



THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG HOA KỲ



Trung tâm hỗ trợ hội nhập WTO TP.HCM
Tháng 12 năm 2017

Lời giới thiệu

Mặc dù gặp phải sự cạnh tranh gay gắt của các quốc gia khác như Trung Quốc, Nga nhưng Hoa Kỳ hiện nay vẫn vững vàng ở vị trí quốc gia số một thế giới gần như trên tất cả mọi lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực kinh tế. Hợp tác và phát triển cùng Hoa Kỳ là điều mà hầu hết mọi quốc gia trên thế giới đều mong muốn, đối với Việt Nam, việc xây dựng thành công mối quan hệ tốt đẹp với Hoa Kỳ trên các lĩnh vực chính trị, ngoại giao, kinh tế, văn hóa... là điều vô cùng cần thiết. Từ khi mở cửa hội nhập cho đến nay, Hoa Kỳ đã trở thành thị trường mục tiêu dành cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam. Hiện nay, giữa Việt Nam và Hoa Kỳ mặc dù chưa ký kết FTA nhưng giá trị xuất nhập khẩu sau hơn 20 năm bình thường hóa quan hệ đã tăng lên rất nhanh, với tỷ lệ xuất siêu nghiêng về phía Việt Nam, nhất là sau khi ký kết Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ. Bằng sự nỗ lực không ngừng nghỉ, nhiều sản phẩm chủ lực của nước ta đã từng bước chiếm lĩnh được thị trường này (may mặc, da giày...). Trong bối cảnh chung, toàn cầu hóa ngày càng phát triển mạnh đồng thời cũng chứa đựng rất nhiều phức tạp, việc xuất nhập khẩu với thị trường Hoa Kỳ có ý nghĩa hết sức to lớn với nền kinh tế nước ta. Nhằm giúp các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu nước ta tiếp cận thị trường Hoa Kỳ tốt hơn, Trung tâm Hỗ trợ hội nhập WTO thành phố Hồ Chí Minh trân trọng giới thiệu cùng quý doanh nghiệp và bạn đọc chuyên đề về “Thông tin thị trường Hoa Kỳ”.

MỤC LỤC

1. Thông tin chung về thị trường	1
1.1. Tổng quan về Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (<i>Nguồn: CIA Factbook</i>).....	1
1.2. Tình hình kinh tế Hoa Kỳ	1
2. Quan hệ thương mại với Việt Nam	3
2.1. Xuất khẩu.....	4
2.1.1. Dệt may.....	5
2.1.2. Giày dép	5
2.1.3. Nông sản, thủy sản	5
2.1.4. Các mặt hàng công nghiệp chế biến.....	5
2.2. Nhập khẩu.....	6
2.3. Đánh giá tiềm năng của thị trường	7
3. Một số quy định của Hoa Kỳ về xuất nhập khẩu.....	8
3.1. Chính sách quản lý nhập khẩu mới	8
3.1.1. Luật Hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm (FSMA).....	8
3.1.2. Quy định mới về nhãn hàng hóa thực phẩm và đồ uống	9
3.1.3. Chương trình Giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP).....	9
3.2. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam ...	9
3.2.1. Hai vụ việc điều tra lẫn tránh thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp với thép mạ (CORE) và thép cán nguội (CR).....	9
3.2.2. Vụ điều tra chống bán phá giá Ống thép cuộn cacbon nhập khẩu.....	9
3.2.3. Vụ việc chống bán phá giá đối với mặt hàng tôm	10
3.2.4. Vụ việc chống bán phá giá đối với sản phẩm cá tra, cá basa	10
4. Một số lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu	10
4.1. Hàng rào thuế quan.....	10
4.2. Hàng rào phi thuế quan.....	11
4.3. Văn hóa kinh doanh.....	12
4.4. Một số địa chỉ liên hệ hữu ích cho doanh nghiệp.....	13

1. Thông tin chung về thị trường

1.1. Tổng quan về Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (Nguồn: CIA Factbook)

Tên nước	Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (United States of America)
Thủ đô	Washington D.C
Diện tích	9.833.517 km ²
Dân số	326.625.791 người
GDP	19.360 tỷ USD (ước tính năm 2017 - PPP)
GDP/người	59.500 USD (ước tính năm 2017)
Tiền tệ	Đồng Dollar (USD)
Ngôn ngữ	Tiếng Anh (79%), tiếng Tây Ban Nha (13%), hệ ngôn ngữ Ấn – Âu (3,7%), châu Á – Thái Bình Dương (3,4%), ngôn ngữ khác (0,7%)
Thế chế	Cộng hòa Liên bang

1.2. Tình hình kinh tế Hoa Kỳ

Hoa Kỳ là nền kinh tế lớn nhất thế giới. Năm 2017, kinh tế Hoa Kỳ tiếp tục tăng trưởng với những số liệu kinh tế tích cực. Thu nhập cá nhân và chi tiêu gia đình duy trì ở mức cao trong suốt năm 2016. Theo số liệu ước tính của CIA Factbook, nền kinh tế Hoa Kỳ tăng trưởng liên tục qua các năm, GDP trong 3 năm 2015, 2016, 2017 của Hoa Kỳ lần lượt đạt 18.670, 18.950 và 19.360 tỷ USD; GDP bình quân đầu người đạt 58.200, 58.600 và 59.500 USD/người.

