch tiếng Anh chính xác kèm theo. Một số thông tin yêu cầu (như trình bày dưới đây) có thể được ghi ngay trên hóa đơn hoặc tại phụ lục kèm theo hóa đơn.

Các yêu cầu đối với hóa đơn thương mại của hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ rất nhiều và phức tạp. Những thông tin yêu cầu có trong hóa đơn thương mại vượt quá xa mức bình thường và không cần thiết đối với mục đích khai hải quan và tính thuế nhập khẩu. Yêu cầu này gây khó khăn và tốn kém đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ và mới thâm nhập thị trường như hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam. Thực tế có không ít doanh nghiệp Việt Nam đã phải làm đi làm lại không dưới vài ba lần một hóa đơn thương mại xuất hàng sang Hoa Kỳ.

Nội dung hóa đơn: Luật Thuế quan yêu cầu hóa đơn thương mại phải cung cấp các thông tin sau:

- Tên cửa khẩu hàng đến;
- Tên người mua;
- Tên người bán;
- Mô tả chi tiết sản phẩm: tên thông thường của sản phẩm, cấp hạng hay chất lượng, số hiệu và ký mã hiệu của hàng hóa khi lưu thông trên thị trường nội địa nước xuất khẩu, cùng với số mã hiệu bao gói hàng hóa;
- Số lượng tính theo trọng lượng hoặc kích thước của nước giao hàng hoặc của Hoa Kỳ;
- Giá của từng mặt hàng;
- Loại tiền;
- Các chi phí liên quan ghi rõ từng khoản (nếu có) như: cước phí vận tải quốc tế, phí bảo hiểm, hoa hồng, chi phí bao bì, chi phí container, chi phí đóng gói, và tất cả các chi phí và phí tổn khác (nếu chưa nằm trong các khoản trên) liên quan đến việc đưa hàng từ dọc mạn tàu tại cảng xuất khẩu đến dọc mạn tàu (FAS) tại cảng đến ở Hoa Kỳ. Chi phí đóng gói, bao bì, container và cước phí vận tải nội địa đến cảng xuất khẩu không phải liệt kê nếu như đã nằm trong giá hóa đơn và được chú thích như vậy.
- Giảm giá, chiết khấu;



- Nước xuất xứ hàng hóa;
- Hóa đơn thương mại phải thể hiện rõ có sự “hỗ trợ” của người mua cho việc sản xuất hàng hóa hay không. Nếu có thì phải ghi rõ giá trị (nếu biết) và tên nhà cung cấp. Sự hỗ trợ đó được miễn phí hay trên cơ sở thuê mướn hay phải trả tiền riêng? Nếu phải trả tiền riêng thì gửi kèm hóa đơn. “Hỗ trợ” bao gồm như khuôn đúc, khuôn ép, dụng cụ sản xuất, trống in, chế bản, sơ đồ, bản thiết kế, hỗ trợ tài chính v.v.

Thông tin bổ sung: Theo qui định của Hải quan, có 45 chủng loại hàng hóa đòi hỏi phải có thêm một số thông tin khác (ngoài các thông tin đã liệt kê ở trên) trong hóa đơn thương mại. Ví dụ: đối với chuỗi hạt, hóa đơn thương mại phải cho biết chiều dài sợi dây, kích thước hạt bằng mm, hạt làm bằng chất liệu gì: thủy tinh hay ngà voi hay ngọc trai v.v. Đối với khăn trải bàn hay ga phủ giường, hóa đơn thương mại phải nói rõ có thêu ren, viền, tua và trang trí hay không v.v.

**Hóa đơn riêng:** Mỗi chuyến hàng giao từ một người giao hàng đến một người nhận hàng cần một hóa đơn riêng.

**Hàng giao ghép:** Các hàng hóa do hãng vận tải gom lại để giao cho cùng một người nhận hàng có thể ghi gộp vào một hóa đơn. Các vận đơn hoặc hóa đơn gốc của các hàng hóa đó thể hiện giá đã thực trả hoặc sẽ phải trả phải được gửi kèm với hóa đơn gộp đó.

**Giao hàng nhiều chuyến:** Các chuyến giao hàng thuộc cùng một đơn hàng hoặc hợp đồng từ cùng một người giao đến cùng một người nhận có thể gộp trong cùng một hóa đơn nếu như các chuyến hàng đó được giao bằng bất cứ hình thức vận tải nào tới cảng đến trong vòng không quá 10 ngày liên tục. Hóa đơn gộp này được lập giống như các hóa đơn bình thường khác và chỉ khác ở chỗ là phải tách riêng số lượng, trị giá và các số liệu khác của từng chuyến hàng.

### ***Những lỗi thường gặp khi lập hóa đơn***

- Người bán cho rằng hoa hồng, tiền bản quyền và các loại phí khác không phải chịu thuế nên không ghi vào trong hóa đơn.
- Người xuất khẩu mua hàng từ nhà sản xuất rồi bán lại cho người nhập khẩu Hoa Kỳ và chỉ ghi trên hóa đơn giá họ mua của người sản xuất chứ không ghi giá họ bán cho người nhập khẩu.
- Trị giá nguyên liệu của người nhập khẩu cung cấp cho người xuất khẩu để sản xuất ra hàng hóa không được thể hiện trong hóa đơn.
- Nhà sản xuất nước ngoài gửi hàng thay thế cho một khách hàng ở Hoa Kỳ và chỉ ghi giá thực thu của hàng hóa mà không thể hiện giá đầy đủ trừ đi tiền bồi thường cho hàng hóa khiếm khuyết đã giao trước đây và bị trả lại.
- Người giao hàng nước ngoài bán hàng có chiết khấu nhưng trên hóa đơn chỉ ghi giá thực thu mà không thể hiện số tiền chiết khấu.
- Người xuất khẩu bán hàng theo giá giao hàng (giá gắn với một điều kiện giao hàng nào đó ví dụ như giá CIF chẳng hạn) nhưng chỉ ghi hóa đơn theo giá FOB tại nơi xếp hàng và không ghi những chi phí tiếp theo sau.

- Người giao hàng ghi trên hóa đơn người nhập khẩu là người mua hàng nhưng trên thực tế người nhập khẩu chỉ là đại lý hoa hồng hoặc là bên chỉ nhận một phần tiền bán hàng cho việc làm trung gian của mình.
- Mô tả hàng hóa không rõ ràng, thiếu một số thông tin yêu cầu, gộp nhiều mặt hàng vào cùng một loại v.v.

*Trước khi giao hàng và lập hóa đơn thương mại hoặc thậm chí ngay từ khi thảo luận hợp đồng, người xuất khẩu phải kiểm tra với người nhập khẩu hoặc luật sư hoặc đại lý giao nhận hàng hóa (tốt nhất là với người nhập khẩu) về những thông tin cần ghi trong hóa đơn thương mại. Cẩn thận hơn nữa, người xuất khẩu nên gửi bản thảo hóa đơn thương mại cho người nhập khẩu để kiểm tra và thông qua trước khi lập hóa đơn chính thức.*

### 1.5 Trị giá tính thuế

Khác với Việt Nam và một số nước khác, trị giá hải quan (tức trị giá chịu thuế nhập khẩu) của Hoa Kỳ cơ bản được dựa trên trị giá giao dịch mà người mua đã thực trả hoặc sẽ phải trả cho người bán.

Những chi phí sau đây không được coi là trị giá giao dịch để áp thuế nhập khẩu nếu được tách bạch trên hóa đơn bán hàng:

- Cước phí vận tải quốc tế và phí bảo hiểm;
- Cước phí vận tải nội địa từ nhà máy đến cảng ở nước xuất khẩu nếu giao hàng được thực hiện bằng một vận đơn thông suốt cho toàn bộ lộ trình chuyên chở;
- Chi phí hợp lý cho việc xây lắp, lắp ráp, duy tu và trợ giúp kỹ thuật đối với hàng hóa sau khi đã nhập khẩu vào Hoa Kỳ hoặc chi phí vận tải hàng hóa sau nhập khẩu;
- Các loại thuế nhập khẩu và thuế liên bang khác.

Ngược lại, những chi phí sau đây (nếu có và chưa nằm trong giá mà người mua đã trả hoặc sẽ phải trả cho người bán) sẽ được cộng vào trị giá giao dịch để tính thuế nhập khẩu:

- Các chi phí đóng gói hàng hóa mà người mua phải chịu;
- Hoa hồng bán hàng mà người mua phải chịu (hoa hồng người mua trả cho đại lý của người bán hoặc của nhà sản xuất);
- Phí bản quyền hoặc lixăng mà người mua phải trả như là một điều kiện của hợp đồng;
- Các khoản tiền phải trả cho người bán xuất phát từ việc bán lại hoặc sử dụng hàng hóa nhập khẩu;
- Trị giá hỗ trợ của người nhập khẩu dành cho nhà xuất khẩu: Trong thực tế có nhiều trường hợp người nhập khẩu cung cấp dụng cụ, khuôn mẫu, nguyên liệu hoặc linh kiện hoặc các mặt hàng khác với giá hạ hoặc miễn phí cho người xuất khẩu để sử dụng sản xuất ra hàng hóa. Các thông số kỹ thuật và các bản vẽ thiết kế không phải được làm ở Hoa Kỳ được người nhập khẩu cung cấp cho người xuất khẩu cũng coi là những trợ giúp và trị giá của nó được cộng vào thành trị giá hải quan.

Như vậy, trị giá tính thuế nhập khẩu có thể khác với giá mà người mua và người bán đã thoả thuận. Trong trường hợp Hải quan xác định trị giá giao dịch thể hiện trên chứng từ mua bán không phải là giá đầy đủ hoặc có yếu tố giá nào đó không xác định được thì Hải quan sẽ sử dụng các phương pháp định giá khác để tính trị giá tính thuế nhập khẩu. Các phương pháp này xếp theo thứ tự ưu tiên sử dụng gồm: trị giá giao dịch của hàng hóa cùng loại hoặc tương tự, trị giá khấu trừ và trị giá tính toán.

## **2. Quản lý nhập khẩu thực phẩm**

Tất cả các loại thực phẩm sản xuất trong nước và nhập khẩu đều phải chịu sự điều tiết của các Luật Liên bang về Thực phẩm, Dược phẩm và Hoa Kỳ (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act -FDCA), Luật về Bao bì và Nhãn hàng (Fair Packaging and Labeling Act - FPLA), và một số phần của Luật về Dịch vụ Y tế (PHSA).

Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA) chịu trách nhiệm quản lý nhà nước về nhập khẩu thực phẩm vào Hoa Kỳ. Các quy định của FDA về nhập khẩu thực phẩm rất nhiều và chặt chẽ. Ngoài các qui định của FDA, có thể có các quy định riêng của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) và/hoặc Cục Nghề cá Hoa Kỳ (NMFS) đối với một số mặt hàng nông thủy sản cụ thể.

Bên cạnh đó, FDA cũng thực thi rất nhiều quy định khác liên quan đến lưu thông hàng hóa giữa các bang, việc thử nghiệm hàng trước khi đưa vào lưu thông thương mại v.v.

Theo luật, thực phẩm nhập khẩu thuộc quyền quản lý của FDA sẽ phải được FDA kiểm tra tại cảng đến trước khi được phép nhập khẩu vào thị trường. Nếu hàng đến bị phát hiện không phù hợp với những quy định hiện hành, thì có thể bị giữ lại tại cửa khẩu. FDA có thể cho phép tái chế lô hàng cho phù hợp trước khi có quyết định cuối cùng cho phép nhập lô hàng. Tuy nhiên, mọi công việc tuyển lựa lại, tái chế, hoặc làm lại nhãn hàng phải được tiến hành dưới sự giám sát của nhân viên FDA. Mọi chi phí liên quan do người nhập khẩu chịu. Nếu hàng đã được tái chế hoặc làm lại nhãn mà vẫn không đạt yêu cầu thì FDA sẽ yêu cầu tái xuất hoặc tiêu hủy.

Việc cho phép tái chế hàng là ưu đãi mà FDA có thể giành cho người nhập khẩu chứ không phải quyền đương nhiên các nhà nhập khẩu được hưởng. Vì vậy, nếu người nhập khẩu tiếp tục có các chuyến hàng tương tự không phù hợp, thì sẽ có nguy cơ bị FDA coi là lạm dụng ưu đãi và sẽ không tiếp tục cho phép người nhập khẩu tái chế hàng. Thay vào đó, FDA sẽ yêu cầu người nhập khẩu hủy hoặc tái xuất khẩu lô hàng.

Các nhà xuất khẩu nước ngoài nếu nhiều lần vi phạm xuất hàng không đủ tiêu chuẩn vào Hoa Kỳ cũng dễ bị FDA đưa vào diện Cảnh báo Nhập khẩu và hàng của họ sẽ bị FDA tự động giữ lại hoặc kiểm tra chặt chẽ hơn. Hơn nữa, nếu các nhà xuất khẩu nước ngoài giao hàng không đủ tiêu chuẩn và/hoặc đúng với các qui định của FDA, và hàng bị từ chối nhập khẩu vào thị trường sẽ gây tổn hại kinh tế và phiền toái cho người nhập khẩu. Trong trường hợp này, người xuất khẩu không những phải bồi thường tổn hại cho người nhập khẩu mà còn có nguy cơ mất khách hàng.

Dưới đây là tóm tắt một số qui định của Luật FDCA, và một số qui định dưới luật của FDA liên quan đến nhập khẩu thực phẩm vào Hoa Kỳ. Ngoài các qui định chung đối với



nhập khẩu thực phẩm được nêu trong mục này, các nhà xuất khẩu cần phải tìm hiểu thêm những quy định riêng có thể có đối với từng mặt hàng. Các nhà xuất khẩu cũng có thể và nên liên hệ với các cơ quan quản lý Hoa Kỳ liên quan đến sản phẩm của mình để biết thêm các chi tiết cụ thể.

**Luật về Thực phẩm, Dược phẩm và Hoa Kỳ phẩm:** FDCA là luật bao quát nhất về thực phẩm tại Hoa Kỳ. Nếu muốn nhập khẩu thực phẩm vào Hoa Kỳ, cần phải làm quen với các điều khoản của luật này. Dưới đây là những mục đích và yêu cầu cơ bản của Luật FDCA áp dụng cho cả thực phẩm sản xuất trong nước cũng như nhập khẩu từ nước ngoài vào Hoa Kỳ.

**Bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng:** Thực phẩm làm giả, kém phẩm chất được coi là bất hợp pháp và không được phép tiêu thụ và nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Mặt hàng thực phẩm bị coi là hàng giả kém phẩm chất trong các trường hợp sau:

- (1) Có tạp chất độc hoặc có khả năng gây hại lẫn vào trong quá trình sản xuất hoặc chế biến hoặc tự nhiên phát sinh;
- (2) Có chứa chất phụ gia mà trước khi đưa vào sử dụng FDA đã xác định là không an toàn;
- (3) Có dư lượng thuốc trừ sâu không được phép sử dụng, hoặc vượt quá mức theo quy định của Cơ quan Bảo vệ Môi trường (EPA);
- (4) Dùng các chất phẩm màu không được FDA chứng nhận;
- (5) Có thành phần bị coi là bản, ôi thiu, bị phân hủy;
- (6) Sản phẩm từ động vật có bệnh hay chết không phải do giết mổ;
- (7) Sản phẩm được chế biến, đóng gói, hoặc lưu giữ trong điều kiện không vệ sinh mà có thể bị ô nhiễm do bản hoặc gây hại cho sức khỏe;
- (8) Hàng đựng trong vật liệu bao bì có chứa chất độc hoặc chất có hại. Một số vật liệu bao bì được coi là chất phụ gia và phải tuân theo các quy định về chất phụ gia.

**Bảo vệ quyền lợi kinh tế của người tiêu dùng:** Không được che dấu dưới bất kỳ hình thức nào về những hư hỏng hay kém chất lượng có trong thực phẩm. Nhãn hàng thực phẩm không được có các nội dung giả mạo hoặc gây hiểu lầm hoặc không ghi các thành phần theo quy định của pháp luật. Một loại thực phẩm này không được bán dưới tên một loại thực phẩm khác. Không được loại hoặc tách bỏ một phần hoặc toàn bộ một chất được coi là thành phần có giá trị của một loại thực phẩm, và không được dùng bất kỳ chất nào khác để thay thế. Các hộp đựng thực phẩm không được làm, tạo hình hoặc đóng gói để có thể gây hiểu sai lệch. Tất cả những quy định nói trên của luật là nhằm đảm bảo cho người mua và người tiêu dùng biết được giá trị đích thực của hàng hóa.

**Thông tin trên nhãn hàng:** Luật quy định rằng các thông tin trên nhãn hàng phải được ghi rõ ràng để người tiêu thụ bình dân có thể đọc và hiểu được trong điều kiện mua và sử dụng thông thường.

Nếu nhãn hàng có ghi bằng tiếng nước ngoài thì trên nhãn đó vẫn phải ghi cả bằng tiếng Anh tất cả các thông tin theo quy định. Tất cả thực phẩm nhập khẩu phải ghi bằng tiếng Anh tên nước xuất xứ. Điều luật 21CFR101 quy định chi tiết về kích cỡ và thể loại, vị trí, v.v. của các thông tin ghi trên nhãn hàng.

**Thông tin về dinh dưỡng:** Nhãn hàng thực phẩm phải có thông tin về dinh dưỡng nhằm giúp cho người tiêu dùng lựa chọn thực phẩm phù hợp và tốt cho sức khỏe của mình. Điều luật 21CFR phần 101 quy định rất cụ thể và đầy đủ các thông tin cần có trên nhãn hàng. Đối với một số sản phẩm hay nhóm sản phẩm đặc biệt còn có thêm các quy định riêng. Các quy định về ghi thành phần dinh dưỡng đã được sửa đổi bổ sung đầy đủ hơn năm 1993. Những điều khoản và yêu cầu mới có hiệu lực từ 8/5/1994.

