

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường	4
Các thông tin cơ bản	4
Tổng quan kinh tế	19
Các ngành kinh tế mũi nhọn	23
Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản	24
Chương 2: Môi trường kinh tế và chính trị	30
Hệ thống chính trị	30
Hệ thống kinh tế:.....	35
Tranh chấp quốc tế:.....	42
Chương 3: Kinh doanh hàng hóa và dịch vụ tại thị trường Hoa Kỳ	43
I. Thành lập doanh nghiệp - Các loại hình doanh nghiệp.....	43
Loại hình doanh nghiệp phù hợp với doanh nghiệp Việt Nam tại Hoa Kỳ	47
Quy trình thành lập công ty ở Hoa Kỳ	48
II. Lựa chọn kênh phân phối.....	52
III. Marketing	57
IV. Hội chợ thương mại	59
Chương 4: Quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam tại Hoa Kỳ	61
Quan hệ ngoại giao - chính trị với Việt Nam	61
Quan hệ thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ.....	64
Thương mại hai chiều Việt Nam-Hoa Kỳ giai đoạn 2014-2018	66
Những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam tại Hoa Kỳ	67
Đầu tư.....	78
Các khó khăn và thuận lợi	80

Chương 5: Luật pháp xuất nhập khẩu - Những quy định và tiêu chuẩn thương mại	89
1. Luật thương mại chung	89
2. Môi trường thương mại hiện tại	89
3. Quy trình nhập khẩu	91
4. Chính sách thuế, thuế suất và phí	93
5. Xuất xứ hàng hóa	95
6. Luật sở hữu trí tuệ	96
7. Luật pháp môi trường	100
8. Luật chống độc quyền của Hoa Kỳ	104
Chương 6: Môi trường đầu tư - Lao động và việc làm	106
1. Mở cửa đầu tư nước ngoài của thị trường Hoa Kỳ	106
2. Lao động và việc làm	110
Thiết lập mối quan hệ với người lao động	110
Luật cơ hội việc làm bình đẳng	111
Tiền lương	111
Thất nghiệp	111
An sinh Xã hội	112
Bồi thường cho công nhân	112
Doanh nghiệp nước ngoài hoạt động tại Hoa Kỳ	113
Thu nhập không liên quan đến hoạt động thương mại và kinh doanh tại Hoa Kỳ	114
Cá nhân nước ngoài	114
Cá nhân không cư trú	114
Cá nhân cư trú	115
Thuế bất động sản	117
Thuế bán hàng (Sales Tax)	117

Cá nhân nước ngoài	118
Di sản	119
3. Luật chống tham nhũng	120
4. Luật chống rửa tiền	121
5. Kiện tụng/tranh chấp	121
6. Phá sản	122
Chương 7: Tập quán và văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ	124
Một số nét cơ bản.....	124
Giao tiếp kinh doanh.....	128
Thông tin thường xuyên.....	134
Ăn ở và đi lại.....	134
Cho tiền phục vụ	138
Giờ làm việc và ngày nghỉ	139
Thực tiễn lãnh đạo	140
Chiến lược thâm nhập thị trường	141
Rào cản, rủi ro và thách thức	142
Xu hướng trong tương lai	143
Chương 8: Các website và địa chỉ hữu ích	144



Chương 1: Tổng quan thị trường

Các thông tin cơ bản

Tên nước: Hợp chủng quốc Hoa Kỳ (United States of America)

Thủ đô: Washington D.C

Quốc khánh: Ngày 4/7 (giành độc lập từ Vương quốc Anh năm 1776)

Khu vực hành chính: 50 tiểu bang và đặc khu Colombia (trừ thủ đô Washington)

Đơn vị tiền tệ: Đồng USD

Múi giờ: GMT – 5 giờ (bờ Đông); GMT – 8 giờ (bờ Tây)

Thể chế: Cộng hòa Liên bang

Tổng thống

Donald John Trump (Tổng thống thứ 45, nhậm chức ngày 20/01/2017). Tổng thống là nguyên thủ quốc gia, đứng đầu Chính phủ và là Tổng tư lệnh các lực lượng vũ trang. Tổng thống có quyền phủ quyết các điều luật do Quốc hội thông qua và để đảo ngược quyền phủ quyết của Tổng thống cần 2/3 số phiếu của cả 2 viện của Quốc hội. Nhiệm kỳ Tổng thống dài 4 năm. Kể từ năm 1951, mỗi Tổng thống chỉ được cầm quyền tối đa 2 nhiệm kỳ. Tổng thống có quyền bổ nhiệm và bãi miễn các Bộ trưởng nhưng phải được sự đồng ý của Thượng viện.

Chính phủ

Hoa Kỳ là một nước Cộng hòa Liên bang. Nhà nước Hoa Kỳ được tổ chức theo cơ chế tam quyền phân lập: quyền lập pháp thuộc về Quốc hội, quyền hành pháp thuộc về Tổng thống và quyền tư pháp thuộc về Tòa án tối cao. Ba cơ quan nhà nước liên bang của Hoa Kỳ hoạt động trên nguyên tắc “kiểm soát và cân bằng” lẫn nhau.

Lịch sử

Năm 1492, Christopher Columbus phát hiện Châu Mỹ. Năm 1607, Anh bắt đầu đặt chân lên Châu Mỹ và lập hệ thống thuộc địa ở hầu hết lãnh thổ Bắc Mỹ. Các nước Pháp, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha, Hà Lan chiếm các vùng còn lại. Năm 1775, cuộc đấu tranh giành độc lập nổ ra. Ngày 4/7/1776, các nhà cách mạng Mỹ công bố “Tuyên

ngôn Độc lập”, tách Mỹ khỏi đế quốc Anh, thành lập Hợp chủng quốc Hoa Kỳ gồm 13 bang.

Năm 1776, các thuộc địa của Anh ở Bắc tuyên bố độc lập và được công nhận là một quốc gia mới với tên gọi Hợp chủng quốc Hoa Kỳ kể từ sau Hiệp ước Paris năm 1783. Trong suốt thế kỷ 19 và 20, từ 13 tiểu bang ban đầu quốc gia dần mở rộng trên khắp lục địa Bắc thêm 37 tiểu bang mới và mua lại một số tài sản ở nước ngoài.

Lịch sử nước Hoa Kỳ trải qua 2 giai đoạn đau thương nhất là Cuộc nội chiến (1861-1865), trong đó Liên minh phía Bắc của Liên bang đánh bại Liên minh ly khai của 11 bang nô lệ miền Nam và thời kỳ Đại suy thoái những năm 1930, nền kinh tế xuống dốc nghiêm trọng kéo theo ¼ lực lượng lao động bị thất nghiệp. Nhờ giành chiến thắng trong chiến tranh Thế giới thứ I và II cũng như chấm dứt chiến tranh lạnh vào năm 1991, Hoa Kỳ giữ được vị trí quốc gia hùng mạnh nhất thế giới. Sau hơn 5 thập kỷ, nền kinh tế đạt mức tăng trưởng bền vững, tỷ lệ thất nghiệp và lạm phát thấp, công nghệ đạt nhiều tiến bộ nhanh chóng.

Hoa Kỳ có dân số khoảng 330 triệu người sống ở 50 tiểu bang và quận Columbia, trong đó, khoảng một nửa là lực lượng lao động đang trong độ tuổi làm việc. Thủ đô là Washington, DC.

Sự kết hợp của một thị trường trong nước to lớn, giàu có, một lực lượng lao động năng suất cao, thị trường vốn mạnh, và một hệ thống pháp luật bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ giúp Hoa Kỳ thu hút được nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài rất lớn. Năm 2018, FDI vào Mỹ ước đạt 51.938 triệu USD. Đầu tư vào Mỹ chủ yếu đến từ một nhóm các nước công nghiệp gồm Nhật Bản, Canada, Australia, Hàn Quốc và các nước Tây Âu – vốn chiếm tới 80% FDI mới đổ vào Mỹ. Trong khi đó, mặc dù còn khiêm tốn nhưng dòng vốn đầu tư của các nền kinh tế mới nổi vào Mỹ như Trung Quốc và Brazil cũng đang gia tăng nhanh chóng.

Nói chung chính sách kinh tế Hoa Kỳ rất coi trọng đầu tư nước ngoài, xem đầu tư nước ngoài như là một phương tiện để thúc đẩy hình thành vốn, tạo công ăn việc làm, nâng cao năng lực sản xuất và tiếp thu công nghệ mới. Nhờ có nền kinh tế và chính trị ổn định, Hoa Kỳ được xem là kho dự trữ vốn lớn nhất thế giới. Nền kinh tế Hoa Kỳ đã chứng minh được khả năng phục hồi đáng nể vượt qua các thảm họa thiên nhiên và các sức ép chính trị chẳng hạn như khủng bố.

Hoa Kỳ có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú cung cấp cho hàng loạt các ngành công nghiệp trong nước và mở rộng hoạt động ra nước ngoài. Thành phố New York là trung tâm tài chính nổi tiếng của Hoa Kỳ và có vai trò quan trọng trong việc phát triển hoạt động giao dịch cổ phiếu ra công chúng cũng như các sản phẩm và dịch vụ tài chính được sử dụng rộng rãi toàn thế giới.

Hoa Kỳ cung cấp vô số các ưu đãi tài chính, bao gồm ưu đãi thuế của từng tiểu bang và cấp độ liên bang, để tạo dựng doanh nghiệp, nhưng việc mua lại một doanh nghiệp có thể là phương án ít tốn kém hơn. Bất kỳ quyết định tạo dựng hay mua lại một doanh nghiệp tại Hoa Kỳ đều chịu tác động của một loạt các yếu tố như là địa lý, dân số, tài chính và công nghiệp... mà các nhà đầu tư nước ngoài cần tìm hiểu trước khi đưa ra một cam kết đầu tư.

Các công ty sử dụng hình thức sáp nhập và mua lại (M & A) như các giải pháp thay thế nhằm tạo ra một công ty mới với năng lực cạnh tranh cao hơn, đạt hiệu quả về chi phí, chiếm lĩnh thị phần lớn hơn, đạt hiệu quả vận hành cao. Tại Hoa Kỳ có rất nhiều quy định về cổ phiếu và thuế quản lý M & A, vì vậy một điều rất quan trọng là các nhà đầu tư không chỉ cần tư vấn về tài chính và thuế, mà còn về pháp lý nữa.

Nếu hình thức mua lại không phù hợp thì hình thức liên doanh (JV) hoặc liên minh chiến lược có thể là một cách hữu hiệu để thâm nhập thị trường. Những liên minh này giúp doanh nghiệp mở rộng và tiếp thu những kiến thức chuyên môn vốn phải mất rất nhiều thời gian và chi phí mới có được nếu doanh nghiệp tự tìm hiểu.

Một doanh nghiệp nước ngoài có thể hoạt động ở Hoa Kỳ dưới nhiều hình thức pháp lý khác nhau, bao gồm các tập đoàn, các công ty hợp doanh thường, các công ty hợp doanh hữu hạn, công ty trách nhiệm hữu hạn (LLCs) và chi nhánh tại Hoa Kỳ.

Đường lối đối ngoại

Kể từ khi thành lập nước Mỹ đến trước chiến tranh thế giới thứ hai, Mỹ đã thực hiện chiến lược "biệt lập" theo học thuyết Mon-rô (Tổng thống Mỹ giai đoạn 1817-1825) với nội dung "Châu Mỹ của người Châu Mỹ" để bành trướng ở Tây bán cầu trong lúc Mỹ chưa đủ lực để vươn xa hơn.

Sau chiến tranh thế giới thứ II, với thế và lực mới mạnh hơn trước nhiều, Mỹ thực hiện chiến lược "ngăn chặn", một chiến lược toàn cầu nhằm trở thành bá chủ thế giới. Để

thực hiện ý đồ bá chủ, giới cầm quyền ở Mỹ thực hiện hai mục tiêu chiến lược: xoá bỏ trật tự thế giới cũ của các đế quốc Tây Âu, đưa toàn bộ thế giới TBCN vào một trật tự chính trị và kinh tế mới do Mỹ không chế và làm suy yếu, ngăn chặn sự phát triển và lan rộng ảnh hưởng của Liên Xô (cũ) và của chủ nghĩa xã hội.

Sau khi Liên Xô và khối XHCN tan rã, Mỹ một lần nữa điều chỉnh lớn chiến lược đối ngoại, đưa ra chiến lược "dính líu và mở rộng", thực chất nhằm củng cố và tăng cường vị trí bá chủ toàn cầu trong tình hình mới. Nội dung chính của chiến lược "dính líu và mở rộng" là: Phục hồi và phát triển nền kinh tế Mỹ, giữ vững địa vị là nền kinh tế mạnh nhất thế giới; Duy trì ưu thế quân sự của Mỹ, tổ chức, cơ cấu lại và hiện đại hoá quân đội Mỹ nhằm đáp ứng tình hình mới; Phát huy ưu thế về chính trị và quân sự, thúc đẩy "kinh tế thị trường" và "dân chủ" phương Tây nhằm tiến tới thiết lập một trật tự thế giới có lợi cho Mỹ.

Sau sự kiện 11/9/2001, Mỹ đẩy mạnh quá trình điều chỉnh chiến lược cho thế kỷ 21, coi chống khủng bố là ưu tiên cao nhất. Chống khủng bố được sử dụng để tập hợp lực lượng nhằm thiết lập một trật tự thế giới mới do Mỹ lãnh đạo, dùng lý do chống khủng bố, Mỹ thực hiện biện pháp quân sự đánh phủ đầu Afghanistan và Iraq. Năm 2002, Chính quyền Bush đưa ra Chiến lược an ninh quốc gia với các nội dung chủ yếu: (1) Coi chủ nghĩa khủng bố quốc tế, những quốc gia thù địch bất kham, những nước ủng hộ và che giấu khủng bố, tìm kiếm và sử dụng vũ khí giết người hàng loạt là kẻ thù nguy hiểm nhất của Mỹ; nêu cao khả năng sử dụng vũ lực đơn phương, đưa ra học thuyết "đánh đòn phủ đầu" để hợp lý hoá việc sử dụng quân sự; (2) Tập hợp lực lượng toàn thế giới chống khủng bố, coi chống khủng bố là ưu tiên cao nhất trong chính sách đối ngoại của Mỹ và thành chuẩn mực trong quan hệ của Mỹ với các nước (phân chia 2 loại nước đi với Mỹ chống khủng bố hay đi với khủng bố quốc tế); (3) Trong quan hệ các nước lớn, Mỹ theo đuổi chính sách "cân bằng quyền lực", tìm kiếm quan hệ xây dựng với Trung quốc nhưng cảnh giác trước việc nước này tăng cường tiềm lực quân sự, xây dựng quan hệ chiến lược mới với Nga, tăng cường quan hệ với Ấn Độ, củng cố, mở rộng và cải tổ NATO, củng cố đồng minh truyền thống. Tuy nhiên, do bị sa lầy tại Iraq nên từ nhiệm kỳ II của Tổng thống Bush, Mỹ tiến hành điều chỉnh chiến lược theo hướng tranh thủ đồng minh, bện bèo, bớt đơn phương hơn, nhấn mạnh các thể chế đa phương trong quan hệ quốc tế.

Nhậm chức trong bối cảnh nước Mỹ gặp nhiều khó khăn về kinh tế-tài chính (cuộc khủng hoảng đang diễn ra tại Mỹ được cho là lớn nhất kể từ cuộc khủng hoảng 1929-1933) và không ít khó khăn về đối ngoại, đặc biệt là hai cuộc chiến còn ‘dang dở’ là Iraq và Afghanistan, Tổng thống Obama tiếp tục phải điều chỉnh chính sách đối ngoại Mỹ theo hướng giảm đơn phương, tăng mặt hòa giải và hợp tác đa phương nhằm trước mắt là đưa Mỹ ra khỏi cuộc khủng hoảng kinh tế hiện nay, về lâu dài là duy trì vị trí lãnh đạo của Mỹ trên thế giới. Mỹ đã đưa ra phương châm "sức mạnh thông minh" trong đối ngoại, kết hợp tất cả các thành tố sức mạnh, từ quân sự, chính trị, kinh tế, ngoại giao, để đạt được mục đích.

Qua các phát ngôn và hành động của ông chủ Nhà Trắng cùng nhóm êkíp trong gần hai năm qua, bước đầu có thể nhận diện những nét cơ bản về chính sách đối ngoại của Mỹ thời kỳ chính quyền Donald Trump:

Thứ nhất, “Sức mạnh cứng” trong chính sách đối ngoại của chính quyền Donald Trump

Trong bài diễn văn nhậm chức, ông Donald Trump tuyên bố: Từ nay về sau sẽ chỉ có nước Mỹ trước tiên, lợi ích nước Mỹ được đặt lên hàng đầu. Mọi quyết định về thương mại, thuế, xuất nhập cảnh và đối ngoại sẽ đều nhằm mang lại lợi ích cho người lao động Mỹ và gia đình Mỹ. Chúng ta phải bảo vệ biên giới khỏi sự tàn phá từ những nước sản xuất sản phẩm của chúng ta, ăn cắp công ty của chúng ta và hủy hoại công việc của chúng ta. Việc bảo hộ hàng nội địa sẽ dẫn đến thịnh vượng và sức mạnh.

Sau những phát ngôn thể hiện sức mạnh cứng trong chính sách đối nội cũng như đối ngoại, việc lựa chọn nhân sự cho êkíp của mình cũng thể hiện khá rõ thiên hướng cứng rắn của Tổng thống Trump. Tính đến thời điểm hiện nay, trong số hơn 400 chức vụ cấp cao do Thượng viện thông qua, đã có khá nhiều người xuất thân từ ngành an ninh, quân đội, thương nhân: Bộ trưởng Quốc phòng Jim Mattis, một tướng lĩnh dày dạn kinh nghiệm với 44 năm phục vụ trong quân ngũ, từng chỉ huy các binh sĩ Mỹ chiến đấu ở miền Nam Afghanistan vào năm 2001 và tham gia cuộc chiến tranh Iraq năm 2003; Ngoại trưởng Mỹ Rex Tillerson được bổ nhiệm từ vị trí Chủ tịch và Giám đốc điều hành của tập đoàn Exxon Mobill, một công ty được coi như xương sống giúp nền kinh tế Mỹ tăng trưởng hơn 100 năm qua; Cố vấn An ninh quốc gia H.R. Mc Master, cựu Giám đốc Cơ quan Tình báo Quốc phòng; Chánh văn phòng Nhà Trắng Reince

Priebus... Đồng thời, quyền lực cũng được trao nhiều hơn cho các tướng lĩnh, quan chức cao cấp trong lĩnh vực đối ngoại. Điều này trái ngược với quan điểm của người tiền nhiệm Barack Obama, song tiến gần hơn với quan điểm đối ngoại truyền thống của Mỹ thời kỳ sau Chiến tranh lạnh, khi sức mạnh cứng ngự trị ở vị trí thượng tôn.

Song trùng với thời gian hoàn thiện êkíp giúp việc, để thực hiện biện pháp cứng rắn và hiện thực hóa phát ngôn của mình, Tổng thống Donald Trump đã quyết định rút khỏi TTP, Hiệp định Paris về chống biến đổi khí hậu (COP21) ngay trong số những hành động hành pháp đầu tiên với tư cách là Tổng thống. Ông cũng cam kết đàm phán lại Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ (NAFTA), Hiệp định mà ông cho là thỏa thuận thương mại tồi tệ nhất từ trước đến nay, đồng thời đe dọa sẽ rút khỏi hiệp định này nếu Canada và Mexico không đáp ứng các điều kiện của Mỹ. Về mặt kinh tế, Ông còn tuyên bố sẽ rút khỏi WTO, đánh thuế 35% và 45% đối với các mặt hàng nhập khẩu đến từ Mexico và Trung Quốc, xóa bỏ những thủ tục rườm rà và mở rộng nguồn cung năng lượng,... Tất cả minh chứng cho điều mà chiến lược gia của Nhà Trắng Stephen Bannon gọi là “chủ nghĩa dân tộc kinh tế” theo thiên hướng đối ngoại mang tính bảo hộ và trọng thương từng tồn tại vào thời điểm cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX.

Tiếp đó, Tổng thống Donald Trump quyết định gia tăng ngân sách quốc phòng, bởi theo ông: “Nếu cái mạng ta không giữ được thì các quyền tự do dân sự của ta sẽ trở thành vô nghĩa. Đó là lý do tại sao chức năng quan trọng nhất của chính phủ liên bang là quốc phòng”. Trong bản dự toán ngân sách đầu tiên của chính quyền mới (kế hoạch dự toán ngân sách tài chính năm 2018) đệ trình lên Quốc hội ngày 15-3-2017, chi phí quốc phòng của Mỹ đã tăng thêm 10%, khoảng 54 tỷ USD, trong khi chi tiêu cho các bộ ngành khác bị cắt giảm. Điều này cho thấy tư duy “hòa bình thông qua sức mạnh” của Tổng thống Donald Trump đã được thể hiện rõ nét, đồng nghĩa với điều đó là sức mạnh mềm của Mỹ sẽ bị suy giảm. Bên cạnh đó, Tổng thống Donald Trump cũng yêu cầu các quốc gia đồng minh trong khối NATO phải thực hiện thỏa thuận chung năm 2014 là đóng góp 2% GDP vào chi tiêu chung của NATO để khắc phục tình trạng “hóng mát dưới gốc cây đại thụ” của các thành viên NATO. Ông cho rằng: “Nếu các quốc gia khác cùng chia sẻ gánh nặng tài chính một cách công bằng thay vì để mặc cho Hoa Kỳ phải trang trải chi phí còn lại, thì tất cả chúng ta sẽ an toàn hơn nhiều và quan hệ đối tác của chúng ta sẽ mạnh mẽ hơn”.

Không chỉ thể hiện sức mạnh cứng trên lời nói, ngày 7-4-2017, Tổng thống Donald Trump đã ra lệnh phóng 59 tên lửa vào căn cứ không quân Syria; điều động tàu sân bay đến bán đảo Triều Tiên vào giữa tháng 4, đầu tháng 5-2017 để “giần mặt” Triều Tiên, phô trương sức mạnh quân sự, đồng thời thể hiện sự cứng rắn của Mỹ trong việc giải quyết những điểm nóng trên thế giới. Trước đó, Tổng thống Donald Trump tuyên bố: “Triều Tiên là một mối phiền toái lớn, Mỹ sẽ ủng hộ bằng thái độ hết sức cứng rắn”. Ngoài ra, theo thống kê của CNN, kể từ khi Tổng thống Donald Trump lên nắm quyền, tần suất không kích của Mỹ ở Iraq và Syria đều tăng lên, ước tính 9 vụ/ngày tại Iraq và 16 vụ/ngày tại Syria.

Thứ hai, củng cố quan hệ với các nước đồng minh

Trong số đồng minh của Mỹ từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai đến nay, NATO, Nhật Bản, Hàn Quốc, Israel và Ả-rập - Xêút là những đồng minh thân cận nhất. Vì vậy, không ngạc nhiên khi Donald Trump và cộng sự của mình có những phát ngôn và hành động cụ thể nhằm củng cố quan hệ với các nước đồng minh ngay khi trở thành Tổng thống.

Đối với NATO, trái ngược với những phát ngôn gây sốc trong quá trình tranh cử, Tổng thống Donald Trump cùng với cộng sự của mình đã phát đi những tín hiệu tích cực nhằm củng cố quan hệ đồng minh truyền thống với các nước trong khối. Cả Tổng thống Donald Trump, Phó Tổng thống Mike Pence và Bộ trưởng Quốc phòng James Mattis đều bảo đảm rằng họ sẽ tiếp tục tôn trọng cam kết đã kéo dài hàng thập kỷ của Mỹ với NATO. Nhìn chung, trong tương lai gần, NATO vẫn là đồng minh chiến lược, phương tiện chính để Mỹ giải quyết những vấn đề toàn cầu như: IS, khủng bố, Triều Tiên, Iran, di cư bất hợp pháp, đối trọng và kiềm chế Nga, Trung Quốc,...

Với khu vực Đông Á, ngay sau khi được bổ nhiệm, Phó Tổng thống Mỹ Mike Pence, Bộ trưởng Ngoại giao Tillerson và Bộ trưởng Quốc phòng Mỹ James Mattis đã thực hiện chuyến công du nước ngoài đầu tiên tới Tokyo và Seoul nhằm khẳng định mối quan hệ đồng minh vững mạnh Mỹ - Hàn Quốc và Mỹ - Nhật Bản. Cả ba nhà lãnh đạo đều tái khẳng định cam kết của Mỹ bảo vệ Hàn Quốc trước mối đe dọa ngày càng tăng từ Triều Tiên, tiếp tục bảo đảm việc thực hiện hệ thống phòng thủ tên lửa tầm cao giai đoạn cuối (THAAD); họ cũng bảo đảm với Nhật Bản và nhắc lại cam kết của Mỹ bảo vệ quần đảo Senkaku. Đồng thời, phía Mỹ không đề cao yếu tố tài chính đối với Nhật

Bản và Hàn Quốc, họ còn cho rằng “liên minh Mỹ - Nhật là mô hình cho việc chia sẻ phí tổn”. Đặc biệt, trong tuyên bố chung nhân chuyến thăm Mỹ của Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe, hai bên đã nhắc lại cam kết phòng thủ của Mỹ đối với quần đảo Senkaku phù hợp với Hiệp ước hợp tác và an ninh chung Mỹ - Nhật.

Ở khu vực Trung Đông, không phải ngẫu nhiên Tổng thống Mỹ Donald Trump chọn Trung Đông là điểm đến trong chuyến công du nước ngoài đầu tiên của mình. Trong chuyến thăm Arabia Saudi với hiệp định lịch sử bao gồm một đơn hàng quốc phòng trị giá 110 tỷ USD từ phía Arabia Saudi cùng với bài phát biểu làm lay động thế giới Hồi giáo, ông Donald Trump đã thể hiện rõ mối quan hệ đồng minh truyền thống giữa Mỹ và Arabia Saudi. Tiếp đó, sự hiện diện của Tổng thống Trump tại Israel và Palestine với mục tiêu mở ra một trang mới, một bước ngoặt lịch sử trên con đường tiến tới hòa giải và hòa bình Trung Đông, mà thực chất là hòa giải mâu thuẫn trong mối quan hệ giữa Israel và Palestine đã tồn tại hàng chục năm qua, trong đó lợi thế hòa giải đang thuộc về Israel - đồng minh chiến lược của Mỹ ở Trung Đông. Theo ông, người Israel phải “tỏ ra linh hoạt nhất định”, còn người Palestine phải “vứt bỏ một số hận thù của họ” để thông qua đàm phán chia thành hai quốc gia chung sống hòa bình.

Thứ ba, tiếp tục gia tăng ảnh hưởng đối với khu vực châu Á - Thái Bình Dương

Ngày 17-3-2017, khi quyền trợ lý ngoại trưởng phụ trách các vấn đề Đông Á và Thái Bình Dương Susan Thornton tuyên bố: cụm từ “xoay trục về châu Á” là khái niệm mô tả chính sách của chính quyền Obama và chính quyền Trump có “công thức” của riêng mình, giới quan sát đã nhận định cụm từ “xoay trục sang châu Á” đã bị khai tử. Tuy nhiên, những động thái của ông chủ Nhà Trắng cùng với các cộng sự trong thời gian qua cho thấy Washington vẫn coi trọng khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Ông đã phái những cộng sự cao nhất của mình đến Đông Á; đích thân đón tiếp Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe, Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình và Thủ tướng Việt Nam Nguyễn Xuân Phúc cùng hàng loạt các cuộc tiếp xúc cấp cao của chính quyền Trump với các nhà lãnh đạo của châu Á - Thái Bình Dương.

Châu Á - Thái Bình Dương chiếm 40% tổng diện tích lãnh thổ của thế giới, 41% dân số (gần 3,6 tỷ người), 61% GDP, 47% tổng thương mại quốc tế và 48% nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của thế giới, tập trung 65% nguồn nguyên liệu toàn cầu và có nhiều tuyến đường hàng hải quan trọng của thế giới, nên vai trò của châu Á - Thái

Bình Dương trong chính sách của Mỹ chắc chắn sẽ không thay đổi, có chăng chỉ “đổi đơn chứ không đổi thuốc” với một cách diễn đạt mới mang tính cứng rắn hơn, như lời hai cố vấn hàng đầu về chính sách đối ngoại là Peter Navarro và Alexander Gary, khi họ cho rằng: đường lối mà Trump thực hiện là “dùng sức mạnh bảo vệ quyền bá chủ”, nên sẽ từ bỏ tái cân bằng châu Á - Thái Bình Dương có tiếng mà không hiệu quả, chuyển sang thông qua mở rộng quân sự, đặc biệt là hải quân và trọng điểm triển khai ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương để kiềm chế Trung Quốc, đồng thời thể hiện sức mạnh và bảo vệ đồng minh. Trước đó, hai ông đã gọi các liên minh của Mỹ ở châu Á là “nền tảng của sự ổn định trong khu vực” và “chương trình hải quân của Trump sẽ trấn an các đồng minh của chúng ta rằng Mỹ vẫn cam kết dài hạn với vai trò truyền thống của mình như người bảo đảm trật tự tự do ở châu Á”.