Tổng hợp một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Hoa Kỳ giai đoạn 2012 – 2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Lạm phát (%)	1,84	1,62	1,79	1,28	1,28
GDP (tỷ USD)	16.155,255	16.691,517	17.393,103	18.120,714	18.624,475
GDP bình quân (nghìn USD)	51.450	52.787	54.599	56.469	57.638
Kim ngạch XNK hàng hóa (tỷ USD)	3.882,227	3.908,653	4.033,079	3.817,874	3.705,958

Nguồn: Ngân hàng Thế giới

Lạm phát của Hoa Kỳ trong từ năm 2012 đến năm 2016 cơ bản được giữ ổn định và có xu hướng giảm phát, năm 2015 và 2016 chỉ số lạm phát của Hoa Kỳ ở mức 1,28%. Với các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô khả quan, kinh tế Hoa Kỳ được đánh giá sẽ tăng trưởng và phát triển hơn trong thời gian tới, nhất là khi nền kinh tế Hoa Kỳ đã cho thấy những dấu hiệu khởi sắc nhất định khi GDP trong quý 2 và quý 3 năm 2017 tăng

nhanch nhất từ trước đến nay, đạt mức 3,3%.

Năm 2016, Hoa Kỳ tiếp tục dẫn đầu về thương mại hàng hóa và dịch vụ. Kim ngạch xuất khẩu năm 2016 của Hoa Kỳ đạt 1.453,721 tỷ USD, chiếm 9% kim ngạch nhập khẩu toàn cầu; kim ngạch nhập khẩu đạt 2.189,183 tỷ USD, chiếm 13,88% kim ngạch nhập khẩu toàn cầu. Tuy nhiên, đồng USD tăng mạnh gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu, sự kiện Brexit cũng ảnh hưởng tới xuất khẩu của Hoa Kỳ bởi Anh là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Hoa Kỳ.

Tình hình thương mại quốc tế Hoa Kỳ năm 2016 với 10 đối tác lớn

Đơn vị: tỷ USD

STT	Quốc gia	Kim ngạch xuất khẩu	Kim ngạch nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Tỷ trọng (%)
1	Trung Quốc	115,8	462,8	578,6	15,9
2	Canada	266,0	278,1	544,0	14,9
3	Mexico	231,0	294,1	525,1	14,9
4	Nhật Bản	63,3	132,2	195,5	5,4
5	Đức	49,4	114,2	163,6	4,5
6	Hàn Quốc	42,3	69,9	112,2	3,1
7	Vương quốc Anh	55,4	54,3	109,7	3,0
8	Pháp	30,9	46,8	77,7	2,1
9	Ấn Độ	21,7	46,0	67,7	1,9
10	Đài Loan	26,0	39,3	65,4	1,8
	Tổng cộng	901,8	1.537,7	2.439,5	67,5

Nguồn: Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ

Các thị trường xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa chính của Hoa Kỳ

Xuất khẩu	Tỷ trọng (%)	Nhập khẩu	Tỷ trọng (%)
EU	18,7	Trung Quốc	21,4
Canada	18,3	EU	18,9
Mexico	15,9	Mexico	13,2
Trung Quốc	8	Canada	12,6
Nhật Bản	4,4	Nhật Bản	6
Khác	34,8	Khác	27,9

Nguồn: wto.org

Trong các thị trường xuất khẩu của Hoa Kỳ, khu vực châu Âu – EU, Canada, Mexico luôn là đối tác xuất khẩu truyền thống lớn nhất khi chiếm lần lượt 18,7%, 18,3% và 15,9%, Trung Quốc là đối tác đứng thứ tư với 8% vào năm 2016. Tuy nhiên, Trung Quốc lại là quốc gia xuất khẩu vào Hoa Kỳ nhiều nhất, chiếm 21,4%

tổng giá trị nhập khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ, cao hơn nhiều so với mức 18,9% của khu vực EU và 13,2% của người láng giềng Mexico. Hiện nay, Hoa Kỳ đang phải chịu thâm hụt thương mại rất lớn với Trung Quốc và các chính sách thương mại gần đây của Hoa Kỳ cho thấy trong thời gian tới, Hoa Kỳ sẽ tìm cách giảm lượng thâm hụt từ quốc gia có nền kinh tế lớn thứ hai thế giới này.

Thông kê kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ năm 2016

Đơn vị: tỷ USD

Nhóm sản phẩm	Kim ngạch xuất khẩu	Thay đổi so với 2015 (%)	Kim ngạch nhập khẩu	Thay đổi so với 2015 (%)
Nông nghiệp	148,8	1,5	139,5	1,8
Sản phẩm từ khai thác rừng	38,0	-2,8	43,1	1,8
Hóa học và các sản phẩm liên quan	218,1	-4,3	259,9	-0,1
Sản phẩm năng lượng	99,4	-9,4	158,0	-18,6
Hàng may mặc, dệt may	21,6	-7,1	120,3	-4,9
Giày dép	1,7	-6,7	25,6	-7,3
Sản phẩm khai khoáng	128,6	-5,2	183,6	-3,0
Máy móc	128,0	-7,7	179,6	-3,4
Thiết bị vận tải	319,4	-2,4	418,4	-1,8
Sản phẩm điện tử	260,5	-1,3	450,1	0,1
Sản phẩm chế tạo	47,8	0,8	125,1	0,2
Sản phẩm chuyên biệt	42,1	1,7	85,9	1,9
Tổng	1.454	-3,3	2.189,1	-2,6

Nguồn: Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ

2. Quan hệ thương mại với Việt Nam

Sau hơn 20 năm bình thường hóa quan hệ, hiện Việt Nam là đối tác thương mại xếp thứ 12 về xuất khẩu hàng hóa và xếp thứ 36 về nhập khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ. Tăng trưởng thương mại hai nước đạt trung bình trên 25% mỗi năm. Cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam trong trao đổi thương mại với Hoa Kỳ luôn duy trì mức thặng dư lớn, nhiều sản phẩm chủ lực của Việt Nam đã tiếp cận được thị trường Hoa Kỳ và dần có được chỗ đứng trong thị trường đầy hấp dẫn này.

Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2016

TT	Tên hàng	Trị giá (tỷ USD)	Tỷ trọng (%)
1	Hàng dệt, may	11,44	29,8
2	Giày dép các loại	4,48	11,7
3	Điện thoại các loại và linh kiện	4,3	11,2
4	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	2,9	7,5
5	Gỗ và sản phẩm gỗ	2,8	7,3
6	Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	2,1	5,5
7	Hàng thủy sản	1,4	3,7
8	Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	1,3	3,4
9	Hạt điều	0,98	2,5
10	Phương tiện vận tải và phụ tùng	0,8	2,1

Nguồn: Niên giám thống kê Hải quan 2016

Số liệu xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ qua các năm

Đơn vị: tỷ USD

Năm	Tổng kim ngạch	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cân đối thương mại
2010	18,0	14,2	3,8	10,4
2011	21,5	17,0	4,5	12,5
2012	24,5	19,7	4,8	14,9
2013	29,1	23,9	5,2	18,6
2014	34,9	28,6	6,3	22,3
2015	41,3	33,5	7,8	25,7
2016	47,2	38,5	8,7	29,8

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2.1. Xuất khẩu

Xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng mạnh từ khoảng 1 tỷ USD vào năm 2001 lên 38,5 tỷ USD năm 2016 và ước đạt trên 40 tỷ USD vào năm 2017. Nếu tính riêng về xuất khẩu hàng hóa, Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 12 vào thị trường Hoa Kỳ trong năm 2016. Năm 2016, Hoa Kỳ tiếp tục duy trì là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với mức tăng trưởng 14,9% so với năm 2015. Tuy nhiên, con số này mới chỉ tương đương 1,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ.

2.1.1. Dệt may

Dệt may vẫn là ngành hàng dẫn đầu về xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu trong năm 2016 là 11,44 tỷ USD, chiếm 48% trong 23,8 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may. Hoa Kỳ là thị trường tiêu dùng và nhập khẩu lớn nhất thế giới về hàng dệt may, theo thống kê của Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ, năm 2016 tổng trị giá sản phẩm dệt may tiêu thụ ở Hoa Kỳ (bao gồm xơ, sợi, vải, thảm, hàng dệt trang trí và dùng trong nhà, quần áo...) xấp xỉ 225 tỷ USD, trong đó khoảng 140 tỷ USD là hàng sản xuất nội địa, còn lại là nhập khẩu, trong đó đối tác nhập khẩu dệt may lớn nhất là Trung Quốc, tiếp đó là tới Việt Nam và Ấn Độ.

2.1.2. Giày dép

Hoa Kỳ là thị trường lớn nhất thế giới về giày dép, năm 2016, Hoa Kỳ nhập khẩu trên 25 tỷ USD, giảm khoảng 7,3% so với năm 2015. Trung Quốc là nước xuất khẩu giày dép lớn nhất vào Hoa Kỳ. Năm 2016, Trung Quốc xuất khẩu vào Hoa Kỳ trên 14,5 tỷ USD giày dép, chiếm 58% tổng trị giá nhập khẩu giày dép của Hoa Kỳ. Năm 2016, Việt Nam đã vượt Italia và Indonesia trở thành nước xuất khẩu lớn thứ 2 về giày dép vào Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu mặt hàng này đạt 4,48 tỷ USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ.

2.1.3. Nông sản, thủy sản

Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản lớn thứ ba của Việt Nam (sau Trung Quốc và EU), chiếm khoảng 15% và đồng thời cũng là thị trường số 1 của Việt Nam khi xuất khẩu hạt tiêu và đứng thứ 2 về xuất khẩu cà phê. Việt Nam đang xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản, thủy sản sang Hoa Kỳ như: tôm đông lạnh, fillet cá tra, basa, cá ngừ chế biến, thịt cua (ghe) chế biến, cà phê, hạt điều, hạt tiêu... Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang Hoa Kỳ năm 2016 đạt 3,35 tỷ USD, tăng 17,5%, trong đó những mặt hàng đạt tăng trưởng là thủy sản (đạt 1,44 tỷ USD, tăng 9,7%), hạt điều (đạt 970 triệu USD, tăng 17,6%), cà phê (đạt 450 triệu USD, tăng 43,6%) và hạt tiêu (đạt 342,4 triệu USD, tăng 30,5%)... Một số mặt hàng sụt giảm như chè, đạt 7,5 triệu USD, giảm 19,7%; cao su đạt 45,4 triệu USD, giảm 6,8%; gạo đạt 18,4 triệu USD, giảm 34% chủ yếu do giá và sản lượng giảm vì nhu cầu thấp.