Ví dụ nhãn cung cấp thông tin về dinh dưỡng:

<b>Nutrition Facts</b>			
Serving Size 1 cup (228g)		Dietary Fiber 0g <b>0%</b>	
Serving Per Container 2		Sugars 5g	
<b>Amount Per Serving</b>		<b>Protein 5g</b>	
<b>Calories 250</b> Calories from Fat 110		Vitamin A <b>4%</b>	
		Vitamin C <b>2%</b>	
		Calcium <b>20%</b>	
		Iron <b>4%</b>	
<b>% Daily Value*</b>		* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
<b>Total Fat 12g</b>	<b>18%</b>	Calories:	2,000      2,500
Saturated Fat 3g	<b>15%</b>	Total Fat	Less than 65g      80g
Trans Fat 1.5g		Sat Fat	Less than 20g      25g
<b>Cholesterol 30mg</b>	<b>10%</b>	Cholesterol	Less than 300mg      300mg
<b>Sodium 470mg</b>	<b>20%</b>	Sodium	Less than 2,400mg      2,400mg
<b>Total Carbohydrate 31g</b>	<b>10%</b>	Total Carbohydrate	300g      375g
		Dietary Fiber	25g      30g

**Thực phẩm ăn kiêng:** Đối với thực phẩm cho người ăn kiêng đặc biệt có các yêu cầu ghi nhãn riêng. Các thực phẩm có yêu cầu đặc biệt chống nhiễm bệnh, chữa bệnh, giảm đau, hoặc chẩn đoán bệnh cần phải phù hợp với các điều khoản của luật FDCA. Người nhập khẩu cần tham khảo các quy định chi tiết theo phần 403(j), 411, 412 của luật trước khi nhập khẩu thực phẩm dành cho ăn kiêng.

**Điều kiện vệ sinh:** FDCA quy định thực phẩm phải được chế biến tại các cơ sở đảm bảo vệ sinh, không nhiễm bẩn (ví dụ: lông chuột, phân, xác và phân côn trùng, ký sinh trùng). Thực phẩm bị bẩn được coi là hàng kém phẩm chất, bất kể nó có hại cho sức khỏe hay không và các phòng thí nghiệm giám định có phát hiện ra các chất bẩn này hay không. Luật pháp không cho phép lưu thông các loại hàng bất hợp pháp bất kể nguồn gốc từ đâu. Người nhập khẩu phải đảm bảo các sản phẩm của mình phải được đóng gói và vận chuyển sao cho không bị giảm phẩm chất do bị hư hỏng hoặc bị ô nhiễm trên đường vận chuyển. Nếu bị phát hiện nhiễm bẩn khi đến cảng lô hàng sẽ bị thu giữ. Nếu hàng bị nhiễm bẩn sau khi đã làm thủ tục hải quan và dỡ hàng, lô hàng đó cũng sẽ bị tịch thu hoặc thu hồi như đối với các lô hàng sản xuất trong nước.

Chi tiết các tiêu chuẩn vệ sinh của FDA đối với các cơ sở, phương tiện liên quan đến thực phẩm được công bố trong Current Good Manufacturing Practice Regulations. Trang web của FDA đăng tải đầy đủ các thông tin về các yêu cầu này.

**Các mức xử lý đối với thực phẩm có khuyết tật:** Không có các qui định cụ thể về độ bẩn cho phép trong thực phẩm. FDCA coi thực phẩm bị kém phẩm chất nếu trong thực phẩm có chất bị nhiễm bẩn, bị phân huỷ, thối rữa toàn bộ hoặc từng phần. Tuy nhiên, sản phẩm không bị coi là có chất bẩn, nếu các tạp chất này ở dưới mức tối thiểu sau khi đã dùng mọi biện pháp phòng trừ. FDA quy định các mức xử lý đối với khiếm khuyết trong thực phẩm qua mức độ nhiễm bẩn để quản lý an toàn thực phẩm. Các mức này được quy định sao cho không gây hại sức khoẻ và có thể được FDA thay đổi. Bất kỳ sản phẩm nào có thể gây hại cho người tiêu dùng, hoặc được sản xuất trong điều kiện vi phạm các quy định của Current Good Manufacturing Practice Regulations đều sẽ bị xử lý, dù cho có vượt quá mức khiếm khuyết cho phép hay không. Trang web của FDA cung cấp đầy đủ các thông tin về lĩnh vực này.

**Dư lượng thuốc trừ sâu trong các nông sản thô:** "Nông sản thô" là bất kỳ thực phẩm nào ở dạng thô và tự nhiên, bao gồm hoa quả, rau, hạt, củ,... chưa qua chế biến. Các thực phẩm đã được rửa, nhuộm phẩm màu, phủ sáp, hoặc đã được xử lý như thế nào đó ở dạng tự nhiên, chưa bóc vỏ, cũng được coi là chưa qua chế biến. Giới hạn cho phép (tolerance) các dư lượng thuốc trừ sâu đối với các sản phẩm cụ thể do Cơ quan Bảo vệ Môi trường (EPA) quy định, huỷ bỏ hoặc thay đổi tùy theo khả năng có thể xác định các giới hạn này. Phần 408 của luật FDCA liệt kê các giới hạn đang hiện hành. Nông sản thô có dư lượng thuốc trừ sâu bị coi là vi phạm luật FDCA, trừ khi: (1) các hóa chất trừ sâu đã được loại trừ ra khỏi danh mục kiểm tra dư lượng; hoặc (2) dư lượng không vượt quá giới hạn cho phép đối với thực phẩm đó.

Thực phẩm chế biến có chứa bất kỳ dư lượng thuốc trừ sâu nào không được loại trừ hoặc chưa có giới hạn nào được quy định đều bị coi là hàng kém phẩm chất. Nếu đã có một giới hạn, dư lượng thuốc trừ sâu không bị coi là làm ảnh hưởng đến phẩm chất của sản phẩm ăn liền, nếu dư lượng này không vượt quá giới hạn cho phép đối với nông sản thô đó. Trong trường hợp nhập khẩu thực phẩm có thể còn dư lượng thuốc trừ sâu, người nhập khẩu cần liên hệ với Division of Regulatory Guidance của FDA về các giới hạn thuốc trừ sâu cho phép.

### **Luật Bảo vệ Chất lượng Thực phẩm (FQPA) 1996**

Luật này đặt ra các tiêu chuẩn chặt chẽ về dư lượng thuốc trừ sâu trong tất cả các loại thực phẩm để bảo vệ sức khỏe con người. Luật sử dụng nguyên tắc "các chuẩn mực hợp lý không gây nguy hại" làm tiêu chuẩn an toàn chung. FDA có thể phạt dân sự đối với các vi phạm giới hạn cho phép. Theo điều khoản "quyền được biết", Luật công nhận quyền của các bang được yêu cầu cảnh báo hoặc phải ghi trên nhãn là thực phẩm có dùng thuốc trừ sâu. Luật FQPA có ảnh hưởng tới 2 luật liên bang chính mà EPA lấy làm căn cứ để quản lý dư lượng thuốc trừ sâu. Hai luật đó là Luật về thuốc trừ sâu (Federal Insecticide, Fungicide and Rodenticide Act - FIFRA) và Luật liên bang và thực phẩm, dược phẩm, và Hoa Kỳ phẩm (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - FDCA).

**Phụ gia thực phẩm:** Theo luật FDCA bất kỳ chất nào được sử dụng trong sản xuất, chế tạo, đóng gói, chế biến, xử lý, bao gói, vận chuyển, hoặc lưu giữ thực phẩm, đều có thể được coi là phụ gia thực phẩm. Các chất được loại trừ bao gồm:

- (1) các chất được các chuyên gia công nhận là an toàn;

- (2) các chất được sử dụng phù hợp với phê chuẩn trước đó của FDA theo Luật Kiểm tra Sản phẩm Gia cầm (Poultry Products Inspection Act - PPIA), hoặc Luật Kiểm tra Thịt (Meat Inspection Act - MIA);
- (3) hóa chất trừ sâu có trong hoặc trên nông sản thô;
- (4) phụ gia màu; hoặc
- (5) các loại thuốc thú y mới. Các mục 3, 4, 5 được loại trừ khỏi điều luật này vì chúng chịu sự điều tiết của những yêu cầu về an toàn tương tự được quy định trong các điều khác của Luật.

Nếu người nhập khẩu hoặc xuất khẩu nước ngoài không chắc chắn là các hóa chất hoặc các thành phần có trong thực phẩm của mình có phải tuân thủ những yêu cầu an toàn đối với phụ gia thực phẩm hay không, thì có thể liên hệ với FDA để hỏi. Các nguyên tắc chung để chuẩn bị nội dung hỏi về phụ gia thực phẩm được quy định trong điều luật 21CFR171. Việc phê chuẩn của FDA trước khi đưa ra thị trường đối với chất phụ gia được tiến hành qua các nghiên cứu và thí nghiệm khoa học. Khi FDA phê duyệt trước khi đưa hàng vào lưu thông trên thị trường đối với một chất phụ gia, FDA cũng đồng thời đưa ra các quy định cho phép và giới hạn sử dụng chất phụ gia đó trong thực phẩm. Một chất được phép sử dụng theo các quy định về phụ gia thực phẩm vẫn phải tuân thủ tất cả các quy định chung của Luật FDCA.

Quy định về phụ gia thực phẩm (21CFR180) liệt kê các thực phẩm được phép dùng, và liều lượng được dùng chất ngọt nhân tạo. Nếu sản phẩm có dùng chất ngọt nhân tạo thì phải ghi trên nhãn hàng là thực phẩm ăn kiêng đặc biệt. Các sản phẩm có dùng chất saccharine cần có lời ghi cảnh báo: "sử dụng sản phẩm này có thể nguy hiểm cho sức khỏe. Sản phẩm này có chứa saccharine được thí nghiệm trên động vật là có thể gây ung thư". Muốn biết thêm thông tin về phụ gia thực phẩm, đề nghị liên hệ FDA.

### ***Tiêu chuẩn thực phẩm***

Quy định 21CFR 103-169 nêu chi tiết các tiêu chuẩn thực phẩm của FDA. Tiêu chuẩn về phân biệt sản phẩm (standards of identify) định nghĩa các loại thực phẩm, xác định tên gọi, các thành phần và các yêu cầu về nhãn mác. Tiêu chuẩn về chất lượng (standards of quality) là các tiêu chuẩn tối thiểu về chất lượng trên mức yêu cầu theo luật FDCA. Không nên lẫn lộn các tiêu chuẩn chất lượng của FDA với các phẩm cấp sản phẩm nông nghiệp của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) và các phẩm cấp thủy sản của Bộ Nội vụ (USDI). Tiêu chuẩn đóng đầy container (fill-of-container standards) qui định phải đóng đầy đến mức nào và cách đo như thế nào.

Nếu nhập khẩu một loại thực phẩm đã có tiêu chuẩn phân biệt sản phẩm được ban hành, thì phải tuân theo mọi quy cách nêu trong tiêu chuẩn đó. Nếu thực phẩm nhập khẩu không đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng và tiêu chuẩn đóng đầy, bạn cần ghi trên nhãn hàng là hàng thấp hơn tiêu chuẩn (substandard). FDA không yêu cầu ghi phẩm cấp của USDA hoặc USDI trên nhãn hàng thực phẩm, nhưng nếu trên nhãn hàng có ghi các phẩm cấp này thì sản phẩm phải phù hợp với các quy cách của phẩm cấp đó. Điều kiện "Fancy" hoặc "Grade A" chỉ được ghi trên nhãn hàng của các sản phẩm thoả mãn các quy cách của USDA đối với phẩm cấp đó. Muốn biết thêm thông tin, đề nghị liên hệ FDA.



### ***Cảnh báo nhập khẩu và tự động giữ hàng***

FDA đã áp dụng hình thức “Cảnh báo nhập khẩu” để cung cấp thông tin và cảnh báo cho các nhân viên của mình ở các cửa khẩu về một số loại sản phẩm có nguy cơ gây hại nhằm quản lý chặt chẽ hơn nhập khẩu. Trong một số trường hợp, các sản phẩm bị nêu trong Cảnh báo nhập khẩu có thể tự động bị giữ lại tại cảng đến, và không được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ cho đến khi người giao hàng hoặc người nhập khẩu chứng minh là sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn của FDA.

Việc tự động giữ hàng tại cảng đến mà không cần giám định hàng thường chỉ căn cứ vào tiền sử trong quá khứ và/hoặc dựa trên các nguồn thông tin khác là sản phẩm có thể gây hại hoặc vi phạm các quy định của FDA. Đôi khi FDA đưa tất cả các sản phẩm nhập khẩu từ một nước hay một vùng nào đó của một nước vào hệ thống tự động giữ hàng khi nhận thấy các vi phạm an toàn thực phẩm có tính chất phát triển theo khu vực địa lý. Việc thu giữ tự động theo kiểu này ít khi xảy ra, và chỉ được áp dụng nếu mọi phương cách giải quyết vấn đề đều không mang lại kết quả.

Cảnh báo và tự động giữ hàng đã từng xảy ra. Đồ gốm sứ dùng đựng đồ ăn thức uống từ ít nhất 8 nước đã bị tự động giữ lại tại cảng đến do có thể bị nhiễm chất chì. Cá Kiếm từ tất cả các nước đã bị tự động giữ lại do nhiều lần phát hiện có nồng độ thủy ngân cao. Nấm đóng hộp từ Trung Quốc bị tự động giữ lại do phát hiện có chứa khuẩn cầu (staphylococcal) đã nhiều lần gây ngộ độc thực phẩm ở Trung Quốc.

Những thông tin cảnh báo nhập khẩu có trên trang web của FDA ([www.fda.gov](http://www.fda.gov)). Muốn biết thêm các thông tin và giải đáp các câu hỏi liên quan đến tự động giữ hàng, Cảnh báo Nhập khẩu, hoặc các bản tin về chính sách nhập khẩu, đề nghị liên hệ với Division of Import Operation (DIOP) của FDA, HFC-170, 5600 Fisher Lane, Rockville, MD 20857.

### ***Kiểm tra trước hàng hóa***

Về nguyên tắc, FDA không phân tích sản phẩm nhập khẩu trước khi hàng đến cảng để cho chủ hàng biết sản phẩm có đảm bảo tiêu chuẩn nhập khẩu theo qui định của pháp luật vào Hoa Kỳ hay không. Để tránh rủi ro hàng đến cảng nhưng không được FDA cho phép nhập khẩu vào thị trường do không đáp ứng được các yêu cầu của pháp luật, chủ hàng có thể thuê một công ty tư nhân thông thạo luật lệ của FDA để phân tích sản phẩm trước khi ký hợp đồng.

FDA cũng sẽ không cho chủ hàng biết trước nhãn hàng (label) trên hàng hóa có đảm bảo các yêu cầu của pháp luật hay không. Có rất nhiều yêu cầu về thông tin ghi trên nhãn mác của sản phẩm; do vậy, đối với những sản phẩm lần đầu nhập khẩu vào Hoa Kỳ, chủ hàng chưa có kinh nghiệm có thể phải sử dụng các chuyên gia tư vấn trong lĩnh vực này.

Để tránh tranh chấp xảy ra giữa người xuất khẩu và người nhập khẩu trong trường hợp hàng đến cảng không đáp ứng các yêu cầu của pháp luật và bị từ chối nhập khẩu hoặc phải tái chế, trong hợp đồng xuất nhập khẩu cần phải qui định rõ và chi tiết về qui cách, chất lượng, và ghi nhãn hàng hóa. Để đảm bảo lợi ích của người xuất khẩu, trong hợp đồng cũng nên có qui định người xuất khẩu được miễn trách trong trường hợp hàng giao đúng với hợp đồng nhưng vẫn bị FDA từ chối không cho phép nhập khẩu vào thị trường.

### ***Kiểm nghiệm và cho phép trước khi đưa hàng vào lưu thông trên thị trường***

Luật FDCA và PHSA yêu cầu các nhà sản xuất, đối với một số sản phẩm tiêu dùng nhất định, trước khi đưa vào lưu thông trên thị trường phải chứng minh là đáp ứng các yêu cầu của luật pháp về an toàn, hiệu quả, và có nhãn phù hợp. Các chất đưa vào chế biến thực phẩm phải "được coi là an toàn", "được thừa nhận" hoặc được phê duyệt phù hợp các quy định của FDA, dựa trên các số liệu khoa học. Mẫu các chất phẩm mẫu phải được kiểm nghiệm và chứng nhận tại các phòng thí nghiệm của FDA. Dư lượng các hóa chất trừ sâu trong thực phẩm không được vượt quá tỷ lệ an toàn theo quy định của Cơ quan Bảo vệ Môi trường (EPA) và theo sự quản lý của FDA. Các yêu cầu kiểm tra trước khi đưa vào lưu thông trên thị trường này, là dựa trên các dữ liệu khoa học do các nhà sản xuất cung cấp và được các nhà khoa học của Chính phủ Hoa Kỳ xem xét và chấp thuận.

### ***Lưu thông hàng hóa giữa các bang***

Có thể có hàng thực phẩm nhập khẩu nào đó vi phạm các quy định theo luật pháp Hoa Kỳ lọt được vào thị trường không qua kiểm tra của FDA (*trong thực tế FDA chỉ kiểm tra xác xuất chứ không kiểm tra toàn bộ lô hàng*). Điều này không có nghĩa là lô hàng đó trở thành hợp pháp theo luật Hoa Kỳ. Việc đưa một lô hàng thực phẩm vi phạm các quy định của luật pháp vào lưu thông tại Hoa Kỳ có thể mang lại nhiều hậu quả nghiêm trọng. FDA định kỳ kiểm tra các cơ sở sản xuất, phân phối và các mặt hàng thực phẩm đang lưu thông phân phối giữa các bang, để đảm bảo phù hợp với các quy định của Luật FDCA. Người vi phạm các quy định của Luật FDCA sẽ bị phạt tiền hoặc bị tù. Các sản phẩm bị phát hiện vi phạm sẽ bị thu hồi ngay lập tức hoặc bị tòa án tịch thu.

Việc thu hồi lô hàng vi phạm có thể là tự nguyện, hoặc có thể theo lệnh của FDA. Người kinh doanh có thể tự đề nghị thu hồi sản phẩm bằng cách liên hệ với văn phòng FDA gần nhất. Các hướng dẫn về trách nhiệm của người sản xuất và các thủ tục đối với việc thu hồi hàng hóa có thể xem trong điều luật 21 CFR7. Tuy nhiên, người vi phạm tự nguyện thu hồi sản phẩm không có nghĩa là được miễn trách đối với vi phạm đó.

Tịch thu hàng là một hành vi của tòa án dân sự để đưa hàng đó ra khỏi lưu thông phân phối. Nếu hàng bị tịch thu, người kinh doanh có thể:

- (1) Từ bỏ hàng để tòa án tùy ý giải quyết;
- (2) Khiếu kiện việc tịch thu của chính phủ (tức là khởi kiện một vụ án); hoặc
- (3) Yêu cầu được phép sửa chữa, tái chế hàng để phù hợp với quy định.