Thứ tư, phác thảo chính sách “bế quan tỏa cảng” trong đối ngoại

Chứng kiến những hành động và tuyên bố của Tổng thống Trump trong thời gian qua, một số nhà nghiên cứu cho rằng, Chính quyền Trump đang quay lại “chủ nghĩa biệt lập”, thực hiện chính sách “bế quan tỏa cảng” đối với khu vực và thế giới. Trong quá trình tranh cử, cũng như trong cam kết với cử tri Mỹ, không ít lần Donald Trump nhắc đến vấn đề cấm người nhập cư vào Mỹ, xây dựng hàng rào bảo vệ biên giới, đánh thuế cao hàng hóa nhập khẩu, rút khỏi các hiệp định thương mại,... Theo ông, hai trong số năm điều nhằm khôi phục an ninh và nền pháp trị theo hiến định là: khởi động việc trục xuất 2 triệu người nhập cư phi pháp và hủy thị thực đối với những quốc gia không nhận lại người của họ; tạm ngừng nhận người nhập cư từ những vùng có nguy cơ khủng bố cao, không đảm bảo an toàn cho việc xác minh lý lịch. Đồng thời, Tổng thống sẽ hối thúc Quốc hội thông qua: Luật Tinh giảm thuế trung lưu, Luật Chấm dứt sử dụng nguồn lực nước ngoài, Luật Chấm dứt nhập cư bất hợp pháp, khôi phục Luật An ninh quốc gia,... Không chỉ đơn thuần là những lời phát biểu hoa mỹ để đổi lại sự ủng hộ của cử tri, Tổng thống Donald Trump đã hiện thực hóa chủ trương của mình bằng những sắc lệnh cụ thể. Trong số 30 sắc lệnh hành pháp trong 100 ngày làm việc đầu tiên, có tới 6 sắc lệnh liên quan đến việc xây dựng “hàng rào” bảo hộ nước Mỹ, tiêu biểu như: Sắc lệnh rút khỏi TTP, sắc lệnh an ninh biên giới, sắc lệnh cấm nhập cảnh, sắc lệnh “mua hàng Mỹ, thuê người Mỹ”,...

Những sắc lệnh trên đều hướng đến mục tiêu dựng một hàng rào thuế quan bảo vệ các công ty, tập đoàn kinh tế Mỹ, bảo vệ việc làm cho công dân Mỹ; rút khỏi một số hiệp định thương mại tự do, hạn chế tình trạng nhập cư vào Mỹ, trục xuất khỏi Mỹ công dân nước ngoài nhập cư trái phép,...

Thứ năm, định hình chính sách “quan hệ nước lớn kiểu mới”

Với những phát ngôn của ông Donald Trump khi đề cập đến Trung Quốc trước cuộc bầu cử, nhiều người cho rằng quan hệ Trung - Mỹ sẽ trở nên âm đạm sau khi Trump lên nắm quyền, khủng hoảng sẽ xảy ra trong tương lai gần, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh tế. Tuy nhiên, nhìn vào chiến lược phát triển đất nước của Trump, thái độ ứng đối của chính quyền Tập Cận Bình, có thể dự báo mối quan hệ Mỹ - Trung trong tương lai gần sẽ diễn ra theo chiều hướng “quan hệ nước lớn kiểu mới” phiên bản Mỹ, trong đó Washington sẽ là người chủ động áp đặt trò chơi tránh tổng bằng không, coi trọng hợp tác để cùng thắng.

“Nước Mỹ là trên hết”, “Nước Mỹ trước tiên” là khẩu hiệu trong chiến lược phát triển quốc gia của tân tổng thống Mỹ. Vì vậy, “nhất cử nhất động” khi hoạch định sách lược đối nội và đối ngoại, chính quyền Trump không thể tách rời mục tiêu này. Do đó, có thể còn tồn tại những phát ngôn “gây sốc”, song kịch bản Washington đối đầu với Bắc Kinh dưới thời Tổng thống Donald Trump khó có thể xảy ra. Để khôi phục “sự vĩ đại của nước Mỹ” trong bối cảnh hiện nay, Mỹ sẽ không làm phương hại đến Trung Quốc - nền kinh tế lớn thứ hai thế giới. Đặc biệt, hiện Trung Quốc là một trong những chủ nợ, đối tác thương mại lớn nhất của Mỹ, trong đó hoạt động giao thương hàng hóa và dịch vụ hằng năm có tổng trị giá lên tới 663 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu Trung Quốc vào Mỹ khoảng 500 tỷ USD (2015), cao nhất so với kim ngạch xuất khẩu từ các quốc gia khác... Bên cạnh đó, đóng góp của Trung Quốc về tài chính cho các tổ chức quốc tế, như UN, WTO, IMF luôn thuộc những nước cao nhất. Đó là những điều mà Trump và êkíp của ông không thể bỏ qua.

Trước và sau khi Donald Trump đắc cử, Bắc Kinh và Washington đều tỏ rõ thái độ tiếp tục xây dựng quan hệ nước lớn kiểu mới giữa hai quốc gia. Trong bức điện mừng của Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình gửi đến Tổng thống đắc cử Donald Trump, ông viết: “Tôi rất coi trọng quan hệ Trung - Mỹ, kỳ vọng cùng nỗ lực với ngài để duy trì nguyên tắc không xung đột, không đối kháng, tôn trọng lẫn nhau, hợp tác cùng

thắng, mở rộng hợp tác trên các lĩnh vực ở cấp độ song phương, khu vực và toàn cầu, lấy phương thức mang tính xây dựng để kiểm soát bất đồng, thúc đẩy quan hệ Trung - Mỹ tiến triển lớn hơn ở xuất phát điểm mới, đem lại nhiều điều tốt đẹp hơn cho nhân dân hai nước và nhân dân các quốc gia trên thế giới”. Đáp lại nhã ý của Chủ tịch Trung Quốc, Nhà Trắng cũng phát đi những tín hiệu cho thấy Mỹ cũng không mong muốn xóa đi mối quan hệ nước lớn đang được thiết lập giữa hai bên trong thời gian qua. Tổng thống Donald Trump không tiếc lời ca ngợi mối quan hệ Trung - Mỹ “đã giành được bước tiến lớn” và “sự tiến bộ đó là đích thực, mối quan hệ giữa hai nước chúng ta rất xuất sắc”. Trước đó, Ngoại trưởng Rex Tillerson từng nói: Trung Quốc và Mỹ không xung đột, không đối kháng, tôn trọng lẫn nhau, hợp tác cùng thắng. Mặc dù cả hai đều chưa tỏ rõ quan điểm tiếp tục hay thay thế “quan hệ nước lớn kiểu mới” được thiết lập của người tiền nhiệm, song cả hai bên đều thể hiện vấn đề cốt lõi trong quan hệ giữa hai nước là “không xung đột, không đối đầu, tôn trọng lẫn nhau và cùng thắng”.

Còn quá sớm để định hình “Học thuyết Trump” về đối ngoại, nhưng thông qua những phát ngôn và hành động của chính quyền Trump trong thời gian qua, có thể dự đoán chính sách đối ngoại của Chính quyền D. Trump trong thời gian tới sẽ diễn tiến theo chiều hướng: củng cố quan hệ đồng minh, gia tăng sức mạnh cứng, coi trọng khu vực châu Á - Thái Bình Dương, định hình nội dung quan hệ nước lớn kiểu mới với Trung Quốc và các nước lớn,... (Nguồn: Tạp chí Lý luận chính trị)

Vị trí địa lý:

- Nằm ở phía Bắc Châu , giáp Bắc Đại Tây Dương và Bắc Thái Bình Dương, nằm giữa Canada và Mexico.
- Tọa độ địa lý: 38 độ vĩ Bắc, 97 độ kinh Tây

Diện tích:

- Tổng diện tích: 9.833.517 km², đứng hàng thứ 4 trên thế giới
- Diện tích đất: 9.147.593 km²
- Diện tích mặt nước: 685.924 km², (chỉ bao gồm 50 bang và Quận Columbia)

- So sánh diện tích: Gần bằng 1/2 diện tích của Nga; 3/10 châu Phi; 1/2 Nam Mỹ (hay hơi lớn hơn so với Brazil), hơi lớn hơn so với Trung Quốc, lớn gấp hai lần Liên minh châu Âu.

Biên giới đất liền:

- Tổng độ dài: 12.048 km;
- Độ dài biên giới tiếp giáp: Canada 8.893 km (trong đó có 2.477 km tiếp giáp với Alaska), Mexico 3.155 km. (Căn cứ Hải quân Hoa Kỳ ở Vịnh Guantanamo là do Hoa Kỳ thuê và là một phần của Cuba; ranh giới cơ bản là 28 km)
- Đường bờ biển: 19.924 km

Công bố lãnh hải:

- Lãnh hải: 12 hải lý
- Vùng tiếp giáp lãnh hải: 24 hải lý
- Vùng đặc quyền kinh tế: 200 hải lý
- Thêm lục địa: không quy định

Khí hậu:

Chủ yếu là khí hậu ôn đới, nhưng Hawaii và Florida có khí hậu nhiệt đới, khí hậu lạnh giá ở Alaska, bán khô cạn ở vùng đồng bằng phía Tây sông Mississippi, và khô hạn ở các lưu vực sông lớn vùng Tây Nam, nhiệt độ thấp vào mùa đông ở phía Tây Bắc đôi khi được cải thiện trong tháng Giêng và tháng Hai nhờ gió Chinook ấm áp thổi vào từ sườn phía đông của dãy núi Rocky.

Địa hình:

Trung tâm là vùng đồng bằng rộng lớn, phía Tây có các dãy núi cao, phía Đông có nhiều đồi và núi thấp, Alaska có nhiều núi non hiểm trở và các thung lũng sông rộng lớn; Hawaii có địa hình núi lửa hiểm trở.

Độ cao:

- Điểm thấp nhất: Thung lũng Chết -86 m
- Điểm cao nhất: Núi McKinley 6.194m

Lưu ý: đỉnh núi Mauna Kea (cao hơn 4.207 m so với mực nước biển) trên đảo Hawaii cao hơn 10.200 m so với đáy biển Thái Bình Dương. Theo cách đo này, đây là ngọn núi cao nhất thế giới - cao hơn so với đỉnh Everest, vốn được công nhận là ngọn núi cao thế giới so với mực nước biển.

Tài nguyên thiên nhiên:

Than, đồng, chì, molybden, phốt phát, đất hiếm, uranium, bô-xít, vàng, sắt, thủy ngân, ni-ken, kali, bạc, vonfram, kẽm, dầu mỏ, khí tự nhiên, gỗ

Lưu ý: Hoa Kỳ có trữ lượng than lớn nhất thế giới với 445.425.380.000 tấn, chiếm 27% tổng trữ lượng của thế giới

Đất sử dụng:

- Đất canh tác: 18,01%
- Đất trồng cây lâu năm: 0,21%
- Khác: 81,78%
- Diện tích đất tưới tiêu: 223.850 km²

Thiên tai

Thường xuất hiện sóng thần, núi lửa, động đất trên lưu vực Thái Bình Dương, bão dọc bờ biển Đại Tây Dương và Vịnh Mexico, lốc xoáy ở vùng Trung Tây và Đông Nam; lũ bùn tại California; cháy rừng ở phía Tây; lũ lụt; đóng băng quanh năm ở bắc Alaska gây nhiều cản trở cho việc phát triển kinh tế.

Môi trường - Các vấn đề hiện nay:

Ô nhiễm không khí gây ra mưa axit ở cả Hoa Kỳ và Canada. Hoa Kỳ là nước có lượng khí thải carbon dioxide từ việc đốt các nhiên liệu hóa thạch lớn nhất thế giới, nguồn nước bị ô nhiễm bởi nước thải chứa thuốc trừ sâu và phân bón; nguồn nước ngọt tự nhiên ở nhiều ở nhiều vùng phía Tây rất hạn chế đòi hỏi phải quản lý cẩn thận; sa mạc hoá.

Môi trường - Các thỏa thuận quốc tế về vấn đề môi trường:

Là bên tham gia các thỏa thuận về: Ô nhiễm không khí, Ô nhiễm không khí do NO₂, Nghị định thư về Nam Cực, Công ước về bảo vệ tài nguyên Nam Cực, Công ước về bảo tồn của Nam Cực (hải cẩu), Hiệp ước Nam Cực, Biên giới khí hậu, Sa mạc hóa, các

loài có nguy cơ tuyệt chủng, Thay đổi môi trường, Ô nhiễm biển, Bảo tồn sinh vật biển, Bảo vệ tầng ôzôn, Ô nhiễm do tàu biển, Gỗ nhiệt đới 83, Gỗ nhiệt đới 94, Vùng đất ngập nước, Săn bắt cá voi.

Đã ký nhưng chưa phê chuẩn: Ô nhiễm không khí - ô nhiễm chất hữu cơ bền, ô nhiễm không khí do hợp chất hữu cơ dễ bay hơi, Đa dạng sinh học, Nghị định Kyoto về biến đổi khí hậu, Chất thải nguy hại.

Ghi chú về địa lý:

Là nước lớn thứ ba thế giới về kích thước (sau Nga và Canada) và dân số (sau Trung Quốc và Ấn Độ); Đỉnh núi McKinley là điểm cao nhất nằm ở Bắc Hoa Kỳ và Thung lũng Chết điểm thấp nhất trên lục địa.

Con người

Dân số: 329,256,103 (tháng 7/2018), đứng hàng thứ 3 trên thế giới

Cơ cấu tuổi (ước tính năm 2018):

- 0-14 tuổi: 18,62% (31.329.121 nam/29.984.705 nữ)
- 15-24 tuổi: 13,12% (22.119.340 nam/21.082.599 nữ)
- 25-54 tuổi: 39,29% (64.858.646 nam/64.496.889 nữ)
- 55-64 tuổi: 12,94% (20.578.432 nam/22.040.267 nữ)
- 65 tuổi trở lên: 16,03% (23.489.515 nam/29.276.951 nữ) (ước tính năm 2018)

Tuổi trung bình: (ước tính năm 2018): 38,2 tuổi

- Nam: 37 tuổi
- Nữ: 39,5 tuổi

Tốc độ tăng dân số: 0,8% (năm 2018), đứng hàng thứ 130 trên toàn thế giới.

Chi tiêu cho y tế: 17,1% GDP

Chi tiêu cho giáo dục: 5% GDP

Tỷ lệ thất nghiệp ở giới trẻ từ 15 – 24 tuổi: 8,6%

Nam: 9,5%

Nữ : 7,7% (ước tính năm 2018)

Các thành phố lớn - Dân số:

New York - Newark 18.819.000; Los Angeles - Long Beach - Santa Ana 12.458.000; Chicago 9.864.000; Houston 6.115.000; Miami 5.817.000; Washington DC (thủ đô) 5.207.000 (2018).

Dân tộc:

Người da trắng chiếm 72,4%, da đen 12,6%, châu Á 4,8%, người thổ dân Amerindian và người thổ dân Alaska (Alaska Native) 0,9%, người thổ dân

Hawaii và các đảo thuộc Thái Bình Dương 0,2%, hai hoặc nhiều chủng tộc 2,9%.

Lưu ý: người Hispanic (nói tiếng Tây Ban Nha và có nguồn gốc châu Mỹ Latinh) được kể riêng ra vì Cục Điều tra Dân số Hoa Kỳ cho rằng người Hispanic là người gốc Tây Ban Nha/châu Mỹ Latinh bao gồm cả Mexico, Cuba, Puerto Rico, Cộng hòa Dominica, Tây Ban Nha, và người gốc Trung Mỹ hoặc Nam Mỹ thuộc bất kỳ chủng tộc hay dân tộc nào (da trắng, đen, châu Á,...) sinh sống ở Hoa Kỳ; ước khoảng 16,3% dân số Hoa Kỳ là người Hispanic.

Tôn giáo:

- Tin lành 46,5%
- Công giáo La Mã 20,8%
- Giáo phái Mormon 1,6%
- Cơ đốc giáo 0,9%
- Do Thái 1,9%
- Phật giáo 0,7%
- Hồi giáo 0,9%
- Đạo Hindu 0,7%
- Các đạo khác hoặc không xác định 1,8%
- Không nhập đạo 22,8%
- Không tín ngưỡng 0,6%.

Ngôn ngữ:

- Tiếng Anh 78,2%
- Tây Ban Nha 13,4%
- Trung Quốc 1,1%
- Khác 7,3%.
- Lưu ý: Tiếng Hawaii là một ngôn ngữ chính thức ở bang Hawaii.

Tổng quan kinh tế:

Hoa Kỳ có nền kinh tế công nghệ mạnh nhất thế giới, với GDP bình quân đầu người là 59.500 USD. Các công ty Hoa Kỳ đang ở hoặc gần đi đầu trong các tiên bộ công nghệ, đặc biệt là trong máy tính, dược phẩm, và y tế, hàng không vũ trụ và thiết bị quân sự; tuy nhiên, lợi thế của họ đã bị thu hẹp kể từ khi Thế chiến II kết thúc. Dựa trên so sánh GDP được đo theo tỷ lệ chuyển đổi ngang giá sức mua, nền kinh tế Hoa Kỳ năm 2014, đứng ở vị trí lớn nhất thế giới trong hơn một thế kỷ, tụt xuống vị trí thứ hai sau Trung Quốc, tăng gấp ba lần tốc độ tăng trưởng của Hoa Kỳ cho mỗi năm trong bốn thập kỷ qua.

Ở Hoa Kỳ, các cá nhân và doanh nghiệp tư nhân đưa ra hầu hết các quyết định, và chính phủ liên bang và tiểu bang mua hàng hóa và dịch vụ cần thiết chủ yếu ở thị trường tư nhân. Các công ty kinh doanh Hoa Kỳ có được sự linh hoạt cao hơn so với các đối tác của họ ở Tây Âu và Nhật Bản trong các quyết định mở rộng đầu tư nhà máy, sa thải công nhân dư thừa và phát triển các sản phẩm mới. Đồng thời, các doanh nghiệp phải đối mặt với các rào cản cao hơn để thâm nhập vào thị trường quê nhà của đối thủ so với các công ty nước ngoài phải đối mặt với thị trường Hoa Kỳ.

Các vấn đề dài hạn đối với Hoa Kỳ bao gồm đình trệ tiền lương cho các gia đình có thu nhập thấp, đầu tư không đủ vào cơ sở hạ tầng, chi phí y tế và lương hưu của dân số già tăng nhanh, thiếu năng lượng và tài khoản séc và thâm hụt ngân sách khá lớn.

Sự phát triển của công nghệ là yếu tố thúc đẩy từng bước phát triển thị trường lao động "hai cấp", trong đó những người lao động ở cấp dưới thiếu kinh nghiệm và những người lao động cấp cao có kỹ năng chuyên môn/kỹ thuật và ngày càng không thể tăng lương, bảo hiểm y tế và các lợi ích khác. Nhưng toàn cầu hóa thương mại, và đặc biệt là sự gia tăng của các nhà sản xuất có mức lương thấp như Trung Quốc, đã gây thêm áp lực giảm đối với tiền lương và áp lực tăng đối với việc thu hồi vốn. Kể từ năm

1975, thực tế tất cả các khoản tăng thu nhập hộ gia đình đã tăng đến mức cao 20%. Kể từ năm 1996, cổ tức và lãi vốn đã tăng nhanh hơn tiền lương hoặc bất kỳ loại thu nhập sau thuế nào khác.

Lượng dầu nhập khẩu chiếm hơn 50% lượng tiêu thụ của Hoa Kỳ và dầu nói chung có tác động lớn đến sức khỏe của nền kinh tế. Giá dầu thô tăng gấp đôi từ năm 2001 đến 2006, năm giá nhà đạt đỉnh điểm; giá xăng cao hơn đã thâm hụt vào ngân sách của người tiêu dùng và nhiều cá nhân đã bị chậm lại trong việc thanh toán thế chấp của họ. Giá dầu đã tăng thêm 50% trong khoảng thời gian từ năm 2006 đến 2008 và ngân hàng tịch thu tài sản để thế nợ tăng hơn gấp đôi trong cùng kỳ. Bên cạnh thị trường nhà đất bị suy giảm, giá dầu tăng vọt đã làm giảm giá trị đồng USD và làm giảm thâm hụt thương mại hàng hóa của Hoa Kỳ, lên tới mức cao 81 tỷ USD trong năm 2008. Bởi vì nền kinh tế Hoa Kỳ là nền kinh tế mạnh, giá dầu giảm kể từ năm 2013 đã giảm bớt nhiều vấn đề mà sự gia tăng trước đó đã tạo ra.

Khủng hoảng cho vay thế chấp bất động sản dưới chuẩn, giá nhà giảm, ngân hàng đầu tư thất bại, tín dụng thắt chặt và suy thoái kinh tế toàn cầu đã đẩy Hoa Kỳ vào suy thoái vào giữa năm 2008. GDP co lại cho đến quý ba năm 2009, suy thoái sâu nhất và dài nhất kể từ Đại suy thoái. Để giúp ổn định thị trường tài chính, Quốc hội Hoa Kỳ đã thành lập Chương trình cứu trợ tài sản trị giá 700 tỷ USD vào tháng 10 năm 2008. Chính phủ đã sử dụng một số quỹ này để mua cổ phần trong các ngân hàng và tập đoàn công nghiệp Hoa Kỳ, phần lớn đã được trả lại cho chính phủ vào đầu năm 2011. Tháng 1 năm 2009, Quốc hội đã thông qua và cựu Tổng thống Barack Obama đã ký một dự luật cung cấp một khoản kích thích tài chính trị giá 787 tỷ USD để sử dụng trong 10 năm - hai phần ba cho chi tiêu bổ sung và một phần ba cho việc cắt giảm thuế - để tạo việc làm và giúp nền kinh tế phục hồi. Trong năm 2010 và 2011, thâm hụt ngân sách liên bang đạt gần 9% GDP. Năm 2012, Chính phủ Liên bang đã giảm mức tăng trưởng chi tiêu và thâm hụt giảm xuống còn 7,6% GDP. Doanh thu của Hoa Kỳ từ thuế và các nguồn khác thấp hơn, tính theo phần trăm GDP, so với hầu hết các quốc gia khác.

Các cuộc chiến ở Iraq và Afghanistan đòi hỏi phải có sự thay đổi lớn về tài nguyên quốc gia từ dân sự sang mục đích quân sự và góp phần vào sự gia tăng thâm hụt ngân sách và nợ công. Thông qua tài khóa 2018, chi phí trực tiếp của các cuộc chiến sẽ có tổng cộng hơn 1,9 nghìn tỷ USD, theo số liệu của Chính phủ Hoa Kỳ.

Tháng 3 năm 2010, cựu Tổng thống Obama đã ký thành Đạo luật Bảo vệ Bệnh nhân và Chăm sóc Sức khỏe Hợp túi tiền (ACA), một cải cách bảo hiểm y tế được thiết kế để mở rộng phạm vi bảo hiểm thêm 32 triệu người Mỹ vào năm 2016, thông qua bảo hiểm y tế tư nhân cho dân số nói chung và Trợ cấp y tế nói chung cho người nghèo. Tổng chi tiêu cho chăm sóc sức khỏe - công lẫn tư nhân - đã tăng từ 9% GDP năm 1980 lên 17,9% trong năm 2010.

Tháng 7 năm 2010, cựu tổng thống Obama đã ký Đạo luật Dodd-Frank, một đạo luật được thiết kế để thúc đẩy sự ổn định tài chính nhằm bảo vệ người tiêu dùng trước việc các ngân hàng lợi dụng khả năng cho vay thế chấp, chấm dứt sự cứu trợ của các công ty tài chính, đối phó với các ngân hàng gặp khó khăn đó là “Quá lớn, không sụp nổi”, và cải thiện tính trách nhiệm và minh bạch trong hệ thống tài chính - đặc biệt, bằng cách quy định một số sản phẩm tài chính chắc chắn đáng tin cậy được giao dịch trong các thị trường chịu sự điều chỉnh và giám sát của chính phủ.

Cục Dự trữ Liên bang (Fed) đã công bố kế hoạch vào tháng 12 năm 2012 để mua 85 tỷ USD mỗi tháng chứng khoán bảo đảm bằng thế chấp và chứng khoán kho bạc trong nỗ lực giữ lãi suất dài hạn và giữ lãi suất ngắn hạn gần bằng 0 cho đến khi tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống dưới 6,5% hoặc lạm phát tăng trên 2,5%. Fed đã kết thúc việc thu mua vào mùa hè năm 2014, sau khi tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống còn 6,2%, lạm phát ở mức 1,7% và nợ công giảm xuống dưới 74% GDP. Tháng 12 năm 2015, Fed đã tăng mục tiêu cho tỷ lệ quỹ liên bang chuẩn lên 0,25%, mức tăng đầu tiên kể từ khi suy thoái kinh tế bắt đầu. Với mức tăng trưởng thấp tiếp tục, Fed đã chọn tăng lãi suất nhiều lần kể từ đó và vào tháng 12 năm 2017, tỷ lệ mục tiêu ở mức 1,5%.

Tháng 12 năm 2017, Quốc hội đã thông qua và Tổng thống Donald Trump đã ký Đạo luật cắt giảm thuế và việc làm (TCJA), trong số các điều khoản khác nhau, giảm thuế suất thuế doanh nghiệp từ 35% xuống còn 21%; giảm thuế suất cá nhân cho những người có thu nhập cao nhất từ 39,6% xuống còn 37% và tỷ lệ thấp hơn cho những người có mức thu nhập thấp hơn.

Thu nhập cá nhân

Với TCJA, hầu hết các điều khoản cắt giảm thuế thu nhập cá nhân sẽ có hiệu lực vào năm sau, trong khi việc giảm thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ có hiệu lực từ năm 2019.

Theo phân tích của Trung tâm Chính sách Thuế (TPC), 75% đầu thuế của Mỹ sẽ được cắt giảm từ năm 2019.

Khoảng 1/3 số thuế được cắt giảm liên quan đến thuế thu nhập cá nhân phi kinh doanh. Các thay đổi lớn nhất bao gồm các nhóm thuế thu nhập (tax bracket) mới, tăng mức khấu trừ tiêu chuẩn và tín thuế cho trẻ em (child tax credit), bỏ miễn thuế cá nhân và bỏ khấu trừ hầu hết thuế tiểu bang và địa phương.

Tất cả các điều khoản liên quan đến thuế cá nhân trong dự luật này sẽ hết hiệu lực vào năm 2026. Việc đánh thuế lên thu nhập từ đầu tư và hạng mục thuế ưu đãi cá nhân không nằm trong phạm vi điều chỉnh của dự luật này.

Thu nhập doanh nghiệp

Đạo luật TCJA sẽ giảm thuế thu nhập doanh nghiệp ròng khoảng 600 tỷ USD trong vòng 10 năm tới. Theo đó, mức thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ giảm còn 20% từ mức 35% hiện nay.

Bên cạnh đó, TCJA cũng sẽ thay đổi cách điều chỉnh các giao dịch xuyên biên giới của các công ty đa quốc gia có trụ sở tại Mỹ. Đạo luật này sẽ áp thuế tối thiểu 10% lên thu nhập từ nước ngoài nhưng chỉ áp dụng đối với các khoản lợi nhuận cao bất thường.

TCJA cũng sẽ đánh thuế các khoản lợi nhuận ở nước ngoài chưa được chuyển về Mỹ ở mức 14,5% đối với tiền mặt và 7,5% đối với tài sản khác.

Chăm sóc sức khỏe

TCJA của Thượng viện cũng sẽ loại bỏ điều khoản phạt trong Đạo luật Chăm sóc Sức khỏe Hợp túi tiền (ACA) đối với những người không có bảo hiểm sức khỏe.

Văn phòng Ngân sách Thượng viện (CBO) ước tính việc này sẽ khiến nước Mỹ có thêm 13 triệu người không có bảo hiểm. Ngược lại, thay đổi này giúp chính phủ cắt giảm khoảng 330 tỷ USD chi phí tín dụng thuế bảo hiểm và Medicaid (bảo hiểm chăm sóc sức khỏe cho người thu nhập thấp) trong vòng 10 năm tới.

Ủy ban hỗn hợp về thuế (JCT) thuộc Văn phòng Ngân sách Quốc hội ước tính rằng luật mới sẽ giảm doanh thu thuế và tăng thâm hụt liên bang khoảng 1,45 nghìn tỷ USD trong giai đoạn 2018-2027. Số tiền này sẽ giảm nếu tăng trưởng kinh tế vượt quá ước tính của JCT.

Các ngành kinh tế mũi nhọn:

□ 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 Hoa Kỳ phát triển đứng đầu thế giới. Trong đó phải kể đến sàn giao dịch chứng khoán New York được đặt tại thành phố New York là sàn giao dịch lớn nhất thế giới về giá trị giao dịch.