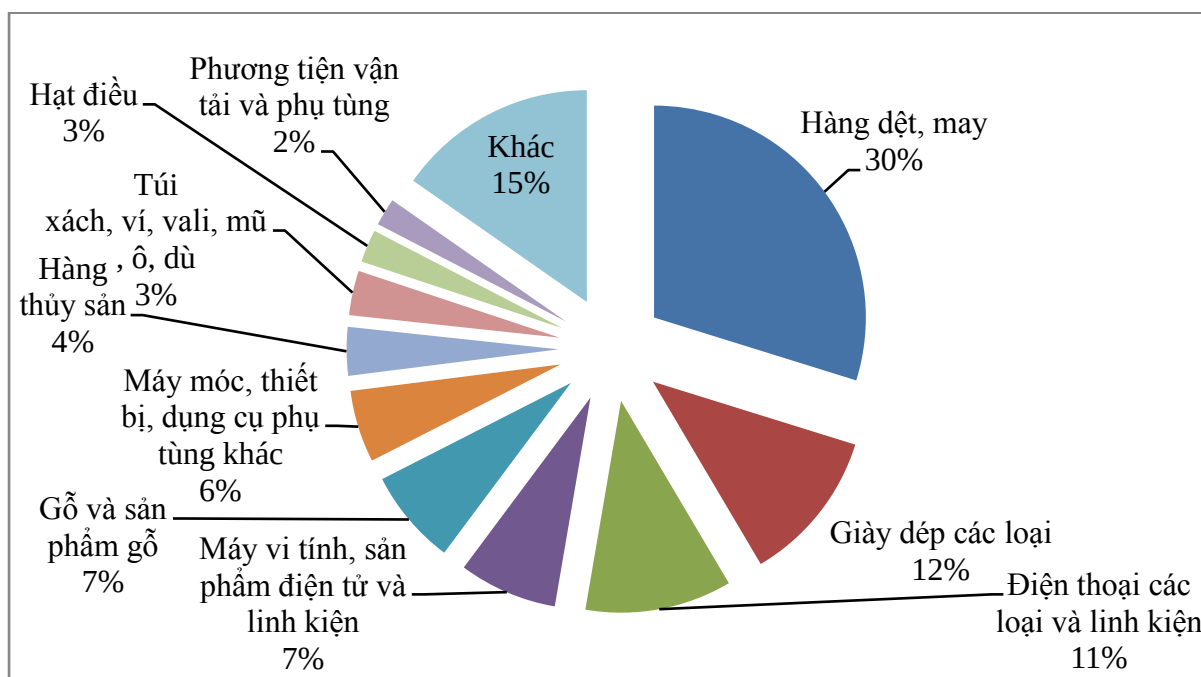
Do hai mặt hàng xuất khẩu chủ lực là tôm và cá tra, basa đều đang phải chịu thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp, bị hạn chế tiêu thụ ở một số bang nên kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nông sản, thủy sản của Việt Nam có thể bị ảnh hưởng. Cà phê, điều và tiêu khó có khả năng tăng đột biến về số lượng, chưa kể giá có thể giảm.

2.1.4. Các mặt hàng công nghiệp chế biến

Kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam với Hoa Kỳ trong năm 2016 đạt khoảng 33,1 tỷ USD, tăng 13,7% so với năm 2015. Mười mặt hàng công nghiệp chế biến có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị

trường này đều có tăng trưởng mạnh. Trong đó, tăng mạnh nhất là mặt hàng điện thoại, đạt 4,3 tỷ USD, tăng 55,5% so với năm 2015.

Biểu đồ các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ năm 2016

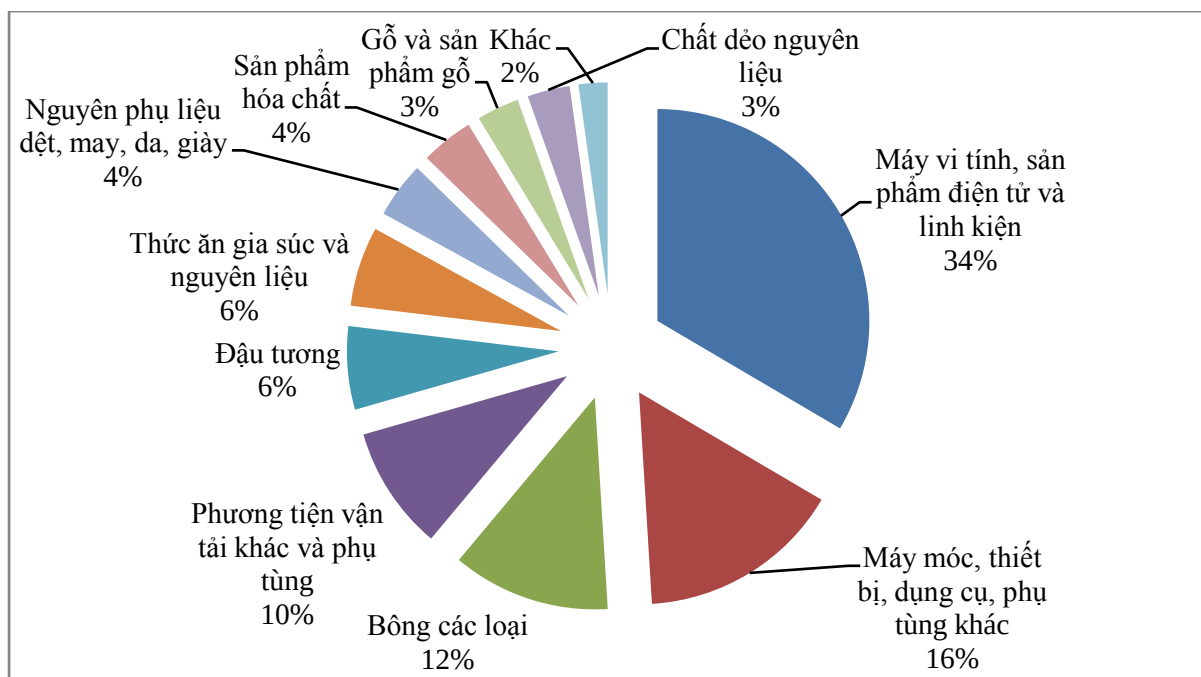


Nguồn: Niên giám Thống kê Hải quan 2016

2.2. Nhập khẩu

Năm 2016, tổng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 8,7 tỷ USD, chiếm 4,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước. Cơ cấu các mặt hàng nhập khẩu chính từ Hoa Kỳ gồm máy vi tính, sản phẩm linh kiện điện tử (chiếm 34%), máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (chiếm 16%); bông các loại (12%); phương tiện vận tải và phụ tùng (chiếm 10%); thức ăn gia súc và nguyên liệu (chiếm 6%),...