Hàng hóa bị tịch thu sẽ không được sửa đổi, di chuyển, hoặc sử dụng mà không được phép của tòa án. Đồng thời người kinh doanh phải chịu trách nhiệm đối với các chi phí phát sinh do hàng bị tịch thu.

### **Phẩm màu thực phẩm**

Phẩm màu thực phẩm có thể là thuốc nhuộm, chất nhuộm, hoặc các chất khác, được sản xuất tổng hợp hay bào chế từ thực vật, động vật, khoáng sản, hoặc các nguồn khác mà tạo ra màu khi được trộn vào hoặc phủ trên thực phẩm. Thực phẩm chứa các chất phẩm màu



chưa được xác nhận là an toàn đối với một mục đích sử dụng nhất định theo các điều kiện của FDA thì bị coi là giả, kém phẩm chất theo Luật FDCA. Danh mục các chất phẩm màu đã được phê duyệt và các điều kiện sử dụng an toàn, trong đó có nêu cả liều lượng sử dụng, được nêu trong điều luật 21 CFR 73, 74 và 81.

Trừ những trường hợp được phép đặc biệt, tất cả các loại phẩm màu phải được FDA kiểm tra và chứng nhận trước khi đưa vào chế biến thực phẩm. Việc chứng nhận của FDA không giới hạn riêng đối với các nhà sản xuất Hoa Kỳ. FDA có thể xem xét chứng nhận theo yêu cầu của nhà sản xuất nước ngoài, nếu có đơn yêu cầu chứng nhận của người sản xuất nước ngoài hoặc của người đại diện tại Hoa Kỳ. Việc chứng nhận chất phẩm màu do một cơ quan nước ngoài tiến hành không được chấp nhận thay thế cho chứng nhận của FDA. Nếu cần, người kinh doanh có thể gửi yêu cầu chứng nhận phẩm màu hay yêu cầu cung cấp thông tin liên quan đến thủ tục chứng nhận cho Phòng kỹ thuật màu (Division of Color Technology) thuộc FDA.

### **Thực phẩm đóng hộp**

Các cơ sở sản xuất và xuất khẩu nước ngoài nếu muốn xuất khẩu các loại thực phẩm đóng hộp có hàm lượng axit thấp và thực phẩm axit hóa phải đăng ký và thông báo với FDA về qui trình sản xuất đối với từng loại sản phẩm của mình trước khi giao hàng sang Hoa Kỳ, nếu không hàng đến cảng sẽ không được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Sau khi đăng ký, FDA sẽ cấp cho cơ sở sản xuất Số Đăng ký Cơ sở Đóng hộp Thực phẩm (FCE No) và ghi tên cơ sở trong danh sách các cơ sở nước ngoài đã đăng ký với FDA. Các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ có thể yêu cầu FDA cung cấp danh sách này để họ liên hệ hoặc có căn cứ để ký hợp đồng nhập khẩu.

Tuy nhiên, hàng thuộc diện phải đăng ký theo qui định này vẫn phải chịu sự kiểm tra của FDA tại cảng đến Hoa Kỳ theo Luật FDCA trước khi được phép nhập khẩu vào thị trường.

Thực phẩm đóng hộp có hàm lượng axit thấp là những sản phẩm như đậu xanh, nấm, và cá ngừ được đóng trong hộp hàn kín có độ pH lớn hơn 4,6 và hoạt nước (water activity) lớn hơn 0,85. Thực phẩm được axit hóa là các loại thực phẩm có hàm lượng axit thấp được bổ xung axit để giảm độ pH xuống 4,6 hoặc thấp hơn. Trong trường hợp cơ sở sản xuất không rõ sản phẩm của mình có phải là sản phẩm có hàm lượng axit thấp hoặc axit hóa hay không thì có thể viết thư hỏi FDA theo địa chỉ: Regulatory Food Processing and Technology Branch (HFS 617), 200 C Street, SW, Washington, DC. 20204.

Mục đích của việc đăng ký này là nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm tránh tác hại của các loại vi khuẩn gây hại hoặc các độc tố của chúng, đặc biệt là loại khuẩn C (C botulinum) có thể gây chết người. Thực phẩm đóng hộp có hàm lượng axit thấp là môi trường rất thuận lợi cho khuẩn C phát triển. Thực phẩm được chế biến theo những phương pháp và qui trình thích hợp sẽ tránh được sự phát triển của loại khuẩn này. Theo FDA, khi sản phẩm được axit hóa đến độ pH 4,6 hoặc thấp hơn thì có thể đảm bảo ngăn chặn được sự phát triển của khuẩn C.

Các cơ sở sản xuất nước ngoài có thể tiến hành đăng ký trực tiếp với FDA bằng cách điền các thông tin vào các biểu mẫu của FDA và gửi đến cho FDA hoặc uỷ nhiệm cho người nhập khẩu tại Hoa Kỳ đăng ký với FDA. Trong trường hợp uỷ nhiệm cho đại diện tại Hoa Kỳ đăng ký thì trong bộ hồ sơ đăng ký gửi FDA phải kèm theo thư uỷ nhiệm đăng ký của cơ sở sản xuất nước ngoài. FDA khuyến nghị các cơ sở sản xuất trực tiếp điền các biểu mẫu đăng ký vì đôi khi đại lý không hiểu hết qui trình sản xuất của cơ sở. Trong trường hợp các biểu mẫu do đại lý điền thì cơ sở sản xuất phải kiểm tra và chuẩn y các thông tin điền trong các biểu mẫu trước khi gửi đến cho FDA.

Mẫu đăng ký cơ sở sản xuất số FDA 2541, và các mẫu báo cáo qui trình sản xuất số FDA 2541a (đối với tất cả các phương pháp trừ hệ thống đóng gói axit thấp vô trùng) và số FDA 2541c (đối với hệ thống đóng gói axit thấp vô trùng) có thể in từ trang web của FDA tại địa chỉ: . Các cơ sở cũng có thể gửi email cho Cơ quan đăng ký LACF, (HFS-618), Regulatory Food Processing and Technology Branch, Division of HACCP programs, Center for Food Safety and applied Nutrition, địa chỉ: 200 C Street, SW, Washington, DC 20204 để yêu cầu cơ quan này gửi các mẫu biểu đăng ký qua đường bưu điện.

Các nhà chế biến và xuất khẩu thực phẩm có hàm lượng axit thấp hoặc axit hóa có thể tránh được bị chậm trễ trong khâu làm thủ tục nhập khẩu vào Hoa Kỳ bằng cách đảm bảo trong hóa đơn, manifest tàu và các chứng từ giao hàng khác có các thông tin sau:

- Tên và địa chỉ của cơ sở chế biến như đã đăng ký với FDA;
- Số đăng ký với FDA của cơ sở;
- (Các) mã số (SID) của (các) mẫu biểu đăng ký qui trình sản xuất liệt kê (các) qui trình đã đăng ký với FDA cho sản phẩm liên quan;
- Tên sản phẩm, hình thức hoặc kiểu, và môi trường đóng gói (như in trên nhãn hộp và liệt kê trên mẫu đăng ký). Ví dụ như: Mushroom (sliced) in butter sauce hoặc Tuna (chunk type) in oil;
- Ghi cả tên tiếng Anh và không phải tiếng Anh (nếu có) giống như trên nhãn hàng;
- Loại hộp đựng;
- Kích thước hộp đối với từng loại hoặc cỡ hộp tính bằng inch và 1/16 inch.

### 3. Chính sách thuế, thuế suất và phí

Biểu thuế nhập khẩu (hay còn gọi là biểu thuế quan) HTS hiện hành của Hoa Kỳ được ban hành trong Luật Thương mại và Cạnh tranh Omnibus năm 1988 và có hiệu lực từ 1 tháng 1 năm 1989. Hệ thống thuế quan (thuế nhập khẩu) của Hoa Kỳ được xây dựng trên cơ sở hệ thống thuế quan hài hòa (gọi tắt là HS) của Hội đồng Hợp tác Hải quan, một tổ chức liên chính phủ có trụ sở tại Bru xen - Bỉ. Mức thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ có thể thay đổi và được công bố hàng năm. Chi tiết mức thuế tham khảo tại website <http://www.usitc.gov> (tiếng Anh)

#### 3.1 Các loại thuế

**Thuế theo trị giá:** Hầu hết các loại thuế quan của Hoa Kỳ được đánh theo tỷ lệ trên giá trị, tức là bằng một tỷ lệ phần trăm trị giá giao dịch của hàng hóa nhập khẩu.

**Thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng:** Một số hàng hóa, chủ yếu là nông sản và hàng sơ chế phải chịu thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng. Loại thuế này chiếm khoảng 12% số dòng thuế trong biểu thuế HTS của Hoa Kỳ. Ví dụ, mức thuế MFN đối với cam là 1,9 cent/kg, đối với nho tươi trong khoảng 1,13 – 1,80 USD/m<sup>3</sup> hoặc được miễn thuế tùy thời điểm nhập khẩu trong năm. (Xem thêm phần về Thuế Thời vụ dưới đây.)

**Thuế gộp:** Một số hàng hóa phải chịu gộp cả thuế theo giá trị và thuế theo số lượng. Hàng phải chịu thuế gộp thường là hàng nông sản. Ví dụ thuế suất MFN đối với nấm mỡ HTS 0709.51.01 là 8,8 cent/kg + 20%.

**Thuế theo hạn ngạch:** Một số loại hàng hóa phải chịu thuế hạn ngạch. Hàng hóa nhập khẩu nằm trong phạm vi hạn ngạch cho phép được hưởng mức thuế thấp hơn, trong khi đó hàng nhập vượt quá hạn ngạch phải chịu mức thuế cao hơn nhiều và có hệ quả như cấm nhập khẩu. Mức thuế MFN năm 2002 áp dụng đối với số lượng trong hạn ngạch bình quân là 9%, trong khi đó mức thuế đối với số lượng vượt hạn ngạch trung bình là 53%. Thuế hạn ngạch hiện nay đang được áp dụng với thịt bò, các sản phẩm sữa, đường và các sản phẩm đường.

**Thuế theo thời vụ:** Mức thuế đối với một số loại nông sản có thể thay đổi theo thời điểm nhập khẩu vào Hoa Kỳ trong năm.

**Thuế leo thang:** Một đặc điểm nữa của hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ là áp dụng thuế suất leo thang, nghĩa là hàng càng chế biến sâu thì thuế suất nhập khẩu càng cao. Ví dụ, mức thuế MFN đối với cá tươi sống hoặc ở dạng phi lê đông lạnh là 0%, trong khi đó mức thuế đối với cá khô và xông khói là từ 4% đến 6%. Loại thuế này có tác dụng khuyến khích nhập khẩu nguyên liệu và hàng sơ chế hơn là hàng thành phẩm.

### 3.2 Chính sách thuế và thuế suất

**Mức thuế tối huệ quốc (MFN),** hay còn gọi là mức thuế dành cho các nước có quan hệ thương mại bình thường (NTR), được áp dụng với những nước thành viên thuộc Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và những nước tuy chưa phải là thành viên WTO nhưng đã ký hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ như Việt Nam. Mức thuế tối huệ quốc (MFN) nằm trong phạm vi từ dưới 1% đến gần 40%, trong đó hầu hết các mặt hàng chịu mức thuế từ 2% đến 7%. Hàng dệt may và giấy dếp thường chịu mức thuế cao hơn. Mức thuế MFN theo giá trị nói chung bình quân khoảng 4%. Mức thuế MFN được ghi trong cột “General” của cột 1 trong biểu thuế nhập khẩu (HTS) của Hoa Kỳ.

**Mức thuế phi tối huệ quốc (Non-MFN)** được áp dụng đối với những nước chưa phải là thành viên WTO và chưa ký hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ như Lào, Cu Ba, Bắc Triều Tiên. Thuế suất Non-MFN nằm trong khoảng từ 20% đến 110%, cao hơn nhiều lần so với thuế suất MFN. Mức thuế Non-MFN được ghi trong cột 2 của biểu thuế HTS của Hoa Kỳ.

**Mức thuế áp dụng với Khu vực mậu dịch tự do Bắc Hoa Kỳ (NAFTA).** Hàng hóa nhập khẩu từ Canada và Mexico được miễn thuế nhập khẩu hoặc được hưởng thuế suất ưu đãi

thấp hơn mức thuế MFN. Ví dụ, mức thuế MFN năm 2004 áp dụng chung với dưa chuột chế biến là 9,6%, trong khi đó nếu nhập khẩu từ Canada hoặc Mêxicô thì được miễn thuế. Thuế suất ưu đãi đối với hàng nhập từ Canada và Mêxicô được ghi ở cột “Special” của cột 1 trong biểu thuế HTS trong đó (CA) là ký hiệu dành cho Canada và (MX) là ký hiệu dành cho Mêxicô.

**Chế độ ưu đãi độ thuế quan phổ cập (Generalized System of Preferences - GSP).** Một số hàng hóa nhập khẩu từ một số nước đang phát triển được Hoa Kỳ cho hưởng GSP được miễn thuế nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Chương trình GSP của Hoa Kỳ thực sự được thực hiện từ 1 tháng 1 năm 1976 với thời hạn ban đầu là 10 năm. Từ đó đến nay, chương trình này đã được gia hạn nhiều lần với một số sửa đổi.

Theo luật Hoa Kỳ, Tổng thống bị cấm không được cho nước cộng sản hưởng GSP trừ phi (a) các sản phẩm của nước đó được hưởng đối xử không phân biệt (MFN); (b) nước đó là thành viên của WTO và là thành viên của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF); và (c) nước đó không bị thống trị hoặc chi phối bởi cộng sản quốc tế.

Hàng năm, trên cơ sở đề xuất của Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) sau khi tham khảo ý kiến công chúng, Ủy ban Thương mại Hoa Kỳ (ITC), và các cơ quan hành pháp, Tổng thống quyết định những mặt hàng và những nước được hưởng GSP. Để được miễn thuế nhập khẩu theo chế độ ưu đãi này, (1) hàng phải được nhập trực tiếp từ nước hưởng lợi vào lãnh thổ hải quan Hoa Kỳ và (2) trị giá hàng hóa được tạo ra tại nước hưởng lợi phải đạt ít nhất 35%.

Hiện nay, có khoảng 3.500 sản phẩm từ trên 140 nước và vùng lãnh thổ được hưởng ưu đãi này của Hoa Kỳ, trong đó không có Việt Nam. Không phải tất cả các nước được hưởng GSP được hưởng chung một danh mục hàng hóa GSP như nhau. Những hàng hóa được hưởng GSP của Hoa Kỳ bao gồm hầu hết các sản phẩm công nghiệp và bán công nghiệp, một số mặt hàng nông thủy sản, và các nguyên liệu công nghiệp.

Những mặt hàng không được đưa vào diện hưởng GSP bao gồm một số mặt hàng hàng dệt may; đồng hồ; các mặt hàng điện tử nhập khẩu nhạy cảm; các mặt hàng thép nhập khẩu nhạy cảm; giày dép, túi xách tay, các loại bao ví dệt, găng tay lao động, và quần áo da; và các sản phẩm thủy tinh bán công nghiệp và công nghiệp nhập khẩu nhạy cảm.

Mức thuế ưu đãi GSP được ghi ở cột “Special” của cột 1 trong biểu thuế HTS và có ký hiệu là A và A+, trong đó A+ có nghĩa là mặt hàng này nếu được nhập quá nhiều vào Hoa Kỳ từ một nước thì nước đó sẽ bị mất ưu đãi GSP đối với mặt hàng đó.

Các thông tin chi tiết về GSP, danh mục các sản phẩm và các nước được hưởng GSP của Hoa Kỳ có trên trang web <http://www.ustr.gov/reports/gsp/> của Đại diện thương mại Hoa Kỳ.

**Sáng kiến Khu vực Lòng chảo Caribê (Caribbean Basin Initiative - CBI).** Điểm mấu chốt của CBI là cho phép Tổng thống quyền đơn phương dành ưu đãi thương mại cho hàng nhập khẩu từ các nước và lãnh thổ nằm trong khu vực Lòng chảo Caribê để hỗ trợ cho các nước và vùng lãnh thổ này phục hồi và phát triển kinh tế. Sáng kiến này được thể hiện trong các luật của Hoa Kỳ như: Luật Phục hồi Kinh tế Khu vực Lòng chảo Caribê ban hành tháng 8 năm 1983 (hay còn gọi là CBI I), Luật Mở rộng Phục hồi Kinh tế Khu

vực Lòng chảo Caribê năm 1990 (hay còn gọi là CBI II), và Luật Hợp tác Thương mại Khu vực Lòng chảo Caribê, có hiệu lực tháng 10 năm 2000 (hay còn gọi là CBI III).

Kể từ CBI I đến CBI III hiện nay, những ưu đãi thương mại mà Hoa Kỳ đơn phương dành cho các nước và vùng lãnh thổ được hưởng lợi ngày càng nhiều và lớn hơn. Hiện nay, có 24 nước và vùng lãnh thổ được hưởng lợi của CBI. Hầu hết các sản phẩm có xuất xứ từ những nước và vùng lãnh thổ này được nhập khẩu vào Hoa Kỳ không bị hạn chế về số lượng và được miễn thuế. CBI III đã bổ sung một số loại hàng dệt may vào danh mục hưởng lợi (không bị hạn chế số lượng và được miễn thuế), số còn lại vẫn chịu sự điều tiết của các hiệp định dệt may song phương. Các nhóm hàng chưa được miễn thuế hoàn toàn, song được hưởng mức thuế ưu đãi thấp hơn mức MFN bao gồm: giấy dếp, túi xách tay, túi hành lý, các loại túi ví dệt, găng tay lao động, quần áo da.

Để được hưởng ưu đãi theo CBI, hàng hóa phải đáp ứng 3 yêu cầu xuất xứ:

- (1) Phải được nhập trực tiếp từ một nước được hưởng lợi vào lãnh thổ hải quan Hoa Kỳ;
- (2) Phải chứa ít nhất 35% hàm lượng nội địa của một hoặc nhiều nước hưởng lợi (hàm lượng nguyên liệu xuất xứ Hoa Kỳ chiếm tới 15% tổng trị giá hàng hóa cũng có thể tính vào yêu cầu 35% này), và
- (3) Hàng hóa phải là sản phẩm được trồng, sản xuất hoặc chế tạo hoàn toàn ở nước hưởng lợi hoặc nếu có nguyên liệu nước ngoài thì nó phải được biến đổi thành sản phẩm mới hoặc khác ở nước hưởng lợi.

Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là E và E+, trong đó E+ có ý nghĩa tương tự như A+.

***Luật Ưu đãi thương mại Andean (Andean Trade Preference Act - ATPA)*** được ban hành tháng 12 năm 1991 nhằm hỗ trợ các nước Bolivia, Colombia, Ecuador và Peru trong cuộc chiến chống sản xuất và buôn lậu ma túy bằng cách phát triển kinh tế. Theo Luật này, hầu hết các sản phẩm nhập khẩu từ những nước Andean vào Hoa Kỳ được giảm hoặc miễn thuế nhập khẩu, trong đó có khoảng 6.300 sản phẩm được miễn thuế hoàn toàn.

ATPA được thay thế bằng Luật Xúc tiến Thương mại và Xoá bỏ Ma túy (ATPDEA) được ban hành tháng 8 năm 2002 là một phần của Luật Thương mại năm 2002. ATPDEA đã mở rộng diện các mặt hàng được miễn thuế nhập khẩu. ATPDEA có hiệu lực đến 31 tháng 12 năm 2006. Tổng thống Hoa Kỳ có thể huỷ hoặc tạm ngừng quyền hưởng lợi, hoặc huỷ, tạm ngừng hoặc thu hẹp một số lợi ích của một nước nào đó nếu như nước này không thỏa mãn các tiêu chuẩn hưởng lợi đặt ra trong Luật.

Bốn nước Andean nói trên cũng được hưởng GSP, song diện mặt hàng được ưu đãi theo ATPA rộng hơn GSP và qui định về xuất xứ trong ATPA cũng rộng rãi hơn. Ví dụ, nguyên phụ liệu nhập khẩu từ Puerto Rico, Virgin Islands thuộc Hoa Kỳ, và các nước hưởng lợi của Luật Phục hồi Kinh tế Khu vực Lòng chảo Caribê có thể được tính vào yêu cầu 35% trị giá gia tăng nội địa. Những mặt hàng không được ưu đãi theo Luật ATPA và ATPDEA cũng tương tự như những mặt hàng không được hưởng lợi theo CBI.



Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là J và J+, trong đó J+ có ý nghĩa tương tự như A+ và E+.

**Luật Hỗ trợ Phát triển Châu Phi (African Growth and Opportunity Act - AGOA).** Luật này cho phép gần như toàn bộ các hàng hóa của 38 nước Châu Phi được nhập khẩu vào Hoa Kỳ miễn thuế và không bị hạn chế về số lượng. Chính quyền Hoa Kỳ đang đề nghị Quốc hội gia hạn hiệu lực của Luật này khi hết hạn vào năm 2008.

Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là D.

**Các hiệp định thương mại tự do song phương.** Tính đến hết tháng 1 năm 2004, Hoa Kỳ đã ký hiệp định thương mại tự do song phương với Israel (1985), Jordan (2000), Singapore (2002), Chi Lê (2002), và Australia (2004). Hoa Kỳ đang tiếp tục đàm phán các hiệp định tương tự với nhiều khu vực và nước trên thế giới, trong đó có khu vực mậu dịch tự do toàn Châu Mỹ. Nhìn chung, hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ từ những nước có hiệp định thương mại tự do với Hoa Kỳ đều được miễn thuế nhập khẩu hoặc có mức thuế thấp hơn nhiều so với mức thuế MFN.

Mức thuế ưu đãi theo các hiệp định thương mại tự do này được ghi ở cột “Special” của cột 1 của Biểu thuế HTS và có ký hiệu là IL (đối với hàng nhập từ Israel), JO (đối với hàng nhập từ Jordan), SG (đối với hàng nhập từ Singapore), CL (đối với hàng nhập từ Chi Lê).

**Các ưu đãi thuế quan khác:** Hoa Kỳ còn dành ưu đãi thuế quan cho những hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ thuộc diện hưởng lợi của Luật Thương mại các Sản phẩm Ô tô (được ký hiệu trong biểu thuế là B), Hiệp định Thương mại Máy bay Dân dụng (được ký hiệu trong biểu thuế là C), Hiệp định Thương mại các Sản phẩm Dược (được ký hiệu trong biểu thuế là K), và những cam kết giảm thuế của Vòng Uruguay đối với hoá chất nguyên liệu trực tiếp của thuốc nhuộm (được ký hiệu trong biểu thuế là L). Những ưu đãi thuế này cũng được ghi trong cột “Special” của cột 1 của biểu thuế HTS.

Các mặt hàng kim loại chế biến ở nước ngoài từ kim loại mua của Hoa Kỳ khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ được miễn thuế nhập khẩu đối với phần trị giá mua của Hoa Kỳ. Hàng lắp ráp từ các bộ phận mua của Hoa Kỳ khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ được miễn thuế nhập khẩu đối với phần trị giá mua của Hoa Kỳ.

Bố cục biểu thuế nhập khẩu. Biểu thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ gồm 22 phần và 99 chương (tham khảo thêm tại địa chỉ <http://hts.usitc.gov>) được bố cục thành 7 cột như mẫu dưới đây:

**Biểu thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ**  
**Harmonized Tariff Schedule of the United States (2010)**  
Annotated for Statistical Purposes

Heading/ Sub-	Stat- Suf-	Article Description	Unit of	Rates of Duty	
				1	2



heading	Fix		Quantity	General	Special	
0902		Tea, whether or not flavored				
0902.10		Green tea (not fermented) in immediate packings of a content not exceeding 3 kg:				
0902.10.10	00	Flavored .....	kg	6.4%	Free (A, CA, CL, E,IL,J,JO,MX) 4.8% (SG)	20%

- ❖ 2010 có nghĩa là mức thuế ghi trong biểu thuế được áp dụng cho năm 2010.
- ❖ Cột Heading/Sub-heading là mã số hàng hoá đến 4 số, 6 số hoặc 8 số.
- ❖ Cột Stat-Suf-Fix là mã số đuôi phục vụ cho mục đích thống kê của Hoa Kỳ. Những mặt hàng không có mã số đuôi này thì hai số không (00) sẽ được thêm vào sau mã số 8 số.
- ❖ Article Description là mô tả hàng hóa.
- ❖ Unit of Quantity là đơn vị số lượng (có thể là trọng lượng, hoặc khối lượng hoặc chiếc).
- ❖ Mức thuế phi tối huệ quốc (Non-MFN) được ghi ở cột 2.
- ❖ Mức thuế tối huệ quốc (MFN) được ghi ở cột “General” thuộc cột 1. . Mức thuế áp dụng đối với hàng nhập khẩu từ Việt Nam hiện nay là mức thuế MFN ghi ở cột này.
- ❖ Mức thuế ưu đãi được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1. Trong mẫu biểu thuế trên ta thấy mức thuế phi tối huệ quốc năm 2010 đối với loại chè xanh (không lên men), đóng gói không quá 3 kg/gói là 20%, trong khi đó mức thuế tối huệ quốc đối với mặt hàng này chỉ là 6,4%.
- ❖ Cột “Special” trong mẫu biểu thuế trên ghi Free (A, CA, CL, E, IL, J, JO, MX) 4,8% (SG) có nghĩa là hàng nhập từ các nước có ký hiệu A, CA, CL, IL, J, JO và MX được miễn thuế hoàn toàn, hàng nhập từ Singapore chịu mức thuế 4,8%.

### 3.3 Một số loại phí

Xuất phát từ nhu cầu hạn chế thâm hụt ngân sách trong khi không tăng thuế đã dẫn đến việc hình thành hàng loạt các lệ phí gọi là lệ phí sử dụng dịch vụ. Theo đó, các cá nhân và tổ chức sử dụng một số các dịch vụ đặc biệt phải trả một khoản lệ phí dịch vụ.

**Lệ phí sử dụng các phương tiện vận chuyển:** Theo bộ luật ban hành vào năm 1985 và 1986, Hoa Kỳ áp dụng lệ phí sử dụng đối với hàng hóa, thùng hàng, xe tải, tàu hỏa, tàu thủy và máy bay tư nhân cũng như là đối với hành khách. Đạo luật về hải quan và thương mại năm 1990, đạo luật về điều hoà ngân sách Omnibus năm 1990 đã mở rộng phạm vi áp dụng và sửa đổi các bộ luật ban hành trước đó, trong đó có việc tăng đáng kể các mức lệ phí.

Đối với các khoản phụ thu tại cửa Hải quan, cảng biển và các cửa cảng khác, thông thường các dịch vụ do nhà nhập khẩu sử dụng là chính, đã khiến cho các hàng hóa nhập khẩu phải chịu một sự bất lợi trong cạnh tranh thiếu lành mạnh đối với các hàng hóa được sản xuất tại Hoa Kỳ.

**Phí gia công hàng hóa (MPF: MERCHANDISE PROCESSING FEES):** Phí này được thu trên tất cả các mặt hàng nhập khẩu trừ các hàng hóa nhập khẩu từ những nước kém phát triển nhất hoặc từ các nước đã được quy định trong bộ luật Caribbean Basin Recovery, bộ luật ưu đãi thương mại Andean và đối với các vùng lãnh thổ xa bờ của Hoa Kỳ. Các khoản phụ thu này cũng áp dụng đối với các mặt hàng được xếp trong Mục 8, xếp loại đặc biệt, của bảng thuế.

Khoản lệ phí sử dụng dịch vụ hải quan hiện nay, sau nhiều cố gắng đàm phán của Canada và các nước EU, có vẻ công bằng hơn, kể từ khi ấn định một mức trần cho lệ phí này, nó gây ít phiền hà hơn đối với các mặt hàng ký gửi có giá trị cao. Tuy nhiên, khoản lệ phí này vẫn có khả năng, trong nhiều trường hợp, làm chi phí dịch vụ được nộp, không tuân theo các mức quy định mà vẫn dựa trên giá trị của hàng hóa được nhập.

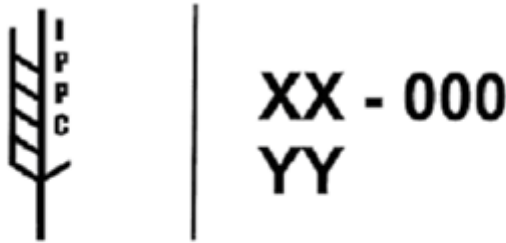
**Phí sửa chữa cảng biển HMT:** Hải quan Hoa Kỳ ngoài ra còn áp dụng việc thu thuế sửa chữa cảng biển (HMT). Khoản thuế này được thu tại tất cả các cửa khẩu hải quan nơi mà hàng hóa nhập khẩu được vận chuyển đến Hoa Kỳ bằng đường thủy, với một mức thuế là 0,125%.

Tiền thu được chuyển đến Quỹ Duy tu sửa chữa cảng để tài trợ cho các hoạt động duy tu sửa chữa cảng biển. Toà án thương mại quốc tế của Hoa Kỳ đã quy định, vào tháng 10 năm 1995, theo luật của Hoa Kỳ thì khoản thu này là một khoản thuế chứ không phải là một khoản lệ phí sử dụng dịch vụ. Toà án bang Appeals còn khẳng định điều luật này có hiệu lực từ tháng 6 năm 1997 cũng như Toà án tối cao Liên bang áp dụng vào tháng 3 năm 1998. Sau đó, Hoa Kỳ đã dừng việc thu thuế này đối với các hàng hóa xuất khẩu. Tuy nhiên nó vẫn còn được áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu.

#### **4. Quy định về bao gói, nhãn mác**

Quy định mới của Hoa Kỳ đối với bao bì bằng gỗ đóng gói hàng nhập khẩu (wood packaging materials – WPM) đã có hiệu lực từ ngày 16/9/05. Quy định về bao bì hàng nhập khẩu do Cơ quan kiểm dịch động thực vật thuộc Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ ban hành cuối năm 2004 theo tiêu chuẩn quốc tế yêu cầu bao bì gỗ phải được xử lý nhiệt hoặc hun trùng và có ký mã hiệu quốc tế xác nhận đã xử lý. Cụ thể, qui định của Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ yêu cầu gỗ dùng làm bao bì sử dụng trong thương mại quốc tế hoặc phải được xử lý nhiệt tới nhiệt độ tối thiểu cho gỗ là 56 độ C trong khoảng thời gian tối thiểu là 30 phút hoặc được hun trùng bằng metyl bromua khoảng 16 tiếng. Ngoài ra, bao bì bằng gỗ phải có ký hiệu lô gỗ của Công ước bảo vệ cây trồng quốc tế (IPPC) và mã 2 chữ cái theo qui định của Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế (ISO) đối với nước đã xử lý gỗ bao bì. Ký mã hiệu cũng phải bao gồm cả số riêng mà tổ chức bảo vệ thực vật quốc gia cấp cho công ty chịu trách nhiệm đảm bảo WPM được xử lý đúng qui định, cùng với chữ viết tắt HT (heat treatment) hoặc MB (metyl bromua). Không cần phải có giấy chứng nhận xử lý.

Cách ghi ký mã hiệu trên bao bì gỗ như sau:



XX represents the ISO country code.

000 represents the unique number assigned by the national plant protection organization.

YY represents either HT for heat treatment or MB for methyl bromide fumigation.

XX là mã nước 2 chữ cái theo qui ước của tổ chức ISO  
000 là mã số riêng do tổ chức bảo vệ thực vật quốc gia cấp cho cơ sở xử lý gỗ  
YY hoặc là HT hoặc là MB

Các qui định trên áp dụng đối với tất cả các lô hàng có bao bì là WPM như: kệ (pallet), thùng thưa (crate), thùng kín (box), lót (dunnage), khối (block), vật liệu chèn (skid)...

**Trường hợp được miễn trừ:** Các loại bao bì gỗ sau đây được miễn thực hiện qui định này:

- 1) Hoàn toàn là gỗ chế tạo (ví dụ: ván ép, gỗ dán) và thùng rượu vang và uytxki,
- 2) Những miếng gỗ mỏng (dày từ 6 mm trở xuống) hay gỗ có xuất xứ từ Canada. Bao bì bằng gỗ đến từ Canada được phép vào Hoa Kỳ không cần ký hiệu IPPC, nhưng sẽ được kiểm dịch sâu bọ.

Bao bì gỗ không có ký mã hiệu có thể tách khỏi hàng hóa nhập khẩu nếu nhân viên kiểm dịch xác định rằng việc tách đó có thể thực hiện được mà không để phát tán sâu bọ gây hại. Tuy nhiên, một số cảng đã cho biết họ sẽ yêu cầu tái xuất toàn bộ lô hàng vi phạm đóng trong container bởi vì các phương tiện ở cảng không đủ để tránh phát tán sâu bọ, trong khi đó các lô hàng rời sẽ được xem xét từng trường hợp một. Chủ hàng phải nộp cho Cơ quan kiểm dịch phí giám sát tách hàng. Cơ quan kiểm dịch sẽ cho phép tái chế hàng nếu sâu bọ gây hại không xuất phát từ gỗ được khoanh lại bằng bao bì gỗ có ký mã hiệu IPPC.

### Qui định mới về nhãn hàng thực phẩm

Bắt đầu từ ngày 01/1/2006, trên nhãn cung cấp các thông tin về dinh dưỡng thực phẩm phải ghi thêm hàm lượng axit béo chuyển hóa (TFA) ngay sau dòng về hàm lượng axit béo no (saturated) và Cholesterol. Yêu cầu này trên nhãn đối với rau quả và cá tươi là tự nguyện. Nếu không hàng hóa sẽ không được phép lưu thông hoặc nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ.

Các qui định hiện hành về thông tin dinh dưỡng trên nhãn hàng thực phẩm tiêu thụ tại Hoa Kỳ như sau:

- Liều lượng dùng và số lần dùng của mỗi hộp;
- Tổng lượng calo và lượng calo từ chất béo mỗi lần dùng;
- Tổng lượng chất béo và lượng chất béo no (saturated) tính theo gram; tổng lượng cholesterol và sodium (miligram), tổng lượng Carbohydrate, dietary fiber, đường và protein tính bằng gam mỗi lần dùng;

- Tỷ lệ % của tất cả các thành phần liệt kê tính theo tỷ lệ cần cho cơ thể trong một ngày trên cơ sở lượng calo cần thiết hàng ngày là 2.000 calo;
- Tỷ lệ % trong mức khuyến cáo tiêu thụ hàng ngày của Hoa Kỳ (recommended daily allowances - RDA) đối với một số loại vitamin và chất khoáng của một lần dùng;
- Ghi các trị giá cần hàng ngày, các trị giá kiến nghị tính bằng gram hoặc miligram - tùy theo từng thành phần - đối với chất béo, chất béo no, cholesterol, sodium, carbohydrate, dietary fiber, cùng với lượng calo trên gram đối với chất béo, carbohydrate, và protein.
- Các chất dinh dưỡng khác được coi là thành phần cơ bản trong thức ăn của người có thể được liệt kê nếu những chất này chiếm ít nhất 2% RDA của Hoa Kỳ.

### **5. Quy định về đăng ký các cơ sở sản xuất/chế biến, bao gói và bảo quản thực phẩm**

Luật An ninh Y tế và Sẵn sàng Đối phó với Khủng bố Sinh học năm 2002 (Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002), gọi tắt là Luật Chống Khủng bố Sinh học (the Bioterrorism Act), do Tổng thống Hoa Kỳ G.W. Bush ký ngày 12/6/2002 đã chỉ định Bộ trưởng Bộ Y tế và Dịch vụ Nhân dân tiến hành các biện pháp cần thiết để đối phó với nguy cơ khủng bố nhằm vào nguồn cung thực phẩm cho Hoa Kỳ.

Để thực hiện Luật này ngày 10/10/2003, FDA đã công bố quy định cuối cùng tạm thời yêu cầu các cơ sở sản xuất/chế biến, đóng gói, hoặc bảo quản thực phẩm dành cho người và động vật tại Hoa Kỳ sử dụng phải đăng ký với cơ quan này. Theo quy định này, tất cả các cơ sở thuộc diện phải đăng ký phải tiến hành đăng ký xong trước ngày 12 tháng 12 năm 2003.

Trong trường hợp có nguy cơ hoặc xảy ra khủng bố sinh học hoặc phát sinh ốm đau do thực phẩm gây ra, các thông tin đăng ký cơ sở sẽ giúp cho FDA xác định địa điểm và nguồn gốc sự kiện và thông báo nhanh chóng đến các cơ sở có thể bị ảnh hưởng.