□ Công nghiệp

Công nghiệp chiếm 19,1% các hoạt động kinh tế của 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.

Hoa Kỳ là quốc gia hàng đầu thế giới trong công nghiệp chế tạo, các nhà máy của Mỹ 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.

□ Nông nghiệp

Ngành nông nghiệp chiếm 0,9% các hoạt động kinh tế của Hoa Kỳ, 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 Mỹ 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. Phần lớn được xuất sang các nước Châu Á, mặc dù Canada và Mexico là hai thị trường có đóng góp lớn nhất trong sự tăng trưởng mới đây của xuất khẩu nông sản. 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.

Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản

GDP (tương đồng sức mua - PPP): 19,49 ngàn tỷ USD (ước tính năm 2017), xếp thứ 2 trên thế giới.

GDP (tỉ giá chính thức): 19,49 ngàn tỷ USD (ước tính năm 2017)

Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế: 2,2% (ước tính năm 2017), xếp thứ 145 trên thế giới.

GDP trên đầu người (PPP): 59.800 USD (ước tính năm 2017), xếp thứ 19 trên thế giới.

GDP - Theo lĩnh vực (ước tính năm 2017):

- Nông nghiệp: 0,9%
- Công nghiệp: 19,1%
- Dịch vụ: 80%

Tiết kiệm quốc gia: 18,9% GDP ước tính năm 2017 và đứng thứ 106 trên thế giới.

Lực lượng lao động: 160,4 triệu (ước tính năm 2017), đứng thứ 3 trên thế giới.

Lực lượng lao động phân theo ngành nghề:

- Nông nghiệp: 0,7%
- Công nghiệp: 20,3%
- Dịch vụ: 37,3%
- Công nghiệp và dịch vụ: 24,2%

- Sản xuất: 17,6%
- Nông, lâm, thủy sản: 0,7%
- Sản xuất, vận tải và máy bay: 20,3%
- Quản lý, chuyên môn và kỹ thuật: 37,3%
- Kinh doanh văn phòng: 24,2%
- Các dịch vụ khác: 17,6%

Tỉ lệ thất nghiệp: 4,4% (ước tính năm 2017), xếp thứ 62 trên thế giới.

Tỷ lệ thất nghiệp của giới trẻ (từ độ tuổi 15 - 24 tuổi): 9,2% (ước 2017)

Nam: 10,3%

Nữ: 8,1%

Dân số dưới mức nghèo: 15,1%

Ngân sách:

- Thu: 3,315 ngàn tỷ USD (ước 2017)

- Chi: 3,981 ngàn tỷ USD (ước 2017)

Thuế và thu khác: 17% GDP (ước 2017), xếp thứ 172 trên thế giới.

Thâm hụt ngân sách: -3,4% GDP (ước 2017)

Nợ công: 78,8% GDP (ước 2017)

Tỉ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 2,1% (ước 2017)

Tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 2,3% (ước 2017)

Chi tiêu cho y tế: 17,1% GDP

Chi tiêu cho giáo dục: 5% GDP

Cấu trúc chi tiêu theo GDP: (ước 2017)

Chi tiêu hộ gia đình: 68,4%

Chi tiêu chính phủ: 17,3%

Đầu tư vốn cố định: 17,2%

Đầu tư hàng hóa: 0,1%

Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: 12,1%

Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: -15%

Chỉ số Gini: 45 (ước tính 2017)

Sản lượng khí tự nhiên: 772,8 tỷ mét khối

Tiêu thụ khí tự nhiên: 767,6 tỷ mét khối

Xuất khẩu khí tự nhiên: 89,7 tỷ mét khối

Nhập khẩu khí tự nhiên: 86,15 tỷ mét khối

Dự trữ khí tự nhiên: 0 mét khối (ước đến 01/01/2017), đứng thứ 203 trên thế giới.

Sản lượng dầu thô: 9,352 triệu thùng/ngày

Xuất khẩu dầu thô: 1,158 triệu thùng/ngày

Nhập khẩu dầu thô: 7,969 triệu thùng/ngày

Sản xuất sản phẩm lọc dầu: 20,3 triệu thùng/ngày

Tiêu thụ sản phẩm lọc dầu: 19,96 triệu thùng/ngày

Xuất khẩu sản phẩm lọc dầu: 5,218 triệu thùng/ngày

Nhập khẩu sản phẩm lọc dầu: 2,175 triệu thùng/ngày

Sản lượng điện: 4,095 ngàn tỷ kWh (ước tính 2017)

Tiêu thụ điện: 3,902 ngàn tỷ kWh (ước tính 2017)

Xuất khẩu điện: 9,695 tỷ kWh 2017)

Nhập khẩu điện: 72,72 tỷ kWh (2017)

Khả năng truyền tải điện: 1,087 tỷ kWh

Điện - từ năng lượng hóa thạch: 70% tổng công suất

Điện - từ năng lượng hạt nhân: 9%

Điện từ các nhà máy thủy điện: 7%

Điện từ nguồn thay thế khác: 14%

Các sản phẩm nông nghiệp: lúa mì, bắp, các loại ngũ cốc khác, trái cây, rau quả, sợi bông, thịt bò, thịt heo, gia cầm, sản phẩm từ sữa, cá, các sản phẩm lâm sản.

Các sản phẩm công nghiệp: rất đa dạng, đứng đầu thế giới, nhà đổi mới công nghệ cao, sản lượng công nghiệp lớn thứ hai trên thế giới; xăng dầu, thép, xe cơ giới, hàng không vũ trụ, viễn thông, hóa chất, điện tử, chế biến thực phẩm, hàng tiêu dùng, gỗ, khai mỏ.

Xuất khẩu:

Năm 2017 ước đạt 1,553 ngàn tỷ USD, đứng thứ 2 trên thế giới, tăng từ 1,456 ngàn tỷ USD của năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm các sản phẩm nông nghiệp (đậu nành, trái cây và bắp) 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%; hàng tiêu dùng (ô tô, thuốc) 15%.

Các đối tác xuất khẩu chính gồm:

- Canada 18,3%
- Mexico 15,7%
- Trung Quốc 8,4%
- Nhật Bản 4,4%

Nhập khẩu: Năm 2017 ước đạt 2,368 ngàn tỷ USD, đứng thứ 1 thế giới, tăng so với mức ước tính 2,208 ngàn tỷ USD của năm 2016.

Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm: nông sản 4,9%, vật tư công nghiệp 32,9% (dầu thô 8,2%), tư liệu sản xuất 30,4% (máy tính, thiết bị viễn thông, phụ tùng xe cơ giới, máy văn phòng, máy điện), hàng tiêu dùng 31,8% (ô tô, quần áo, thuốc, nội thất, đồ chơi).

Các đối tác nhập khẩu chính gồm:

- Trung Quốc 21,6%
- Mexico 13,4%
- Canada 12,8%
- Nhật Bản 5,8%
- Đức 5%

Tài khoản vãng lai: -449,1 tỷ USD (2017)

Tín dụng trong nước: 21,59 ngàn tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)

Tiền rộng: 3,512 ngàn tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)

Tiền hẹp: 2,512 ngàn tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)

Dự trữ ngoại tệ và vàng: 123,3 tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 20 trên thế giới.

Nợ nước ngoài: 17,91 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 1 trên thế giới; tăng từ mức ước tính 17,85 ngàn tỷ USD (31/12/2016)

Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài: 5,711 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 2 thế giới.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Hoa Kỳ: 4,08 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 2 trên thế giới, tăng so với mức ước tính 3,614 ngàn tỷ USD vào thời điểm 31/12/2016.

Điện thoại dây cố định: 119,902 triệu (ước tính 2017)

Điện thoại di động: 395,881 triệu (ước tính 2017)

Hệ thống điện thoại: Nhìn chung: một hệ thống thông tin liên lạc đa năng và rộng khắp, công nghệ tiên tiến; tỷ lệ thuê bao di động khoảng 127%; Phát triển công nghệ 5G cho tất cả các khách hàng cả thương mại lẫn không thương mại. Nỗ lực mô hình mạng triển khai sợi quang FTTP nhiều hơn FTTN.

Trong nước: một hệ thống lớn cáp quang, rote vô tuyến vi sóng, cáp đồng trục và các vệ tinh trong nước mang mọi hình thức lưu lượng điện thoại; một hệ thống di động đang phát triển nhanh chóng mang lưu lượng điện thoại di động trên cả nước; đường dây cố định 27 trên 100 và di động 121 trên 100.

Quốc tế: mã quốc gia - 1; nhiều hệ thống cáp biển cung cấp kết nối quốc tế; các trạm vệ tinh trái đất - 61 Intelsat (45 Đại Tây Dương và 16 Thái Bình Dương), 5 Intersputnik (khu vực Đại Tây Dương) và 4 Inmarsat (khu vực Thái Bình Dương và Đại Tây Dương)

Phương tiện truyền thông: Nhìn chung, hàng ngàn đài truyền hình phát sóng; nhiều mạng vô tuyến quốc gia với nhiều đài liên kết; trong khi hầu hết các đài đều là thương

mại, Đài phát thanh công cộng quốc gia (NPR) có một mạng lưới gồm 900 đài thành viên; đài phát thanh vệ tinh có sẵn; tổng cộng, hơn 15.000 đài phát thanh hoạt động (2018).

Sử dụng Internet:

Tổng số người sử dụng: 246.809.221

Tỷ lệ % dân số sử dụng: 76,2%

Băng thông rộng: 109,838 triệu

Các cảng chính: Anchorage, Baltimore, Boston, Charleston, Chicago, Duluth, Hampton Roads, Honolulu, Houston, Jacksonville, Long Beach, Seattle, Los Angeles, New Orleans, New York, Philadelphia, Port Canaveral, Portland (Oregon), Prudhoe Bay, San Francisco, Savannah, Tampa, Toledo.

Sân bay: có tổng cộng 13.513 sân bay (theo thống kê năm 2013), trong đó có 5.054 sân bay có đường băng trải nhựa.

Đường sắt: 293.564 km

Đường bộ: 6.586.610 km

Đường thủy: 41.009 km

Chương 2: Môi trường kinh tế và chính trị

Hệ thống chính trị

Hoa Kỳ là nước cộng hoà liên bang theo chế độ chính trị tam quyền phân lập. Hiến pháp Hoa Kỳ qui định quyền lập pháp thuộc về Quốc hội, quyền hành pháp thuộc về Tổng thống và quyền tư pháp thuộc về Toà án tối cao. Mỗi bang có hệ thống hiến pháp và pháp luật riêng nhưng không được trái với Hiến pháp của Liên bang.

Trong lịch sử chính trị của Hoa Kỳ, chỉ có hai đảng thay nhau cầm quyền là Đảng Cộng hoà và Đảng Dân chủ.

Quốc hội Liên bang Hoa Kỳ gồm Thượng viện và Hạ viện. Ngoài quyền lập pháp, Quốc hội còn giám sát hoạt động của bộ máy hành pháp và tư pháp.

Thượng viện gồm 100 thượng nghị sĩ, trong đó mỗi bang có hai thượng nghị sĩ. Các khu hành chính trực thuộc không có đại diện tại Thượng viện. Nhiệm kỳ thượng nghị sĩ là 6 năm. Hai năm một lần, Thượng viện tổ chức bầu cử lại 1/3 số thượng nghị sĩ. Về mặt pháp lý, Phó Tổng thống là Chủ tịch Thượng viện. Song trên thực tế, điều hành công việc hàng ngày của Thượng viện là thủ lĩnh phe đa số trong Thượng viện. Phó Tổng thống chỉ bỏ phiếu khi cần thiết để tránh bế tắc trong trường hợp Thượng viện rơi vào tình huống 50/50 về một vấn đề nào đó.

Hạ viện gồm 435 hạ nghị sĩ. Nhiệm kỳ của hạ nghị sĩ là 2 năm. Khác với Thượng viện, số hạ nghị sĩ đại diện cho bang phụ thuộc vào dân số của bang. Mỗi bang có quyền có tối thiểu một hạ nghị sĩ. Việc phân bổ số hạ nghị sĩ cho các bang được tiến hành 10 năm một lần dựa trên kết quả điều tra dân số. Ngoài ra, các khu hành chính trực thuộc như Samoa, Thủ đô Washington DC, Guam, và Virgin Islands cũng có đại diện không có quyền bỏ phiếu; Khu vực Puerto Rico được đại diện bởi một Cao uỷ thường trú. Đứng đầu Hạ viện là Chủ tịch Hạ viện. Chủ tịch Hạ viện là người thứ hai sau Phó Tổng thống kế nhiệm Tổng thống.

Phân chia quyền lực giữa hai viện:

Cả hai viện đều có quyền quyết định chiến tranh, kiểm soát các lực lượng vũ trang, đánh thuế, vay tiền, phát hành tiền, điều tiết thương mại, và ban hành luật cần thiết cho

hoạt động của chính quyền. Trong đó, Thượng viện có đặc quyền cố vấn và thông qua các hiệp ước mà Chính phủ ký với nước ngoài và các chức vụ do Tổng thống bổ nhiệm. Ví dụ, Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ được chính phủ hai nước ký tháng 7 năm 2000 và đến tháng 11 năm 2001 mới được Thượng viện Hoa Kỳ thông qua và đến 10/12/2001 mới có hiệu lực thi hành.

Tất cả các dự luật liên quan đến tài chính (thuế và phân bổ ngân sách) đều do Hạ viện đề xuất; Thượng viện có thể bỏ phiếu thay đổi dự luật của Hạ viện và khi đó hai viện sẽ họp chung để giải quyết bất đồng. Hạ viện có quyền bỏ biểu buộc tội Tổng thống và các các quan chức liên bang, và Thượng viện có quyền quyết định có bãi chức người bị buộc tội đó hay không.

Cả Thượng viện và Hạ viện đều có những uỷ ban riêng của mình. Tuy nhiên, giữa Thượng viện và Hạ viện có một số uỷ ban phối hợp để xử lý một số công việc chung.

Dân biểu (thượng và hạ nghị sĩ liên bang và bang) được bầu từ các khu vực bầu cử. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của các dân biểu là bảo vệ và đem lại càng nhiều lợi ích cho các cử tri của mình càng tốt. Một trong những cách thông thường nhất để thực hiện nhiệm vụ này là đấu tranh dành ngân quỹ liên bang và bang cho các dự án ở khu vực bầu cử của mình. Khá nhiều khoản tiền dành cho các dự án ở địa phương được lẫn trong các khoản tiền phân bổ cho các cơ quan của chính quyền liên bang và tiểu bang.

Một cách khác mà các dân biểu thường làm là kiến nghị và vận động các cơ quan lập pháp và hành pháp thông qua các luật pháp và quyết định có lợi cho cử tri của mình. Ví dụ, nhiều thượng và hạ nghị sĩ của các bang ở Hoa Kỳ có nuôi cá catfish (da trơn) đã bảo trợ và tích cực vận động Quốc hội Liên bang thông qua dự luật cấm cá da trơn của Việt Nam mang tên catfish trên thị trường Hoa Kỳ.

Quyền hạn của chính quyền liên bang do Hiến pháp Liên bang qui định và chủ yếu tập trung ở các lĩnh vực có ảnh hưởng đến toàn liên bang như ngoại giao, quốc phòng và an ninh, quản lý xuất nhập khẩu, quản lý di dân, bảo hộ sở hữu trí tuệ, và một số lĩnh vực khác.

Tổng thống là người đứng đầu cơ quan hành pháp liên bang và được bầu trực tiếp với nhiệm kỳ 4 năm. Theo luật hiện hành, mỗi tổng thống chỉ được phục vụ không quá 2 nhiệm kỳ. ~~Tất cả các dự luật liên bang được Quốc hội liên bang thông qua phải được~~

Tổng thống ký mới trở thành luật. Hiến pháp cho phép Tổng thống quyền phủ quyết dự luật đã được Quốc hội liên bang thông qua.

Ngoài Tổng thống, bộ máy hành pháp Hoa Kỳ còn có Phó Tổng thống, 15 bộ và trên 60 ủy ban độc lập. Các bộ trưởng do Tổng thống bổ nhiệm và phải được Thượng viện thông qua.

Trong hệ thống hành pháp liên bang còn có Văn phòng Nhà trắng, Văn phòng quản trị và tài chính, các hội đồng cố vấn. Các hội đồng cố vấn đóng vai trò quan trọng trong hoạch định chính sách của Tổng thống. Đáng chú ý nhất là Hội đồng an ninh quốc gia, Hội đồng cố vấn kinh tế, và Hội đồng chính sách phát triển.

□ **Hệ thống tòa án liên bang:**

Gồm Tòa án liên bang tối cao và các tòa án liên bang khu vực. Chánh án và các thẩm phán Tòa án tối cao liên bang do Tổng thống bổ nhiệm và được Thượng viện thông qua với nhiệm kỳ suốt đời. Những người này chỉ từ nhiệm khi họ muốn hoặc bị buộc tội. Tòa án tối cao liên bang có quyền vô hiệu hoá bất cứ luật lệ liên bang hoặc bang nào mà tòa xét thấy là trái với Hiến pháp. Ví dụ, năm 1897, Tòa án tối cao liên bang đã ra phán quyết bác bỏ luật của Bang Louisiana cấm mua bảo hiểm của các hãng bảo hiểm ngoài bang trừ phi các hãng bảo hiểm đó đáp ứng được một số điều kiện tiên quyết nhất định.

□ **Các đảng phái chính trị:**

Hệ thống chính trị Hoa Kỳ chủ yếu do hai Đảng Dân chủ và Đảng Cộng hòa kiểm soát. Đảng Dân chủ quan tâm nhiều hơn đến các vấn đề an sinh xã hội, y tế, giáo dục và công ăn việc làm cho người nghèo, và do vậy được đông đảo người nghèo và giới công đoàn ủng hộ. Đảng này chủ trương tăng cường quyền quản lý hành chính trong các lĩnh vực kinh tế và xã hội.

Ngược lại, Đảng Cộng hòa muốn giảm thiểu sự can thiệp của chính phủ đối với nền kinh tế, để nền kinh tế vận động theo qui luật của thị trường. Đảng này thường quan tâm nhiều hơn đến các giới chủ, các thế lực tài phiệt, giới chuyên gia và các tầng lớp trung lưu. Trong lĩnh vực đối ngoại, Đảng Cộng hòa thường chủ trương tăng cường sức mạnh quân sự và cứng rắn hơn trong việc giải quyết các xung đột quốc tế.

Trong các cuộc bầu cử Tổng thống Hoa Kỳ, ứng cử viên Đảng Cộng hòa thường có ưu thế tại các bang phía Nam, trong khi đó ứng cử viên Đảng Dân chủ thường có ưu thế tại các bang phía Bắc.

□ **Hệ thống chính quyền bang:**

Nói chung cũng tương tự như hệ thống chính quyền liên bang. Đứng đầu ngành hành pháp bang là thống đốc bang. Thống đốc bang do cử tri bầu trực tiếp với nhiệm kỳ 2 hoặc 4 năm tùy theo bang. Có bang giới hạn số nhiệm kỳ của thống đốc bang, có bang không. Ngoài quyền hành pháp, thống đốc bang còn có quyền kiến nghị và phủ quyết luật pháp bang và một số quyền tư pháp.

Ở cấp tiểu bang cũng có quốc hội tiểu bang gồm 2 viện như liên bang (trừ Bang Nebraska chỉ có một viện). Quốc hội bang cũng có quyền làm một số luật áp dụng trong bang (chủ yếu trong các lĩnh vực an sinh xã hội như y tế, giáo dục, an toàn, đạo đức, và phúc lợi của dân chúng trong bang). Quốc hội bang có quyền sửa đổi và thông qua ngân sách bang do thống đốc bang đề xuất, trong đó có việc tăng, giảm, hoặc hoàn thuế. Dưới bang là quận, thành phố, thị trấn, và làng.

□ **Hoạt động vận động hành lang:**

Có thể nói vận động hành lang là một trong những đặc trưng nổi bật của hệ thống chính trị Hoa Kỳ. Tại Thủ đô Washington DC hiện nay có tới trên 12 nghìn người vận động hành lang chuyên nghiệp hoạt động. Các doanh nghiệp, các công đoàn, các hiệp hội kinh doanh, các nhóm tôn giáo, các trường đại học, các bang, các tổ chức xã hội, thậm chí cả chính phủ nước ngoài đều tiến hành các hoạt động vận động hành lang.

Vận động hành lang được coi là một hình thức đề đạt ý nguyện của dân chúng đến các cơ quan quản lý nhà nước; do vậy, được pháp luật Hoa Kỳ cho phép. Trên thực tế, các nhóm lợi ích thường tiến hành các hoạt động vận động hành lang để tác động tới các quyết định lập pháp và hành pháp nhằm phục vụ cho lợi ích của mình. Vận động hành lang cũng có thể không liên quan đến một biện pháp luật pháp hoặc chính sách hoặc quyết định cụ thể mà chỉ nhằm cổ vũ cho một quan điểm hoặc một mối quan tâm nào đó.

Vận động hành lang không chỉ đơn thuần là nêu kiến nghị hoặc nguyện vọng. Những người vận động hành lang thường phải cung cấp các lý lẽ, chứng cứ, và thậm chí các

bằng chứng khoa học có sức thuyết phục hỗ trợ cho kiến nghị hoặc nguyện vọng của mình. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, những thông tin và lý lẽ thu lượm được từ các hoạt động vận động hành lang cũng là những nguồn thông tin bổ xung tốt phục vụ cho các cơ quan này trong công việc lập pháp và hành pháp của mình.

Các hoạt động vận động hành lang có thể do nhóm hoặc cá nhân có lợi ích trực tiếp tiến hành bằng cách gặp gỡ, gọi điện thoại, hoặc gửi kiến nghị đến các dân biểu của mình cũng như với các cơ quan chính quyền. Vận động hành lang cũng có thể được tiến hành một cách gián tiếp thông qua các chiến dịch báo chí truyền thông, thuê các công ty hoặc cá nhân vận động hành lang chuyên nghiệp thay mặt tiến hành những việc nói trên, thông qua các tổ chức quần chúng, đảng phái, thậm chí thông qua các cuộc biểu tình...

Các tổ chức và cá nhân làm dịch vụ vận động hành lang chuyên nghiệp có thu tiền đều phải đăng ký với Quốc hội, trừ những trường hợp có mức phí dịch vụ dưới 5.000 USD trong thời gian 6 tháng. Thời hạn đăng ký là trong vòng 45 ngày kể từ khi bắt đầu tiếp xúc vận động hành lang hoặc kể từ ngày ký hợp đồng với khách hàng.

Hầu hết các hiệp hội kinh doanh và công ty lớn của Hoa Kỳ đều có đại diện của mình ở Thủ đô Washington DC và ở thủ phủ các bang mà họ có hoạt động kinh doanh để tiến hành các hoạt động vận động hành lang đối với quốc hội và chính quyền liên bang và bang.

Trong lĩnh vực thương mại quốc tế, các công ty Hoa Kỳ đặc biệt quan tâm đến các vòng đàm phán thương mại đa biên và song phương giữa Hoa Kỳ và các nước. Họ thường xuyên vận động và thậm chí gây sức ép với Quốc hội và Chính quyền liên bang để đảm bảo kết quả các cuộc đàm phán thương mại quốc tế có lợi cho hoạt động kinh doanh của mình.

Ví dụ, trong vấn đề hạn ngạch dệt may đối với Việt Nam, các nhà sản xuất dệt may nội địa Hoa Kỳ đã liên tục gây sức ép với Quốc hội và Chính quyền đòi đàm phán sớm hiệp định dệt may và thậm chí đòi đơn phương áp đặt hạn ngạch với Việt Nam. Ngược lại, các nhà nhập khẩu và bán lẻ Hoa Kỳ đã tích cực vận động chính phủ Hoa Kỳ không áp dụng hạn ngạch nhập khẩu hoặc dành cho Việt Nam hạn ngạch cao. Nhiều công ty thuộc cả hai phía đã cử đại diện vào Việt Nam và đến Washington DC để vận

động trong quá trình đàm phán nhằm giành thuận lợi tối đa cho những mặt hàng mà họ quan tâm.

□ **Các tổ chức chính trị**

Chuyên gia Môi trường, nhóm Doanh nghiệp, hiệp hội Lao động, tổ chức Tôn giáo, các tổ chức về Giáo dục, Y tế, Dân sự, Vận tải, Nông nghiệp, Phụ nữ.

□ **Các tổ chức quốc tế:**

ADB, AfDB , ANZUS, APEC, Arctic Council, ARF, ASEAN, Australia Group, BIS, BSEC (quan sát viên), CBSS (quan sát viên), CD, CERN (quan sát viên), CICA (quan sát viên), CP, EAPC, EBRD, FAO, FATF, G-20, G-5, G-7, G-8, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCs, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITSO, ITU, ITUC, MIGA, MINUSTAH, MONUSCO, NAFTA, NATO, NEA, NSG, OAS, OECD, OPCW, OSCE, Paris Club, PCA, PIF (đối tác), SAARC (quan sát viên), SECI (quan sát viên), SPC, UN, UN Security Council, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNITAR, UNMIL, UNRWA, UNTSO, UPU, WCO, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC.

Hệ thống kinh tế:

Dưới thời ông Trump, kinh tế Mỹ đã có những bước tiến lớn và đó cũng là cách để ông dần thực hiện hóa tham vọng "Đưa nước Mỹ vĩ đại trở lại".

Kể từ khi lên cầm quyền đến nay, chính quyền của Tổng thống Trump liên tục có các động thái nhằm “khắc phục” những điều mà Mỹ cho là “bất công” trong các hiệp định thương mại đa phương. Việc Tổng thống Trump nhanh chóng ký quyết định rút Mỹ ra khỏi Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP là thí dụ điển hình.

Tuy nhiên, dù sao thì Mỹ không thể một mình trong khu chợ toàn cầu mà bắt buộc sẽ phải có các hiệp định, thỏa thuận mới với các đối tác cũ để tiếp tục vận hành nền kinh tế quốc gia, trong đó ngoại thương là một thành phần không thể thiếu.

Sách lược của Mỹ cơ bản sẽ là bước đầu sử dụng những biện pháp cực đoan, nặng thì cấm vận, trừng phạt, nhẹ thì áp thuế (hay đe dọa áp thuế).

Sau khi sử dụng các biện pháp cực hạn như vậy, Mỹ sẽ buộc đối tác ngồi xuống đàm phán với Mỹ, mà nghệ thuật đàm phán thì ông Trump luôn tự tin rằng mình ở trình độ

thượng thừa. Trong suốt quá trình đàm phán, sức ép tối đa sẽ được áp đặt lên phía đối tác (từ chối gặp mặt, các dòng tuyên bố cứng rắn trên Twitter, ra tối hậu thư, đặt thời hạn cuối cùng...) để đạt được những điều kiện có lợi nhất cho Mỹ.

Từ khi ông Trump trở thành Tổng thống Mỹ, GDP của kinh tế Mỹ tăng trưởng với tốc độ 3%, tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống mức thấp nhất trong 50 năm qua. Trong khi đó, thị trường chứng khoán tăng 27% trong bối cảnh lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán tăng vọt. Kể từ khi ông lên làm Tổng thống, 3,9 triệu người Mỹ tìm được việc làm. Quy mô nền kinh tế tăng 1,4 nghìn tỷ USD kể từ đó.

Niềm tin và sự lạc quan của người tiêu dùng và doanh nghiệp Mỹ đã tăng vọt theo tốc độ phát triển của nền kinh tế nước này. Có được điều này là do chính quyền Trump đã thực hiện kế hoạch cải cách thuế mạnh mẽ để kích thích tiêu dùng và giúp các doanh nghiệp Mỹ nâng cao sức cạnh tranh.

Khảo sát của tổ chức Gallup cho thấy 67% người Mỹ đang tin rằng giờ là thời điểm tốt để tìm việc làm. Trước khi ông Trump nhậm chức, tỷ lệ này của Mỹ chưa bao giờ vượt quá mức 50%.

Từ khi nhậm chức Tổng thống Mỹ, thu nhập của hộ gia đình trung lưu Mỹ đã tăng gần 3,2% và đạt mức kỷ lục 61.483 USD vào tháng 4/2018.

Do niềm tin tăng mạnh, nên mức chi tiêu của người tiêu dùng Mỹ đang tăng nhanh hơn mức thu nhập sau thuế của họ. Do đó, tỷ lệ tiết kiệm trên thu nhập khả dụng của người Mỹ hiện ở mức 3,2%, không cao hơn nhiều so với mức thấp nhất mọi thời đại là 1,9% trong năm 2005.

Nền kinh tế Mỹ đã bước vào “một chu kỳ tăng trưởng rất mạnh mẽ và lâu dài”. Nếu xét trên hầu hết khía cạnh, nền kinh tế Mỹ đang trong trạng thái “khỏe mạnh” với mức tăng trưởng xấp xỉ 3%, các doanh nghiệp đang tạo ra nhiều việc làm hơn số lao động bị thất nghiệp và tăng lương – điểm yếu lâu nay của nền kinh tế Mỹ - đã khởi sắc.