Biểu đồ các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Hoa Kỳ 2016



Nguồn: Niên giám Thống kê Hải quan 2016

2.3. Đánh giá tiềm năng của thị trường

Thị trường Hoa Kỳ có sức hấp dẫn rất lớn, bất cứ nhà kinh doanh nào cũng đều mong muốn hàng hóa của mình xuất khẩu vào Hoa Kỳ vì đây là thị trường lớn, đông dân. Dù Hoa Kỳ cũng nổi tiếng với những quy định chặt chẽ, tiêu chuẩn về hàng hóa, dịch vụ cao, điều kiện kinh doanh chặt chẽ, nghiêm ngặt, chú trọng đến việc bảo vệ người tiêu dùng nhưng doanh nghiệp nào cũng mong muốn tiếp cận.

Hiện nay, Hoa Kỳ và Việt Nam chỉ mới có một thỏa thuận thương mại lớn nhất là Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA) được ký kết vào năm 2001, sau 11 vòng đàm phán trong hơn 4 năm, từ năm 1996. BTA gồm 7 chương, đề cập đến 4 nội dung chủ yếu gồm: Thương mại hàng hóa, Thương mại dịch vụ, Sở hữu trí tuệ và Quan hệ đầu tư. Ngay khi BTA có hiệu lực, các doanh nghiệp Việt Nam được hưởng Quy chế Tối huệ quốc, hàng hóa xuất khẩu vào Hoa Kỳ được giảm bình quân 30-40% thuế nhập khẩu. Chính phủ Việt Nam cũng cam kết giảm bớt các rào cản phi thuế quan, giảm bớt sự độc quyền của các doanh nghiệp nhà nước, tiến tới cơ chế thị trường. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp của Hoa Kỳ cũng được góp vốn đầu tư kinh doanh xuất nhập khẩu tại Việt Nam. Nếu xảy ra tranh chấp thương mại, hai bên sẽ giải quyết theo các thông lệ quốc tế, công nhận và thi hành phán quyết của trọng tài (nếu có).

BTA đã đề ra một số nguyên tắc quan trọng về thương mại, cụ thể như sau: (1) Tôn trọng chủ quyền quốc gia, không can thiệp vào nội bộ của nhau, bình đẳng cùng có lợi; (2) Thống nhất dành cho nhau Quy chế đãi ngộ Tối huệ quốc nhằm mang lại lợi ích cho cả hai; (3) Việt Nam tôn trọng các luật lệ và tập quán quốc tế, từng bước điều chỉnh, bổ sung luật và các cơ chế khác cho phù hợp; (4) Việt Nam được

công nhận là quốc gia đang chuyển đổi nền kinh tế nên nhận được sự hỗ trợ từ Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD). Những nội dung mà Hoa Kỳ không đặt ra với các quốc gia khác thì không được đòi hỏi Việt Nam phải đáp ứng.

Do BTA được ký kết trên cơ sở các nguyên tắc của WTO nên hiệp định này có ý nghĩa rất lớn đối với Việt Nam, được xem là một bước tập dượt quan trọng để tiến tới việc đàm phán thành công và gia nhập WTO năm 2007.

Trong suốt những năm qua, BTA đã mở đường cho sự phát triển vượt bậc của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu ở Việt Nam kinh doanh hàng hóa tại Hoa Kỳ. Kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng liên tục qua các năm. Mặc dù vậy, tiềm năng của thị trường này vẫn chưa được khai thác tối đa, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn gặp rất nhiều khó khăn, trở ngại khi tiếp cận. Đặc biệt là hàng rào phi thuế quan với những tiêu chuẩn, quy định về sản phẩm rất chặt chẽ, mức độ bảo hộ còn rất cao, hệ thống pháp luật Hoa Kỳ quá khó với doanh nghiệp Việt Nam.

Tuy nhiên, thời gian gần đây, cùng với sự phát triển đáng kinh ngạc về quan hệ đối ngoại của hai quốc gia trên mọi phương diện, Việt Nam và Hoa Kỳ đã có những bước tiến thuận lợi hơn, nhất là về quan hệ kinh tế. Các chuyến thăm cấp cao chính thức của lãnh đạo hai nước và các cuộc gặp gỡ song phương bên lề các hội nghị, sự kiện quốc tế từ năm 2013 cho đến nay đã cho thấy những tín hiệu tích cực về triển vọng phát triển kinh tế. Trong thời gian tới, cùng với tiến trình hội nhập quốc tế sâu rộng, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tự phấn đấu phát triển sản phẩm của mình theo hướng chất lượng cao, đáp ứng đủ các yêu cầu từ thị trường Hoa Kỳ để mở rộng xuất khẩu các mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế.

3. Một số quy định của Hoa Kỳ về xuất nhập khẩu

3.1. Chính sách quản lý nhập khẩu mới

3.1.1. Luật Hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm (FSMA)

Theo quy định của Luật Hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm (FSMA), cứ hai năm một lần (vào các năm chẵn) doanh nghiệp nước ngoài đang xuất hàng thực phẩm, đồ uống cho người và động vật vào thị trường Hoa Kỳ phải đăng ký lại cơ sở sản xuất và người đại diện tại Mỹ với Cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp mã số kinh doanh hợp lệ mới.