Chỉ các cơ sở sản xuất/chế biến, đóng gói, hoặc bảo quản thực phẩm dành cho tiêu dùng ở Hoa Kỳ mới phải đăng ký.

Các chất có tiếp xúc với thực phẩm và thuốc trừ sâu không thuộc diện phải đăng ký theo quy định này. Do vậy các cơ sở sản xuất/chế biến, đóng gói, hoặc bảo quản các chất có tiếp xúc với thực phẩm hoặc thuốc trừ sâu sẽ không phải đăng ký với FDA.

#### ***Ai phải đăng ký?***

Chủ sở hữu, người vận hành hoặc đại lý phụ trách của cơ sở sản xuất/chế biến, đóng gói, và bảo quản các loại thực phẩm dành cho người và gia súc tại Hoa Kỳ và tại các nước khác có xuất khẩu vào Hoa Kỳ hoặc cá nhân được các cơ sở uỷ quyền phải làm thủ tục đăng ký cơ sở của mình với cơ quan FDA. Cơ sở trong nước vẫn phải đăng ký ngay cả trong trường hợp thực phẩm của cơ sở không được lưu thông từ bang này sang bang khác. Cơ sở nước ngoài phải chỉ định một đại lý Hoa Kỳ (ví dụ người nhập khẩu hoặc môi giới của cơ sở). Đại lý phải là người sống hoặc có chỗ kinh doanh ở Hoa Kỳ và phải hiện diện ở Hoa Kỳ mới được phép đăng ký.

### ***Những cơ sở nào tại Hoa Kỳ không phải đăng ký?***

- Khu ở riêng của các cá nhân có sản xuất/chế biến, đóng gói hoặc bảo quản thực phẩm.
- Trạm và hệ thống cấp nước không đóng chai.
- Các phương tiện vận tải dùng để chuyên chở hàng hóa trong lưu thông.
- Các trang trại, quán ăn, cơ sở bán lẻ thực phẩm, các cơ sở thực phẩm không vì mục đích lợi nhuận, tàu đánh cá.

### ***Những cơ sở nước ngoài nào không phải đăng ký?***

Các cơ sở của nước ngoài có sản phẩm tiêu thụ ở Hoa Kỳ nhưng không trực tiếp giao hàng vào Hoa Kỳ mà được chế biến tiếp và đóng gói tại một nước thứ ba khác trước khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ cũng không thuộc diện phải đăng ký.

Tuy nhiên, nếu cơ sở sản xuất nước ngoài kế tiếp đó chỉ tiến hành một vài hoạt động tối thiểu (ví dụ dán nhãn) thì cả hai cơ sở đều phải đăng ký.

Nếu hàng chuyển qua nước thứ ba trước khi vào Hoa Kỳ nhưng không qua chế biến hay thay đổi nhãn hiệu hàng hóa thì cả chủ cơ sở sản xuất và người giao hàng chuyển tải ở nước thứ ba đều phải làm thủ tục đăng ký.

### ***Khi nào phải đăng ký?***

Việc đăng ký sẽ được tiến hành trong vòng 2 tháng, từ 16/10/2003 đến 12/12/2003. Mỗi cơ sở chỉ cần đăng ký một lần. Tuy nhiên, nếu thay đổi thông tin thì phải cập nhật vào hồ sơ đã đăng ký.

### ***Số đăng ký có nghĩa như thế nào?***

Số đăng ký có nghĩa là chủ cơ sở đã chấp hành qui định đăng ký với FDA. Việc cấp số đăng ký không có nghĩa là FDA chấp thuận hoặc phê chuẩn cơ sở hoặc sản phẩm của cơ sở.

### ***Nội dung đăng ký gồm những gì?***

- Tên, địa chỉ và số điện thoại của cơ sở và công ty mẹ (nếu có);
- Tên, địa chỉ số điện thoại của chủ, người vận hành, hoặc đại lý phụ trách;
- Tất cả các tên thương mại mà cơ sở sử dụng;
- Loại sản phẩm như phân loại trong qui định của FDA;
- Lợi cam kết những thông tin cung cấp là đúng và chính xác và người nộp đăng ký (nếu không phải là chủ, người vận hành hoặc đại lý phụ trách) là người được ủy quyền;
- Cơ sở nước ngoài còn phải cung cấp tên, địa chỉ và số điện thoại của đại lý của cơ sở ở Hoa Kỳ. Cơ sở cũng phải cung cấp số điện thoại liên hệ trong trường hợp

khẩn cấp cho đại lý trừ phi cơ sở chỉ định người khác phục vụ trong trường hợp khẩn cấp.

Tất cả những thông tin trên đây sẽ được FDA xếp vào nhóm thông tin dữ liệu bắt buộc trong mẫu đăng ký.

Ngoài ra, trong mẫu đăng ký FDA cũng hỏi thêm một số thông tin khác nhưng không phải là bắt buộc. Những thông tin này sẽ giúp FDA liên hệ với các cơ sở một cách có hiệu quả hơn

### ***Đại lý tại Hoa Kỳ***

Đại lý phải là những cá nhân cư trú lâu dài hoặc những cơ sở có địa điểm kinh doanh tại Hoa Kỳ được cơ sở sản xuất/chế biến, đóng gói, bảo quản thực phẩm nước ngoài chỉ định làm đại diện cho mình tại Hoa Kỳ. Mỗi cơ sở nước ngoài chỉ được phép chỉ định một đại lý.

Đại lý tại Hoa Kỳ hoạt động như một mắt xích liên lạc giữa FDA và cơ sở nước ngoài. FDA sẽ coi việc cung cấp thông tin cho đại lý này cũng chính là cung cấp thông tin trực tiếp cho cơ sở. Khi cần liên lạc với cơ sở ở nước ngoài FDA sẽ liên lạc với đại lý.

Các cơ sở sản xuất nước ngoài có thể chỉ định đại lý của mình tại Hoa Kỳ thay mặt cơ sở đăng ký với FDA.

### ***Đăng ký như thế nào?***

Các cơ sở có thể đăng ký bằng cách điền vào Đơn đăng ký theo mẫu 3537 do FDA phát hành. Mẫu 3537 cũng được dùng để cập nhật hồ sơ đăng ký khi có sự thay đổi (ví dụ thông báo dừng kinh doanh, hoặc thay đổi chủ sở hữu cơ sở, hoặc thay đổi đại lý...). Các cơ sở có thể đăng ký trực tuyến qua Internet tại địa chỉ [www.fda.gov/furls](http://www.fda.gov/furls) vào bất cứ lúc nào kể từ ngày 16/10/2003. FDA khuyến khích đăng ký trực tuyến. Ngoài việc hướng dẫn đăng ký trên mạng tại địa chỉ [www.fda.gov/furls](http://www.fda.gov/furls), người đăng ký có thể liên hệ tới các bàn hướng dẫn đăng ký trực tuyến:

Tại Hoa Kỳ, quay số 1-800-216-7331 hoặc 301-575-0156

Từ các nơi khác, quay số 301-575-0156

Fax câu hỏi đến số: 301-210-0247

E-mail câu hỏi đến [furls@fda.gov](mailto:furls@fda.gov)

Kể từ ngày 16/10/2003, sẽ có người trực tại những số điện thoại này từ 7 giờ sáng đến 11 giờ tối (theo giờ khu vực bờ Đông của Hoa Kỳ).

Nếu không truy cập được Internet, để có bản Đơn đăng ký theo mẫu 3537 của FDA, cơ sở có thể gọi đến số 1-877-FDA-3882 (1-877-332-3882) hoặc gửi đề nghị đến:

US Food and Drug Administration (FDA)

HFS-681

5600 Fishers Lane

Rockville MD 20857, USA



Đơn đăng ký phải được gửi đến FDA theo địa chỉ trên hoặc fax đến số 301-210- 0247. Ngoài ra, như ghi chú ở dưới đây, việc đăng ký cho nhiều doanh nghiệp có thể được gửi tới FDA trong một đĩa CD-ROM.

### ***Tại sao FDA khuyến khích việc đăng ký trực tuyến?***

FDA khuyến khích sử dụng hình thức đăng ký này vì đó là cách ít tốn kém và hiệu quả nhất cho cả doanh nghiệp và FDA. Với hình thức đăng ký điện tử, mọi thông tin bắt buộc phải được khai báo trước khi đơn đăng ký được chấp nhận. Khi đó, người đăng ký sẽ nhận được ngay xác nhận đã đăng ký và số đăng ký. Đăng ký bằng giấy sẽ tốn kém và mất thời gian hơn nhiều vì doanh nghiệp phải gửi qua bưu điện cho FDA đơn đăng ký và FDA phải gửi lại cho doanh nghiệp số đăng ký. Hơn nữa, việc đăng ký bằng giấy có thể xảy ra điều nhầm hoặc bỏ sót mục trong mẫu đơn đăng ký, nên quá trình đăng ký sẽ mất nhiều thời gian hơn. Đó là chưa kể những trường hợp đơn đăng hoặc giấy báo số đăng ký bị thất lạc.

### ***Có phải đóng phí đăng ký không?***

FDA không thu bất kỳ khoản phí nào liên quan đến việc đăng ký này. Tuy nhiên, trong trường hợp cơ sở uỷ nhiệm cho đại lý của mình tại Hoa Kỳ đăng ký với FDA thì có thể cơ sở phải trả tiền dịch vụ đăng ký cho đại lý theo thoả thuận giữa hai bên.

### ***Có hình thức nào để đăng ký cho nhiều cơ sở cùng một lúc không?***

FDA chấp nhận đăng ký cho nhiều cơ sở được gửi trong một đĩa CD-Rom dưới dạng số liệu ISO 9660 (CD-R hoặc CD-RW). Những mẫu đăng ký 3537 ký này phải được nộp dưới dạng PDF và phải được gửi kèm cùng với một bản copy có chữ ký của giấy chứng nhận trên mẫu đăng ký. Các mẫu đăng ký sẽ sử dụng cùng địa chỉ được chọn ở ô thích hợp trên mẫu 3537. Không có giới hạn đối với số đơn đăng ký theo cách này. Tuy nhiên, mỗi một đơn đăng ký trong đĩa CD-ROM phải có một tên file riêng dài tối đa là 32 ký tự, trong đó những chữ đầu có thể được dùng để xác định công ty mẹ. Nếu thông tin không tuân theo những yêu cầu này, FDA sẽ không xử lý các đơn đăng ký và sẽ gửi trả đĩa CD-ROM để sửa lại. FDA sẽ xử lý những đơn đăng ký bằng CD-ROM cùng với các đơn đăng ký bằng bưu điện hoặc fax theo thứ tự thời gian nhận được.

### ***Thông tin về việc đăng ký có được phổ biến rộng rãi không?***

Không. Căn cứ theo Luật về Tự do thông tin (FOIA), tất cả danh sách các cơ sở đăng ký, chứng từ đăng ký cũng như các thông tin từ danh sách và chứng từ có thể dẫn đến biết được chi tiết cũng như địa chỉ của doanh nghiệp đều không được phép công bố.

### ***Phải làm gì nếu có thay đổi trong các thông tin đã đăng ký?***

Khi có thay đổi, ví dụ như: người điều hành, đại lý phụ trách hoặc đại lý ở Hoa Kỳ, thì trong vòng 60 ngày, chủ cơ sở, người điều hành, đại lý phụ trách hoặc người được uỷ

nhiệm phải làm thông báo thay đổi gửi qua internet tới địa chỉ [www.fda.gov/furls](http://www.fda.gov/furls) hoặc bằng đường công văn.

***Phải làm gì khi cơ sở đã đăng ký thôi kinh doanh?***

Điền vào mẫu 3537a và gửi qua internet tới địa chỉ [www.fda.gov/furls](http://www.fda.gov/furls) hoặc bằng đường công văn.

***Phải làm gì nếu cơ sở đã đăng ký chuyển chủ mới?***

Chủ cũ phải thông báo hủy đăng ký cũ trong vòng 60 ngày kể từ ngày chuyển chủ bằng cách điền vào mẫu 3537a, và chủ mới phải đăng ký lại cơ sở bằng cách điền vào mẫu 3537. Cả hai việc: hủy đăng ký cũ và đăng ký lại đều có thể làm qua mạng hoặc gửi qua bưu điện.

***Việc gì sẽ xảy ra nếu cơ sở không đăng ký?***

Cơ sở trong nước hoặc nước ngoài không đăng ký, không cập nhật thay đổi hoặc không hủy đăng ký theo qui định này bị coi là vi phạm Luật Liên bang về Thực phẩm và Dược phẩm. Nếu cơ sở nước ngoài không đăng ký thì thực phẩm của cơ sở này khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ sẽ bị giữ lại ở cảng đến ngoại trừ có chỉ thị khác của FDA hoặc Cục Hải quan và Bảo vệ Biên giới (CBP). Mọi chi phí liên quan đến lưu giữ, bảo quản và di chuyển hàng hóa do chủ hàng chịu.

**6. Xuất xứ hàng hóa**

Do hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ qui định các mức thuế khác nhau áp dụng với các nhóm nước khác nhau và một số mặt hàng nhập khẩu còn chịu sự quản lý bằng hạn ngạch phân bổ theo nước, nên việc xác định nước xuất xứ của hàng hóa rất quan trọng.

**6.1 Nguyên tắc chung và cơ bản**

Nước xuất xứ của hàng hóa là nước chế tạo, sản xuất hoặc nuôi trồng ra hàng hóa. Tuy nhiên, trong điều kiện quốc tế hóa sản xuất hiện nay, không phải không có sự phức tạp và khó khăn trong việc xác định nước xuất xứ hàng hóa, bởi vì rất nhiều hàng hóa được sản xuất, chế tạo hoặc lắp ráp từ các nguyên phụ liệu, linh kiện, bộ phận được sản xuất từ nhiều nước khác nhau.

Nguyên tắc chung và cơ bản để xác định nước xuất xứ của hàng hóa là dựa vào sự biến đổi đặc tính và giá trị gia tăng của hàng hóa. Theo nguyên tắc này, nước xuất xứ của hàng hóa là nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa đó với điều kiện hàng hóa đó đã biến dạng để mang tên mới và có đặc tính sử dụng mới. Ví dụ, túi xách tay sản xuất ở Việt Nam bằng da nhập khẩu được coi là hàng có xuất xứ Việt Nam.

Tuy nhiên, trong trường hợp nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa chỉ tiến hành những công việc lắp ráp đơn giản, không tạo ra bản sắc riêng của hàng hóa hoặc trị giá gia tăng được tạo ra quá thấp thì nước cuối cùng sản xuất ra hàng hóa đó cũng không được coi là

nước xuất xứ hàng hóa. Ví dụ, để được coi là hàng có xuất xứ từ Thái Lan để được hưởng GSP của Hoa Kỳ thì hàng đó phải có ít nhất 35% giá trị gia tăng được tạo ra tại Thái Lan.

Do vậy, ngoài nguyên tắc chung và cơ bản nêu trên, còn có những qui định cụ thể về cách xác định nước xuất xứ hàng hóa cho một số hàng hóa cụ thể. Ví dụ đối với hàng dệt may như sau:

**Những nguyên tắc chung:** Nước xuất xứ là nước sản xuất ra toàn bộ hàng hóa (trừ những ngoại lệ về nguyên liệu tối thiểu đã được qui định trong 19 CFR Mục 102.13). Đối với sợi (bao gồm cả sợi đơn và sợi đa), nước xuất xứ của sợi, chỉ, sợi bện, thừng, chảo, cáp, dây tết là nước sản xuất ra những loại hàng này. Đối với vải, nước xuất xứ là nước dệt ra vải. Các sản phẩm dệt may khác: nước xuất xứ là nước lắp ráp ra thành phẩm.

**Những nguyên tắc đặc biệt:** Nếu không xác định được xuất xứ của một sản phẩm dệt hay quần áo bằng một trong những nguyên tắc trên, và do sản phẩm được sản xuất ở hai hay nhiều nước thì nước xuất xứ là: Nước mà quá trình lắp ráp quan trọng nhất hay quá trình sản xuất quan trọng nhất diễn ra. Việc xác định hoạt động sản xuất quan trọng nhất sẽ tùy theo từng trường hợp cụ thể. Nếu không thể xác định được quy trình nào là quan trọng nhất, thì nước xuất xứ là nước cuối cùng mà tại đó hoạt động lắp ráp hay sản xuất diễn ra.

**Thứ tự áp dụng các nguyên tắc:** Các nguyên tắc trên được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên áp dụng theo quy định trong Quy định của Hải quan Phần 102.21 (9c) như sau:

- Sản phẩm được sản xuất hoàn toàn ở một nước.
- Sự thay đổi đặc tính của sản phẩm (chuyển từ mã thuế này sang mã thuế khác).
- Nước mà sản phẩm có những phần chính được sản xuất.
- Sản phẩm hoàn toàn được lắp ráp tại một nước trừ 16 loại trừ cụ thể.
- Nước mà tại đó quy trình sản xuất hay lắp ráp quan trọng nhất đã diễn ra.
- Nước cuối cùng mà quy trình sản xuất hay lắp ráp quan trọng nhất diễn ra. Đối với quần áo, nơi lắp ráp/may vải đã cắt thành quần áo chứ không phải nơi cắt vải là xuất xứ của quần áo.

## 6.2 Dấu xuất xứ hàng hóa

Luật thuế quan năm 1930 yêu cầu tất cả hàng hóa nhập khẩu (trừ một số trường hợp ngoại lệ) phải được đánh dấu nước xuất xứ bằng tiếng Anh một cách rõ ràng, dễ đọc, ở chỗ dễ thấy và không thể tẩy xóa được để có thể tồn tại cho đến khi hàng hóa đến tay người mua cuối cùng. Người mua cuối cùng là người cuối cùng nhận được hàng hóa nguyên dạng như khi nhập khẩu. Đối với hàng nguyên liệu thì người mua cuối cùng có thể là người sản xuất dùng nguyên liệu đó để sản xuất ra hàng hóa khác. Đối với hàng tiêu dùng thì người mua cuối cùng có thể là người tiêu dùng. Mục đích của qui định này chủ yếu là nhằm giúp cho người mua hàng có thêm thông tin để lựa chọn hàng hóa.

Luật không cho phép ghi trên nhãn hoặc bao bì hàng hóa có xuất xứ nước ngoài những từ như “United States” hoặc “U.S.A”, hoặc tên bất kỳ thành phố hoặc địa điểm nào ở Hoa Kỳ để tạo cảm giác là hàng được sản xuất tại Hoa Kỳ, trừ phi trên nhãn hoặc bao bì hàng hóa có ghi kèm một cách rõ ràng ở chỗ dễ thấy nước xuất xứ của hàng hóa.