Theo số liệu Bộ Lao động Mỹ công bố tỷ lệ thất nghiệp trong tháng 4/2019 của nước này đã giảm xuống còn 3,6%, mức thấp nhất kể từ năm 1969. Đầu quý 2, các doanh nghiệp đã tăng cường tuyển dụng lao động trong các lĩnh vực như xây dựng, chăm sóc sức khỏe, mạng máy tính, thiết kế, hỗ trợ hành chính và các ngành công nghiệp khác, nâng tổng số việc làm mới tạo ra trong tháng 4/2019 lên 263.000.

Các lao động có thu nhập thấp ở Mỹ thực tế đang chứng kiến mức tăng trưởng lương mạnh mẽ - cao hơn bất kỳ đối tượng nào khác. Theo số liệu thống kê của chi nhánh của Cục Dự trữ Liên bang (Fed) tại Atlanta, trong tháng 3/2019, 1/4 số lao động nghèo nhất tại Mỹ có thu nhập tăng 4,4% so với cùng kỳ năm 2018, trong khi số liệu tương ứng của 1/4 số lao động giàu nhất ở Mỹ tăng 3%.

Dù vậy, một vấn đề đáng chú ý là tình trạng chênh lệch thu nhập ở Mỹ vẫn không thu hẹp. Theo Viện Chính sách Kinh tế, 5% số người giàu nhất ở Mỹ đã có thu nhập cao hơn 3,4 lần so với mức thu nhập của một lao động trung bình trong năm 2018, cao hơn mức 3,3 lần năm 2016.

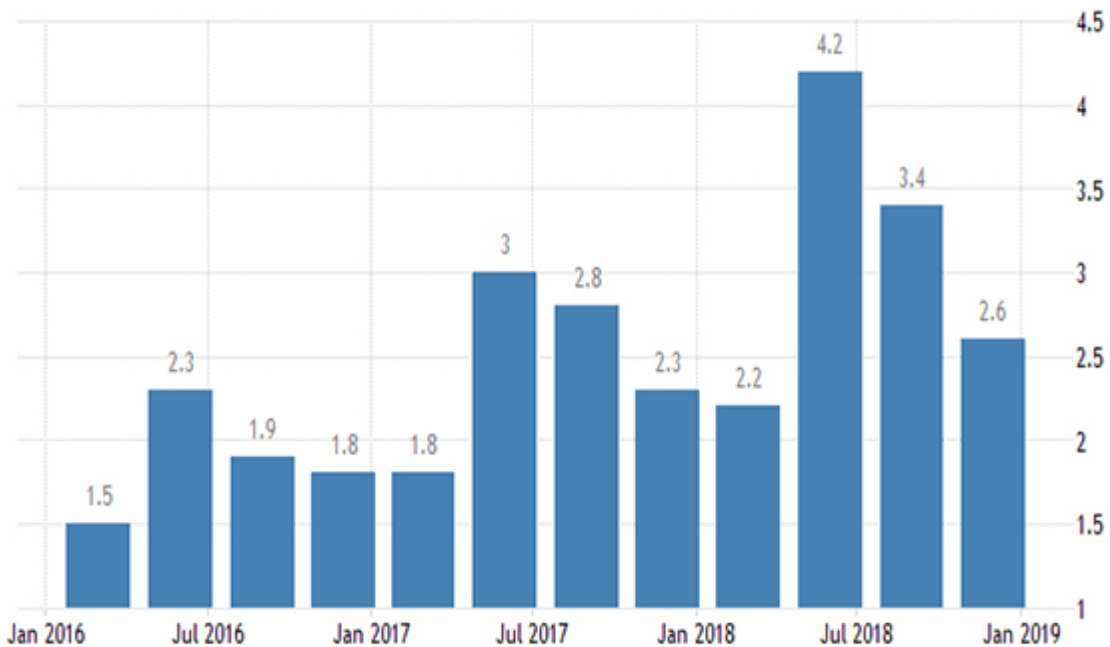
Đánh giá chương trình kinh tế của ông Trump rất đơn giản, cắt giảm thuế và nói lỏng các quy định giám sát, thêm chi tiêu đầu tư cho cơ sở hạ tầng và quân sự sẽ tạo cú sốc nguồn cung cho nền kinh tế.

Về thuế, Nhà Trắng đã thúc đẩy kế hoạch cải cách khổng lồ trị giá 1,5 nghìn tỷ USD, cắt giảm thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp cao nhất thế giới từ 35% xuống còn 21% và giảm thuế cho hàng triệu người nộp thuế, dù mức cắt giảm thuế cho cá nhân chỉ kéo dài đến năm 2025.

Về nói lỏng các quy định, ông Trump ký dự luật nói lỏng quy chế giám sát nghiêm ngặt các ngân hàng. Đặc biệt, vị Tổng thống này thường phàn nàn về thâm hụt thương mại lớn của Mỹ. Ông kêu gọi các công ty Mỹ nhập khẩu ít hơn và xuất khẩu nhiều lên. Biện pháp tăng thuế nhập khẩu được xem là cách làm giảm bớt thâm hụt này đã được thực hiện.

Mặc dù trong năm 2019 kinh tế Mỹ vẫn tăng trưởng cao so với các nền kinh tế phát triển khác, tăng trưởng bao gồm cả nền kinh tế thực lẫn thị trường tài chính dường như đã tới những giới hạn nhất định.

Mối lo ngại về sự suy thoái của kinh tế Mỹ có thể đến trong năm 2019 xuất phát từ những xem xét mức sinh lời trên các thị trường tài sản...



SOURCE: TRADINGECONOMICS.COM | U.S. BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS

Kinh tế Mỹ đã và đang cho thấy nhiều dấu hiệu suy giảm trong năm 2019. (Biểu đồ: Tăng trưởng GDP Mỹ qua các năm so với cùng kỳ)

Chuyên gia kinh tế Raul Elizabe cho biết, trước mỗi cuộc suy thoái vào năm 2001 và 2008, các chỉ số bán lẻ, sản xuất công nghiệp đạt đỉnh và mức thất nghiệp đạt mức đáy. Trong khi đó, các chỉ số bán lẻ và sản xuất công nghiệp hiện nay đều đang ở đỉnh. Điều đó cho thấy suy thoái kinh tế có thể xảy ra chỉ vài tháng sau khi các chỉ số này ở đỉnh và ở đáy (đối với mức thất nghiệp). Nghĩa là, suy thoái kinh tế Mỹ có thể xảy ra năm 2019.

Còn nhìn vào mức sinh lời của các thị trường tài sản thì thấy được điều này rõ hơn, logic hơn. Tỷ lệ giá trị tài sản hộ gia đình trên thu nhập cũng thường đạt đỉnh trước khi quay đầu giảm. Khi thị trường chứng khoán và/hoặc thị trường bất động sản tăng trưởng tốt, thì thu nhập của hộ gia đình từ các nguồn sinh lời này tăng lên trong tổng thu nhập. Khi mức sinh lời từ các thị trường này chậm lại rồi suy giảm thì tỷ lệ này sẽ suy giảm.

Giá trị tài sản của hộ gia đình Mỹ đã tăng 200% trong 9 năm qua, chủ yếu do giá chứng khoán tăng 4 lần và giá nhà ở phục hồi hoàn toàn sau khủng hoảng. Trong khi đó, thu nhập của hộ gia đình trung bình chỉ tăng 7% trong cùng khoảng thời gian. Hiện tại, nguồn sinh lời chủ yếu của hộ gia đình Mỹ đến từ của cải chứ không phải từ thu nhập.

Theo dự báo của Ngân hàng Thế giới (WB), Mỹ- nền kinh tế lớn nhất thế giới, có thể sẽ tăng trưởng chậm lại, chỉ đạt 2,5% trong năm 2019 và sẽ tiếp tục giảm xuống còn 1,7% năm 2020.

Tỷ lệ tài sản trên thu nhập ở Mỹ trong quý IV/2018 giảm sút do thị trường chứng khoán và giá bất động sản yếu đi. Vì thu nhập cũng chỉ tăng nhẹ, tỷ lệ này sẽ tiếp tục giảm xuống trừ khi giá tài sản lại tiếp tục tăng như cả thập kỷ vừa qua. Sự đi xuống của tỷ lệ này chính là điềm báo trước suy thoái.

Như vậy, khó mà khẳng định là giá tài sản sẽ tăng hay giảm trong vài tháng tới, nhưng có nhiều lý do để lo lắng như chiến tranh thương mại, bất ổn chính trị, lãi suất đồng USD tăng...

Chuyên gia kinh tế John Mauldin cũng đưa ra những nhận định về khả năng xảy ra cuộc suy thoái kinh tế Mỹ trong năm 2019. Tác giả và một số đồng nghiệp thảo luận về khả năng này dựa trên ba khía cạnh: sắc xuất của suy thoái, điều kiện tín dụng và đánh giá chứng khoán.

Những căn cứ này cho thấy rằng, nền kinh tế Mỹ đang ở vào giai đoạn cuối của chu kỳ tăng trưởng kinh tế (phục hồi, tăng trưởng, giai đoạn đỉnh, giai đoạn chậm lại và suy thoái). Tức là hiện nay nền kinh tế Mỹ đang ở giai đoạn đỉnh, chuẩn bị bước vào giai đoạn đi xuống và suy thoái. Một chu kỳ này thường kéo dài 10 năm, và đến năm 2019 đã là hơn 10 năm kể từ cuộc khủng hoảng tài chính 2008, và được xem là một chu kỳ tăng trưởng khá dài.

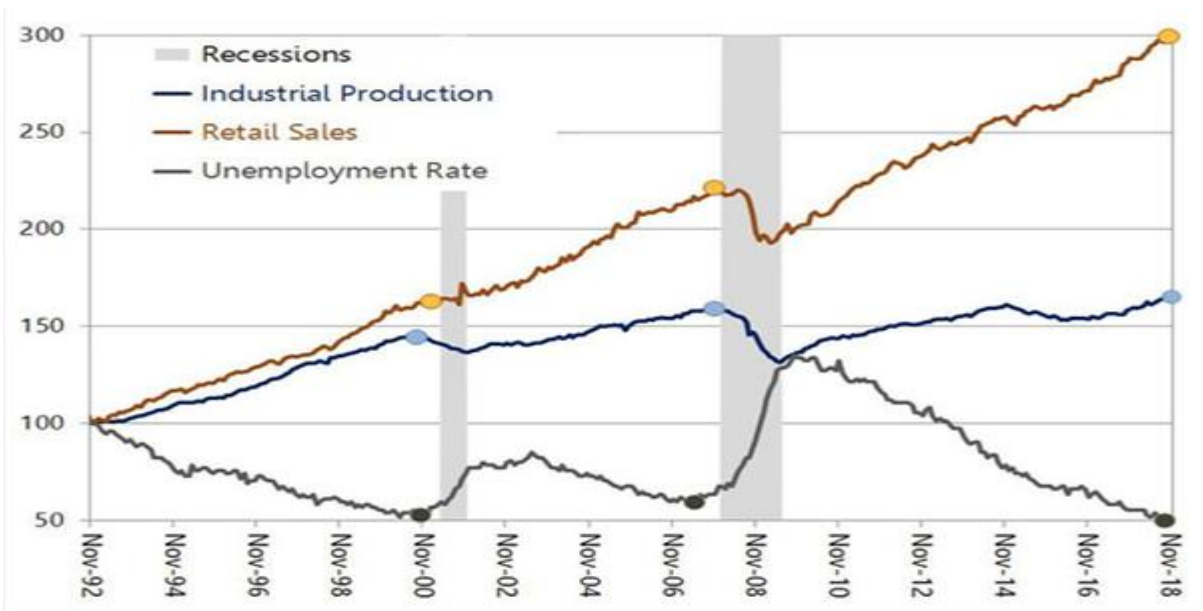
Để tính toán khả năng của cuộc suy thoái sắp tới, ông John Mauldin sử dụng mô hình thuật toán ứng dụng các chỉ số cơ bản của 35 quốc gia như cung tiền tệ, đường cong lợi tức, giấy phép xây dựng, niềm tin tiêu dùng và kinh doanh, giá cổ phiếu và sản xuất công nghiệp chế tạo. Kết quả cho thấy khả năng xảy ra suy thoái kinh tế Mỹ sẽ tăng cao vào cuối 2019.

Trong khi đó, chuyên gia kinh tế Mark Davis cũng cho rằng kinh tế Mỹ chưa rơi vào suy thoái trong năm 2019, nhưng sẽ có nguy cơ cao vào năm 2020. Bởi vì, thuế giảm, giá gas thấp, niềm tin tiêu dùng và kinh doanh vẫn cao vẫn đang hỗ trợ tích cực cho kinh tế Mỹ trong năm nay.

Những nhận định nêu trên cũng khá trùng khớp với cảm nhận của các nhà đầu tư trên các thị trường tài chính hiện nay khi thị trường dường như rất nhạy cảm với những thông tin bất ổn. Chẳng hạn, chỉ cần một bình luận của Tổng thống Mỹ Donald Trump về đàm phán thương mại Mỹ-Trung, hay một thông tin từ Brexit, từ nền kinh tế Trung Quốc... thì cũng đủ gây ra biến động đảo chiều ngay lập tức trên thị trường chính toàn cầu. Tình trạng này nói lên một điều rằng mức tăng trưởng ở các thị trường tài chính dường như đã đạt đỉnh hoặc đang ở đỉnh, khả năng đi xuống là khá cao.

Nhiều bằng chứng cho thấy nguy cơ khủng hoảng kinh tế Mỹ cao hơn vào cuối năm 2019 và rõ nét hơn trong năm 2020.

Đà tăng trưởng trong năm 2018, cộng với nhiều yếu tố như mức gia tăng việc làm, chỉ số nhà ở tuy không tăng nhưng vẫn ở mức cao, năng suất lao động và tiền lương tăng... cho thấy đà tăng trưởng của kinh tế Mỹ vẫn tiếp tục trong năm 2019.



Biểu đồ 1: Suy thoái và các chỉ số nền kinh tế thực. Nguồn: Federal Reserve Bank of St. Louis, Path Financial LLC.

Chỉ số bán lẻ và sản xuất công nghiệp của Mỹ đang ở mức đỉnh cao, trong khi tỷ lệ thất nghiệp thấp kỷ lục, cho thấy kinh tế Mỹ sẽ sớm phát đi dấu hiệu suy thoái. (Biểu đồ: Suy thoái và các chỉ số nền kinh tế thực. Nguồn: Federal Reserve bank of Saint Luis)

Mặc dù vậy, tăng trưởng kinh tế của Mỹ kể cả nền kinh tế thực lẫn thị trường tài chính dường như đã tới những giới hạn nhất định. Cụ thể, tốc độ tăng trưởng GDP tính theo hàng năm trong quý 4/2018 là 2,6% so với mức 2,2%, 4,2% và 3,4% lần lượt trong các quý 1,2,3/2018.

Chỉ số PMI công nghiệp chế tạo giảm trong tháng 2/2019 đứng ở mức 53 điểm so với mức 54,9 điểm trong tháng 1, và cũng là mức thấp nhất kể từ tháng 8/2017. Tuy nhiên, PMI không phải công nghiệp chế tạo lại tăng mạnh khi đạt mức 59,7 điểm trong tháng 2/2019 so với mức 56,7 điểm trong tháng 1/2019. Sự tăng trưởng tốt này bù lại những giảm sút nhỏ trong khu vực công nghiệp chế tạo.

Tỷ lệ lạm phát (tính theo năm) trong tháng 2/2019 là 1,6% so với 1,9% trong tháng 1 và mức cao 2,5% trong tháng 10/2018. Mức lạm phát của Mỹ vẫn rất ổn vì lạm phát cơ bản vẫn ở mức 2,2% /năm ngang với mức lạm phát trong suốt năm 2018, và trên mức mục tiêu của FED là 2%/năm.

Nhiều bằng chứng và cả những dự báo cho thấy rằng, nguy cơ suy thoái kinh tế Mỹ có thể sẽ gia tăng mạnh mẽ hơn vào cuối năm 2019 và rõ nét hơn trong năm 2020.

Trong khi đó, chỉ số bán lẻ hàng năm giảm khá mạnh trong tháng 12/2018 khi chỉ đạt mức tăng 2,3% so với mức 4,1% của tháng 11/2018, và mức trung bình cả năm 2018 là 5%. Tuy nhiên, không quá lo ngại vì chỉ số niềm tin tiêu dùng trong hai tháng này vẫn rất cao gần 100 điểm, tức là mức cao nhất kể từ 2014. Theo Liên minh Bán lẻ Quốc gia Mỹ (NRF) thì mức bán lẻ hai tháng đầu năm 2019 được dự báo sẽ tăng lần lượt là 3,8% và 4,5%.

Mức thất nghiệp vẫn rất thấp là 3,9% trong tháng 2/2019, cao hơn mức thấp nhất trong lịch sử là 3,7% trong tháng 11/2018. Đặc biệt, năng suất lao động vẫn tăng ở mức 2,3% trong quý 3/2018 và tăng liên tục trong cả năm 2018.

Những tính toán, dự báo chưa thể đưa ra bằng chứng chính xác để khẳng định rằng kinh tế Mỹ sẽ lâm vào suy thoái trong năm 2019. Tuy nhiên, nhiều bằng chứng và cả những dự báo khác cho thấy rằng nguy cơ suy thoái kinh tế Mỹ sẽ cao hơn vào cuối năm 2019 và rõ nét hơn trong năm 2020.

Chính mức công việc làm tăng và mức thất nghiệp thấp kỷ lục lại phần nào cho thấy khả năng tăng trưởng kéo dài thêm là khó khăn vì nguồn tài nguyên đã cạn kiệt. Lạm phát sẽ tăng nhanh, lãi suất sẽ phải tăng nhanh theo, kéo theo sự suy giảm tăng trưởng.

Khi thất nghiệp ở mức rất thấp, FED muốn tăng lãi suất. Nhưng dường như việc tăng lãi suất lại làm tổn hại khá mạnh đến thị trường tài chính, có thể gây ra vòng xoáy luẩn

quần là giảm giá trị tài sản hộ gia đình dẫn đến giảm chi tiêu tiêu dùng, làm giảm tăng trưởng và suy thoái. Chính vì vậy, FED đang ở trong tình trạng rất khó xử.

Giảm tăng trưởng trong bối cảnh thị trường tài sản đã tăng cao kéo dài trong thời gian trước đó sẽ gây ra sự sụt giảm mạnh ở thị trường tài sản. Điều này sẽ khiến tiêu dùng và đầu tư giảm, vòng xoáy cứ thế sẽ dẫn đến suy thoái.

Tác động đến Việt Nam

Nền kinh tế Việt Nam phụ thuộc nhiều vào xuất khẩu khi kim ngạch xuất khẩu gấp 2 lần GDP, và phụ thuộc vào dòng vốn FDI khi khu vực FDI chiếm tới 72% kim ngạch xuất khẩu. Do đó, những biến động của các nền kinh tế lớn và của toàn bộ nền kinh tế thế giới sẽ tác động không nhỏ đến kinh tế Việt Nam.

Thứ nhất, xuất khẩu của Việt Nam sẽ bị tác động tiêu cực trong trường hợp nền kinh tế Mỹ suy thoái, bởi tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ lên tới gần 50 tỷ USD trong tổng kim ngạch xuất khẩu gần 245 tỷ USD (số liệu năm 2018), tức là khoảng trên 20%.

Thứ hai, tác động trực tiếp đối với dòng vốn FDI của Mỹ vào Việt Nam có thể không lớn vì dòng vốn FDI này chỉ đứng vị trí rất thấp khi chỉ ở mức 10 tỷ USD tính đến giữa năm 2018, so với mức 60 tỷ USD của Hàn Quốc, 50,5 tỷ USD của Nhật... Tuy nhiên, tác động đến dòng vốn FDI không phải của Mỹ lại rất đáng kể, bởi vì dòng FDI này chủ yếu có định hướng xuất khẩu sang Mỹ và các thị trường lớn trên thế giới.

Kinh tế Mỹ suy thoái đồng nghĩa với nền kinh tế thế giới khó tránh khỏi suy thoái, đặc biệt trong bối cảnh Trung Quốc- nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới, đang tăng trưởng chậm lại và có thể gặp những bất ổn; khu vực châu Âu đang khó khăn vì Brexit vẫn đang bế tắc. Nếu điều này xảy ra, rõ ràng xuất khẩu của Việt Nam và FDI vào Việt Nam sẽ bị tác động tiêu cực. Kết quả là tăng trưởng và sự ổn định của kinh tế Việt Nam cũng bị tác động tiêu cực. *(Nguồn Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới)*

Tranh chấp quốc tế:

Hoa Kỳ đã tăng cường các biện pháp an ninh trong nước và đang hợp tác chặt chẽ với các nước láng giềng, Canada và Mexico, nhằm theo dõi và kiểm soát các cá nhân hợp pháp và bất hợp pháp, cũng như các phương tiện giao thông vận tải, và hàng hóa qua biên giới quốc tế.

Chương 3: Kinh doanh hàng hóa và dịch vụ

I. Thành lập doanh nghiệp

Việc hoạch định kinh doanh và thuế chặt chẽ đóng vai trò rất quan trọng đến thành công của hoạt động kinh doanh và tài chính tại Hoa Kỳ. Gánh nặng về thuế bị ảnh hưởng bởi các phương pháp lựa chọn hình thức kinh doanh tại Hoa Kỳ - bất kể thực thể là một chi nhánh, một công ty hoặc công ty hợp danh, mua tài sản hay cổ phần của công ty Hoa Kỳ, hoặc sáp nhập với một công ty Hoa Kỳ.

Thâm nhập thị trường trực tiếp hoặc gián tiếp và lựa chọn loại hình doanh nghiệp

Xem xét cấu trúc quan trọng cho một thực thể không thuộc Hoa Kỳ muốn kinh doanh tại Hoa Kỳ là liệu có nên kinh doanh trực tiếp hay thành lập doanh nghiệp ở Hoa Kỳ hay không?

Ở Hoa Kỳ không có qui định chung về việc thành lập doanh nghiệp áp dụng cho tất cả các bang. Qui định này ở mỗi bang một khác. Luật của các bang về các loại hình doanh nghiệp có thể không hoàn toàn giống nhau; tuy nhiên, ở tất cả các bang đều tồn tại bốn loại hình doanh nghiệp cơ bản. Về mặt pháp lý, ở Hoa Kỳ, không có loại hình văn phòng đại diện như ở Việt Nam. Hầu hết các bang đều không yêu cầu vốn tối thiểu để thành lập doanh nghiệp. Thủ tục thành lập doanh nghiệp ở các bang đều đơn giản và nhanh chóng. Các công ty có vốn đầu tư nước ngoài chịu sự điều tiết của pháp luật giống như các công ty trong nước.

• Các loại hình doanh nghiệp

Nghiên cứu về loại hình doanh nghiệp ở Hoa Kỳ không những để lựa chọn loại hình phù hợp cho mình mà còn để hiểu kỹ hơn về đối tác của mình. Qua giới thiệu tóm tắt về các loại hình doanh nghiệp dưới đây ở Hoa Kỳ ta có thể thấy quan hệ với doanh nghiệp tư nhân một chủ hoặc doanh nghiệp hợp danh có thể có nhiều rủi ro hơn là với doanh nghiệp là công ty cổ phần hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn.

1. Doanh nghiệp tư nhân một chủ (Sole Proprietorship)

Doanh nghiệp tư nhân một chủ là loại hình doanh nghiệp thành lập nhanh nhất và dễ nhất. Thông thường bạn chỉ cần điền vào mẫu đơn đăng ký mua tại các cửa hàng văn

phòng phẩm và gửi đến cơ quan đăng ký ở bang hoặc quận. Tùy thuộc và qui định của từng bang, bạn có thể phải gửi nhiều bản và/hoặc phải có chứng nhận chữ ký. Cùng với đơn bạn phải nộp một khoản tiền đăng ký nhỏ, thông thường bằng séc do ngân hàng phát hành (cashier's check) hoặc lệnh trả tiền (money order).

Mục đích chủ yếu của việc đăng ký là giúp cho những người quan tâm tìm những người kinh doanh bằng tên không phải là tên riêng của họ. Chủ doanh nghiệp toàn quyền quyết định và tự chịu trách nhiệm vô hạn (bằng cả tài sản cá nhân của mình) đối với mọi vấn đề liên quan đến kinh doanh. Cuối năm, lãi hoặc lỗ trong kinh doanh sẽ được tính vào thu nhập của chủ doanh nghiệp để nộp thuế thu nhập cá nhân.

2. Doanh nghiệp hợp danh (Partnership)

Việc đăng ký thành lập doanh nghiệp hợp danh cũng đơn giản và tương tự như doanh nghiệp tư nhân một chủ. Doanh nghiệp hợp danh có thể gồm hai hoặc nhiều chủ. Mức độ tham gia của từng chủ do các chủ tham gia quyết định và được thoả thuận bằng văn bản với sự giúp đỡ của luật sư và có chữ ký của tất cả những người tham gia. Có cả doanh nghiệp hợp danh đầy đủ và doanh nghiệp hợp danh có giới hạn. Chủ hợp danh đầy đủ thông thường chia sẻ sở hữu, công việc, và trách nhiệm (managing partner), còn chủ hợp danh có giới hạn sẽ không tham gia vào các quyết định quản lý và sẽ không chịu trách nhiệm đối với các vấn đề nảy sinh từ các quyết định của người quản lý.

Loại hình doanh nghiệp này có thuận lợi là kết hợp được sở trường và tài năng của các chủ thành viên. Tuy nhiên, hầu hết các nhà tư vấn kinh doanh đều không khuyến nghị loại hình doanh nghiệp này vì nó có thể trực tiếp còn tệ hại hơn những cuộc hôn nhân không may mắn. Doanh nghiệp hợp danh thường phải giải thể nếu một hoặc nhiều chủ thành viên chính thức từ bỏ doanh nghiệp (vì lý do chết chảng hạn).

Lãi hoặc lỗ trong kinh doanh chia cho các chủ doanh nghiệp hợp danh được tính vào thu nhập của những người này để nộp thuế thu nhập cá nhân.

3. Công ty cổ phần (Corporation)

Công ty cổ phần là loại hình doanh nghiệp chính thống hơn. Các doanh nghiệp lớn hàng đầu của Hoa Kỳ đều thuộc loại hình công ty cổ phần. Công ty cổ phần là một pháp nhân độc lập có thể tiếp tục hoạt động ngay cả khi chủ không còn tồn tại. Quyền

sở hữu công ty cổ phần có thể chuyển nhượng cho người khác. Doanh nghiệp thuộc loại này có thể bán cổ phiếu để huy động vốn, và chủ doanh nghiệp không phải chịu trách nhiệm bằng tài sản cá nhân đối với các phán quyết pháp lý. Ví dụ, bạn là chủ công ty cổ phần sẽ không phải bán nhà riêng của mình để trả tiền điều trị cho một khách hàng bị thương do dùng sản phẩm của công ty. Tuy nhiên, sự miễn trừ này sẽ không được áp dụng nếu tòa án phán quyết rằng bạn đã biết mình đang kinh doanh một loại hàng nguy hiểm có thể gây thương vong cho khách hàng và bạn lập ra công ty chỉ để bảo vệ mình.

Vì lý do trên, các doanh nghiệp kinh doanh nhập khẩu vào Hoa Kỳ các sản phẩm ăn uống vào trong người hoặc bôi lên da hoặc các sản phẩm có thể gây hại, đặc biệt là các sản phẩm dành cho trẻ em nên thành lập công ty cổ phần ngay từ đầu.

Việc đăng ký thành lập công ty cổ phần được tiến hành ở cấp bang. Công ty cổ phần có thể đăng ký thành lập ở bất cứ bang nào mà mình muốn và không nhất thiết phải ở bang mà công ty sẽ thực sự kinh doanh. Ví dụ, do các luật công ty và thuế thuận lợi, nên Bang Delaware là nơi đăng ký kinh doanh của trên một nửa trong số 500 doanh nghiệp lớn nhất Hoa Kỳ. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp mới và nhỏ thì nên đăng ký thành lập ở chính bang mà doanh nghiệp dự kiến sẽ thực sự kinh doanh.

Có hai loại công ty cổ phần là công ty cổ phần bình thường (“C corporation” hay còn thường được gọi là “General corporation”) và công ty cổ phần nhỏ (“S corporation” – S là viết tắt của chữ “small” của tiếng Anh nghĩa là nhỏ). Về thủ tục đăng ký, doanh nghiệp làm thủ tục đăng ký thành lập công ty cổ phần bình thường, sau đó điền thêm một mẫu đơn đăng ký loại hình công ty cổ phần nhỏ.