Trong khoảng thời gian nêu trên, nếu doanh nghiệp Việt Nam không tiến hành đăng ký lại với FDA hoặc không xuất trình được mã số kinh doanh hợp lệ, khi hàng đến Hoa Kỳ, có thể bị từ chối không cho vào cảng và không cho nhận hàng, thậm chí hàng hóa có thể bị thu giữ hoặc tiêu hủy. Hơn thế, doanh nghiệp xuất khẩu có thể phải chịu một khoản tiền phạt hoặc thậm chí bị khởi tố hình sự vì phía Hoa Kỳ coi đây là hành động “bị cấm nhưng vẫn làm”.

Ngoài ra, kể từ ngày 17/9/2016, các doanh nghiệp đang xuất khẩu mặt hàng thực phẩm, đồ uống cho người và động vật vào thị trường Hoa Kỳ bắt buộc phải xây dựng, triển khai Chương trình hành động về an toàn vệ sinh thực phẩm ngay tại cơ sở sản xuất của mình. Đây là quy định bắt buộc mới của FDA.

3.1.2. Quy định mới về nhãn hàng hóa thực phẩm và đồ uống

FDA công bố những quy định mới về nhãn hàng hóa thực phẩm và đồ uống vào thị trường Hoa Kỳ. Quy định này nhằm làm cho người tiêu dùng có thể nhận biết được rõ hơn mối liên quan giữa thành phần dinh dưỡng và sức khỏe người tiêu dùng, trong đó có mối liên hệ giữa chế độ ăn uống và các bệnh mãn tính như bệnh béo phì và bệnh tim mạch để hướng dẫn tiêu dùng những sản phẩm thực phẩm và đồ uống đóng gói được bán tại Hoa Kỳ. Những quy định này sẽ được chính thức áp dụng từ ngày 26/7/2018.

3.1.3. Chương trình Giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP)

Ngày 08/12/2016, Cơ quan Khí quyển và Đại dương quốc gia Hoa Kỳ (NOAA) và Cục quản lý Nghề cá biển quốc gia Hoa Kỳ (NMFS) đã công bố các quy định thiết lập Chương trình Giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP) với mục đích chính là ngăn chặn nạn khai thác bất hợp pháp và gian lận thủy sản để bảo vệ kinh tế quốc gia, an ninh lương thực và phát triển bền vững các nguồn tài nguyên biển. Đối tượng áp dụng của Chương trình giám sát này không chỉ bó hẹp ở các sản phẩm thủy sản đánh bắt, khai thác hay thu hoạch từ thiên nhiên mà các sản phẩm được nuôi trồng tại các trang trại, cơ sở nuôi trồng; hay các sản phẩm được sản xuất, chế biến tại các cơ sở sản xuất, chế biến.

3.2. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

3.2.1. Hai vụ việc điều tra lẫn tránh thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp với thép mạ (CORE) và thép cán nguội (CR)

Ngày 07/11/2016, Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã khởi xướng điều tra 02 vụ việc lẫn tránh thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với mặt hàng thép mạ và thép cán nguội nhập khẩu từ Việt Nam do nghi ngờ có sự chuyển tải hàng hóa từ Trung Quốc qua Việt Nam để lẫn tránh thuế. Trước đó, Hoa Kỳ đã ban hành lệnh áp thuế đối với mặt hàng thép mạ của Trung Quốc với mức thuế chống bán phá giá là 199,43% và thuế chống trợ cấp là 241,07%; đối với mặt hàng thép cán nguội với mức thuế chống bán phá giá là 265,79% và thuế chống trợ cấp là 256,44%.

3.2.2. Vụ điều tra chống bán phá giá Ống thép cuộn cacbon nhập khẩu

Ngày 18/11/2016, Ủy ban thương mại quốc tế Hoa Kỳ (USITC) đã ban hành kết luận cuối cùng về thiệt hại trong vụ điều tra chống bán phá giá đối với sản phẩm Ống thép cuộn cacbon, theo đó USITC kết luận lượng nhập khẩu từ Việt Nam là

không đáng kể. Như vậy, Bộ Thương mại Hoa Kỳ sẽ không ban hành lệnh áp thuế chống bán phá giá với Việt Nam.

3.2.3. Vụ việc chống bán phá giá đối với mặt hàng tôm

Ngày 09/11/2016, Hoa Kỳ đã ban hành kết luận sơ bộ của đợt rà soát hành chính (POR) thuế chống bán phá giá tôm lần thứ 11 cho giai đoạn từ ngày 01/02/2015 đến ngày 31/01/2016.

Theo đó, Bộ Thương mại Hoa Kỳ sơ bộ xác định do 02 doanh nghiệp bị đơn bắt buộc (có mức xuất khẩu lớn nhất sang Hoa Kỳ trong giai đoạn rà soát) và 51 doanh nghiệp khác có yêu cầu rà soát mà không trả lời tất cả các phần trong bản câu hỏi sẽ không đủ điều kiện được nhận thuế suất riêng rẽ mà bị áp mức thuế suất toàn quốc là 25,76%. Đối với 12 doanh nghiệp nhận thuế suất riêng rẽ, thuế suất sơ bộ là 4,78%. Ngoài ra, 12 doanh nghiệp không có lô hàng xuất khẩu trong đợt rà soát này bị đình chỉ sẽ được thanh khoản ở mức thuế suất toàn quốc.

Ngày 23/02/2017, Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã ban hành kết luận cuối cùng, theo đó giữ nguyên nội dung trong kết luận sơ bộ do không có bên liên quan nào gửi bình luận hoặc cung cấp thông tin để xem xét lại kết luận sơ bộ trên.