Hàng nhập khẩu vi phạm qui định đánh dấu xuất xứ sẽ bị Hải quan giữ lại. Hải quan có thể yêu cầu người nhập khẩu nộp thuế vi phạm qui định đánh dấu xuất xứ bằng 10% trị giá hàng vi phạm trừ phi hàng đó được tái xuất, tiêu hủy hoặc đánh dấu xuất xứ dưới sự giám sát của Hải quan. Đối với người xuất khẩu, vi phạm đánh dấu nước xuất xứ có thể bị Hải quan lưu vào “sổ đen” trên máy tính và để ý kiểm tra kỹ hơn các lô hàng xuất sau đó.

Luật Thuế quan chỉ qui định chung chung về cách đánh dấu xuất xứ hàng hóa như nêu trên, song Qui chế Hải quan có qui định cụ thể cách thức đánh dấu nước xuất xứ cho một số loại hàng hóa thuộc nhóm hàng công cụ và dụng cụ kim loại, nhóm hàng đồng hồ, và những hàng hóa có kiểu dáng bản xứ Hoa Kỳ. Đối với những hàng hóa này, việc đánh dấu nước xuất xứ có thể phải được thực hiện ngay trong quá trình sản xuất. Ví dụ, tên nước xuất xứ hàng hóa có thể phải thiết kế từ khuôn đúc để in lên sản phẩm.

Do vậy, trước khi triển khai sản xuất hoặc thậm chí ngay từ khi thương thảo hợp đồng, người xuất khẩu nên kiểm tra và thống nhất với người nhập khẩu về cách đánh dấu xuất xứ hàng hóa để tránh tranh chấp và phí tổn có thể xảy ra cho cả hai bên. Đặc biệt đối với những lô hàng tồn kho hoặc có sẵn đã đánh dấu xuất xứ hàng hóa, trước khi giao hàng hoặc thậm chí ngay từ khi ký hợp đồng, người xuất khẩu phải kiểm tra với người nhập khẩu xem cách đánh dấu xuất xứ hàng hóa có sẵn đó có phù hợp với qui định của Hải quan Hoa Kỳ hay không.

Có một số mặt hàng được miễn đánh dấu xuất xứ. Danh mục những mặt hàng đó có thể tìm trên trang web của Hải quan Hoa Kỳ: [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov)

### **6.3 Dán nhãn xuất xứ đối với một số sản phẩm nông nghiệp**

Theo qui định của Luật An ninh Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (gọi tắt là Luật Nông nghiệp 2002) được Tổng thống George W. Bush ký ban hành ngày 13/5/2002, một số nông sản: rau quả, thịt (bò, cừu, bê, lợn), và thủy sản bán tại các cửa hàng bán lẻ bắt buộc phải có nhãn xuất xứ. Đối với thủy sản, nhãn xuất xứ còn phải ghi rõ sản phẩm được đánh bắt tự nhiên hay nuôi trồng. Cũng theo qui định của luật này, các cơ sở bán lẻ còn phải lưu giữ hồ sơ xác nhận xuất xứ hàng hóa.

Do việc dán nhãn xuất xứ nông sản rất tốn kém, phức tạp và gặp phải sự phản đối của giới kinh doanh nên đến nay những qui định này vẫn chưa được thực hiện. Ngày 22 tháng 7 năm 2004, Ủy ban Nông nghiệp thuộc Hạ viện đã thông qua Dự luật quảng bá thực phẩm năm 2004 (The Food Promotion Act of 2004) trong đó qui định việc dán nhãn xuất xứ một số loại nông sản như nói trên là tự nguyện thay vì bắt buộc. Tuy nhiên, dự luật này còn phải chờ Hạ viện và Thượng viện thông qua.

## **7. Kênh phân phối**

Các doanh nghiệp có nhiều cách bán hàng nhập khẩu tại Hoa Kỳ. Họ thường nhập khẩu hàng hóa về để bán tại Hoa Kỳ theo các cách phổ biến sau đây:

*Bán sỉ cho các cửa hàng bán lẻ:* Hầu hết các loại hàng hóa như: trang sức, quần áo, đồ chơi, đồ tạp hoá đều có thể bán trực tiếp cho các nhà bán lẻ thông qua các nhà nhập khẩu hay người bán hàng có tính cá nhân và các công ty nhập khẩu hay các tổ chức buôn bán hàng hóa chuyên nghiệp. Cách bán hàng này rất có hiệu quả khi hàng hóa có nhu cầu mạnh và có lợi nhuận cao.

*Bán cho nhà phân phối:* Thay vì bán hàng cho người bán lẻ, có thể bán hàng cho các nhà phân phối vì họ có hệ thống phân phối rộng khắp khu vực nào đó hoặc nằm trong nhóm ngành công nghiệp nào đó. Họ có khả năng bán hàng trong thời gian ngắn. Nhưng cách này ta phải chia sẻ bớt lợi nhuận của mình cho các nhà phân phối.

*Bán trực tiếp cho các nhà máy công nghiệp:* Các nhà máy này trực tiếp mua hàng của một số thương nhân nhỏ ở nước sở tại khi họ không có điều kiện để mua trực tiếp từ các nhà xuất khẩu nước ngoài hoặc mua qua các nhà nhập khẩu trong nước.

*Bán sỉ qua đường bưu điện:* Có một số sản phẩm nhỏ và không đắt lắm có thể bán theo cách này qua một số trung gian bán buôn. Cách này có thể bán được hàng theo diện rộng.

*Bán lẻ qua đường bưu điện:* Có một số nhà nhập khẩu không cần qua trung gian mà họ trực tiếp gửi bưu kiện đến cho người mua. Để làm được cách này phải có hệ thống nghiên cứu thị trường chuẩn xác và có hiệu quả cao. Thiết kế được thị trường một cách chi tiết.

*Bán hàng theo catalog:* Chìa khoá cho phương thức này là phải biết được địa chỉ của người mua hay công ty có nhu cầu thường xuyên về mặt hàng mình kinh doanh.

*Bán lẻ:* Nhà nhập khẩu tự tổ chức việc nhập khẩu và bán lẻ hàng hóa theo khả năng về thị trường của mình và tự gánh chịu mọi rủi ro về nhu cầu của thị trường cũng như là thu được toàn bộ lợi tức do nhập khẩu mang lại. Khi nhập khẩu họ phải biết được xu hướng thị trường và phải tự làm hết mọi việc trong mọi khâu phân phối, tuy nhiên điều này chứa đựng nhiều rủi ro lớn.

*Bán hàng qua các cuộc trưng bày hàng hóa trên các kênh truyền hình:* là hình thức mới và phải có hàng tức thời và bán theo giá công bố.

*Làm đại lý bán hàng:* Có một số người Hoa Kỳ có quan hệ tốt cả hai chiều với thương nhân nước ngoài và hệ thống phân phối bán buôn bán lẻ trong nước nên họ thường làm đại lý cho nước ngoài để khỏi phải lo khâu tài chính cho kinh doanh. Họ chỉ cần đưa ra điều khoản LC chuyển nhượng là có thể giải quyết được việc này.

*Bán hàng qua "buổi giới thiệu bán hàng" (Bali Imports Party).* Một số nhà nhập khẩu mua một số lượng nhỏ hàng hóa về rồi mời người thân quen đến dự buổi giới thiệu bán hàng tại chỗ. Có một số nhà nhập khẩu trả hoa hồng cho ai đứng ra tổ chức và giới thiệu bạn hàng cho họ.

*Bán ở chợ ngoài trời (Flea Market):* Có hãng lớn đã từng tổ chức nhập khẩu và bán hàng ở chợ ngoài trời với quy mô lớn và diện rộng khắp cả nước. Cách làm này đòi hỏi phải có



quan hệ rộng với người bán hàng của nhiều nước khác nhau và phải trả một phần lợi tức cho người bán hàng. Cách này yêu cầu phải đặt giá trực tiếp đến người tiêu dùng.

*Bán hàng qua các hội chợ, triển lãm tại Hoa Kỳ:* Có người mua hàng về kho của mình và quanh năm đi dự các hội chợ triển lãm khắp Hoa Kỳ để tìm kiếm các đơn đặt hàng tại quầy rồi về gửi hàng cho người mua theo đường bưu điện, phát chuyển nhanh. Cách này chỉ có thể làm ở quy mô nhỏ với hàng đặc chủng, hàng mới và giá cao.

*Bán hàng qua hệ thống Internet như dạng Amazon.com*

## **8. Tiếp thị sản phẩm và dịch vụ**

Hoa Kỳ là một thị trường rộng lớn với nhiều tác nhân tham gia tạo thành một sức ép cạnh tranh tương đối lớn. Chiến lược Marketing là một trong những vấn đề then chốt để thâm nhập vào thị trường này. Cạnh tranh không chỉ đối với các nhà sản xuất bản địa mà còn cả với các nhà xuất khẩu đến từ các nước khác trên thế giới. Các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cần xác định rõ và tận dụng triệt để lợi thế cạnh tranh của mình cũng như sự khác biệt của sản phẩm cung cấp so với các sản phẩm khác cùng loại đang có mặt và chiếm lĩnh thị trường.

Chú ý đến tất cả các vấn đề của marketing Mix bao gồm sản phẩm, giá cả, hình thức quảng cáo khuyến mại, hình thức phân phối. Sử dụng các công cụ hỗ trợ như website giới thiệu doanh nghiệp và sản phẩm dịch vụ.

Bao bì hấp dẫn là một trong những yếu tố thành công trong kinh doanh bán lẻ. Hầu hết các chuyên gia marketing tại Hoa Kỳ đều xếp bao bì là một yếu tố của chiến lược sản phẩm. Bao bì được thiết kế tốt có thể tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng và đồng thời cũng là một công cụ hữu hiệu cho quảng cáo sản phẩm. Người Hoa Kỳ sử dụng hệ thống đo lường Anh, do đó, các công cụ Marketing cũng như Website của bạn nên lưu tâm đến vấn đề này.

Các công cụ quảng cáo: Tờ rơi, Cataglog, Brochures, và các phương tiện quảng cáo, sản phẩm mẫu phải được làm phù hợp, phải được Hoa Kỳ hoá. Chi tiết về thông tin liên hệ: bao gồm cả email, website, điện thoại quốc tế đều rất cần thiết được in trên các tài liệu quảng cáo.

## **9. Văn hóa kinh doanh**

Là một nước có diện tích lớn thứ 3 trên thế giới và với khoảng 290 triệu dân có nguồn gốc từ nhiều nơi khác nhau trên thế giới, Hoa Kỳ là một xã hội đa dạng nhất trên thế giới. Mặc dù đại bộ phận người Hoa Kỳ được coi là có nguồn gốc từ Châu Âu, song những người thiểu số như người gốc Hoa Kỳ (người da đỏ), người Hoa Kỳ gốc Phi, người Hispanic, và người Châu Á cũng rất đông. Hiện nay, mỗi năm có tới trên một triệu người nước ngoài di cư đến Hoa Kỳ sinh sống và làm ăn, và dự kiến đến năm 2050 người Hoa Kỳ da trắng chỉ còn chiếm dưới 50%. Các cộng đồng đang sinh sống ở Hoa Kỳ đều có những bản sắc riêng của họ, kể cả ngôn ngữ, tôn giáo, tín ngưỡng, và phong tục; do vậy, rất khó có thể khái quát chính xác được văn hóa nói chung và văn hóa kinh doanh nói riêng ở nước này. Phân giới thiệu dưới đây chỉ là những nét cơ bản và hướng dẫn chung.



## Cách viết họ tên

Tên người Hoa Kỳ được viết theo thứ tự tên riêng trước, sau đó đến tên đệm và cuối cùng là họ. Họ lấy theo họ bố; không dùng họ mẹ. Ví dụ, Bill William Clinton trong đó Bill là tên riêng, William là tên đệm, và Clinton là họ. Tên đệm thường được viết tắt hoặc thậm chí không viết. Ví dụ, Bill William Clinton thường được viết là Bill W. Clinton hoặc chỉ viết ngắn gọn là Bill Clinton. Họ tên cũng có thể viết theo thứ tự họ trước rồi đến tên riêng, và cuối cùng là tên đệm. Trong trường hợp này sau họ có dấu phẩy. Ví dụ: Clinton, Bill William.

Phụ nữ Hoa Kỳ khi lấy chồng đổi họ theo họ chồng. Có một số người dùng cả họ mình và họ chồng. Ví dụ, Hillary Rodham Clinton, trong đó Hillary là tên riêng; Rodham là họ của Hillary; và Clinton là họ của chồng.

## Cách xưng hô

Trừ một số trường hợp đặc biệt, người Hoa Kỳ thường gọi nhau bằng tên riêng. Tuy nhiên, có một số nguyên tắc phổ biến mà các nhà kinh doanh nước ngoài nên theo. Đối với lần tiếp xúc trực tiếp hoặc qua thư từ đầu tiên, nên gọi nhau bằng Mr., Mrs., Miss, Ms. hoặc Dr. và tiếp theo là họ. Ví dụ, Mr. Clinton.

Có thể gọi tên riêng khi được mời hoặc sau khi đã có quan hệ thân mật.

Không gọi tên riêng (trừ phi được mời) đối với những người hơn nhiều tuổi, hoặc có địa vị hoặc cấp bậc cao hơn mình nhiều, hoặc đối với những người mà bạn muốn thể hiện sự tôn trọng.

Đối với trẻ em thì luôn luôn có thể gọi tên riêng.

Đối với quân nhân hoặc cảnh sát nên gọi bằng cấp bậc (nếu biết) hoặc gọi chung là “Officer” và tiếp theo là họ. Ví dụ, General Clark hoặc Officer Lugar.

Đối với người mới gặp lần đầu và không biết tên (ví dụ như nhân viên bán hàng, thư ký, lái xe, nhân viên khách sạn...) có thể gọi “Sir”, “Mr.”, “M’am” hoặc “Miss”.

## Một số tính cách đặc trưng của người Hoa Kỳ

Khác với một số nền văn hóa khác, nhất là văn hóa Châu Á, nhìn chung, người Hoa Kỳ rất coi trọng tự do cá nhân và tính tự lập. Gia đình, cộng đồng, tôn giáo, hoặc tổ chức là thứ yếu so với các quyền cá nhân. Chủ nghĩa cá nhân này cũng dẫn đến một tính cách nổi bật của người Hoa Kỳ là cạnh tranh.

Phong cách chung của doanh nhân Hoa Kỳ là ít chú ý đến nghi lễ, đi thẳng vào vấn đề và muốn có kết quả nhanh. Trong đàm phán, người Hoa Kỳ thường xác định trước và rõ mục tiêu cần đạt được, chiến lược và chiến thuật đàm phán, và dùng số liệu để chứng minh cho các luận điểm của mình. Họ muốn dành chiến thắng về phần mình, song cũng

sẵn sàng thỏa hiệp trên cơ sở đôi bên cùng có lợi. Ở Hoa Kỳ, “có đi có lại” là nguyên tắc quan trọng trong đàm phán chính trị cũng như trong kinh doanh.

Người Hoa Kỳ thích nói thẳng, rõ ràng, và dễ hiểu. Họ không thích kiểu nói vòng vo, xa xôi, hoặc ví von. Nhìn chung, khi người Hoa Kỳ nói “được” thì có nghĩa là được và “không được” có nghĩa là không được. Người Hoa Kỳ không ngại ngừng khi trả lời “tôi không biết” nếu như họ không biết về vấn đề mà bạn quan tâm, hoặc “tôi không phụ trách việc này” nếu như vấn đề bạn quan tâm không trong phạm vi trách nhiệm của họ. Tuy nhiên, người Hoa Kỳ thường sẵn sàng chỉ cho bạn biết bạn phải hỏi ai hoặc tìm ở đâu để có những thông tin mà bạn cần, hoặc ai là người phụ trách việc mà bạn quan tâm.

Tính thẳng thắn và sự lịch thiệp cũng có mức độ khác nhau tùy theo vùng. Người New York nổi tiếng là trực tính, và thậm chí hơi thô bạo nếu so sánh với văn hóa Châu Á. Người ở vùng Trung Tây cũng thẳng thắn nhưng thường lịch sự hơn nhiều. Người California không phải lúc nào cũng nói đúng ý nghĩ của họ. Ví dụ ở Los Angeles – miền đất của những giấc mơ - nếu ai đó nói với bạn “Tôi sẽ trở lại vấn đề này với bạn” thì cũng có thể là họ sẽ làm như vậy thật, song cũng có thể họ ngụ ý là “Bạn không có cơ hội”.

Nhìn chung, người Hoa Kỳ không có thói quen nói hoặc cười to trong khi ăn uống hoặc ở nơi công cộng. Họ rất tự giác xếp hàng đợi đến lượt mình khi có từ hai người trở lên, và không có thói quen chen ngang hàng. Tại cửa ra vào thang máy, tàu điện ngầm, hoặc xe buýt, người ở ngoài thường đợi cho người ở trong ra hết rồi mới vào. Người Hoa Kỳ có thói quen cảm ơn khi được người khác giúp đỡ dù chỉ là một việc rất nhỏ như nhường đường chẳng hạn.

### **Chào hỏi**

Cũng như ở các nơi khác, ở Hoa Kỳ, bắt tay là một cách chào phổ biến. Bạn có thể bắt tay cả nam giới và phụ nữ ở những lần gặp nhau đầu tiên hoặc sau đó. Người Hoa Kỳ có thói quen bắt tay chặt dùng cả bàn tay chứ không phải chỉ ngón tay (không có nghĩa là bóp chặt đến mức làm đau tay người khác) để thể hiện sự thân thiện và nhiệt tình. Bắt tay lỏng lẻo có thể bị coi là không chắc chắn, thiếu tự tin, và thậm chí là hờ hững trong quan hệ. Rất ít khi thấy người Hoa Kỳ dùng cả hai tay để bắt tay. Thỉnh thoảng bạn có thể thấy nam giới với phụ nữ hoặc phụ nữ với phụ nữ chào nhau bằng cách ôm, và thậm chí cọ má vào nhau hoặc hôn nhẹ lên má nhau. Hình thức chào này thường chỉ dành cho những người là bạn bè lâu, hoặc ít nhất cũng đã quen nhau. Ngoài ra, người Hoa Kỳ rất ít đụng chạm vào nhau.