Các đặc điểm của công ty cổ phần bình thường:

Có ba cấp quyền lực: cổ đông, giám đốc, cán bộ quản lý (có thể cùng một người);

- Không hạn chế số cổ đông;
- Công ty có thể sở hữu cổ phần ở các công ty khác và có thể nhận lãi cổ phần với 80% được miễn thuế.
- Các cổ đông sở hữu công ty và bầu các giám đốc ;
- Các cán bộ quản lý điều hành công việc hàng ngày của công ty;

~~Các cổ đông nhỏ không có trách nhiệm đối với công ty;~~

- Có thể chuyển thành công ty nhỏ nếu đủ điều kiện;
- Được phép giới hạn trách nhiệm đối với chủ công ty, giám đốc và cán bộ quản lý;
- Nộp thuế thu nhập doanh nghiệp trên cơ sở lãi tịnh với thuế suất thường thấp hơn thuế thu nhập cá nhân;
- Quyết toán tài chính theo năm tài chính; Lãi của công ty có thể được chuyển sang các năm sau để tính thuế;
- Có thể giữ lại một phần thu nhập để tái đầu tư phát triển;
- Được phép tính chi phí thuế an sinh xã hội và các phúc lợi khác cho chủ và nhân viên vào chi phí kinh doanh của công ty.

Những đặc điểm chủ yếu của công ty cổ phần nhỏ:

- Bị hạn chế số lượng cổ đông và cổ đông phải là công dân Hoa Kỳ;
- Cổ đông và giám đốc phải là các cá nhân chứ không thể là pháp nhân;
- Được giới hạn trách nhiệm như công ty cổ phần bình thường;
- Công ty không nộp thuế thu nhập doanh nghiệp. Lãi hoặc lỗ của công ty chia cho chủ công ty được tính vào thu nhập của những người này để nộp thuế thu nhập cá nhân (chủ doanh nghiệp tránh bị đánh thuế hai lần gồm thuế lãi cổ phần và thuế thu nhập cá nhân);
- Quyết toán tài chính theo năm lịch;

Công ty cổ phần nhỏ có thể là sự lựa chọn phù hợp hơn đối với các trường hợp: (1) Công ty có một chủ sở hữu là cá nhân; (2) Công ty dự kiến lỗ trong những năm đầu hoạt động và chủ công ty có thu nhập thường xuyên có thể trừ lỗ của công ty vào đó; (3) Công ty không có ý định dùng lãi kinh doanh để tái đầu tư phát triển.

Tên của doanh nghiệp thuộc loại hình công ty cổ phần phải có chữ cuối cùng là: Corporation, Company, Incorporated, Limited, Syndicate, Union, Society, Club, Foundation, Fund, Institute, Association; hoặc sử dụng một trong những từ viết tắt là: Co., Corp., Inc., hoặc Ltd..

4. Công ty trách nhiệm hữu hạn (Limited Liability Company)

Công ty trách nhiệm hữu hạn là sự kết hợp giữa loại hình doanh nghiệp công ty cổ phần và doanh nghiệp hợp danh. Công ty trách nhiệm hữu hạn đã trở thành loại hình doanh nghiệp hết sức phổ biến trong những năm gần đây ở Hoa Kỳ. Giống như công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn tồn tại độc lập với chủ sở hữu về mặt pháp lý; Chủ sở hữu và cán bộ quản lý không phải chịu trách nhiệm cá nhân về nợ và các nghĩa vụ của công ty. Cũng giống như doanh nghiệp hợp danh hoặc công ty cổ phần nhỏ, công ty trách nhiệm hữu hạn không nộp thuế thu nhập doanh nghiệp mà lãi hoặc lỗ của công ty chia cho chủ sở hữu được tính vào thu nhập của những người này để nộp thuế thu nhập cá nhân.

Tên của công ty trách nhiệm hữu hạn phải có chữ cuối cùng là: LLC., L.L.C., hoặc Limited Liability Company.

- **Loại hình doanh nghiệp phù hợp với các doanh nghiệp Việt Nam tại Hoa Kỳ**

Từ những đặc điểm và qui định của pháp luật Hoa Kỳ đối với các loại hình doanh nghiệp như đã nêu ở trên, ta có thể thấy doanh nghiệp cổ phần bình thường là loại hình phù hợp nhất đối với các doanh nghiệp Việt Nam muốn thành lập công ty chi nhánh ở Hoa Kỳ. Hơn nữa, pháp luật Hoa Kỳ qui định doanh nghiệp cổ phần bình thường nộp thuế thu nhập doanh nghiệp tại Hoa Kỳ; do vậy, các cơ quan đăng ký kinh doanh ở Hoa Kỳ cũng khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài thành lập loại hình doanh nghiệp này tại Hoa Kỳ.

Thủ tục và giấy tờ thành lập doanh nghiệp ở mỗi bang một khác, song nói chung đều đơn giản và nhanh chóng. Cơ quan chịu trách nhiệm đăng ký kinh doanh ở các bang cũng khác nhau, có thể là sở thương mại hoặc văn phòng phát triển doanh nghiệp..., hoặc thậm chí được phân cấp cho quận. Trang web của cơ quan đăng ký kinh doanh các bang hoặc quận cung cấp đầy đủ các thông tin và hướng dẫn tỉ mỉ các thủ tục đăng ký kinh doanh.

Các doanh nghiệp Việt Nam muốn thành lập doanh nghiệp tại Hoa Kỳ có thể nộp đơn trực tiếp đến cơ quan đăng ký kinh. Việc đăng ký này cũng có thể tiến hành trên mạng Internet. Phí đăng ký thành lập công ty không đáng kể (tùy theo từng bang và loại hình công ty, nhưng thông thường không quá 300 USD). Sau khi đăng ký kinh doanh, doanh nghiệp phải đăng ký với cơ quan thuế, mở tài khoản tại ngân hàng, và xin giấy

phép kinh doanh đối với những ngành nghề cần giấy phép kinh doanh do cơ quan quản lý chuyên ngành cấp.

Tuy nhiên, do chưa hiểu thủ tục và chưa có kinh nghiệm nên khó hoàn chỉnh hồ sơ; cho nên, để tránh tốn phí thời gian, bạn nên thuê công ty làm dịch vụ đăng ký thành lập doanh nghiệp tại bang mà bạn muốn thành lập công ty hướng dẫn thủ tục, và lập và nộp hồ sơ. Bạn cũng có thể dùng địa chỉ của công ty dịch vụ này làm địa chỉ liên lạc tạm thời với chính quyền trong khi công ty mới thành lập của bạn chưa triển khai hoạt động và/hoặc chưa có địa chỉ riêng. Luật pháp nhiều bang yêu cầu công ty nước ngoài phải có người/công ty của bang đó đứng ra làm đại diện liên lạc khi cần thiết. Chi phí thuê dịch vụ đăng ký thành lập công ty cũng không lớn, thông thường không quá 2.000 USD.

• Quy trình thành lập công ty ở Hoa kỳ

- Cơ quan quản lý

Ở Hoa Kỳ, giống như trong nhiều vấn đề luật pháp khác, mỗi bang có các luật khác nhau điều chỉnh việc thành lập doanh nghiệp và công việc đăng ký/thành lập doanh nghiệp ở mỗi bang lại do các cơ quan khác nhau phụ trách, ví dụ: ở Utah là Sở Thương mại, ở Washington DC là Văn phòng Phát triển Doanh nghiệp và Kinh tế và Ban Doanh nghiệp thuộc Bộ Bảo vệ người tiêu dùng, Bang Ohio là Văn phòng Bang, New York là Sở Ngoại giao... sau đây tạm gọi chung là Sở Đăng ký doanh nghiệp (SDK).

- Giấy tờ

Để thành lập doanh nghiệp tại Hoa Kỳ, trước hết công ty Việt Nam phải có đầy đủ: (i) giấy tờ thành lập công ty tại Việt Nam: điều lệ thành lập công ty, danh sách cổ đông, sáng lập viên, giấy phép hành nghề tại Việt Nam; (ii) Các giấy tờ kèm theo xác nhận hoạt động kinh doanh tốt, có hiệu quả... được cấp bởi các công ty kiểm toán độc lập, các ngân hàng, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền và có uy tín. Mỗi bang có yêu cầu khác nhau đối với các giấy tờ này và về công chứng giấy tờ.

Tiếp theo là khai mẫu đơn xin thành lập mà mỗi bang đều có mẫu riêng của mình. Các công ty nước ngoài có thể thành lập các loại hình công ty như chi nhánh công ty nước ngoài, công ty con của công ty nước ngoài, công ty TNHH, công ty cổ phần, công ty

liên danh, công ty liên danh TNHH,... tùy theo luật mỗi bang cho phép và tùy theo loại hình kinh doanh.

Giấy phép hoạt động được cấp theo nội dung kinh doanh của doanh nghiệp tại Việt Nam và theo đơn yêu cầu. Doanh nghiệp không được kinh doanh những lĩnh vực không đăng ký. Đồng thời hoặc sau khi có giấy phép kinh doanh tại Hoa Kỳ, doanh nghiệp phải đăng ký với các sở tài chính, sở thuế và các sở phụ trách chuyên ngành, nếu hoạt động trong lĩnh vực có quản lý chuyên ngành.

Công ty có thể đăng ký giữ tên của công ty mình tại một số bang của Hoa Kỳ, trong trường hợp công ty thấy chưa tiến hành hoạt động ngay được và phải đăng ký sớm tên công ty của mình, tránh việc công ty khác đăng ký tên giống của mình trước. Thủ tục gần tương tự với việc đăng ký thành lập, nhưng không phải đăng ký tiếp với sở thuế, không bị tính thời hạn hoạt động (một số bang cho phép giảm/miễn thuế công ty). Thời hạn bảo lưu tên công ty khoảng 6 tháng và được gia hạn tiếp thêm 6 tháng tới 2 năm tùy theo bang. Lệ phí giữ tên không cao, chỉ mấy chục USD/6 tháng.

Công ty nước ngoài thành lập tại một bang mà muốn mở thêm công ty tại bang khác, thủ tục lại tuân theo như khi từ nước ngoài vào bang đó; tuy nhiên, thủ tục sẽ đơn giản hơn. Công ty Mỹ từ bang này muốn thành lập công ty/chi nhánh tại một bang khác cũng có những luật lệ riêng áp dụng cho họ.

- Lệ phí

Mức lệ phí từ 100 - 300 USD nhưng cũng có thể phát sinh một số chi phí khác. Tổng lệ phí thường không vượt quá 500 USD. Thông thường công ty xin thành lập tự nộp đơn cho các cơ quan hữu quan Hoa Kỳ và hoàn chỉnh các giấy tờ khi có yêu cầu. Tuy nhiên, để tránh lãng phí về thời gian, tiền của do chưa có kinh nghiệm làm hồ sơ, doanh nghiệp có thể thuê công ty luật hướng dẫn thủ tục, nộp hồ sơ và lệ phí. Tốt nhất là thuê công ty luật tại tiểu bang mà doanh nghiệp muốn thành lập công ty. Phí cho công ty luật làm thủ tục lập công ty thường từ vài trăm tới 1.000 USD.

Như đã nêu trên, không nhất thiết phải có luật sư giúp khai thủ tục và nộp đơn. Phí luật sư ở Hoa Kỳ chỉ để mở công ty thì không đắt nhưng trong quá trình hoạt động có những vướng mắc thì sẽ tính theo giờ, theo vụ việc, tổng chi phí thường khá cao và tùy theo uy tín của các công ty luật và trình độ, thâm niên của luật sư trực tiếp làm việc với khách hàng.

Nếu thuê công ty luật giúp thủ tục đăng ký công ty thì họ cũng sẽ nhận làm địa chỉ liên lạc cho công ty. Nhiều bang yêu cầu công ty nước ngoài phải có người/công ty của bang đó đứng ra làm địa chỉ liên lạc khi cần thiết, dịch vụ này thường không tính tiền vì coi như làm địa chỉ liên hệ, khi nào có vụ việc phát sinh thì sẽ thỏa thuận tính tiền theo vụ việc đó.

- *Các thủ tục tiếp theo sau khi thành lập*

Sau khi có giấy phép thành lập thì một số ngành nghề còn phải đăng ký với những cơ quan quản lý chuyên ngành, ví dụ như kinh doanh dược phẩm, y tế,... Có thể cơ quan quản lý chuyên ngành cấp một giấy phép đăng ký kinh doanh và hành nghề luôn. Tiếp theo là đăng ký với sở thuế, mở tài khoản ngân hàng.

Trong quá trình hoạt động, việc khai thuế chính xác, không chậm trễ là một trong những yêu cầu quan trọng đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả, tránh những trở ngại không cần thiết. Việc thuê công ty/cá nhân kiểm toán viên giúp cho hoạt động này tùy theo quy mô kinh doanh vì thuê kiểm toán viên, giống như thuê luật sư, khá tốn kém. Mức độ làm quyết toán báo cáo tài chính khác nhau có mức tiền thuê khác nhau để phù hợp với yêu cầu của công ty và giảm thiểu chi phí.

Nhìn chung việc thành lập công ty hoặc văn phòng đại diện tại Hoa Kỳ khá dễ dàng. Thời gian cấp phép kể từ khi nhận hồ sơ hoàn chỉnh khoảng 30 ngày.

• **Chi phí cho hoạt động của một chi nhánh/công ty Việt Nam tại Hoa Kỳ**

Việc thành lập công ty hoặc mở văn phòng đại diện như trên thì không tốn kém lắm, nhưng chi phí duy trì hoạt động của một văn phòng công ty tại Hoa Kỳ thì tương đối cao, gồm các khoản chính sau:

- *Tiền thuê văn phòng*: văn phòng gồm hai phòng làm việc không có trang thiết bị nội thất (công trình phụ chung bên ở ngoài hành lang), vị trí tương đối trung tâm giá khoảng 2.500 USD/tháng;
- *Điện thoại, fax, Internet*: tùy theo hoạt động giao dịch nhiều ít: thuê bao 1 đường điện thoại (tự lắp máy fax không bị phụ phí) khoảng 20 USD/tháng. Thuê bao Internet 22 USD/tháng được dùng 24/24 tiếng và phải có thêm đường dây điện thoại, như vậy một văn phòng phải có ít nhất 2 đường điện thoại.

- *Các loại thiết bị* như điện thoại, fax, máy vi tính PC, TV, video,... nhìn chung rẻ hơn ở Việt Nam, nhất là một số thiết bị điện 110V, điện tử đơn hệ. Còn các thiết bị điện 220V, đa hệ thì giá tương đương ở Việt Nam.
- *Ôtô*: mua ô tô cũ thì khá rẻ. Ví dụ xe Toyota Camry đã sử dụng khoảng 10 năm giá khoảng 3.000 - 4.000 USD, song tiền bảo hiểm thì đắt: khoảng 200-400 USD/tháng và tiền gửi xe tại nhà ở và tại cơ quan khoảng 250 USD/tháng. Sửa chữa xe khá đắt. Bằng lái ô tô tại Hoa Kỳ rất dễ thi và không tốn phí (dưới 100 USD cả lý thuyết và lái), nếu có bằng của Việt Nam thì chỉ thi lý thuyết. Giá xăng tương đương ở Việt Nam.
- *Tiền thuê nhà*: 20.000 - 25.000 USD/năm/căn hộ có một phòng khách và một phòng ngủ, một buồng tắm, một bếp.
- *Lương nhân viên*: 10.000 USD/năm. Bảo hiểm y tế cũng khá đắt, có thể khi nào khám bệnh vừa phải thì trả tiền, nếu bệnh nặng có thể về Việt Nam chữa thì chi phí sẽ thấp hơn. Tùy theo khả năng của từng đơn vị và cá nhân mà thực hiện.
- *Về chi phí đi lại, công tác phí* trong các bang ở Hoa Kỳ, tiền vé máy bay lên xuống theo thời điểm và thời gian mua sớm hay muộn với mức chênh lệch khá lớn. Tiền đi ô tô buýt liên tỉnh thì rất rẻ, nhiều xe liên tục và giá không thay đổi, tiện nghi tốt, nên giữa các bang gần thì đi xe buýt hoặc tự lái xe. Tiền khách sạn không chênh lệch nhiều so với Việt Nam.
- *Vậy tổng chi phí cho một văn phòng* gồm 1 người, sinh hoạt tiết kiệm, ít nhất cũng vào khoảng 45.000 USD/năm. Nếu tính đầy đủ thì vào khoảng 60.000 USD/năm. Tại một số thành phố lớn như New York, Chicago tiền thuê nhà/văn phòng đắt hơn khoảng 50-100%, một số dịch vụ khác cũng đắt hơn. Giải pháp tiết kiệm là có thể thuê nhà vừa ở vừa làm văn phòng, hoặc một vài công ty chung nhau thuê một diện tích làm việc.
- *Thêm vào đó việc xin thị thực vào Mỹ khá phức tạp*: Thị thực kinh doanh (Visa business) nhập cảnh vào Hoa Kỳ có thể cấp cho 1 năm, nhiều lần; tuy nhiên, việc gia hạn tiếp tại Hoa Kỳ chưa có tiền lệ hoặc thoả thuận cụ thể giữa chính phủ hai nước. Visa thông thường được xếp loại là B1. Nếu có công ty, chi nhánh tại Hoa Kỳ thì visa là L1 và thời hạn tới 3 năm. Tuy nhiên việc xin visa L1 cho lãnh đạo công ty, ~~cán bộ vào Hoa Kỳ làm việc thường khó khăn, phức tạp về thủ tục, giấy tờ do chính~~

sách quản lý nhập cảnh chung, chính sách quản lý nhân sự và hoạt động tại Hoa Kỳ. Thông thường, nếu thuê luật sư để tiến hành các thủ tục xin visa cho các đối tượng qua Hoa Kỳ kinh doanh dài hạn tại các văn phòng đại diện phải trả chi phí khá lớn: từ 1.500 - 3.000 USD/người cho việc hoàn thiện hồ sơ xin visa cho tới lúc được visa (phí nộp cho chính quyền chỉ khoảng hơn 100 USD/1 visa). (Nguồn: Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ)

II. Lựa chọn kênh phân phối

Một trong những thách thức chính đối với bất kỳ người mới tham gia vào thị trường Hoa Kỳ nằm ở việc tìm hiểu các kênh khác nhau ở thị trường đó và xác định kênh thâm nhập nào tốt nhất. Xem xét số lượng người và công ty trải rộng trên khắp nơi của quốc gia, điều này hầu như không đáng ngạc nhiên. Mọi người đều muốn sản phẩm và dịch vụ của họ được giao đúng thời hạn và với chi phí thấp nhất có thể. Tuy nhiên, mô hình phân phối của Hoa Kỳ rất phân tán và phức tạp.

Xác định đối tượng mục tiêu của bạn và sau đó phát triển một chiến lược phân phối cho đối tượng đó. Chọn kênh phân phối phù hợp cần phải xem xét đến nhiều yếu tố, bao gồm yếu tố cơ bản nhất: giá cuối cùng của sản phẩm của bạn. Các nhà xuất khẩu chọn kênh phân phối truyền thống vào Hoa Kỳ nhiều hơn bằng cách sử dụng các trung gian như nhà nhập khẩu, nhà phân phối hoặc nhà môi giới thương mại thấy giá sản phẩm của họ đã tăng gấp đôi hoặc gấp ba lần khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

Các yếu tố cần xem xét

Kiểm tra các khía cạnh sau đây của doanh nghiệp và mục tiêu của bạn trước khi chọn kênh phân phối.

Số lượng khách hàng: Nếu bạn chỉ có một vài khách hàng, hãy xem xét bán trực tiếp cho họ. Nếu bạn có số lượng khách hàng lớn, bạn có thể quyết định bán trực tiếp cho các công ty đại diện/đối tác lớn hơn và sử dụng các phương tiện khác để phục vụ các khách hàng nhỏ hơn.

Vị trí của khách hàng: Xem xét nơi khách hàng của bạn tập trung về mặt địa lý. Bạn có thể bắt đầu thiết lập cơ sở kho hoặc văn phòng của riêng bạn gần họ. Nếu khách hàng của bạn bị phân tán về mặt địa lý, bạn có thể sử dụng các dịch vụ để thực hiện như kho chứa hàng, nhà bán buôn hoặc nhà phân phối.

Giá của sản phẩm hoặc dịch vụ: Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là đơn vị có khối lượng lớn, giá thấp, các tùy chọn phân phối của bạn sẽ khác biệt đáng kể so với sản phẩm giá cao, khối lượng thấp. Các mặt hàng có giá cao hơn thường phù hợp hơn để bán thông qua một nhà môi giới cụ thể trong ngành hoặc đại diện của nhà sản xuất, với sự hỗ trợ của vận chuyển trực tiếp hoặc kho chứa hàng.

Xem xét về giá cả: Các nhà xuất khẩu nên tránh sự cám dỗ sử dụng điểm giá nước của họ làm nền tảng cho chiến lược giá của Mỹ. Thay vào đó, bạn nên xem xét vị trí bạn muốn được định vị ở thị trường Mỹ - thấp hơn, trung bình hoặc cao cấp của thị trường và sau đó đầu tư thời gian, ngay cả khi chỉ trên internet, nhìn vào giá bán lẻ của các đối thủ cạnh tranh.

Đừng cho rằng các điểm giá cao cấp ở nước của bạn sẽ tương tự như các điểm giá cao cấp ở Hoa Kỳ. Ví dụ, tại Hoa Kỳ, một loại rượu vang Úc có mức giá hơn 12 đUSD có thể được coi là nằm ở phân khúc cao cấp của thị trường. Ngược lại, một món đồ trang sức thiết kế trang phục có thể được coi là không đắt ở mức giá 180 USD. Vì vậy, điều quan trọng là tìm điểm giá chính xác - định giá sản phẩm của bạn quá cao hoặc quá thấp cho phân khúc thị trường của bạn có thể rất dễ làm hỏng cơ hội thành công của bạn ở Hoa Kỳ. Chiến lược tốt nhất là xác định được vị trí giá được ưa thích hơn ở Hoa Kỳ và làm việc ngược lại để xem liệu bạn có thể giao hàng hóa hoặc dịch vụ ở mức giá đó hay không.

Khi tính toán cấu trúc giá của bạn, hãy chắc chắn xem xét liệu có bất kỳ chi phí nào sau đây cần được xây dựng trong tính toán của bạn không:

- Chứng nhận xuất khẩu và tài liệu
- Vận chuyển và bảo hiểm
- Bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm
- Thuế hải quan
- Phí môi giới hải quan
- Biến động tỷ giá
- Chi phí dịch thuật cho bao bì bằng tiếng Mỹ, kích thước và kích cỡ giấy
- Chi phí dán nhãn - UPC (mã vạch) và năng lực công nghệ EDI

- Vận chuyển từ cảng nhập vào kho của nhà phân phối
- Kho và khả năng thực hiện và chi phí hàng tồn kho
- Nhà nhập khẩu hoặc nhà phân phối định giá bán
- Thuế bán lẻ, thay đổi theo từng tiểu bang tại Hoa Kỳ
- Xử lý bảo hành hoặc trả lại
- Chi phí hỗ trợ tiếp thị và ưu đãi bán hàng
- Nhà bán lẻ định giá

Khi định giá cho khách hàng Mỹ, nhiều doanh nghiệp nhỏ hơn chưa bao giờ giao dịch với nhà cung cấp quốc tế trước đây và có thể không hiểu giá xuất khẩu. Do đó, bạn cần chắc chắn rằng cả hai bạn đều nói cùng một ngôn ngữ và hiểu cấu trúc giá cả. Báo giá nên bằng đồng USD.

Để tránh những hiểu lầm tốn kém, hãy rõ ràng về trách nhiệm và quyền sở hữu của hàng hóa hoặc dịch vụ trong chuỗi phân phối. Ví dụ, nhiều người mua ở Mỹ sẽ yêu cầu bạn báo giá bằng đồng USD với giá FOB. Không làm rõ chi tiết cụ thể người mua thực sự muốn chuyển giao hàng hoặc quyền sở hữu, có thể một nhà xuất khẩu sẽ cho rằng người mua ở Mỹ đang sử dụng thuật ngữ vận chuyển chung, trong đó đề cập đến cảng xuất xứ FOB, ví dụ như cảng Sài Gòn. Tuy nhiên, tại Hoa Kỳ, giá FOB thường có thể có nghĩa là miễn phí trên tàu đối với một hãng vận tải nội địa Hoa Kỳ, có thể ở trong Columbia, Tennessee.

Lời khuyên Hình thức định giá phổ biến nhất là CIF (chi phí, bảo hiểm và cước phí) đến cảng nhập cảnh, mặc dù nhiều người mua ở Mỹ vẫn có thể yêu cầu bạn tính đến việc vận chuyển từ cảng nhập đến kho nhập khẩu hoặc nhà vận chuyển nội địa của họ. Để biết danh sách đầy đủ về Incoterms và định nghĩa của chúng, hãy truy cập: www.export.gov hoặc www.iccwbo.org.

Độ phức tạp của sản phẩm: Kho chứa hàng, nhà bán buôn, nhà phân phối và nhiều người chơi khác trong kênh phân phối thường không cung cấp hỗ trợ chuyên sâu và tư vấn kỹ thuật trước hoặc sau khi bán. Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn liên quan đến quản lý mối quan hệ, hỗ trợ tư vấn hoặc dịch vụ kỹ thuật, bạn sẽ cần xem xét việc thành lập văn phòng địa phương của riêng mình hoặc quản lý lực lượng bán hàng của các đại lý.

Các quy định ảnh hưởng đến việc phân phối ở tiểu bang hoặc ngành công nghiệp mục tiêu của bạn: Tại Hoa Kỳ, một số ngành và tiểu bang có thể có các quy định chỉ đạo một kênh phân phối cụ thể cho lĩnh vực của bạn. Một ví dụ là ngành công nghiệp rượu vang nơi rượu vang Úc chỉ có thể được nhập khẩu vào Hoa Kỳ bởi một nhà nhập khẩu được cấp phép. Ngoài ra, các tiểu bang và quận/hạt riêng lẻ thường có các bộ quy tắc và quy định riêng ảnh hưởng đến việc phân phối rượu vang, như cấm hoặc hạn chế bán rượu vang.

Kênh bán hàng: Mỗi ngành sử dụng mô hình phân phối duy nhất của riêng mình. Một số kênh bán hàng rất đơn giản. Các sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được tải xuống trực tuyến có sự phân phối đơn giản cho phép nhà cung cấp giữ quyền kiểm soát tối đa. Các kênh khác, thoạt nhìn có vẻ đơn giản, chẳng hạn như một nhà bán lẻ lớn, đơn lẻ như Nordstrom, hoặc Macy, có thể tỏ ra khá phức tạp. Nhiều người trong số các nhà bán lẻ này không sẵn sàng mua trực tiếp từ một nhà cung cấp quốc tế và thay vào đó thông qua các trung gian như đại lý hoặc nhà bán buôn.

Tầm quan trọng của giá cả, chất lượng, thời gian và kiểm soát nhãn hiệu đối với chiến lược tiếp thị của bạn: Về cơ bản, bạn càng muốn kiểm soát nhiều yếu tố này, các kênh phân phối truyền thống, đa tầng sẽ càng kém hấp dẫn. Nếu bạn không thể thiết lập hoạt động của mình tại Hoa Kỳ, bạn có thể nhượng quyền hoặc cấp phép sở hữu trí tuệ của mình cho một công ty đã thành lập các cơ sở sản xuất và phân phối. Nếu nhãn hiệu của bạn không quan trọng nhưng chất lượng sản phẩm của bạn là tốt, bạn hãy xem xét bán sản phẩm của bạn dưới nhãn hiệu riêng trực tiếp cho các nhà bán lẻ.

Chi phí vận chuyển và lưu trữ: Đối với một số công ty, việc cung cấp hoặc sản xuất một số hoặc tất cả các sản phẩm của bạn ở Hoa Kỳ có thể hiệu quả hơn về chi phí, thay vì vận chuyển từ nước bạn.

Các mô hình khác

Tất cả các mô hình kinh doanh yêu cầu giám sát chặt chẽ sự hiện diện tại Hoa Kỳ của bạn để đảm bảo vị thế trên thị trường được nuôi dưỡng đúng cách. Tùy chọn thâm nhập thị trường có thể khác nhau giữa các ngành công nghiệp, sử dụng tùy chọn có ý nghĩa chiến lược với bạn và giảm rủi ro cho khách hàng của bạn. Một số tùy chọn phân phối và gia nhập thị trường phổ biến nhất được sử dụng bởi các nhà xuất khẩu tại Hoa Kỳ bao gồm:

Bán hàng trực tiếp cho khách hàng: Có thể không phải lúc nào cũng có thể hoặc hiệu quả để bán trực tiếp cho các doanh nghiệp Hoa Kỳ. Tuy nhiên, khi có thể, nó thường là lựa chọn ưu tiên và hiệu quả nhất về chi phí. Không có gì lạ khi các nhà xuất khẩu làm việc trực tiếp với các doanh nghiệp ở Hoa Kỳ, vì điều này cho phép các nhà xuất khẩu kiểm soát nhiều hơn, cho phép các doanh nghiệp Hoa Kỳ nhận được lợi nhuận cao hơn và cuối cùng cung cấp giá thấp hơn cho người tiêu dùng cuối cùng.