3.2.4. Vụ việc chống bán phá giá đối với sản phẩm cá tra, cá basa

Ngày 19/9/2016, Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã ban hành kết luận cuối cùng đợt rà soát hành chính thuế chống bán phá giá lần thứ 12 (POR12) cho giai đoạn từ 01/8/2014 đến 31/7/2015 đối với sản phẩm cá tra, cá basa nhập khẩu từ Việt Nam. Mức thuế suất sơ bộ toàn quốc là 2,39 USD/kg, mức thuế đối với các bị đơn tự nguyện là 0,69 USD/kg.

4. Một số lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu

4.1. Hàng rào thuế quan

- 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.

- Thuế hỗn hợp (Thuế gộp): là gộp cả thuế theo giá trị và thuế theo số lượng, hàng nông sản thường chịu loại thuế này.

- 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. 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 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. Loại thuế này có tác dụng khuyến khích nhập khẩu nguyên liệu và hàng sơ chế hơn là hàng thành phẩm.

Biểu thuế nhập khẩu HTS hiện hành của Hoa Kỳ được ban hành trong Luật Thương mại và Cạnh tranh. Hệ thống thuế quan của Hoa Kỳ được xây dựng trên cơ sở hệ thống thuế quan hài hòa (gọi tắt là HS – Harmonized System) của Tổ chức Hải quan Thế giới, chủ yếu dựa theo thuế MFN của WTO. Mức thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ có thể thay đổi và được công bố hàng năm, lần thay đổi, chỉnh sửa mới nhất của hệ thống thuế quan Hoa Kỳ là vào ngày 01/7/2017.

Chi tiết mức thuế tham khảo tại www.hts.usitc.gov/current

4.2. Hàng rào phi thuế quan

4.2.1. Hạn ngạch

Hoa Kỳ áp dụng hạn ngạch để kiểm soát về khối lượng hàng nhập khẩu trong một thời gian nhất định. Phần lớn hạn ngạch nhập khẩu do cơ quan hải quan quản lý và chia làm hai loại:

- Hạn ngạch thuế quan: quy định số lượng đối với loại hàng nào đó được nhập khẩu vào Hoa Kỳ được hưởng mức thuế thấp trong một thời gian nhất định, nếu vượt sẽ bị đánh thuế cao.

- Hạn ngạch tuyệt đối: hạn ngạch về số lượng cho một chủng loại hàng hoá nào đó được nhập khẩu vào Hoa Kỳ trong một thời gian nhất định, nếu vượt sẽ không được phép nhập khẩu. Có hạn ngạch tuyệt đối mang tính toàn cầu, nhưng có hạn ngạch tuyệt đối chỉ áp dụng đối với từng nước riêng biệt.

4.2.2. Một số tiêu chuẩn

Hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật và tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội của Hoa Kỳ khá nhiều, một cách vắn tắt, có thể chia thành 5 nhóm sau:

Thứ nhất, về tiêu chuẩn chất lượng: Chất lượng sản phẩm dệt may thể hiện qua hệ thống tiêu chuẩn mà doanh nghiệp đạt được, ví dụ như ISO - 9000. Những chứng chỉ này chứng tỏ doanh nghiệp tham gia thị trường có hệ thống quản lý chất lượng đầy đủ theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện để tiếp cận và mở rộng thị trường.

Thứ hai, tiêu chuẩn về chống cháy: Nhằm bảo vệ sức khỏe và an toàn cho người tiêu dùng, Hiệp hội Bảo vệ người tiêu dùng và Chính phủ Mỹ Họ đưa ra các tiêu chuẩn, quy định về nguyên phụ liệu rất cao đối với hàng may mặc, buộc nhà sản xuất và xuất khẩu phải đầu tư công nghệ hiện đại, tiên tiến trong sản xuất mới làm ra

được sản phẩm đạt tiêu chuẩn. Đây là một rào cản lớn đối với các doanh nghiệp ở các nước đang phát vì thiếu vốn và công nghệ hiện đại.

Thứ ba, tiêu chuẩn bảo vệ môi trường: sản phẩm nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải đáp ứng được các tiêu chuẩn sinh thái theo quy định, an toàn về sức khỏe đối với người sử dụng và không gây ô nhiễm môi trường trong sản xuất.

Thứ tư, tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội (SA - 8000), quy định về trách nhiệm xã hội về các điều kiện lao động. Trong đó, quy định cấm trẻ em dưới 15 tuổi làm việc, không có cưỡng bức lao động, đảm bảo môi trường làm việc an toàn cho sức khỏe người lao động, không phân biệt đối xử, kỷ luật lao động... Tiêu chuẩn SA-8000 gây khó khăn chung đối với các quốc gia có trình độ phát triển thấp, sự khác biệt về điều kiện văn hóa.

Thứ năm, tiêu chuẩn WRAP: Ngoài SA-8000, WRAP là tiêu chuẩn quy định trách nhiệm sản xuất hàng dệt may toàn cầu, quy định cơ bản về lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, sức khỏe và an toàn, quyền tự do thành lập các hiệp hội về đàm phán tập thể, phân biệt đối xử, các hình thức kỷ luật, giờ làm việc và chế độ tiền lương...

4.3. Văn hóa kinh doanh

Người dân Hoa Kỳ rất coi trọng tự do cá nhân và tính tự lập, đối với họ, gia đình, cộng đồng, tôn giáo, hoặc tổ chức là thứ yếu so với các quyền cá nhân. Đặc điểm này dẫn đến một tính cách nổi bật của người dân Hoa Kỳ là cạnh tranh. Người Mỹ có tính tự giác, trật tự và tôn trọng không gian công cộng, không nên lớn tiếng khi ăn uống hay đang ở nơi đông người, khu vực công cộng. Họ rất tự giác xếp hàng đợi đến lượt mình khi có từ hai người trở lên, 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. Đối với người Mỹ, lời cảm ơn thể hiện sự lịch sự dù họ được giúp những việc rất nhỏ.