Không nên hỏi tuổi, hoặc thu nhập của người Hoa Kỳ. Tôn giáo, chính trị, và tình dục cũng là những lĩnh vực nhạy cảm ở Hoa Kỳ. Tốt nhất là bạn nên tránh những chủ đề này trừ phi với những người bạn thân.

Khi nói chuyện, người Hoa Kỳ thường nhìn thẳng vào người đối diện và đứng không quá gần. Không nhìn thẳng vào người mình đang nói chuyện, nói năng nhỏ nhẹ, thái độ bên lên có thể bị coi là người không có quyền hành hoặc yếu đuối. Bạn cũng có thể nhìn thấy người Hoa Kỳ gác chân nọ lên chân kia và ngả người về phía sau khi ngồi nói chuyện với khách. Những nét văn hóa này thường mâu thuẫn với truyền thống tôn trọng lễ phép và

khêm tốn của người Châu Á. Nói như vậy không có nghĩa là người Hoa Kỳ kiêu ngạo hoặc thô lỗ. Người Hoa Kỳ thường coi trọng tính hiệu quả hơn là sự lịch thiệp.

### **Cử chỉ, điệu bộ**

Người Hoa Kỳ cũng sử dụng cử chỉ, điệu bộ ở những mức độ khác nhau trong giao tiếp để nhấn mạnh điều mình muốn nói hoặc có thể chỉ theo thói quen tự nhiên. Lắc đầu từ bên nọ sang bên kia có nghĩa là không đồng ý. Gật đầu có nghĩa là đồng ý. Nhún lông mày thể hiện sự ngạc nhiên. Nhún vai thể hiện sự hoài nghi hoặc không chắc chắn. Trong nhà hàng khi muốn gọi người phục vụ bạn có thể giơ tay lên cao và chia ngón tay trở ra để thu hút sự chú ý của họ. Tuy nhiên, nếu vẫy hoặc chỉ thẳng ngón tay trở vào người khác lại có nghĩa là buộc tội hoặc thách thức người đó. Giơ tay ra với lòng bàn tay hướng về phía trước có nghĩa là dừng lại. Đối với người Hoa Kỳ giơ ngón tay giữa lên bị coi là tục tĩu và thách đố.

### **Thời gian là tiền bạc**

Ở Hoa Kỳ, “thời gian là tiền bạc”. Thời gian cũng được coi là một loại hàng hóa như tất cả các loại hàng hóa khác. Người Hoa Kỳ tiết kiệm thời gian cũng như tiết kiệm tiền bạc. Những người cung cấp dịch vụ như luật sư, kế toán, tư vấn, các nhà tâm lý học, thợ sửa chữa cơ khí... thường tính phí hoặc tiền công dựa trên số giờ làm việc cho khách hàng, đôi khi kể cả thời gian tiếp và/hoặc nói chuyện qua điện thoại với khách hàng. Do vậy, các nhà kinh doanh, khi cần sử dụng luật sư, cần phải chuẩn bị rất kỹ các câu hỏi và nội dung cần tư vấn, và đi thẳng vào vấn đề để tiết kiệm tối đa thời gian sử dụng luật sư, tức là tiết kiệm chi phí cho chính mình.

Tương tự như vậy, các nhà kinh doanh Hoa Kỳ không có nhiều thời gian để nói chuyện dông dài hoặc đọc những bức thư dài hoặc chờ đợi sự trả lời chậm trễ. Các bức thư chào hàng hoặc giao dịch trước hết phải thu hút được sự chú ý của người đọc, và phải ngắn gọn và rõ ràng, *trả lời thẳng vào các vấn đề hoặc cung cấp* đúng những thông tin mà đối tác yêu cầu. Sự chậm trễ trả lời các thư hỏi hàng của đối tác Hoa Kỳ chắc chắn sẽ làm mất cơ hội kinh doanh.

### **Giờ làm việc**

Giờ làm việc hàng ngày phổ biến nhất là từ 9 giờ sáng đến 5 giờ chiều, trong đó có khoảng nửa đến một tiếng ăn trưa. Các ngân hàng thường mở cửa từ 10 giờ sáng đến 3 giờ chiều. Tuy nhiên, cũng có nhiều ngoại lệ. Nhiều nơi có thể bắt đầu và kết thúc ngày làm việc sớm hơn. Các công ty kinh doanh thường làm việc nhiều giờ hơn và kết thúc ngày làm việc muộn hơn. Có ngân hàng mở cửa sớm hơn và đóng cửa muộn hơn thông thường. Một số công ty áp dụng chế độ giờ làm việc linh hoạt để tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên, nhất là trong việc đưa đón con đi học.

### **Gặp gỡ làm việc**

Người Hoa Kỳ muốn biết trước nội dung cuộc gặp, vai trò và quyền hạn, và thậm chí cả thân thế sự nghiệp của khách. Rất nhiều trường hợp, nhất là đối với các cuộc gặp với các

quan chức chính phủ hoặc lãnh đạo doanh nghiệp cấp cao, bên chủ thường yêu cầu gửi trước tiêu sử tóm tắt của trường đoàn. Họ thường định trước thời lượng cho các cuộc gặp gỡ (các cuộc tiếp xã giao thường kéo dài 30 – 45 phút và hiếm khi quá 1 tiếng) và không ngại ngừng chủ động kết thúc khi hết giờ, nhất là khi họ có việc bận tiếp sau đó, hoặc thấy cuộc gặp không mang lại lợi ích gì. Không thiếu những cuộc gặp kết thúc trong khi phía khách chưa kịp đề cập hết các vấn đề muốn nói.

Người Hoa Kỳ thường rất đúng giờ. Sự chậm trễ được hiểu là thiếu quan tâm, coi thường đối tác hoặc kém cỏi trong sắp xếp thời gian. Ở các thành phố lớn thường xảy ra tắc nghẽn giao thông thì có thể cho phép sớm muộn đôi chút song không nhiều. Nếu không may bị muộn 10 -15 phút thì nên gọi điện thoại báo trước và xin lỗi, và, nếu có thể, cho biết lý do. Nhiều thành phố ở Hoa Kỳ rất rộng; đi từ địa điểm này đến địa điểm khác có khi mất hàng giờ. Do vậy, khi sắp xếp các cuộc gặp cần phải tính trước thời gian đi lại và trừ hao thời gian tắc nghẽn giao thông. Ngược lại, đến sớm có thể làm bên chủ bối rối do chưa sẵn sàng tiếp đón hoặc được hiểu là quá sốt ruột hoặc không có việc gì tốt hơn để làm. Nói chung, nên đến vào đúng thời gian ghi trên giấy mời hoặc đã hẹn.

Cũng vì muốn tiết kiệm thời gian, nên các cuộc gặp làm việc với người Hoa Kỳ thường là ngắn, tập trung và đi thẳng vào vấn đề. Đối với một số nền văn hóa vừa gặp nhau đã bàn ngay đến chuyện làm ăn thì có thể bị coi là mất lịch sự, trong khi đó người Hoa Kỳ lại thích nói chuyện làm ăn trước, sau đó mới nói đến chuyện cá nhân và các chuyện khác. Vì vậy, thường thì khách, nhất là những người chào hàng phải chuẩn bị rất kỹ và đi thẳng vào nội dung sau những câu chào hỏi xã giao ngắn gọn. Yêu cầu này càng quan trọng nếu cuộc làm việc được tiến hành thông qua phiên dịch vì thực chất thời gian làm việc chỉ còn tối đa một nửa. Trong các cuộc họp hoặc gặp gỡ làm việc, người Hoa Kỳ có thể cắt ngang lời nhau để hỏi hoặc nêu ý kiến của mình. Thói quen này có thể bị coi là bất lịch sự trong một số nền văn hóa Châu Á. Do vậy, các nhà kinh doanh nước ngoài không nên ngạc nhiên khi bị người Hoa Kỳ cắt lời để hỏi hoặc nêu ý kiến của họ.

Khi thấy không còn nội dung cần thảo luận và bên chủ không muốn nói sang vấn đề khác thì khách cũng nên chủ động kết thúc cuộc gặp. Nếu cuộc gặp đã đủ dài và bạn thấy có người vào phòng thì thăm với người tiếp chính bên chủ hoặc đưa cho người đó một mảnh giấy thì bạn cũng nên hiểu đó là tín hiệu bên chủ muốn kết thúc cuộc gặp. Trước khi kết thúc cuộc gặp nên chủ động tóm tắt những việc đã bàn hoặc thỏa thuận và nói rõ những việc mà hai bên dự định sẽ triển khai. Sau mỗi cuộc gặp gỡ quan trọng, phía khách nên gửi thư cảm ơn và tranh thủ nhắc lại những vấn đề mà hai bên đã bàn hoặc thỏa thuận.

### **Kiểm tra an ninh tại nơi làm việc**

Sau sự kiện khủng bố 11/9, việc kiểm tra an ninh được thực hiện rất nghiêm ngặt không những tại các sân bay mà còn tại các nơi làm việc quan trọng và đông người. Khách đến làm việc nhất là tại các cơ quan của chính phủ và các tòa nhà lớn ở những thành phố lớn, nên mang theo giấy tờ tùy thân có dán ảnh để xuất trình tại thường trực, và không nên mang theo hành lý công kênh. ở một số công sở, do người ra vào đông, cho nên việc đăng ký để lấy thẻ ra vào và kiểm tra an ninh đôi khi khá mất thời gian. Để không bị muộn hoặc bị rút ngắn thời gian cuộc gặp, khách đến làm việc (nhất là các đoàn đông người) ở

những công sở này thường phải đến sớm để “trừ hao” thời gian đăng ký lấy thẻ ra vào và kiểm tra an ninh.

## **Trang phục**

Ngoài xã hội, nhìn chung, người Hoa Kỳ mặc rất thoải mái, không cầu kỳ và không quan tâm nhiều đến cách ăn mặc của người khác. Trên đường phố, đôi khi rất khó có thể phân biệt đẳng cấp, địa vị xã hội hoặc nghề nghiệp dựa vào quần áo bề ngoài. Nữ nhân viên bán hàng tại một siêu thị có thể mặc đẹp và đắt tiền hơn một nữ luật sư giỏi có mức lương cao hơn gấp nhiều lần.

Tuy nhiên, trong công sở, tại các hội nghị, hội thảo, tiệc và các cuộc tiếp khách các doanh nhân Hoa Kỳ cũng mặc chỉnh tề và đẹp như ở các nước khác. Khách đến thăm và làm việc thường mặc com lê thẫm màu và cà vạt. Mùa hè, mùa xuân, hoặc những dịp không trang trọng lắm có thể mặc com lê sáng màu. Doanh nhân nữ cũng thường mặc com lê với màu sắc đa dạng hơn so với nam giới. Mặc gọn gàng và chỉnh tề quan trọng hơn là kiểu cách. Một số thương nhân dùng chất lượng giấy và đồng hồ đeo tay để thể hiện mình. Thứ Sáu hàng tuần thường là ngày người Hoa Kỳ ăn mặc ít nghi lễ nhất tại các công sở. Mặc dù nhìn chung người Hoa Kỳ không cầu kỳ trong ăn mặc nhưng nếu một doanh nhân đến giao dịch mặc một bộ com lê quá cũ và hoặc nhàu nhĩ chắc chắn sẽ tạo ấn tượng ban đầu không hay đối với đối tác.

## **Nghi lễ xã giao**

Người Hoa Kỳ quan tâm nhiều đến nội dung và hiệu quả công việc hơn là nghi lễ xã giao. Họ quan tâm nhiều đến năng lực chuyên môn và khả năng quyết định vấn đề hơn là chức vụ hay tuổi tác của đối tác. Họ có thể cử một chuyên viên kỹ thuật trẻ đến gặp một lãnh đạo cấp cao của bên đối tác không phải vì coi thường đối tác mà bởi vì chuyên viên kỹ thuật trẻ đó là người nắm vững nhất về vấn đề cần trao đổi. Mặt khác, người Hoa Kỳ có thể bực mình nếu bên đối tác được đại diện bởi một cấp thấp hơn, nhưng không phải vì lý do họ bị coi thường mà vì lý do đại diện bên đối tác không đủ thẩm quyền quyết định vấn đề mà hai bên đang quan tâm.

Do chi phí lao động đắt, các công ty và công sở ở Hoa Kỳ hầu như không có người tiếp tân riêng như thường thấy ở các công sở và doanh nghiệp Việt Nam. Khách (kể cả quan chức cao cấp) đến làm việc có thể được mời uống hoặc không. Nếu có, cà phê, trà, nước lọc và nước giải khát thường được để sẵn ở một bàn nhỏ trong phòng tiếp khách để khách tự phục vụ. Để tiết kiệm thời gian, ở Hoa Kỳ còn tổ chức kiểu vừa ăn sáng hoặc trưa vừa thảo luận công việc tại nhà hàng hoặc ngay tại công sở của họ.

## **Đối xử bình đẳng với phụ nữ**

Khoảng trên 60% phụ nữ Hoa Kỳ đi làm. Số phụ nữ Hoa Kỳ đảm nhiệm những chức vụ quan trọng trong kinh doanh mặc dù vẫn còn ít, song đang tăng lên. Ở Hoa Kỳ vẫn chưa hết sự phân biệt đối xử giữa nam và nữ. Tuy nhiên, phụ nữ có cương vị cao trong các cơ quan hoặc công ty nhiều hơn, và họ có quyền lực hơn so với ở các nơi khác trên thế giới. Phụ nữ Hoa Kỳ không muốn mình bị coi là đặc biệt hoặc không quan trọng. Nếu gặp



những đối tác kinh doanh là nữ, bạn hãy đối xử với họ như đối xử với các đối tác nam giới và không nên phật ý vì cho rằng bên chủ đã đưa phụ nữ ra tiếp bạn. Nếu họ là chủ mời bạn đi ăn, hãy cứ để họ trả tiền như những người đàn ông khác. Trong kinh doanh, phụ nữ Hoa Kỳ cũng quyết đoán không kém gì nam giới.

### **Đối xử bình đẳng với những người khác chủng tộc**

Hoa Kỳ là một nước đa chủng tộc. Người nước ngoài di cư đến Hoa Kỳ sinh sống và kinh doanh ngày càng nhiều. Trong thực tế cuộc sống ở Hoa Kỳ vẫn chưa hết sự phân biệt chủng tộc. Tuy nhiên, luật pháp Hoa Kỳ cấm mọi hành động phân biệt chủng tộc. Người nước ngoài đến Hoa Kỳ kinh doanh cần hết sức tránh các hành động, hoặc ngôn ngữ thể hiện sự phân biệt chủng tộc. Ví dụ thay cho từ “black American” (người Hoa Kỳ đen) người ta dùng một từ khác lịch sự và ít phân biệt chủng tộc hơn là “African American” (người Hoa Kỳ gốc Phi).

### **Mời cơm làm việc**

Khách nước ngoài đến làm việc có thể được bên chủ mời ăn sáng, trưa, hoặc tối, và vừa ăn vừa làm việc. Tuy nhiên, bên chủ cũng có thể mời khách ăn sau khi kết thúc công việc thành công. Người Hoa Kỳ có thể thảo luận công việc trước khi ăn. Họ hầu như không uống đồ uống có cồn khi ăn sáng hoặc ăn trưa vì vẫn còn trong giờ làm việc. ở Hoa Kỳ, hầu như không có cảnh ép hoặc thi nhau uống rượu trong bữa ăn. Khi được mời, bạn có thể từ chối và nói thẳng lý do, nếu bạn không muốn uống. Không uống rượu là chuyện bình thường ở Hoa Kỳ.

Nếu bên chủ không sắp xếp chỗ ngồi trước thì khách có thể chờ họ mời ngồi, hoặc có thể tự chọn chỗ ngồi nếu bên chủ để khách tự chọn. ở những bữa tiệc ngồi lớn đông người, thường có bố trí trước chỗ ngồi cho một số người hoặc cho tất cả. Mục đích chủ yếu của việc bố trí trước này là để đảm bảo nghi lễ ngoại giao và/hoặc tiện cho trao đổi công việc. Nếu trên giấy mời có ghi “RSVP” thì bạn cần phải xác nhận có dự hay không càng sớm càng tốt.

### **Danh thiếp**

Không nhất thiết phải nêu các học vị trên danh thiếp. Số phone và fax của bạn trên danh thiếp nên có mã số quốc tế của nước mình. Không nên ghi điện thoại di động, nhà riêng vào danh thiếp mà chỉ cho ai thật cần thiết. Danh thiếp của bạn sẽ không bị từ chối nhưng không phải lúc nào bạn cũng nhận lại danh thiếp của đối tác.

Danh thiếp không quan trọng đối với người Hoa Kỳ. Người Hoa Kỳ trao danh thiếp cho nhau không trình trọng như người Châu Á. Người Hoa Kỳ thường chỉ nhìn lướt qua hoặc thậm chí không nhìn danh thiếp trước khi cất đi hoặc bỏ vào túi. Thói quen này không có nghĩa là Người Hoa Kỳ không tôn trọng đối tác, bởi vì họ quan niệm tập trung vào người đang đối thoại với mình quan trọng và thể hiện tôn trọng hơn là nhìn vào danh thiếp. Tuy nhiên, danh thiếp của đối tác vẫn được các nhà kinh doanh Hoa Kỳ lưu giữ để có địa chỉ liên hệ khi cần thiết, đặc biệt là đối với những người mà sau cuộc nói chuyện họ thấy cần phải giữ quan hệ.



## **Vị trí ngồi khi tiếp khách**

Sắp xếp chỗ ngồi giữa khách và chủ như thế nào chủ yếu phụ thuộc vào tiện nghi trong phòng. Khách đến đàm phán hoặc thảo luận công việc thường được mời ngồi theo hình thức đàm phán – khách ngồi đối diện với chủ, trong đó trưởng đoàn hoặc người có chức vụ cao nhất của các bên ngồi ở vị trí chính giữa bên mình. Bàn tiếp khách có thể là hình chữ nhật, bầu dục, hoặc tròn.

Trong các cuộc tiếp khách xã giao, nếu trong phòng là bộ bàn ghế thường dùng để tiếp khách đàm phán, thì người tiếp chính bên chủ thường ngồi ở đầu bàn (vị trí số 1 trong sơ đồ dưới đây). Những người khác của bên chủ ngồi một bên. Đoàn khách ngồi một bên, trong đó trưởng đoàn hoặc người có chức vụ cao nhất trong đoàn khách ngồi gần nhất với người tiếp chính bên chủ.