Thương mại điện tử, catalogues và bán lẻ trên truyền hình: Các kênh phi truyền thống có thể là một lựa chọn tuyệt vời cho các nhà xuất khẩu bán sản phẩm hoặc dịch vụ của họ trực tiếp cho người tiêu dùng thông qua các phương tiện như internet, catalogues và truyền hình. Các nhà xuất khẩu thường bỏ qua các kênh ảo này khi tham gia vào thị trường Hoa Kỳ, họ nên xem xét khi sự tăng trưởng nhanh chóng của doanh số bán hàng trực tuyến. Thiết lập hệ thống phân phối để hỗ trợ các kênh bán hàng này có thể dễ dàng như tải xuống trả cho mỗi lần nhấp; cung cấp hàng hóa trực tiếp thông qua các công ty thương mại như DHL và FedEx; bán trực tiếp cho cửa hàng hoặc nhà phân phối của nhà bán lẻ truyền hình; hoặc sử dụng các dịch vụ của kho hàng.

Kho hàng: Một số kho đã kết hợp một số vai trò truyền thống thành một dịch vụ duy nhất, giúp sắp xếp hợp lý hóa các quy trình cho các nhà xuất khẩu

Tìm kiếm các kho hàng có thể cung cấp dịch vụ thông quan, sắp xếp hàng vào kho, thực hiện đơn hàng và đóng gói, xử lý hóa đơn và thẻ tín dụng, đường dây hỗ trợ khách hàng miễn phí, dịch vụ trả hàng và theo dõi hàng tồn kho. Các nhà cung cấp thường không có quyền sở hữu các sản phẩm, vì vậy hàng tồn kho vẫn là tài sản của bạn.

Đại lý bán hàng, môi giới và đại diện của nhà sản xuất: Các công ty trong các vai trò này đóng vai trò là lực lượng bán hàng của bạn. Vai trò chính của họ là hoàn thành đơn hàng và xây dựng các mối quan hệ khách hàng đang diễn ra. Họ thường chuyên về địa lý, ngành hàng hoặc kênh khách hàng mục tiêu. Thông thường, các đại lý này hoạt động dựa trên hoa hồng bán hàng, không sở hữu hàng hóa hoặc dịch vụ và không chịu trách nhiệm lưu kho hoặc giao sản phẩm.

Nhà phân phối: Các nhà xuất khẩu đến Hoa Kỳ thường nghĩ sử dụng nhà phân phối là lựa chọn tốt nhất vì phương pháp này giám sát tất cả các khía cạnh của việc kinh doanh ở Hoa Kỳ, từ nhập khẩu đến tiếp thị đến chịu chi phí bán hàng hoặc nợ kém.

Tuy nhiên, các nhà phân phối tại Hoa Kỳ thường muốn quyền phân phối độc quyền, giảm giá cao, giá ưu đãi và toàn quyền kiểm soát giá cuối cùng, phục vụ và tiếp thị sản phẩm của bạn. Hợp đồng phân phối độc quyền giới hạn bạn cung cấp một khách hàng trong một thị trường nhất định. Nhà phân phối khác nhau tùy theo ngành hàng và vị trí địa lý tại Hoa Kỳ. Một số có thể tiếp thị một sản phẩm, trong khi những người khác thì không. Một số thuê đại diện bán hàng để tiếp thị một sản phẩm. Điều quan trọng là phải hiểu rõ thị trường và biết các bên liên quan chính trước khi tham gia một thỏa thuận độc quyền. Sẽ là thảm họa nếu tham gia một thỏa thuận với một đối thủ cạnh tranh trong tương lai muốn đuổi bạn ra khỏi thị trường. Một thỏa thuận phân phối độc quyền nên có hướng dẫn thực hiện nghiêm ngặt và ranh giới.

Bất kể phương thức thâm nhập thị trường hoặc phân phối, một yếu tố quan trọng để thành công là vẫn gắn bó với nhà phân phối hoặc đối tác của bạn trong suốt quá trình bán hàng. Ký một thỏa thuận không nhất thiết là mục tiêu cuối cùng.

Lời khuyên: Mặc dù danh sách trên đưa ra mô tả nhanh về nhiều hình thức phổ biến nhất của các kênh phân phối và thâm nhập thị trường Hoa Kỳ, các tùy chọn truyền thống khác cũng có thể phù hợp tùy thuộc vào ngành hàng của bạn. Chúng bao gồm mở một văn phòng chi nhánh, liên doanh, cấp phép và thỏa thuận mua bán, đại lý, hợp tác sản xuất và tiếp thị, hoặc bán dưới một nhãn hiệu riêng.

III. Marketing

Tạo sự hiện diện nhãn hiệu mạnh mẽ cung cấp bước đầu để thành công ở Hoa Kỳ, cho dù bạn ở mô hình kinh doanh B2C là hình thức kinh doanh từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng hay doanh nghiệp với doanh nghiệp. Tuy nhiên, đừng cho rằng những kết quả xây dựng nhãn hiệu của bạn ở nước bạn sẽ có kết quả ở Hoa Kỳ. Một số từ có thể có ý nghĩa khác nhau. Ví dụ, "Boot" ở Hoa Kỳ thường có nghĩa là giày, trong khi ở Úc, nó có thể là mặt sau của chiếc xe - mà ở Hoa Kỳ được gọi là "trunk".

Sử dụng cách tiếp cận độc đáo hoặc chi phí thấp để tiếp thị, bạn có thể tạo ra tác động đến người tiêu dùng. Các kỹ thuật tiếp thị dựa vào sự sáng tạo và phân bổ chuyên dụng các nguồn lực sẵn có - ngay cả khi các tài nguyên đó là con người, năng lượng và tính linh hoạt - cho các hoạt động tiếp thị giúp bạn đạt được doanh số và lòng trung thành của khách hàng cần thiết để điều hành một doanh nghiệp có lợi nhuận và bền vững ở Hoa Kỳ.

Một số công cụ và kỹ thuật tiếp thị phổ biến nhất được các nhà xuất khẩu thường sử dụng tại thị trường Hoa Kỳ bao gồm:

Website: Một trang web cung cấp nền tảng cơ bản cho bất kỳ phương pháp tiếp thị nào, cũng như một cơ hội tuyệt vời để xây dựng nhãn hiệu của bạn và thông báo cho khách hàng theo những cách có ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ. Người Mỹ yêu cầu các trang web chất lượng cao dễ dàng tìm kiếm - không đáp ứng được kỳ vọng này sẽ ảnh hưởng đến doanh số. Cũng xem xét sử dụng blog, bản tin điện tử, ưu đãi đặc biệt, chiến dịch lan truyền và các thông tin liên lạc khác để tạo mối quan hệ với người tiêu dùng. Khi người tiêu dùng ngày càng chuyển sang điện thoại thông minh và máy tính bảng để tìm kiếm thông tin doanh nghiệp địa phương và mua sắm các sản phẩm và dịch vụ, trang web của bạn cần được tối ưu hóa cho các thiết bị này.

Phương tiện truyền thông xã hội: Các doanh nghiệp đang xây dựng thành công các kênh truyền thông xã hội đưa vào kế hoạch tiếp thị của mình để tạo sự trung thành và gắn kết với khách hàng và khách hàng tiềm năng của họ. Xác định kênh truyền thông xã hội nào hoạt động tốt nhất cho doanh nghiệp của bạn: Facebook, Twitter và LinkedIn cung cấp nền tảng mạnh mẽ để tiếp cận người tiêu dùng với các cập nhật kinh doanh, bán hàng và khuyến mãi cũng như các sản phẩm và dịch vụ mới.

Phương tiện truyền thông xã hội cũng cung cấp khả năng tham gia vào các cuộc trò chuyện trực tiếp với người tiêu dùng về các câu hỏi, mối quan tâm và khiếu nại. Các trang web truyền thông xã hội chuyên ngành cung cấp lợi ích riêng của họ. Ví dụ, Pinterest cho phép các doanh nghiệp chia sẻ các dịch vụ hấp dẫn trực quan như quần áo, đồ nội thất, nghệ thuật và đồ trang sức với đối tượng tự chọn. Các trang web như YouTube cho phép các doanh nghiệp nhỏ đăng video để chia sẻ thông tin. Để bắt đầu, hãy dành thời gian vạch ra những kênh truyền thông xã hội nào bạn muốn sử dụng cho doanh nghiệp của mình và tại sao.

Công khai thay vì quảng cáo: Thu hút phạm vi biên tập trong phương tiện truyền thông tiếp cận đối tượng mục tiêu của bạn có thể là một cách hiệu quả hơn nhiều để gây ảnh hưởng đến người mua hơn là mua ở nơi quảng cáo. Sự chứng thực của biên tập viên có sức nặng lớn với người tiêu dùng Mỹ và sự chú ý của truyền thông giúp thúc đẩy doanh số và tạo ra nhận thức về thương hiệu. Xác định các ấn phẩm ở Hoa

Kỳ, liên hệ với các biên tập viên và gửi thông cáo báo chí, mẫu, bài viết và đánh giá về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Người dùng có tầm ảnh hưởng hoặc các trang web tham chiếu đã được công nhận: Chọn một hoặc hai trang web tham khảo được tôn trọng và tập trung năng lực của bạn để giúp họ xác nhận hoặc mua hàng từ công ty của bạn. Ví dụ: nếu bạn sản xuất thiết bị y tế, việc đến bệnh viện Cedars- Sinai ở Los Angeles để mua sản phẩm của bạn sẽ mang lại cho bạn sự tin cậy với nhiều bệnh viện khác trong nước.

Chứng thực của người nổi tiếng: Liên hệ với một người quản lý hoặc người quản lý nổi tiếng của người nổi tiếng với thông tin và quà tặng miễn phí về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Bạn có thể nhận được phản hồi từ người nổi tiếng có thể được sử dụng trong các tài liệu tiếp thị.

Các thành viên trong các hiệp hội: Phương pháp tiếp thị truyền thống này cung cấp một cách hiệu quả để truy cập mạng, thông tin và kinh doanh ở bất kỳ thị trường mới nào.

Tài trợ: Thị trường Hoa Kỳ gắn uy tín với các sự kiện từ thiện và các tổ chức hỗ trợ họ. Công ty của bạn có thể là một kết hợp tốt cho một tổ chức phi lợi nhuận địa phương. Các sự kiện thương mại cũng có thể mang đến cơ hội tài trợ đáng giá với vị trí logo tốt, tiếp xúc với phương tiện truyền thông và tiếp cận với khán giả của sự kiện.

IV. Hội chợ thương mại

Triển lãm thương mại cung cấp những lợi ích quan trọng như là một phần của bối cảnh kinh doanh Hoa Kỳ. Hàng ngàn sự kiện được tổ chức hàng năm cho gần như mọi ngành công nghiệp, từ công nghệ chơi game đến cung cấp đồ may.

Các thủ phủ triển lãm thương mại chính của Hoa Kỳ bao gồm Atlanta, Chicago, Las Vegas, Los Angeles, New York và Orlando nhưng các thành phố khác cũng tổ chức nhiều sự kiện triển lãm thương mại.

Triển lãm thương mại cung cấp các cơ hội kết nối và cửa hàng nơi các công ty có thể gặp gỡ những người mua, nhà phân phối, đại lý và phương tiện truyền thông mới và hiện có. Chúng cũng cung cấp một cơ hội tuyệt vời cho các nhà cung cấp mới để thử nghiệm các dịch vụ sản phẩm hoặc dịch vụ trên thị trường, quan sát sự cạnh tranh của họ và thảo luận về xu hướng. Tuy nhiên, trả tiền cho loại hình tiếp xúc này có thể tốn

kém. Các nhà xuất khẩu nên suy nghĩ cẩn thận về việc triển lãm là lựa chọn tốt nhất cho công ty của họ hay không?

Ngoài ra, người mua ở Mỹ coi phần lớn các nhà triển lãm mới là các hoạt động ngắn hạn sẽ ngừng hoạt động trong vòng một năm. Do đó, người mua thường kiểm tra khả năng tồn tại của công ty bằng cách chờ xem liệu công ty có quay lại triển lãm thương mại trong năm thứ hai hoặc thứ ba hay không. Nhiều nhà xuất khẩu chỉ bắt đầu có doanh số đáng kể sau năm thứ ba triển lãm.

Nếu bạn có thể cam kết triển lãm trong vài năm, hãy xem xét tham dự một triển lãm thương mại hơn là tham gia. Hãy tập trung vào việc thu thập thông tin thị trường và tham dự các hội thảo và các sự kiện kết nối.

Nếu bạn quyết định triển lãm, hãy tìm hiểu xem hội chợ thương mại đó thu hút loại người tham dự mà bạn cần hay không. Hầu hết các triển lãm thương mại sẽ có sổ người tham dự, hồ sơ và danh sách triển lãm trên trang web của họ. Bạn có thể dễ dàng xem những sự kiện mà đối thủ hoặc đối tác mục tiêu của bạn đang tham dự.

Các liên kết dưới đây có thể giúp bạn xem xét các mục tiêu và hoạt động của mình trước, trong và sau triển lãm thương mại. Hàng ngàn bài báo và danh sách kiểm tra miễn phí có sẵn trên internet. Các nhà tổ chức triển lãm thương mại cũng thường cung cấp thêm các hoạt động hỗ trợ tiếp thị và quảng cáo cho các nhà triển lãm.

Một danh sách đầy đủ của các triển lãm thương mại tại Hoa Kỳ, bao gồm địa điểm, ngày, diện tích trưng bày, số lượng người tham dự và số lượng nhà triển lãm www.tsnn.com.

Hướng dẫn sử dụng công nghệ cộng đồng toàn cầu về cách tận dụng tối đa các triển lãm thương mại; www.tldp.org/LDP/Linux-Media-Guide/html/planning_trade_show.html.

Một bài viết kế hoạch triển lãm thương mại hiệu quả, được in lại từ Thời báo New York: www.nytimes.com/ref/open/finance/OPEN-TRADE-SHOW-PLAN.html.

Lời khuyên triển lãm thương mại được cung cấp bởi Skyline Exhibitis: www.exhibitorcentral.com/ec/tips/ectips.asp.

Chương 4: Quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam tại Hoa Kỳ

Quan hệ ngoại giao chính trị với Việt Nam

Việt Nam và Hoa Kỳ thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 12/7/1995, trao đổi Đại sứ đầu tiên vào tháng 7/1997, mở Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại TP.HCM và Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại San Francisco vào tháng 11/1997.

Quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ ngày càng được tăng cường và phát triển trên nhiều mặt. Hai bên đã trao đổi nhiều đoàn cấp cao.

Việt Nam thăm Hoa Kỳ có đoàn 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 (6/2005), Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm (3/2007), Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết theo lời mời của Tổng thống G.Bush (18-23/6/2007) và nhiều đoàn cấp Bộ trưởng, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng đã có chuyến thăm chính thức Hoa Kỳ theo lời mời của Tổng Thống Hoa Kỳ, George W. Bush (23-26/6/2008), Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải đã gặp Bộ trưởng Ngoại giao Hoa Kỳ Condolezza Rice tại Washington, để triển khai các thỏa thuận cấp cao đã ký kết giữa hai bên trong chuyến công tác của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng hồi tháng 6 năm 2008 (17/11/2008),...

Ngày 23/9/2009 - Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết đã đến New York, tham dự phiên họp thường niên của Đại hội đồng Liên Hợp Quốc. Chủ tịch Nguyễn Minh Triết và đoàn đại biểu, gồm Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm, Bộ trưởng Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội Nguyễn Thị Kim Ngân, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Cao Đức Phát, và đại diện các doanh nghiệp Việt Nam, cũng đã tham dự Diễn đàn Đầu tư Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Tạp chí Institutional Investor Magazine phối hợp tổ chức tại New York vào ngày 25 tháng 9 năm 2009.

Ngày 01 - 02/10/2009 - Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm có chuyến thăm và làm việc tại Hoa Kỳ theo lời mời của Ngoại trưởng Hoa Kỳ Hillary R. Clinton. Ông cũng tiếp kiến Bộ trưởng Thương mại Gary Locke, Trưởng Đại diện Thương mại Ron Kirk; Chủ tịch Ủy ban Đối ngoại của Hạ viện Howard Berman, và năm thượng nghị sĩ cao cấp thuộc Ủy ban Đối ngoại của Thượng viện.

Ngày 15 - 16/11/2009 - Triển lãm quốc tế “Gặp gỡ Việt Nam 2009” đã diễn ra tại San Francisco, bang California, do Bộ Ngoại giao Việt Nam và chính quyền San Francisco phối hợp tổ chức. Chương trình này có mục tiêu là tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau và thúc đẩy hợp tác kinh tế và thương mại giữa hai nước.

Nhận lời mời của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, đoàn đại biểu Đảng Cộng sản Việt Nam do ông Hoàng Bình Quân - Ủy viên Trung ương Đảng, Trưởng Ban Đối ngoại Trung ương, làm trưởng đoàn đi thăm và làm việc tại Hoa Kỳ từ 9 - 19/12/2012.

Hoa Kỳ cũng đã cử nhiều đoàn cấp cao thăm Việt Nam: Ngoại trưởng W.Christopher (1995); Cố vấn an ninh quốc gia A. Lake (1996); Ngoại trưởng M.Albright (1997); cựu Tổng thống G. Bush (1995); Bộ trưởng Quốc phòng W.Cohen (2000); Tổng thống W.Clinton (tháng 11/2000); Ngoại trưởng C.Powell (2001); Chủ tịch Hạ viện D. Hastert (tháng 4/2006); Bộ trưởng Quốc phòng D.Rumsfeld (6/2006); Đại diện Thương mại S. Schwab (5/2006); Bộ trưởng Tài chính H. Paulson (9/2006), Ngoại trưởng C. Rice, Tổng thống G. Bush (11/2006), Chủ tịch Ủy ban Tài chính Thượng viện Mỹ, Max Baucus đã đến thăm Việt Nam (17/12/2008), Thượng Nghị sĩ Đảng Dân Chủ bang Virginia, James Webb đã đến Hà Nội, tiếp kiến Phó chủ tịch Quốc hội Nguyễn Đức Kiên (23/12/2008)

Ngày 26-27/9/2009 – Đoàn quan chức cao cấp liên ngành của Hoa Kỳ do Thứ trưởng Thường trực Bộ Ngoại giao James Steinberg dẫn đầu, đã có chuyến thăm và làm việc tại Hà Nội.

Tháng 7/2010, Ngoại trưởng Mỹ Hilary Rodham Clinton đã tới Việt Nam để tham dự Diễn đàn An ninh khu vực ASEAN (ARF) và trở lại Việt Nam vào tháng 10 để tham dự Hội nghị cấp cao Đông Á (EAS) theo lời mời của Thủ Tướng Nguyễn Tấn Dũng với tư cách là khách mời.

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 (4/2011). 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 (8/2011).

Ngoại trưởng Hoa Kỳ Hillary Clinton có chuyến thăm lần thứ 3 đến Việt Nam trước khi tham dự Diễn đàn An ninh Asian (ARF) lần thứ 19 tại Campuchia (7/2012).

Chủ tịch Nước Trương Tấn Sang và đoàn đại biểu cấp cao Nhà nước Việt Nam thăm chính thức Hoa Kỳ từ 24 - 26/7/2013. Chuyến thăm đã xác lập quan hệ đối tác toàn diện mở ra cơ hội hợp tác mới giữa hai nước.

Ngoại trưởng Hoa Kỳ John Kerry thăm Việt Nam tháng 12/2013 nhằm thúc đẩy quan hệ giữa hai nước sau thỏa thuận về quan hệ đối tác toàn diện đạt được giữa hai nước.

Trong năm 2014, Chủ tịch nước Trương Tấn Sang và Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng gặp Tổng thống Obama bên lề Cấp cao APEC và Cấp cao Đông Á và các chuyến thăm Mỹ của Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư thành ủy Hà Nội Phạm Quang Nghị, Phó Thủ tướng Vũ Văn Ninh, Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh...

Đáng chú ý có các đoàn Thứ trưởng Ngoại giao Wendy Sherman (3/2014), Trợ lý Ngoại trưởng Hoa Kỳ phụ trách khu vực Đông Nam Á Thái Bình Dương, đoàn Bộ trưởng Thương mại Hoa Kỳ (6/2014) và các chuyến thăm Việt Nam của các lãnh đạo quốc hội Mỹ như Chủ tịch thường trực Thượng viện P. Leahy và các Thượng nghị sĩ J.McCain, B.Cardin, B.Corker...

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng thăm chính thức Hoa Kỳ từ ngày 6-11/7/2015 theo lời mời của chính quyền Tổng thống Barack Obama vào đúng dịp hai nước kỷ niệm 20 năm bình thường hóa quan hệ.

Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Sinh Hùng và đoàn đại biểu cấp cao Quốc hội thăm chính thức Hoa Kỳ theo lời mời của Chủ tịch Thường trực danh dự Thượng viện Hoa Kỳ Ngài Patrick Leahy, Chủ tịch Hạ viện Hoa Kỳ Ngài John Boehner và Chủ tịch Ủy ban Quân vụ, Thượng nghị sĩ John McCain từ ngày 3-9/9/2015.

Ngoại trưởng Hoa Kỳ John Kerry thăm Việt Nam tháng 6-8/8/2015 nhân dịp kỷ niệm 20 năm bình thường hóa quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ.

Ngày 22 – 24/05/2016: Tổng thống Hoa Kỳ Barack Obama thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam. Ngày 23/05/2016, Tổng thống Barack Obama tuyên bố Hoa Kỳ dỡ bỏ hoàn toàn lệnh cấm vận bán vũ khí sát thương đối với Việt Nam.

Ngày 29 – 31/05/2017: Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc thăm chính thức Hoa Kỳ.

Ngày 11 – 12/11/2017: Tổng thống Hoa Kỳ Donald J. Trump thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam và dự Hội nghị Cấp cao APEC 2017.

Quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ

Các hiệp định đã ký kết:

Hiệp định về thiết lập quan hệ quyền tác giả (ngày 27/6/1997),

Hiệp định về hoạt động của Cơ quan đầu tư tư nhân hải ngoại (OPIC) tại Việt Nam (ngày 26/3/1998),

Hiệp định bảo lãnh khung và Hiệp định khuyến khích dự án đầu tư giữa Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Ngân hàng Xuất nhập khẩu Hoa Kỳ - EXIMBANK (ngày 9/12/1999),

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).

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.

Ngày 9/12/2006, Quốc hội Hoa Kỳ đã thông qua dự luật áp dụng quy chế Quan hệ thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) với Việt Nam và ngày 29/12/2006 Tổng thống G. Bush đã ký ban hành luật này.

Ngày 21/6/2007, nhân chuyến thăm chính thức Hoa Kỳ của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết, hai bên đã ký Hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA).

Hợp tác trong lĩnh vực Khoa học - Công nghệ, Văn hóa, Giáo dục - Đào tạo, Y tế và Lao động: Hai nước đã ký kết nhiều văn bản:

Bản Ghi nhớ (MOU) cấp Bộ như Tuyên bố chung về hợp tác y tế giữa hai Bộ Y tế (12/1997),

Thỏa thuận hợp tác về thể dục thể thao (3/1999),

Bản ghi nhớ về hợp tác lao động Việt Nam - Hoa Kỳ (11/2000),

Bản Ghi nhớ về hợp tác kỹ thuật trong lĩnh vực Khí tượng Thủy văn (1/2001),

Biên bản Ghi nhớ giúp đào tạo nhân lực cho ngành Thủy sản Việt Nam (11/3/2003),

Hiệp định hợp tác y tế và khoa học y học Việt Nam - Hoa Kỳ (7/2006),

Năm 2003, Việt Nam và Hoa Kỳ đã ký kết Nguyên tắc hợp tác trong việc thực hiện Đề án Quỹ giáo dục của Hoa Kỳ dành cho Việt Nam (VEF). VEF đã bắt đầu cấp học bổng cho sinh viên Việt Nam sang Hoa Kỳ đào tạo.

Ngày 23/6/2004, Tổng thống Hoa Kỳ George Bush tuyên bố đưa Việt Nam vào danh sách 15 nước hưởng viện trợ trong Kế hoạch Viện trợ khẩn cấp về phòng chống HIV/AIDS. Hoa Kỳ cũng hợp tác tích cực và tài trợ cho Việt Nam trong lĩnh vực phòng chống đại dịch cúm gia cầm.

Kết quả hợp tác:

Kể từ khi Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA) có hiệu lực, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Hoa Kỳ liên tục tăng trưởng ổn định và ở mức cao. Kim ngạch trao đổi hàng hóa hai chiều giữa hai nước đã tăng từ 220 triệu USD năm 1994 (thời điểm Hoa Kỳ chính thức xóa bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam) lên 1,4 tỷ USD vào năm 2001 (là thời điểm trước khi Hiệp định Thương mại BTA có hiệu lực) và đạt 58,8 tỷ USD vào cuối năm 2018. Tới tháng 7/2019, kim ngạch thương mại song phương đã đạt 41,1 tỷ USD tăng 24% so với cùng kỳ. Sự chuyển dịch mạnh mẽ của chuỗi cung ứng toàn cầu thời gian gần đây đã giúp Việt Nam có bước nhảy vọt từ vị trí thứ 12 trong năm 2018 lên vị trí thứ 9 ngay trong đầu năm 2019 khi nói đến các nước xuất khẩu lớn nhất vào Hoa Kỳ. Đồng thời, Việt Nam cũng trở thành thị trường lớn thứ 27 và là đối tác thương mại lớn thứ 16 của Hoa Kỳ. Tuy nhiên trong quá trình mở rộng quan hệ kinh tế, thương mại đã nảy sinh một số tranh chấp do chính sách bảo hộ của Hoa Kỳ như vấn đề cá basa, tôm, hàng dệt may....

Nhận định về năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam có thể thấy một số nhóm hàng và mặt hàng có khả năng cạnh tranh trên thị trường gồm hàng may mặc, đồ

gỗ nội thất, túi ví da và ô dù, thủy sản, giày dép. Nhóm hàng công nghiệp có giá trị gia tăng cao như máy móc thiết bị điện và phụ tùng được xem là nhóm hàng xuất khẩu có tiềm năng và khả năng cạnh tranh trên thị trường trong thời gian tới.

Một số nhóm hàng và mặt hàng sức cạnh tranh còn yếu so với hàng hóa của các quốc gia khác như dệt kim, đồ may cao cấp; đồ nội thất (bàn ghế) còn chưa đáp ứng được mẫu mã, thị hiếu và chất lượng... Trong khi đó, những mặt hàng xuất khẩu mới chưa xuất hiện nhiều hoặc chiếm tỷ trọng rất thấp trong kim ngạch nhập khẩu như vật tư y tế, màn hình và máy chiếu (tuy tăng trưởng nhanh những chỉ chiếm tỷ trọng 0,001%); mạch điện (0,003%); phụ tùng và linh kiện ô tô, xe máy (0,16%).

Có thể thấy, kinh tế Hoa Kỳ phục hồi có thể xem là một cơ hội để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu, tăng kim ngạch và mở rộng danh mục các mặt hàng xuất khẩu. Tuy nhiên tốc độ phục hồi của nền kinh tế Mỹ còn chậm cùng với tỷ lệ thất nghiệp vẫn ở mức cao, sự cạnh tranh giữa những nhà sản xuất nội địa của Mỹ và các nhà xuất khẩu ngày càng gay gắt. Một số nhóm các nhà sản xuất nội địa do lo ngại về sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam (như Hiệp hội sản xuất cá da trơn, nhựa...) đã tiến hành vận động hành lang để tạo thế lực chính trị nhằm bảo hộ sản xuất trong nước, tạo khó khăn cho một số nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Hoa Kỳ tiếp tục thực hiện nhiều biện pháp và rào cản thương mại nhằm bảo vệ sản xuất trong nước (đạo luật Farm Bill, Lacey, gây nhiều khó khăn trong vụ tôm, cá tra, basa của Việt Nam...)

Thương mại hai chiều Việt Nam-Hoa Kỳ giai đoạn 2014-2018

ĐVT: Tỷ USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ	32,011	39,693	43,748	48,421	51,278
Việt Nam nhập từ Hoa Kỳ	5,734	7,088	10,098	8,134	9,725
Kim ngạch xuất nhập khẩu	37,745	46,781	53,846	56,555	61,003

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam tại Hoa Kỳ

➤ Xuất khẩu

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng trưởng 12%/năm trong giai đoạn 2014 - 2018. Riêng năm 2018, Việt Nam đã xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá khoảng 51,278 tỷ USD sang Hoa Kỳ, đứng thứ 22 trong số hơn 100 quốc gia xuất khẩu vào Hoa Kỳ, tăng 6% so với năm 2017, chiếm 17% tổng lượng xuất khẩu của Việt Nam. Các mặt hàng xuất khẩu chính là thiết bị điện-điện tử, hàng may mặc, giày dép, đồ nội thất, thủy sản, sắt thép và các loại nông sản.