Người Mỹ thích nói thẳng, rõ ràng và dễ hiểu, họ không thích kiểu nói vòng vo, xa xôi hay ví von, ẩn dụ. Nếu nói “không”, họ sẽ hiểu là không, nếu nói “được” thì họ sẽ hiểu là được và nếu không biết họ sẽ nói rõ “Tôi không biết” hay “Tôi không phụ trách vấn đề này” nếu vấn đề đang đề cập không thuộc phạm vi trách nhiệm của họ. Tuy nhiên, họ vẫn sẵn lòng chỉ dẫn cho đối tác biết nên gặp ai, đi đâu để tìm hiểu vấn đề mà họ quan tâm.

Phong cách chung của các doanh nhân Hoa Kỳ là ít chú ý đến nghi lễ, đi thẳng vào vấn đề và mong muốn nhanh chóng có kết quả. Trong đàm phán, họ thường xác định trước rõ ràng 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. Khi đàm phán, đương nhiên cả hai phía đều muốn chiến thắng và các doanh nhân Hoa Kỳ cũng vậy, tuy nhiên họ cũng sẵn sàng thỏa hiệp trên cơ sở đôi bên cùng có lợi (Win-Win) và nguyên tắc “có qua có lại” vẫn là nguyên tắc rất quan trọng trong đàm phán kinh doanh.

Các doanh nhân Hoa Kỳ nhìn chung thường là người thẳng thắn, lịch thiệp. Tuy nhiên, việc này có thể khác nếu tính đến yếu tố địa lý. Ví dụ, người New York nổi tiếng là trực tính, 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, người California không phải lúc nào cũng nói đúng với ý nghĩ của họ. Ví dụ, khi ở Los Angeles, nếu họ nói rằng “Tôi sẽ trở lại vấn đề này với bạn” thì cũng có thể là họ sẽ làm như vậy thật nhưng cũng có thể họ ngụ ý là “Bạn không có cơ hội đâu”.

4.4. Một số địa chỉ liên hệ hữu ích cho doanh nghiệp

1. Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ

- Địa chỉ: 1233 20th Street N.W, Suite 400, Washington D.C.20036
- Website: vietnamembassy-usa.org
- Tel: +001 202 8610737

2. Đại sứ quán Hoa Kỳ tại Việt Nam

- Địa chỉ: Số 07 Láng Hạ, TP. Hà Nội
- Website: vn.usembassy.gov
- Tel: +84 24 3850 5000

3. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

- Địa chỉ: Số 09 Đào Duy Anh, Quận Đống Đa, Hà Nội, Việt Nam
- Website: vcci.org.vn
- Tel: +84 24 3574 2022

4. Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ

- Địa chỉ: 730 M Street, N.W., # 501; Washington D.C., 20036
- Website: vietnam-ustrade.org
- Tel: +001 202 4639425

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương, 2017, *Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2016*, NXB Công Thương, Hà Nội,
2. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2016, *Hồ sơ thị trường Hoa Kỳ*.
3. Tổng cục Hải quan, 2017, *Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu năm 2016 (bản tóm tắt)*.
4. Tổng cục Thống kê, 2017, *Xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam – Hội nhập và phát triển 2005 – 2015*, NXB Thống kê, Hà Nội.
5. United States International Trade Commission, 2017, *The Year in Trade 2016 – Operation of the Trade Agreement Program* [pdf]. Available at <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4711.pdf> [Accessed 19 December 2017].
6. Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam, 2017, *Chương trình giám sát thủy sản xuất khẩu vào Mỹ*, <http://vasep.com.vn/Quy-dinh-cua-thi-truong-nhap-khau/635_48763/Chuong-trinh-giam-sat-thuy-san-nhap-khau-vao-My.htm> [Ngày truy cập: 10 tháng 12 năm 2017].
6. Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ, 2016, *Doanh nghiệp cần biết: Đăng ký lại cơ sở sản xuất với FDA Hoa Kỳ và xây dựng chương trình hành động về an toàn vệ sinh thực phẩm* <<http://www.vietnam-ustrade.org/index.php?f=news&do=detail&id=716>> [Ngày truy cập: 12 tháng 12 năm 2017].
7. Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ, 2016, *Quy định mới về nhãn bao bì hàng thực phẩm và đồ uống vào thị trường Mỹ* <<http://www.vietnam-ustrade.org/index.php?f=news&do=detail&id=714&lang=vietnamese>> [Ngày truy cập: 12 tháng 12 năm 2017]
8. Tổng cục Hải quan, *Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ* <[https://www.customs.gov.vn/DocLib/T%C3%A0i%20li%E1%BB%87u%20S%E1%BB%9F%20h%E1%BB%AFu%20tr%C3%AD%20tu%E1%BB%87%20\(do%20C%E1%BB%A5c%20C4%90TCBL%20C4%91%E1%BB%81%20ngh%E1%BB%8B%20C4%91%C4%83ng%20t%E1%BA%A3i\)/VBPL%20QUOC%20TE/HIEP%20DINH%20THUONG%20MAI%20VIET%20NAM%20-%20HOA%20KY.pdf](https://www.customs.gov.vn/DocLib/T%C3%A0i%20li%E1%BB%87u%20S%E1%BB%9F%20h%E1%BB%AFu%20tr%C3%AD%20tu%E1%BB%87%20(do%20C%E1%BB%A5c%20C4%90TCBL%20C4%91%E1%BB%81%20ngh%E1%BB%8B%20C4%91%C4%83ng%20t%E1%BA%A3i)/VBPL%20QUOC%20TE/HIEP%20DINH%20THUONG%20MAI%20VIET%20NAM%20-%20HOA%20KY.pdf)>