Nếu trong phòng là bộ xa lông, thì người tiếp chính bên chủ và trưởng đoàn bên khách có thể ngồi cạnh nhau cùng hướng về một phía (như thường thấy trong các cuộc tiếp xã giao khách quốc tế của Lãnh đạo Đảng và Nhà nước ta), hoặc bên khách và bên chủ ngồi đối diện nhau.

## **Cấm hút thuốc**

Hút thuốc bị cấm ngày càng ở nhiều nơi ở Hoa Kỳ. Bạn luôn luôn phải hỏi xem có được phép hút thuốc hay không trước khi châm lửa hút thuốc. Pháp luật cấm hút thuốc trên máy bay, trong nhiều nhà hàng, và ở các nơi công cộng. Hút thuốc thường bị cấm trong các tòa nhà làm việc; do vậy, những người hút thuốc, bất kể là ai, đều phải ra khỏi nhà và xuống đường để hút thuốc, kể cả trong những ngày mùa đông giá lạnh. Khách đến làm việc cần hết sức tránh hút thuốc trong phòng làm việc không hút thuốc của bên chủ. Đối với những cuộc làm việc dài, thường có bố trí thời gian giải lao để cho những người hút thuốc ra ngoài hút thuốc, nếu không, bạn có thể chủ động xin phép tạm nghỉ để ra ngoài hút thuốc.

## **Tặng quà**

Tặng quà ở Hoa Kỳ không quan trọng như ở các nơi khác trên thế giới, và thậm chí còn có thể gây phiền toái. Thà là không tặng quà còn hơn là tặng sai hoặc tặng không đúng người. Luật pháp Hoa Kỳ thực tế cấm các quan chức chính phủ nhận quà trong quá trình thi hành công việc. Những món quà có giá trị từ 50 USD trở nên đều phải nộp lại cho cơ quan. Các doanh nghiệp cũng thường theo dõi chặt chẽ việc tặng quà. Tặng quà không phải là một tập quán bình thường ở Hoa Kỳ, nên tặng quà cũng có thể gây bối rối cho người nhận do họ không chuẩn bị quà để tặng lại hoặc làm bối rối những người khác do họ không mang theo quà để tặng. Đối với các cuộc tiếp các quan chức cấp cao nước ngoài, bên chủ thường hỏi trước xem bên khách có mang quà tặng hay không để họ chuẩn bị quà tặng đáp lễ.

Tuy nhiên, người Hoa Kỳ có thể vui vẻ nhận lời mời đi uống với bạn tại một quán bar hoặc đi ăn tại một nhà hàng. Bạn cũng có thể tặng vé hoặc mời họ đi xem biểu diễn văn

nghệ hoặc một sự kiện thể thao, hoặc đi chơi gôn. Những món quà mang tính kỷ niệm và liên quan đến công việc (ví dụ như bút, lịch, giấy ghi lời nhắn, và những thứ tương tự) cũng có thể được chấp nhận một cách vui vẻ. Những món quà khiêm tốn (nhưng không phải quá rẻ tiền) đặc trưng cho nước bạn hoặc công ty bạn (ví dụ như hàng thủ công mỹ nghệ, sách giới thiệu về đất nước con người, hoặc vật kỷ niệm của công ty, và những thứ tương tự) cũng có thể dùng làm quà tặng sau khi kết thúc công việc.

### **Thông tin thường xuyên**

Giữ liên hệ và thông tin thường xuyên với bạn hàng Hoa Kỳ là rất quan trọng. Các nhà kinh doanh Hoa Kỳ nổi tiếng là không kiên nhẫn và rất ghét sự im lặng. Họ muốn được thông tin thường xuyên về những diễn biến trong kinh doanh bất kể là tốt hoặc xấu. Do vậy, ngay cả trong các trường hợp không đáp ứng được các yêu cầu mua hàng của phía Hoa Kỳ, các doanh nghiệp Việt Nam cũng nên trả lời không đáp ứng được nhu cầu để giữ quan hệ và liên hệ lại khi có thể. Nếu cần thời gian để nghiên cứu hoặc thu thập thông tin trước khi trả lời thì cũng nên thông báo cho đối tác biết đã nhận được yêu cầu và sẽ trả lời sau và, nếu có thể, hẹn thời gian trả lời cụ thể. Không nhất thiết phải chờ có đầy đủ thông tin rồi mới trả lời một thể; Những nội dung nào có thể trả lời trước thì trả lời; Những nội dung chưa trả lời được thì hẹn trả lời sau.

### **Một số điểm cần lưu ý khác**

Tiếng Anh là ngôn ngữ phổ biến tại Hoa Kỳ, nếu cần thiết phải thỏa thuận với đối tác bố trí người phiên dịch. Làm việc với doanh nhân Hoa Kỳ tốt nhất là bạn cần nói tiếng Anh rõ ràng và chính xác, họ chấp nhận nhưng không hoàn toàn thoải mái khi sử dụng người phiên dịch vì như vậy sẽ tiêu tốn thêm thời gian.

Lên kế hoạch những cuộc họp đàm phán trước ít nhất là 1 tháng đến 6 tuần hoặc ngay khi biết chi tiết về chuyên đi của bạn. Xác nhận lại cuộc hẹn một ngày trước đó và không bao giờ đến địa điểm họp mà không báo trước.

Doanh nhân Hoa Kỳ hiếm khi rời khỏi công ty để gặp đối tác, nên, bạn phải đến gặp họ tại công sở hoặc một địa điểm họ lựa chọn.

Người Hoa Kỳ không giỏi chờ đợi, vì vậy trước các cuộc đàm phán, cần đảm bảo rằng tất cả những thông tin cần thiết đã sẵn sàng, trong đó có giá cả, điều kiện thanh toán, tính năng sản phẩm và các điều kiện giao dịch khác.

Nguyên tắc thời gian là vàng bạc rất được coi trọng trong văn hoá kinh doanh Hoa Kỳ. Trong một cuộc họp, những người tham gia sẽ bắt tay vào công việc và đi ngay vào trọng tâm vấn đề chỉ sau một số câu hỏi thăm xã giao.

Nhiều người Hoa Kỳ tin rằng, đất nước họ là một trong nền kinh tế thành công nhất, thể chế dân chủ nhất và cho rằng cách thức của người Hoa Kỳ luôn luôn đúng. Thái độ này thường dẫn đến sự thiếu quan tâm hoặc không thông hiểu các nền văn hóa khác của doanh nhân Hoa Kỳ.

Ở Hoa Kỳ, tiền bạc là ưu tiên hàng đầu và là yếu tố quyết định chiến thắng trong các thương vụ. Trong các cuộc thương lượng, doanh nhân Hoa Kỳ thường nhấn mạnh vào khả năng tài chính và vị thế của mình. Thông thường, khi có ưu thế, họ không ngần ngại sử dụng chúng và tốn ít thời gian vào việc thoả thuận, nhân nhượng.

Tại Hoa Kỳ, trang phục công sở rất quan trọng và nó phản ánh bộ mặt của công ty. Các doanh nhân Hoa Kỳ rất nhạy cảm với tiêu chuẩn ăn mặc. Bạn nên hết sức lưu ý điểm này.

Người Hoa Kỳ sẽ rất ấn tượng với những kiến thức của bạn về thị trường, sản phẩm và công ty họ. Điều đó chứng tỏ một sự chuẩn bị chu đáo và tôn trọng đối tác. Hoa Kỳ là một xã hội thích kiện tụng nhất thế giới. Có những luật sư chỉ chuyên về một ngành, một lĩnh vực trong xã hội. Thông thường, người Hoa Kỳ sẽ không do dự khi nói không. Doanh nhân Hoa Kỳ rất thẳng thừng và không do dự bày tỏ thái độ bất đồng với bạn.

Mặc dù là những người ưa mạo hiểm, doanh nhân Hoa Kỳ vẫn theo đuổi một kế hoạch tài chính đã định sẵn. Thông thường, ngay từ cuộc gặp đầu tiên, doanh nhân Hoa Kỳ đã tìm cách vạch ra một thoả thuận miệng. Người Hoa Kỳ thường không thích những khoảng lặng trong quá trình đàm phán, họ thường quyết định rất nhanh và quyết đoán.

Kiên trì là một phẩm chất khác ở doanh nhân Hoa Kỳ, vì họ tin tưởng rằng luôn luôn tìm ra giải pháp. Ngoài ra, họ tính đến nhiều khả năng khi cuộc đàm phán lâm vào bế tắc.

Nhất quán cũng là một phẩm chất khác của doanh nhân Hoa Kỳ: khi họ đã nhất trí về một hợp đồng nào đó, họ hiếm khi thay đổi.

Với người Hoa Kỳ, cần lưu ý rằng mức giá đầu tiên chỉ bắt đầu ở mức thương lượng, phía Hoa Kỳ sẽ chờ đợi vài lần chào hàng và hoàn giá tiếp theo trước khi đạt được giá cả thoả thuận.

Hệ thống luật pháp của Hoa Kỳ thuộc loại phức tạp hàng đầu thế giới. Bạn nên tham khảo ý kiến luật sư về bất kỳ hợp đồng đã thoả thuận được.

Kết thúc cuộc họp, bạn nên chủ động hẹn một cuộc họp tiếp theo, không nên chờ đợi đối tác của mình làm việc này.

Ngày nghỉ ngày lễ doanh nhân Hoa Kỳ muốn dành riêng cho nhu cầu cá nhân, gia đình, nên tránh giao dịch vào thời điểm trước sau những ngày này.

Doanh nhân Châu Á thường hay cố gắng làm thân với nhau để kinh doanh. Doanh nhân Hoa Kỳ - đặc biệt là công ty lớn có tính chuyên nghiệp cao thì công việc và bạn bè luôn cần được tách bạch rõ ràng.

Bạn hàng Hoa Kỳ không hay mời ăn uống chiêu đãi lẫn nhau như khách hàng một số nước Châu Á. Nếu họ nói: mời đi ăn trưa thì thông thường ai ăn người đó trả tiền. Nếu họ mời: Tôi mua bữa trưa mời bạn, thì mới có nghĩa là họ trả tiền cho bạn.

Chuyên nghiệp và tập trung là đặc tính của doanh nhân Hoa Kỳ. Khi đang đàm phán, cần tắt điện thoại di động và không nên làm bất cứ việc gì không liên quan nếu bạn không muốn cuộc đàm phán thất bại.

Doanh nhân Hoa Kỳ rất ấn tượng với những sai lệch trong công việc. Nếu bạn để mất khách hàng, đối tác Hoa Kỳ, bạn sẽ rất khó có thể lôi kéo họ lại.

## V: ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG

Mặc dù Hoa Kỳ là thị trường tiềm năng song đây cũng là thị trường có nhiều thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam. Hoa Kỳ được coi là quốc gia có hệ thống luật pháp phức tạp và nhiều rào cản kỹ thuật đối với thương mại. Trong những năm gần đây, doanh nghiệp Việt Nam thường gặp khó khăn về tiêu chuẩn lao động và môi trường khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ; các vụ kiện chống bán phá giá và chống trợ giá; hàng rào kỹ thuật và an toàn thực phẩm. Đặc biệt là đối với mặt hàng thực phẩm và đồ uống, việc xuất khẩu sang Hoa Kỳ phải tuân thủ khá ngặt nghèo các quy định của FDA, cụ thể là về Luật chống khủng bố sinh học; việc đăng ký, đại diện tại Hoa Kỳ; ghi nhãn, định dạng, ngôn ngữ; hệ thống phân tích và kiểm soát nguồn nguy hại (HACCP) và tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt (GMPs). Nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn mắc lỗi xuất khẩu sang thị trường này vì chưa tiếp cận hoàn thiện và căn cứ các quy định an toàn thực phẩm, được phẩm của FDA. Các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam bị giữ lại chủ yếu là do quy cách ghi nhãn không chính xác, nguyên liệu không được chấp nhận, dòng chữ ghi cảnh báo sức khỏe không được cho phép.

Như vậy, để tăng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, việc nhanh chóng khắc phục những bất cập nói trên là yêu cầu trước mắt và cũng là vấn đề xuyên suốt trong quá trình phát triển xuất khẩu của Việt Nam. Trước khi xuất mặt hàng thực phẩm, được phẩm sang Hoa Kỳ, các doanh nghiệp phải đăng ký và khai thông báo trước với FDA. Tuy nhiên, theo quy định mới của Luật Hiện đại hóa An toàn thực phẩm của FDA (FSMA) thì sau khi đăng ký với FDA sẽ có thời gian để thẩm tra lại doanh nghiệp cũng như các nhà máy xem có đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hay không rồi mới được cấp các mã, ID để có thể xuất hàng sang được. Bắt đầu từ năm 2012, mỗi cơ sở thực phẩm phải đăng ký lại với FDA 2 năm một lần. Theo đó, việc đăng ký lại sẽ được yêu cầu phải thực hiện trong quý 4 hàng năm chẵn. Với những nét mới trong FSMA đã buộc các nhà nhập khẩu có trách nhiệm hơn đối với chất lượng sản phẩm của các nhà sản xuất nước ngoài. Các doanh nghiệp cần phải hoàn thiện mình hơn, thường xuyên nâng cấp quy trình về an toàn vệ sinh thực phẩm trong nhà máy để xuất khẩu hàng sang Hoa Kỳ một cách thuận lợi nhất. Tuy nhiên, không phải mặt hàng xuất sang Hoa Kỳ đã đăng ký FDA đều có thể yên tâm mặt hàng đó có mặt tại đây. Bởi theo luật mới thì FDA có quyền hạn trong việc nghi ngờ một cơ sở thực phẩm đã đăng ký nếu FDA nghĩ rằng cơ sở sản xuất, chế biến, đóng gói, nhận hoặc lưu giữ hàng bởi cơ sở đó có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng ảnh hưởng đến sức khỏe hoặc tử vong của người và động vật. Việc đăng ký này không những đảm bảo về mặt pháp lý hàng được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ mà còn là hình thức để giới thiệu cơ sở với người nhập khẩu Hoa Kỳ. Vì như đã nói ở trên, các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ có thể yêu cầu FDA cung cấp danh sách các cơ sở nước ngoài đã đăng ký với FDA để họ liên hệ hoặc có căn cứ để ký hợp đồng nhập khẩu.

Bên cạnh đó, hầu hết các hợp đồng xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ hiện nay là theo điều kiện FOB hoặc CF hoặc CIF, do đó trách nhiệm nộp thuế nhập khẩu thuộc về các doanh nghiệp nhập khẩu Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần cẩn thận trong khâu lập chứng từ giao hàng, nhất là hóa đơn thương mại để tránh phiền toái hoặc phát sinh chi phí không đáng có cho người nhập khẩu và đôi khi cho cả bản thân người xuất khẩu. Mặc dù đơn giá và tổng trị giá trên hóa đơn có thể vẫn ghi theo giá C&F hoặc CIF để phù hợp với hợp đồng mua bán ngoại thương, song số tiền cước phí vận tải quốc tế và phí

bảo hiểm vẫn phải được thể hiện trên hóa đơn. Ngoài ra, các thông tin khác như chi phí vận tải nội địa, đóng gói, xây lắp, phí tài chính, phí bản quyền hoặc lixăng, trị giá trợ giúp v.v. cũng có thể phải được ghi rõ trên hóa đơn.

Hiện nay, Bộ Công Thương đã có nhiều hoạt động để phổ biến những nét mới về quy định an toàn thực phẩm giúp các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản, lâm sản, thực phẩm của Việt Nam rút ngắn thời gian làm thủ tục nhập khẩu, đăng ký giấy phép đồng thời tránh những rủi ro trong xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ. Tuy nhiên, những lỗi mắc phải khiến hàng hóa không vào được thị trường Hoa Kỳ vẫn còn. Vì vậy, trước khi có những đơn hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ, các doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ lưỡng các quy trình, thủ tục xuất sang Hoa Kỳ như thế nào để tránh rủi ro khi hàng đã đóng, đưa ra rồi mà bên nhập khẩu không nhận được hàng.



## **VI. ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH**

### **Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ**

Địa chỉ: 1233 20th St NW, Suite 400 - Washington, DC 20036

Điện thoại: (202) 861-0737

Lãnh sự khẩn cấp: (202) 304-2058 / (202) 716-8666

Fax: (202) 861-0917

Email: [info@vietnamembassy.us](mailto:info@vietnamembassy.us) (thông tin chung)

[vnconsular@vietnamembassy.us](mailto:vnconsular@vietnamembassy.us) (thủ tục lãnh sự)

### **Đại sứ quán Hoa Kỳ tại Việt Nam**

Địa chỉ: Số 7 Láng Hạ, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: (84-4) 3850-5000

Fax: (84-4) 3850-5010

### **Trung tâm Hoa Kỳ tại Việt Nam**

Địa chỉ: Tầng 1, Tòa nhà Vườn Hồng,

170 Ngọc Khánh, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: 844-3850-5000

Email: [hanoiac@state.gov](mailto:hanoiac@state.gov)

### **Trung tâm Tư vấn Giáo dục Hoa Kỳ**

Địa chỉ: Tầng 3, Tòa nhà Vườn Hồng

170 Ngọc Khánh, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam

Email: [HanoiEducationUSA@gmail.com](mailto:HanoiEducationUSA@gmail.com)

## VII. TỰ LIỆU THAM KHẢO

**Biểu thuế nhập khẩu Hoa Kỳ:** <http://hts.usite.gov>

**Trang Trademap:** <http://www.trademap.org> (Trade Map là một hệ thống cơ sở dữ liệu cập nhật về tình hình thương mại (đặc biệt là xuất nhập khẩu) của các nước do Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) thiết lập. Đây là một công cụ đặc biệt hữu hiệu cho cả các doanh nghiệp và các nhà nghiên cứu để có được những số liệu cập nhật và đầy đủ nhất về tình hình thương mại của các nước)

**Website Bộ Ngoại giao Việt Nam:** [http://www.mofa.gov.vn/vi/cn\\_vakv/euro/](http://www.mofa.gov.vn/vi/cn_vakv/euro/)

**Website CIA – The World Factbook:**

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

**Trang web của Cục Xúc tiến thương mại:** [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn)

**Trang web của Bộ Công Thương:** [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)



**Mọi thông tin xin liên hệ:**

Cục Xúc tiến thương mại

Phòng Nghiên cứu Phát triển thị trường

Địa chỉ: 20 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 84.4.4.39347628, số máy lẻ 174; 193

Fax: 84.4.39348142

Email: [nctt@vietrade.gov.vn](mailto:nctt@vietrade.gov.vn)

Website: <http://www.vietrade.gov.vn>