➤ Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ

DVT: Triệu USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2018	Tăng trưởng hàng năm 2014-2018, %	Thị phần trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ năm 2018, %
Tổng cộng		51.277,516	12	2
85	Thiết bị điện - điện tử	11.134,043	27	3
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	7.395,715	7	16
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	6.418,819	13	23
94	Đồ nội thất; đèn và bộ đèn;biển đèn tên được chiếu sáng; các cấu kiện nhà lắp ghép	5.789,494	12	8
62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	5.203,920	7	13
84	Máy giặt các loại và các bộ phận	2.873,236	3	1
08	Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt, các loại dưa	1.298,819	20	7

42	Các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách, ví, vali và ô dù	1.087,240	2	8
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	1.073,778	-2	6
72	Sắt và thép	774,160	93	2

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

➤ **Các mặt hàng xuất khẩu chính**

• **Thiết bị điện - điện tử (HS 85)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	319.671,075	333.525,810	335.582,652	355.997,429	366.942,844
Nhập khẩu từ Việt Nam	3.803,999	8.382,929	10.520,183	11.062,704	11.134,043

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 7 về nhóm hàng thiết bị điện - điện tử sang Hoa Kỳ trong năm 2018 với trị giá xuất khẩu đạt trên 11,134 tỷ USD, tăng 1% so với năm 2017. Xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam chiếm thị phần khá nhỏ, chỉ 3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của nhóm hàng điện – điện tử trong giai đoạn 2014-2018 đạt mức khá cao, khoảng 27%/năm.

Các nguồn cung cấp lớn cho thị trường Hoa Kỳ về nhóm hàng này đa số là các nước châu Á. Nguồn cung ứng hàng đầu vẫn là Trung Quốc, chiếm tới 42,5% tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ, kế đến là Mexico 17,4%, Malaysia 7%, Nhật Bản 4,9%, Đài Loan 3,9%, Hàn Quốc 3,8%,...

Các sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng này của Việt Nam gồm bộ điện thoại (HS 8517) với trị giá xuất khẩu khoảng 6,469 tỷ USD; mạch điện tử tích hợp (HS

8542) 1,378 tỷ USD, dây điện, cáp điện (HS 8544) 666,483 triệu USD; Đi-ốt, tranzito và các thiết bị bán dẫn, bộ phận bán dẫn cảm quang,.. (HS 8541) 408,127 triệu USD; thiết bị phát dùng cho phát thanh sóng vô tuyến hoặc truyền hình, camera truyền hình, camera kỹ thuật số (HS 8525) giá trị khoảng 383,791 triệu USD;...

- **Hàng may mặc (HS 61 và 62)**

Tổng giá trị xuất khẩu các mặt hàng may mặc (HS 61, 62 và 63) của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ đã đạt khoảng 13,779 tỷ USD trong năm 2018, chiếm 29,9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Hoa Kỳ hay chiếm khoảng 14% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về các nhóm hàng này. Tuy theo số liệu thống kê của Comtrade do Trung tâm Thương mại Quốc tế - ITC sử dụng để tính toán đã phân nhóm hàng này thành ba nhóm khác biệt, cho thấy nhóm hàng HS 63 chỉ đứng thứ 24 (chiếm 11,7% tổng giá trị xuất khẩu) nhưng lại giúp làm nổi bật lên giá trị xuất khẩu vượt trội của nhóm hàng HS 61 (đứng thứ năm, chiếm 50% tổng giá trị xuất khẩu) và HS 62 (đứng thứ tư, chiếm 32,9% tổng giá trị xuất khẩu).

- **Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ dệt kim hoặc móc (HS 61)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	46.627,468	48.514,527	45.417,624	45.748,924	47.698,336
Nhập khẩu từ Việt Nam	5.605,110	6.390,035	6.472,127	6.995,643	7.395,715

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nguồn cung ứng lớn thứ 2 tại thị trường Hoa Kỳ về nhóm may mặc dệt kim hoặc móc (HS 61) với tổng lượng xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ đạt khoảng 7,395 tỷ USD trong năm 2018 chiếm khoảng 15,5% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này. Trong năm 2018, nhà cung cấp lớn nhất cho thị trường Hoa Kỳ nhóm hàng này là Trung Quốc với 15,386 tỷ USD (chiếm 32,3% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khá cao trong suốt thời kỳ 2014 - 2018, với

7%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (-3%) và Indonesia (-4%) nhưng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2018 khá cao 6% so với năm 2017. Trong khi đó, mức tăng trưởng xuất khẩu của Trung Quốc là 3% và của Indonesia là -2%.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gi lê (HS 6110) với trị giá 2,434 tỷ USD; áo bộ comlê, áo thể thao, váy dài, quần sóc nữ (HS 6104) với trị giá 1,716 tỷ USD; áo sơ mi nam và áo sơ mi bé trai dệt kim hoặc móc (HS 6105) với trị giá 518,238 triệu USD; bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần áo chèn và quần sóc dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS 6103) với trị giá 430,495 triệu USD; và quần lót, áo ngủ, bộ pyjama, áo chòang tắm, áo khoác ngoài mặc trong nhà cho nam giới và bé trai (HS 6107) với trị giá 416,445 triệu USD; ...

- **Giày dép (HS 64)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	27.044,539	28.725,316	26.550,453	26.607,287	27.543,110
Nhập khẩu từ Việt Nam	3.782,434	4.668,903	5.093,604	5.725,357	6.418,819

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 2 về nhóm hàng giày dép sang Hoa Kỳ trong năm 2018 với trị giá xuất khẩu đạt 6,419 tỷ USD, tăng 12% so với năm 2017, chiếm 23,3% trong tổng nhập khẩu giày dép của Hoa Kỳ.

Với thị phần áp đảo lên tới 53,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 14,642 tỷ USD trong năm 2018, đứng thứ 3 là Indonesia chiếm 5,8% với trị giá xuất khẩu 1,593 tỷ USD, đứng thứ 4 là Ý chiếm 5,7% với trị giá xuất khẩu 1,572 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng giày dép tại thị trường Hoa Kỳ trong suốt thời kỳ 2014 - 2018 đạt 13% năm, trong khi đó con số này

của Trung Quốc là - 6%/năm, Indonesia là 5%/năm và Ý tăng trưởng ở mức 1%/năm.

Trong năm 2018, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ trong nhóm hàng này là giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt (HS 6404) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 2,995 tỷ USD, kể đến là giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc (HS 6403) với trị giá xuất khẩu 2,155 tỷ USD; các loại giày dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic (HS 6402) đạt 1,217 tỷ USD và giày dép khác (HS 6405) đạt 38,395 triệu USD,...

- **Đồ nội thất (HS 94)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	55.782,891	61.163,743	63.153,427	66.961,240	72.058,613
Nhập khẩu từ Việt Nam	3.606,186	4.409,587	4.669,678	5.315,875	5.789,494

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 3 về nhóm hàng đồ nội thất mã HS 94 tại thị trường Hoa Kỳ. Xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 5,789 tỷ USD trong năm 2018, tăng 9% so với năm 2017, chiếm 8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ.

Trong giai đoạn 2014 - 2018, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt tốc độ tăng trưởng khá cao 12%, trong khi đó Trung Quốc chỉ đạt 8%/năm; Mexico đạt 3%/năm và Canada đạt 5%/năm.

Năm 2018, nguồn cung ứng đồ nội thất hàng đầu cho thị trường Hoa Kỳ vẫn là Trung Quốc, chiếm thị phần vượt trội với 52,8% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu là 38,064 tỷ USD, kể đến là Mexico (11,115 tỷ USD, chiếm 15,4%) và Canada (4,99 tỷ USD, chiếm 6,9%). Cả ba nhà cung cấp lớn nhất này đều có mức tăng trưởng khá sau chuỗi giảm liên tiếp trong những năm trước đó. Tuy nhiên, sau nhiều năm đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao vào thị trường này, Việt Nam đã có mức

tăng khá trong năm 2018.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ của Việt Nam gồm: Đồ nội thất bằng gỗ được sử dụng trong phòng ngủ (HS 940350) với trị giá xuất khẩu trong năm 2018 đạt 1,939 tỷ USD; ghế ngồi, có khung bằng gỗ/kim loại, có tựa lưng và/hoặc phần đế ngồi làm bằng song, mây có hoặc không di chuyển được thành giường và bộ phận của chúng (HS 9401) đạt trị giá xuất khẩu 1,646 tỷ USD; đồ nội thất bằng gỗ khác (HS 940360) đạt 1,413 tỷ USD; các bộ phận bằng gỗ như ghế ngồi, văn phòng, nhà bếp, phòng ngủ (HS 940390) đạt trị giá xuất khẩu 372,755 triệu USD; đồ nội thất bằng kim loại (HS 940320) đạt 142,495 triệu USD;...

- **Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim/móc (HS 62)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	39.099,513	40.574,495	38.551,531	37.807,716	39.029,999
Nhập khẩu từ Việt Nam	3.912,031	4.471,398	4.573,860	4.854,026	5.203,920

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nguồn cung ứng lớn thứ 2 tại thị trường Hoa Kỳ về nhóm may mặc không dệt kim hoặc móc (HS 62), với tổng giá trị đạt khoảng 5,203 tỷ USD trong năm 2018, chiếm khoảng 13,3% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này.

Trong giai đoạn 2014 - 2018, tốc độ tăng trưởng đạt 7%/năm, so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (-3%), Bangladesh (1%) và Indonesia (0%). Nhưng trong năm 2018 giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng khá cao 7% so với năm 2017. Năm 2018, Trung Quốc là nước cung cấp hàng đầu mặt hàng này vào thị trường Hoa Kỳ với 13,441 tỷ USD (chiếm 34,4% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này); đứng thứ 3 là Bangladesh với 5,203 tỷ USD chiếm 10% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; đứng thứ 4 là Indonesia với 2,278 tỷ USD chiếm 5,8% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là bộ com lê, áo khoác thể thao, quần dài,

quần soóc (HS 6203 và 6204) với giá trị xuất khẩu đạt 2,391 tỷ USD, kế tiếp là áo sơ mi nam và trẻ em trai (HS 6205) với giá trị xuất khẩu 431,616 triệu USD; áo khoác, áo gió cho nam (HS 6201) với giá trị 401,205 triệu USD; áo khoác, áo gió cho nữ (HS 6202) với giá trị 400,610 triệu USD; và quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm HS 5602, HS 5603, HS 5903, HS 5906 và HS 5907 (HS 6210) với giá trị 374,551 triệu USD;...

- **Máy móc (HS 84)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	331.205,458	330.044,570	315.350,475	348.601,309	385.903,156
Nhập từ Việt Nam	2.839,900	2.604,794	2.446,169	3.265,773	2.873,236

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Năm 2018, Việt Nam xếp thứ 19 trong số các nhà cung cấp nhóm hàng máy móc cho thị trường Hoa Kỳ, chỉ chiếm khoảng 0,7% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này. Xuất khẩu các loại máy móc thuộc nhóm hàng HS 84 sang thị trường Hoa Kỳ đã giảm 12% so với năm 2017, đạt 2,873 tỷ USD. Mức tăng trưởng trong xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này vào Hoa Kỳ giai đoạn 2014-2018 khoảng 3%.

Chiếm đại bộ phận trong nhóm hàng máy móc xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong năm 2018 là các loại máy in (HS 8443) với giá trị xuất khẩu 1,056 tỷ USD; kế đến là máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng, đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này (HS 8471) đạt 853,619 triệu USD; máy giặt gia đình hoặc máy giặt trong hiệu giặt, kể cả máy giặt có chức năng sấy khô (HS 8450) đạt 290,628 triệu USD;...

- **Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt/các loại dưa (HS 08)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	13.969,901	15.428,069	16.716,509	18.097,735	18.911,887
Nhập khẩu từ Việt Nam	633,893	821,774	960,345	1.239,509	1.298,819

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam xếp thứ 4 trong số các nhà cung cấp quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08) tại thị trường Hoa Kỳ. Trong năm 2018, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng 5% so với năm 2017, đạt khoảng 1,299 tỷ USD và chiếm 6,9% trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của nhóm này từ năm 2014 - 2018 tăng 20%.

Năm 2018, mặt hàng xuất khẩu chính là dưa, quả hạch Brazil và hạt điều tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ (HS 0801) với giá trị 1,236 tỷ USD.

Năm 2018, các nguồn cung ứng chính cho Hoa Kỳ về nhóm hàng này là Mexico đứng đầu với giá trị xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Hoa Kỳ 7,327 tỷ USD, chiếm 38,7% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; tiếp theo là Chilê với 2,452 tỷ USD, chiếm 13%; Guatemala với 1,478 tỷ USD, chiếm 7,8%; Peru với giá trị xuất khẩu 1,215 tỷ USD chiếm 6,4% trong nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; Costa Rica với 1,155 tỷ USD, chiếm 6,1%;...

- **Các sản phẩm bằng da thuộc, túi xách, ví, vali và ô dù (HS 42)**

ĐVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	13.871,141	14.448,716	13.177,536	13.475,025	14.374,674
Nhập khẩu từ Việt Nam	988,785	1.156,206	1.182,982	1.197,233	1.087,240

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam xếp thứ 3 trong số các nhà cung cấp Các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách, ví, vali và ô dù (HS 42) tại thị trường Hoa Kỳ. Trong năm 2018, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này giảm 9% so với năm 2017, đạt khoảng 1,087 tỷ USD và chiếm 7,6% trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của nhóm này từ năm 2014 - 2018 tăng 2%.

Năm 2018, mặt hàng xuất khẩu chính là vali, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, túi, cặp đeo vai cho học sinh, bao kính, bao ống nhòm, hộp camera, hộp nhạc cụ, túi đựng đồ ăn đồ uống, túi xách tay, túi đi chợ,... (HS 4202) với giá trị 1,009 tỷ USD.

Năm 2018, các nguồn cung ứng chính cho Hoa Kỳ về nhóm hàng này là Trung Quốc đứng đầu với giá trị xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Hoa Kỳ 7,809 tỷ USD, chiếm 54,3% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; tiếp theo là Ý với 1,409 tỷ USD, chiếm 9,8%; Pháp với 830,478 triệu USD, chiếm 7,6%; Ấn Độ với giá trị xuất khẩu 553,499 triệu USD chiếm 3,9% trong nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; Cambodia với 406,556 triệu USD, chiếm 2,8%;...

- **Hàng thủy hải sản (HS 03)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	16.689,405	15.498,426	16.366,242	17.901,328	18.516,223
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.180,605	950,590	989,637	922,720	1.073,778

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 6 về nhóm hàng hàng thủy hải sản tại Hoa Kỳ. Trong năm 2018, xuất khẩu thủy hải sản (HS 03) của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 1,074 tỷ USD, tăng 16% so với năm 2017, chiếm 5,8% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này. Top 5 nước cung ứng lớn nhất cho Hoa Kỳ về mặt hàng này gồm: Canada (chiếm 15,6%), tiếp theo là Chilê (11,8%), Ấn Độ (11,5%), Trung Quốc (11,3%) và Indonesia (6,9%).

Trong suốt thời kỳ 5 năm (2014 - 2018), xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt tốc độ tăng trưởng trung bình -2%/năm. Trong thời gian 2014 - 2018 các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm như Canada với mức tăng trưởng 5%, Chilê 7%, Ấn Độ 15%, trung Quốc -1% và Indonesia -1%.

Trong năm 2018, các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ trong nhóm này là cà phi lê tươi, ướp lạnh và đông lạnh (HS 0304) đạt giá trị xuất khẩu là 738,697 triệu USD và giáp xác (HS 0306) đạt 275,390 triệu USD;...

- **Sắt thép (HS 72)**

DVT: Ngàn USD

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Nhập khẩu từ thế giới	36.000,222	27.865,816	22.460,117	28.816,848	31.096,552
Nhập khẩu từ Việt Nam	60,820	105,531	501,356	473,194	774,160

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 11 về nhóm hàng sắt thép (HS 72) tại Hoa Kỳ. Trong năm 2018, xuất khẩu sắt thép (HS 72) của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 774,160 triệu USD, tăng 64% so với năm 2017, chiếm 2,5% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này. Top 5 nước cung ứng lớn nhất cho Hoa Kỳ về mặt hàng này gồm: Canada (chiếm 18,9%), tiếp theo là Brazil (10,6%), Nga (9,3%), Mexico (7,4%); Hàn Quốc (5,2%); Đức (4,2%); Nhật Bản (chiếm 3,9%); Đài Loan (2,7%); Ukraine (2,7%); và Nam Phi (2,5%).

Trong suốt thời kỳ 5 năm (2014 - 2018), xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 93%/năm. Trong thời gian 2014 - 2018 các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng trung bình như Canada với mức tăng trưởng 2%, tiếp theo là Brazil (-3%), Nga (1%); Mexico (1%); Hàn Quốc (-11%); Đức (1%); Nhật Bản (-10%); Đài Loan (-8%); Ukraine (29%); và Nam Phi (-2%).

Trong năm 2018, các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ trong nhóm này là các sản phẩm sắt hoặc thép không hợp kim được cán phẳng có chiều rộng từ 600mm trở lên, đã phủ, mạ hoặc tráng (HS 7110) đạt giá trị xuất khẩu là 456,554 triệu USD và các sản phẩm sắt hoặc thép không hợp kim được cán phẳng có chiều rộng từ 600mm trở lên, cán nguội (ép nguội), chưa dát phủ, mạ hoặc tráng (HS 7209) đạt 186,526 triệu USD;...

➤ Nhập khẩu

Việt Nam đã nhập khẩu trên 9,675 tỷ USD hàng hóa từ Hoa Kỳ trong năm 2018, tăng 19% so với năm 2017. Trong suốt thời kỳ 2014 - 2018, mức tăng trưởng hàng năm đạt 13%. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm máy móc, xe cộ, sắt thép, bông, thiết bị điện...

➤ Các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ thị trường Hoa Kỳ

ĐVT: Triệu USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2018	Tăng trưởng hàng năm 2014-2018, %	Thị phần trong tổng xuất khẩu của Hoa Kỳ năm 2018, %
Tổng cộng		9.675,294	13	1
85	Thiết bị điện - điện tử	1.593,838	29	1
52	Bông	1.337,169	35	16
12	Hạt dầu và quả có dầu, các loại hạt, hạt giống và quả khác, cây công nghiệp, cây dược liệu,...	590,165	1	3
23	Phế liệu và phế thải từ ngành công nghiệp thực phẩm, thức ăn gia súc đã chế biến	576,200	11	5
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	524,170	21	1

84	Máy và các trang thiết bị cơ khí, thiết bị điện, các bộ phận chúng, các thiết bị ghi và tái tạo âm thanh, thiết bị ghi và tái tạo hình ảnh, âm thanh truyền hình và các bộ phận và các phụ kiện các thiết bị trên.	457,876	-3	0
10	Ngũ cốc	426,413	12	2
08	Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa	402,600	2	3
72	Sắt thép	359,900	33	2
44	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ, than từ gỗ	312,365	6	3

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Đầu tư

Tính đến ngày 20/9/2019 Hoa Kỳ đứng thứ 11/132 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư còn hiệu lực tại Việt Nam với 964 dự án, tổng vốn đầu tư đăng ký 9.256,15 triệu USD. Từ ngày 01/01/2019 đến ngày 20/9/2019, Hoa Kỳ có 78 dự án FDI cấp mới với tổng số vốn đăng ký cấp mới 148,10 triệu USD, 22 dự án điều chỉnh với vốn đăng ký điều chỉnh là 78,54 triệu USD; và 198 số lượt góp vốn mua cổ phần với giá trị góp vốn mua cổ phần 63,25 triệu USD đã đưa tổng vốn đăng ký lên 289,89 triệu USD.

(Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài, MPI)

Doanh nghiệp Hoa Kỳ dẫn đầu về nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, nhờ các dự án xây khu du lịch và khách sạn lớn, thứ nhất là Saigon Atlantis Hotel của tập đoàn Winvest LLC, dự án này xin tăng vốn từ 300 triệu USD lên 4,1 tỷ USD, thứ hai là dự án có vốn đăng ký 1,16 tỷ USD.

Đánh giá đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam trong thời gian qua (nguồn: Amcham Việt Nam): Đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam hiện nay đang ở vào giai đoạn thứ ba bắt đầu từ khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới và đang xúc tiến đàm phán Hiệp định Thương mại Xuyên Thái bình dương, gọi tắt là TPP. Đó là giai đoạn mà các doanh nghiệp Mỹ đầu tư vào Việt Nam chú trọng đến thị trường toàn cầu nhiều hơn.

- Làn sóng thứ nhất là giai đoạn từ năm 1995 đến 2000, khi các công ty sản xuất hàng tiêu dùng như Procter & Gamble, Coca - Cola, Pepsi - Cola,... thành lập cơ sở ban đầu tại Việt Nam cho các kế hoạch phát triển kế tiếp với mục tiêu sản xuất và tiêu thụ hàng hóa tại thị trường Việt Nam
- Làn sóng đầu tư thứ hai diễn ra tiếp theo sau Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ. Hiệp định này giảm thuế đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ từ mức trung bình là 45% xuống còn trung bình khoảng 3%. Ở làn sóng đầu tư thứ hai này, chúng ta thấy các nhà máy đối tác - không phải là các công ty của Hoa Kỳ, Nam Triều Tiên, hay Nhật Bản, mà là các công ty đối tác chiến lược lâu dài của các hệ thống bán lẻ của Hoa Kỳ - đầu tư vào Việt Nam. Các nhà máy này sản xuất hàng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, như hàng dệt may, da giày hay đồ trang trí nội thất. Các nhà máy này chiếm khoảng hai phần ba xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ, tương đương với khoảng 8 tỷ USD/năm.
- Khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Hoa Kỳ tiến vào làn sóng đầu tư thứ ba. Các công ty chú trọng đến các nhà máy sản xuất hiện đại. Họ là những công ty của Hoa Kỳ xây dựng nhà máy tại Việt Nam. Sản phẩm của họ làm ra cũng có tiêu thụ tại Việt Nam, nhưng chủ yếu xuất khẩu vào thị trường toàn cầu. Công ty đầu tiên là Intel. Công ty công bố đầu tư vào năm 2006, và đến cuối tháng 10/2010, Intel đã khánh thành nhà máy trị giá 1 tỷ USD, và họ sẽ xuất khẩu vào thị trường toàn cầu. Những công ty tương tự như vậy cũng đã tìm hiểu Việt Nam. Amcham đã tiếp khoảng 25 công ty có tên trên danh sách Fortune 500. Các lãnh đạo ở cấp tổng giám đốc đã đến gặp các chuyên gia chọn lựa địa điểm để phát triển nhà máy và việc thành lập nhà máy tại Việt Nam để thay thế cho các nhà máy bên Trung Quốc hoặc Ấn Độ, hoặc để cạnh tranh với các nước trong vùng, chẳng hạn như Thái Lan, Malaysia hay Indonesia.
- Cùng với các làn sóng đầu tư của các công ty không lồ này, đầu tư của người Mỹ gốc Việt tại Việt Nam cũng đã có những dấu hiệu khởi sắc, tuy quy mô chưa thật lớn. Trong danh sách hội viên của Amcham có công ty tên Quality Systems Incorporated (QSI), một người Mỹ gốc Việt ở bang California thành lập một nhà máy xử lý các chất bán dẫn. Một công ty nữa tên là ICP (International Consumer Products) chuyên kinh doanh các loại mỹ phẩm, dầu thơm...đó là những công ty thành công và đã tạo được thương hiệu tại Việt Nam.

Các khó khăn và thuận lợi

- **Thuận lợi**

+ Hoa Kỳ là thị trường khổng lồ, đa dạng và có nhu cầu lớn đối với nhiều loại hàng hóa bởi đây là quốc gia đa chủng tộc, GDP trên đầu người cao, xếp thứ 19 trên thế giới (đạt 59.800 USD/người năm 2017) và đặc biệt người dân ở Hoa Kỳ có thói quen mua sắm, dịch vụ tài chính phát triển. Đây thực sự là thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới.

+ Hàng hóa Việt Nam có nhiều cơ hội xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ hơn các thị trường Nhật Bản và Tây Âu bởi người tiêu dùng Hoa Kỳ không quá khó tính như nhiều quốc gia khác. Nhờ vậy, số lượng mỗi đơn hàng thường lớn.

+ Một đóng góp không nhỏ của thị trường Hoa Kỳ vào khả năng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam còn phải kể đến là cộng đồng người Việt tại đây. Theo kết quả “Nghiên cứu về cộng đồng người Mỹ” do chính phủ Hoa Kỳ thực hiện từ năm 2005 được công bố mới đây cho thấy có khoảng 1,5 triệu người Việt đang sống tại Hoa Kỳ, chiếm khoảng 10,5% tổng số người Mỹ gốc châu Á, là cộng đồng lớn thứ tư sau Trung Quốc, Ấn Độ, Philippines. 1,5 triệu người Việt Nam tại Hoa Kỳ hàng ngày vẫn ăn các món ăn Việt Nam và vẫn cần những thực phẩm như ở Việt Nam vì vậy đây là một thị trường lớn và hấp dẫn cho các mặt hàng thực phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam. Thêm vào đó, cộng đồng người Việt tại Hoa Kỳ sẽ là chiếc cầu nối hiệu quả để doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng sang Hoa Kỳ.

+ Trong thời gian tới đây cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ có thể chưa có thay đổi lớn. Các nhóm hàng chủ yếu vẫn là dệt may, giày dép, đồ gỗ, thủy sản, dầu mỏ, cà phê, điều. Sau đó, với đầu tư đang tăng lên (đặc biệt là khu vực đầu tư nước ngoài), kim ngạch những mặt hàng mới như điện tử, điện gia dụng, gia công cơ khí, thực phẩm chế biến sẽ tiếp tục tăng lên, trong đó điện tử sẽ nhanh chóng trở thành những mặt hàng xuất khẩu chính sang Hoa Kỳ. Ngoài ra, Việt Nam sẽ trở thành nơi một số công ty Hoa Kỳ đặt gia công phần mềm.

- **Khó khăn**

+ Sự hấp dẫn của thị trường Hoa Kỳ cũng đồng nghĩa với cạnh tranh xuất khẩu vào thị trường này rất quyết liệt. Trở ngại lớn nhất của các doanh nghiệp Việt Nam khi

xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ chính là gặp phải sự cạnh tranh khốc liệt của các mặt hàng Trung Quốc. Hiện nay, Trung Quốc đã vượt Canada trở thành nước xuất khẩu lớn nhất vào Hoa Kỳ. Đối với các mặt hàng mà doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang Hoa Kỳ như dệt may, giày dép, đồ gỗ, hàng điện tử, đồ chơi... thì Trung Quốc cũng đều chiếm thị phần rất lớn tại Hoa Kỳ.

+ Cái khó nữa đối với các doanh nghiệp, theo các chuyên gia đánh giá kinh tế là do chúng ta là người đến sau. Việt Nam bị cấm vận buôn bán với Hoa Kỳ cho đến năm 1994 và mãi đến tháng 12/2001 khi Hiệp định thương mại song phương giữa hai nước có hiệu lực thì quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ mới thực sự được bình thường hóa và hàng hóa Việt Nam khi đó mới được hưởng thuế nhập khẩu tối huệ quốc (mức thuế bình thường áp dụng với hầu hết các nước khác của Hoa Kỳ). Các doanh nghiệp Việt Nam bắt đầu xuất khẩu sang Hoa Kỳ khi mà các đối thủ cạnh tranh đã có chỗ đứng vững chắc tại thị trường này. Do đó, không dễ để thuyết phục được các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ đang nhập từ các bạn hàng quen thuộc của họ ở các nước khác chuyển sang nhập khẩu hàng của Việt Nam. Nếu muốn họ mua hàng, buộc hàng của các doanh nghiệp chúng ta phải rẻ hơn hoặc tốt hơn hoặc độc đáo hơn hoặc phải có cái gì đó hấp dẫn hơn.

+ Ngoài ra, những rào cản trong pháp luật và các kỹ thuật đối với thương mại cũng là khó khăn không nhỏ với doanh nghiệp Việt Nam. Hoa Kỳ được biết đến là quốc gia có hệ thống luật pháp phức tạp và nhiều rào cản kỹ thuật đối với thương mại. Liên tiếp trong những năm gần đây, các 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,... Thêm vào đó, xuất khẩu hàng sang Hoa Kỳ, các doanh nghiệp còn gặp phải khó khăn về chi phí và những đòi hỏi về tiêu chuẩn năng lực của một doanh nghiệp.

+ Thị trường xa, chi phí vận tải và giao dịch cao dẫn đến các mặt hàng công kênh trị giá thấp rất khó cạnh tranh. Thị trường đầy cạnh tranh và nhiều rào cản như vậy nhưng năng lực đáp ứng của các doanh nghiệp lại rất hạn chế. Quy mô các doanh nghiệp của Việt Nam còn nhỏ, phần đông còn dừng ở gia công thuần túy, các doanh nghiệp Hoa Kỳ thường đặt mua hàng hoặc đặt sản xuất theo thiết kế, mẫu mã và tiêu chuẩn kỹ thuật của họ.

Hiện nay, những thay đổi trong chính sách thương mại của Hoa Kỳ thời gian tới sẽ rất cứng rắn, ảnh hưởng đến việc xuất khẩu nhiều mặt hàng chủ lực của Việt Nam, khiến cho việc duy trì mức kim ngạch hiện tại, hay thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu vào Hoa Kỳ trở thành bài toán không dễ tìm ra lời giải đáp thoả đáng trong thời gian tới.

Hoa Kỳ là thị trường hấp dẫn nhất trên thế giới, chiếm hơn 17% tổng GDP toàn cầu. Dân số 326 triệu người chỉ bằng 1/3 Ấn Độ và Trung Quốc nhưng các nước đều nhắm đến và coi đây là thị trường chủ lực để xuất khẩu hàng hoá vào. Hơn 300 triệu dân Mỹ đều hướng tới tiêu dùng. Hầu hết người Mỹ đến tuổi trưởng thành đều có 1 hoặc nhiều ngân hàng tự động đến đưa ra một khoản tín dụng thông qua thẻ tín dụng để họ chi tiêu. Chính vậy dẫn tới thói quen tiêu dùng của người Mỹ là mua sắm. Mức chi tiêu cuối tuần ở Mỹ cao ngất ngưỡng.

Bên cạnh đó, GDP đầu người Hoa Kỳ ở mức cao, năm 2017 đạt tới 59.800 USD/người. Tổng GDP 2017 đạt 19.490 tỷ USD và mức tăng ổn định trên 2% trong suốt 10 năm qua. Điều này cho thấy nền kinh tế Hoa Kỳ đang tăng trưởng ổn định và sức hút ngày càng tăng.

Cơ cấu dịch vụ của nền kinh tế Hoa Kỳ cũng tăng trưởng mạnh, như chăm sóc sức khoẻ, dịch vụ tài chính, bảo hiểm, bán lẻ... chiếm tỷ trọng cực lớn tới 80,2%. Điều này cũng lý giải vì sao những tập đoàn Hoa Kỳ hoạt động trong các lĩnh vực dịch vụ này đều là những tập đoàn hàng đầu thế giới.

Ngành sản xuất công nghiệp Hoa Kỳ chiếm tỷ trọng nhỏ hơn, chỉ 18,9% nhưng cũng tập trung những công ty hàng đầu thế giới như Boeing, GM, Apple, Dell... họ có sức mạnh chi phối công nghệ của thế giới.

Còn với lĩnh vực nông nghiệp, cơ cấu nông nghiệp của Hoa Kỳ chiếm 0,9% và chỉ 2 triệu người hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nhưng mức độ công nghiệp hoá nông nghiệp của Hoa Kỳ lại ở đỉnh cao. Dẫn chứng cho thấy cả trại gà hàng triệu con chỉ có 3 người giám sát; cánh đồng ngô, bông máy chạy chỉ trong nháy mắt đã phân loại hạt và bấp riêng rẽ... Do đó, người Mỹ tin nền nông nghiệp của họ có thể sản xuất để “nuôi cả thế giới”.

Chỉ 3 lĩnh vực trên, bao gồm: dịch vụ, sản xuất công nghiệp và nông nghiệp đã cho thấy các công ty của Hoa Kỳ có một sức mạnh chi phối công nghệ của thế giới.

Sức mạnh này được chứng minh trong cuộc xung đột thương mại Mỹ - Trung. Ngay sau khi Tổng thống Donald Trump ra lệnh cấm các công ty Mỹ bán phần mềm và linh kiện cho Tập đoàn viễn thông ZTE của Trung Quốc trong 7 năm do nhiều lần tái phạm các biện pháp trừng phạt của Mỹ đối với Triều Tiên và Iran. Các công ty của Mỹ dù chỉ chiếm 30% tổng giao dịch của ZTE nhưng họ lại chiếm phần gốc, cốt lõi nhất để sản xuất sản phẩm của ZTE đó là quyền sử dụng phần mềm Android... Và nếu như vậy, ZTE chỉ sống và tồn tại được trong Trung Quốc. Chỉ sau 1 đêm khi có lệnh cấm của ông Trump, ZTE đã thông báo phá sản. Sau đó, qua nhiều cuộc thương lượng, đánh đổi bằng nộp phạt 1,5 tỷ USD và chấp nhận để chính phủ Mỹ chỉ định một số người Mỹ tham gia vào ban điều hành của ZTE, khi đó ZTE mới khôi phục được một phần hoạt động. Hiện nay ZTE hoạt động trong tình trạng bị giám sát rất chặt của Chính phủ Mỹ. “Công nghệ gốc người Mỹ nắm rất chắc và họ có khả năng chi phối các nước khác”.

Chuyển hướng chính sách để “thương mại công bằng - có đi có lại”

Là quốc gia phát triển hiện đại nhưng Hoa Kỳ lại đang chịu tình trạng nhập siêu kéo dài trong nhiều năm và có xu hướng tăng dần. Năm 2016, thâm hụt thương mại của Mỹ đạt mức kỷ lục 502 tỷ USD. Năm 2017, Hoa Kỳ nhập siêu tăng tới 2,35 nghìn tỷ USD chủ yếu từ Trung Quốc, Canada, Mexico, Đức, Nhật gồm các loại hàng hoá cho tiêu dùng, nguyên phụ liệu công nghiệp...

Ông Trump cho rằng, tình trạng thâm hụt thương mại của Mỹ kéo dài nhiều năm, khi Hoa Kỳ xuất khẩu ít hơn nhập khẩu, tức là cơ hội việc làm của người lao động từ trong nước Mỹ bị cướp đem ra nước ngoài sản xuất, nên cơ bản người lao động Hoa Kỳ bị thiệt thòi. Chính vậy, khi Donald Trump lên Tổng thống, với khẩu hiệu “Làm cho nước Mỹ vĩ đại trở lại” và bằng những chiến lược cụ thể của mình, ông đã thay đổi chính sách thương mại. Đầu tiên ông cho rằng, việc Hoa Kỳ tham gia các FTA khiến nước này gánh những khoản chi phí quá lớn, trong khi nhiều nước như Trung Quốc lại trực lợi từ các FTA đa phương đó. Do đó, chính phủ Hoa Kỳ quyết định không tham gia những hiệp định như TPP và yêu cầu đàm phán lại các hiệp định đa phương và song phương đã ký kết để xem lại lợi ích của nước Mỹ ở đâu. Và làm thế nào để phần lợi ích của Mỹ lớn hơn, các nước không lợi dụng sự hảo tâm của người Hoa Kỳ.

Sau một thời gian ngắn, chính quyền Trump ban hành chiến lược an ninh quốc gia mới, trong đó đưa kinh tế - thương mại trở thành 1 trong 4 trụ cột, đặt trọng tâm vào bảo vệ sở hữu trí tuệ, xử lý những vấn đề thâm hụt thương mại. Đồng thời, yêu cầu phải có “thương mại công bằng - có đi có lại”. Chính sách thương mại của ông Trump là “nước Mỹ tạo cơ hội cho các nước những gì thì họ phải thu lại được như vậy”, dẫn đến Mỹ muốn đàm phán song phương và quyết liệt giải quyết tới cùng các vấn đề thương mại còn tồn tại với các nước.

Đặc biệt, Mỹ sẽ gia tăng rất nhiều các biện pháp nhằm bảo hộ sản xuất trong nước, kể cả các biện pháp phi truyền thống, như lấy lý do vì an ninh quốc gia nên áp đặt tăng thuế với nhiều mặt hàng. Biện pháp này không mấy khi được sử dụng nhưng hiệu quả lại rất cao. Khi Tổng thống nói sản phẩm nhập vào vi phạm an ninh quốc gia, thì khi đó Quốc hội Mỹ cũng không cần bỏ phiếu để thông qua mà ngay lập tức có hiệu lực và xuất khẩu cũng ngay lập tức bị chặn hoặc bị thiệt hại.

Điển hình, gần đây Hoa Kỳ khởi xướng vụ việc 232 về tăng thuế đối với mặt hàng nhôm và thép của các nước xuất khẩu vào nước này, tất nhiên có miễn trừ nhất định. Điều lo ngại là, họ tăng thuế ngay lập tức vì cho rằng những sản phẩm nhập khẩu từ nhôm và thép vào Hoa Kỳ gây ảnh hưởng tới an ninh quốc gia, do đó, các nước rất khó kiện vụ việc này ra WTO vì không ai định lượng được mức độ ảnh hưởng tới an ninh quốc gia như thế nào. Song Mỹ cũng hé lộ, sẽ miễn trừ cho một số quốc gia nếu đàm phán, thoả hiệp được một số vấn đề hai bên cùng quan tâm. Điều này rất đáng quan ngại, bởi nếu không có miễn trừ thì các quốc gia sẽ cùng nhau ngồi lại phản công Mỹ, nhưng khi có “miễn trừ” thì các quốc gia bị xé lẻ, mỗi nước đàm phán với Mỹ một nội dung. Trong quá trình đàm phán như vậy sẽ có sự nhân nhượng và đánh đổi. Đây chính là chiến lược mới của Mỹ.

Bộ Công Thương đánh giá, Mỹ đề cao đàm phán song phương nhưng trong quá trình đàm phán, Mỹ dùng cả công cụ phi truyền thống mà từ trước tới nay chưa dùng, vượt ra khỏi khuôn khổ đàm phán thương mại thông thường. Những yêu cầu Mỹ đưa ra trong bối cảnh mới rộng hơn nhiều, nó không còn đơn thuần là xuất nhập khẩu, rào cản thuế mà giờ đây gắn kết cả những lĩnh vực từ trước tới nay chưa có tiền lệ như thao túng tiền tệ... Và khi họ đặt ra vấn đề như vậy, nghĩa là chúng ta lại phải đầu tư tài nguyên vào đó, làm thế nào để giải quyết hài hoà những yêu cầu đó. Hoa Kỳ nói

nhưng không để đẩy, mà họ gây sức ép ở tất cả các diễn đàn từ cấp kỹ thuật tới cấp cao.

Đặc biệt, gần đây Hoa Kỳ không coi trọng các diễn đàn đa phương như WTO hay Liên hiệp quốc nhưng họ vẫn gây sức ép trên các diễn đàn này như trong các vụ việc xử lý tranh chấp thương mại.

Vụ việc chậm ngòi cho chiến tranh thương mại Trung – Mỹ cũng xuất phát từ điều 301 trong Luật mở rộng thương mại năm 1974, họ điều tra về việc Trung Quốc vi phạm quyền SHTT đối với rất nhiều sản phẩm của Hoa Kỳ và yêu cầu đánh thuế với mức độ Trung Quốc vi phạm. Nếu Mỹ đánh thuế toàn bộ hàng xuất khẩu của Trung Quốc vào Hoa Kỳ thì nguy cơ sụp đổ sản xuất trong nước của Trung Quốc là có thật. Vì từ đầu năm tới nay, chỉ số sản xuất công nghiệp của Trung Quốc đã giảm tương đối, có nhiều dấu hiệu bất ổn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Trung Quốc.

Một điểm mới nữa trong chiến lược an ninh quốc gia mới của Hoa Kỳ đó là họ xác định rõ Trung Quốc là nguy cơ về an ninh kinh tế, khi mà Trung Quốc luôn tìm cách lợi dụng từ hoạt động tự do hoá thương mại để trục lợi, vi phạm quyền SHTT và ở góc độ nào đó, thách thức vị trí độc tôn về kinh tế của Hoa Kỳ. Và coi Liên bang Nga là nguy cơ an ninh chính trị khi Nga tìm cách gây xung đột ở vùng nhạy cảm, đe dọa an ninh quốc gia của một số nước.

Tác động tới Việt Nam

Từ quan điểm này, dưới góc độ cơ quan quản lý nhà nước, Bộ Công Thương nhận định rằng chính sách thương mại của Hoa Kỳ đối với các đối tác trên thế giới, trong đó có Việt Nam trong thời gian tới là sẽ rất cứng rắn. Mỹ sẽ không nhượng bộ, bởi Việt Nam đang là nước xuất siêu rất lớn vào Hoa Kỳ.

Hoa Kỳ hiện là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Theo thống kê của Ủy ban Thương mại Hoa Kỳ, thâm hụt thương mại của Hoa Kỳ với Việt Nam năm 2017 đạt 38,3 tỷ USD – là nước xuất siêu lớn thứ 6 vào Hoa Kỳ. Chính điều này, ông Trump đã ra lệnh điều tra nguyên nhân xuất siêu của 16 nước vào Hoa Kỳ, trong đó có Việt Nam. Các cơ quan liên quan của Mỹ đã có danh sách các vấn đề liên quan tới Việt Nam, trong đó có một số danh mục giải quyết ngay để hài hoà thương mại.

Bên cạnh đó, xuất hiện xu thế mới Việt Nam cần quan tâm và có chính sách quản lý chặt, đó là xung đột thương mại Trung – Mỹ sẽ có khả năng khiến hàng hoá Trung Quốc vào thị trường Mỹ giảm đi, và khi đó Trung Quốc sẽ tìm phương án giải quyết bài toán sản xuất ra mà không tiêu thụ được. Họ có thể sẽ tìm hướng xuất khẩu ô ạt sang các nước xung quanh, trong đó có Việt Nam. Nguy hiểm hơn, rất nhiều mặt hàng Trung Quốc bị Hoa Kỳ cấm sẽ tìm cách đầu tư nhà máy vào Việt Nam, sau đó nhập từ Trung Quốc qua nhằm lợi dụng quan hệ thương mại Việt Nam và Hoa Kỳ đang tốt, khung pháp lý ổn định. Họ sẽ lợi dụng để xuất đi với tư cách hàng có nguồn gốc từ Việt Nam nhằm lẩn tránh thuế. Đây là nguy cơ rất lớn và có thật, đòi hỏi cần được xử lý.

Cũng theo nhận định của Bộ Công Thương, xung đột thương mại vừa xảy ra hạn chế xuất khẩu với nhiều mặt hàng của Trung Quốc nhưng không thể cho rằng, ngay lập tức Hoa Kỳ cấm nhập khẩu quần áo từ Trung Quốc thì họ sẽ quay sang Việt Nam tìm nguồn mua, bởi có nhiều quốc gia có điều kiện tương đồng như Việt Nam có khả năng làm được điều này. Do đó, theo đại diện Bộ Công Thương, cơ hội với Việt Nam chưa rõ ràng trong cuộc chiến này, trong khi thách thức thấy rõ hơn từ hoạt động truyền tải, khó khăn hơn trong xây dựng chuỗi cung ứng đầu cuối. Lấy ví dụ từ trường hợp Tập đoàn ZTE của Trung Quốc, khi Hoa Kỳ ban hành lệnh cấm tất cả các công ty của Mỹ ngừng sử dụng, mua và bán sản phẩm của ZTE, Việt Nam có bị ảnh hưởng hay không? Việt Nam có một số doanh nghiệp viễn thông, công nghiệp, nếu như 1 chiếc bút Việt Nam sản xuất bán sang Mỹ nhưng trong bút có thành phần nào đó do ZTE sản xuất, thì lệnh cấm đầy có ảnh hưởng tới sản phẩm của Việt Nam. Do đó, chúng ta cần đánh giá tác động trong thời gian dài hơn.

Và những chính sách mới này tác động trực diện với Việt Nam. Trước khi đàm phán về vấn đề gì, Hoa Kỳ đều đưa ra một danh sách các vấn đề cần xử lý, nếu chúng ta không làm hay không đáp ứng phần nào đó yêu cầu của họ thì họ có thể đưa ra lệnh cấm đối với 1 số sản phẩm nào đó của Việt Nam – nguy cơ này là có thật vì đã hiện hữu với Trung Quốc.

Hơn nữa, tác động của cuộc xung đột Mỹ - Trung đến Việt Nam thể hiện ở chỗ, quan điểm của ông Trump coi “nước Mỹ là trên hết” nên phải chuyển đầu tư vào Mỹ, phải sản xuất trong nước Mỹ. Nhiều doanh nghiệp Mỹ đang có kế hoạch đưa vốn quay trở lại Mỹ, bởi vậy thu hút vốn FDI của chúng ta sẽ bị ảnh hưởng. Hay biến động tỷ giá

cũng là vấn đề, vì khi chính sách thu hút đầu tư, hạn chế nhập siêu của Hoa Kỳ diễn ra sẽ khiến các nước phải hạ giá đồng tiền của mình xuống nhằm thúc đẩy xuất khẩu... dẫn đến biến động tỷ giá lớn, khiến khó khăn cho chính phủ trong điều hành tỷ giá.

Những lựa chọn của Việt Nam trong thời gian tới

Trước những đánh giá tác động trên, đại diện Bộ Công Thương đưa ra 3 phương án cho Việt Nam. Thứ nhất, nhượng bộ miễn là không phải chịu tác động quá lớn. Đây cũng chính là cách mà Hàn Quốc sử dụng trong đàm phán Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ. Hàn Quốc đã có nhượng bộ nhất định với Hoa Kỳ, đổi lại Hoa Kỳ miễn trừ thép và nhôm cho Hàn Quốc. Đây là lựa chọn Việt Nam có thể xem xét.

Phương án thứ hai, Việt Nam cần chủ động nhưng phải dung hoà các lợi ích khác nhau. Đây là cách làm của Nhật. Họ không chủ động đàm phán thương mại song phương với Mỹ, họ vẫn tiếp tục thúc đẩy CPTPP, thúc đẩy vai trò hợp tác kinh tế đa phương. Việt Nam cũng có thể cân nhắc phương án này để tận dụng được sức mạnh của những người bạn trong thoả hiệp với Hoa Kỳ ở nhiều vấn đề khác nhau.

Thứ ba là đối đầu trực diện - cách này khó thực hiện, không phù hợp vì quy mô nền kinh tế và khả năng của Việt Nam. Hiện nay trên thế giới chỉ có Trung Quốc đối đầu trực diện với Hoa Kỳ.

Để đối phó với tác động từ cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung, ông Đào Trần Nhân, nguyên Tham tán công sứ Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ nhận định, nếu cuộc chiến leo thang đến khi Mỹ đánh thuế hết toàn bộ hàng hoá của Trung Quốc thì hai bên đều thiệt hại và “trâu bò đánh nhau ruồi muỗi chết” - các nước xung quanh sẽ bị ảnh hưởng. Với Việt Nam, trước hết là ảnh hưởng từ sự chuyển dịch đầu tư của các nước vào Việt Nam, ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng hàng hoá của các nước. Do đó, Việt Nam cần xây dựng lại chuỗi cung ứng hàng hoá của mình cũng như đón các dòng đầu tư của nước ngoài vào Việt Nam, trong đó có cả của Mỹ và Trung Quốc. Đây vừa là cơ hội vừa là thách thức của Việt Nam.

Thách thức tiếp theo, đó là khi hàng Trung Quốc không bán được sang Mỹ thì sẽ tràn ngập Việt Nam và có thể biến Việt Nam thành bãi rác cho hàng Trung Quốc. Song điều này cũng nói lên cơ hội cho Việt Nam, bởi khi hàng hoá Trung Quốc không xuất được đi Mỹ thì các cơ sở của Trung Quốc bị thu hẹp, thậm chí người ta phải bán cả

máy móc. Các doanh nghiệp Việt Nam nhân cơ hội này có thể mua được máy móc tốt, giá rẻ, phù hợp để cải thiện sản xuất của mình.

Để bảo vệ thị trường trong nước, tham tán cũng khuyến cáo các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ các danh mục hàng hoá hai bên cấm của nhau để biết. Doanh nghiệp Việt Nam cần đón đầu bằng cách liên hệ với các công ty, tập đoàn lớn đang đầu tư vào Trung Quốc hiện nay để thu hút họ về Việt Nam đầu tư. Nhiều công ty của Đài Loan có 5 nhà máy sản xuất ở Trung Quốc nhưng hiện nay họ chuyển hết sang Việt Nam để tránh bị đánh thuế. Quan trọng nhất là không để hàng hoá của Trung Quốc trốn thuế xuất khẩu vào Mỹ bằng cách chuyển giá, chuyển cảng vào Việt Nam, nếu Mỹ phát hiện ra họ sẽ kiện chống lại Việt Nam, khi đó thiệt hại là khó tránh.

Chương 5: Luật pháp xuất nhập khẩu - Những quy định và tiêu chuẩn thương mại

1. Luật thương mại chung

Hoa Kỳ là thành viên sáng lập Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT), nơi thiết lập các quy tắc thương mại công bằng toàn cầu, và là tổ chức tiền thân của tổ chức kế nhiệm, Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), thành lập từ năm 1995. Theo đó, Mỹ phải tuân thủ các quy tắc thương mại toàn cầu được thiết lập theo WTO, bao gồm các quy tắc phân loại thuế quan và định giá hàng hóa nhập khẩu.

Hoa Kỳ hiện có một số hiệp định thương mại tự do song phương (FTA), quy định miễn thuế đối với hàng nhập khẩu vào Mỹ đáp ứng các quy tắc xuất xứ cụ thể. Hoa Kỳ cũng là thành viên của một số hiệp định và công ước quốc tế về thương mại và thuế quan, có các chương trình ưu đãi thuế quan cung cấp miễn thuế đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước đang phát triển và đang tham gia đàm phán Hiệp định thương mại dịch vụ (TiSA), một hiệp ước thương mại quốc tế được đề xuất nhằm tự do hóa thương mại dịch vụ trên toàn thế giới như ngân hàng, y tế và vận tải. Ngoài ra, Hoa Kỳ là một bên tham gia Hiệp định chung về thương mại dịch vụ 1994 (GATS) của WTO, (một hiệp ước của WTO mở rộng hệ thống thương mại đa phương sang lĩnh vực dịch vụ) và nhiều hiệp định thương mại tự do đa phương, bao gồm Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ (NAFTA) với Canada và Mexico và Cộng hòa Dominican - Hiệp định thương mại tự do Trung Mỹ với Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua và Cộng hòa Dominican.

2. Môi trường thương mại hiện tại

Trong nhiều thập kỷ, Hoa Kỳ là một quốc gia tiên phong trong việc thúc đẩy tự do hóa thương mại và phát triển các quy tắc thương mại toàn cầu. Tổng thống Donald J. Trump đã mở ra một kỷ nguyên của chính sách thương mại gây hấn/tấn công, chủ nghĩa đơn phương và chủ yếu là nhằm ủng hộ chế độ bảo vệ nền công nghiệp trong nước. Thông qua việc thực thi một số cơ quan quản lý thương mại của tổng thống, Chính quyền Trump đã bắt tay vào một loạt các hành động để tháo dỡ hoặc sửa đổi đáng kể một số thỏa thuận thương mại đa phương quan trọng, bắt đầu từ tháng 1 năm

2017 với việc Hoa Kỳ rút khỏi Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và đàm phán để sửa đổi NAFTA với sự đe dọa Hoa Kỳ sẽ rút khỏi NAFTA.

Chính quyền Trump đưa ra ý tưởng về thuế biên giới, một đề xuất bị phản đối rộng rãi bởi các nhà bán lẻ và tiếp thị hàng tiêu dùng, những người phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu.

Chính quyền cũng áp thuế đối với máy giặt và các sản phẩm năng lượng mặt trời và áp thuế đối với thép, nhôm và gần một nửa số hàng nhập khẩu của Hoa Kỳ từ Trung Quốc. Gần đây nhất, chính quyền đã bắt đầu một cuộc điều tra an ninh quốc gia theo Phần 232 của Đạo luật mở rộng thương mại năm 1962 liên quan đến nhập khẩu ô tô và phụ tùng ô tô. Hoa Kỳ cũng đã tìm cách tăng các hạn chế xuất khẩu đối với công nghệ mới nổi và nền tảng, đặc biệt là đối với Trung Quốc và các quốc gia khác bị cấm vận vũ khí của Hoa Kỳ. Do đó, một số đối tác thương mại lớn của Hoa Kỳ bao gồm Trung Quốc, Canada, Mexico, (EU và Nhật Bản, đã thông qua hoặc đe dọa áp dụng các biện pháp trả đũa đối với hàng nhập khẩu của Hoa Kỳ.

Năm 2018, Chính quyền Trump đã hoàn thành các cuộc đàm phán thương mại với Canada và Mexico để cải tổ NAFTA, bao gồm những thay đổi về quy tắc xuất xứ của ngành ô tô, yêu cầu lao động mới đối với Mexico và tăng khả năng tiếp cận thị trường sữa Canada, thay đổi một số biện pháp bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và thêm một điều khoản mà Bộ trưởng thương mại Mỹ Willbur Ross gọi là “điều khoản thuốc độc”, sẽ có ảnh hưởng lớn đến khả năng thiết lập một thỏa thuận song phương giữa Trung Quốc với Canada, hiện đã trở thành đối tác thương mại lớn thứ hai của Bắc Kinh. Từ năm 2016, hai bên đã đồng ý tiến hành các tham vấn để tiến tới một thỏa thuận song phương như vậy nhưng kể từ đó đến nay, hầu như không có tiến triển gì. Trong “điều khoản thuốc độc” này cho biết bất kỳ thành viên nào trong bộ ba cũng phải thông báo về bất kỳ một cuộc đàm phán tự do thương mại song phương với một “nền kinh tế phi thị trường” ngay ở giai đoạn đầu; khi ấy hai thành viên còn lại sẽ “xem xét lại” USMCA và có thể ký hiệp ước song phương với nhau, loại bỏ thành viên kia ra khỏi hiệp định ba bên. Thỏa thuận này cũng được xem xét 6 năm một lần, tại thời điểm đó, Hoa Kỳ, Mexico và Canada có thể quyết định gia hạn USMCA. Quốc hội phải bỏ phiếu để phê chuẩn NAFTA được sửa đổi lại trước khi có bất kỳ thay đổi nào được ban hành. Cuộc bỏ phiếu có thể xảy ra trong năm 2019. Chính quyền Trump cũng đã

công bố kế hoạch đàm phán hiệp định thương mại tự do với Nhật Bản và họ đang xem xét các thỏa thuận thương mại với EU và / hoặc Vương quốc Anh.

3. Quy trình nhập khẩu

Khi một lô hàng đến Hoa Kỳ, thông tin/hồ sơ của nhà nhập khẩu (tức là chủ sở hữu, người mua hoặc người môi giới hải quan đã được cấp phép được chủ sở hữu chỉ định, người mua hoặc người nhận hàng) nộp hồ sơ nhập cảnh cho hàng hóa với Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới (CBP hoặc Hải quan) tại cảng nhập cảnh. Hàng hóa nhập khẩu chưa được hợp pháp cho đến khi lô hàng đã đến cảng nhập, Hải quan cho phép giải phóng hàng hóa, và thuế phải được thanh toán. Nó là trách nhiệm của nhà nhập khẩu sắp xếp kiểm tra và giải phóng hàng hóa bởi Hải quan.

Hồ sơ/thông tin của nhà nhập khẩu phải cẩn thận đưa ra các điều khoản nhập cảnh và làm đúng theo các điều khoản trong hợp đồng bao gồm phân loại thuế quan chính xác, giá trị hải quan, nước xuất xứ và chương trình ưu đãi thuế quan đối với hàng hóa tại thời điểm nhập khẩu. Hàng hóa có thể được nhập để tiêu thụ (đây là một điều khoản chung cho các sản phẩm được bán ở Hoa Kỳ), được nhập vào kho tại cảng đến hoặc chúng có thể được vận chuyển in-bound đến một cảng nhập cảnh khác và được nhập vào đó trong cùng điều kiện như tại cảng đến.

a) Bằng chứng về quyền nhập cảnh

Hàng hóa chỉ có thể được nhập bởi chủ sở hữu, người mua, hoặc một nhà môi giới hải quan của họ đã được đăng ký. Khi hàng hóa được ký gửi để phân phối, vận đơn đường biển, được xác nhận đúng bởi người gửi hàng, có thể đóng vai trò là bằng chứng của quyền nhập cảnh. Trong hầu hết các trường hợp, việc nhập cảnh được thực hiện bởi một người hoặc công ty được chứng nhận bởi hãng vận tải mang hàng hóa đến cảng nhập cảnh.

b) Cam kết bảo lãnh

Việc nhập hàng hóa vào Hoa Kỳ phải được kèm theo bằng chứng rằng bảo lãnh đã được cung cấp đầy đủ cho Hải quan để kiểm soát tất cả mọi nghĩa vụ, thuế và phí có thể có hiệu lực thi hành. Các bảo lãnh có thể được bảo đảm thông qua một công ty bảo lãnh của Hoa Kỳ và có thể được thông báo dưới dạng tiền tệ của Hoa Kỳ hoặc một số nghĩa vụ của chính phủ Hoa Kỳ. Nếu một nhà môi giới hải quan được sử dụng cho

mục đích nhập cảnh, họ có thể cho phép sử dụng trái phiếu của họ để cung cấp bảo hiểm cần thiết.

c) Tài liệu tóm tắt nhập cảnh

Sau khi đưa ra các thông tin nhập cảnh, lô hàng có thể được kiểm tra, hoặc có thể được Hải quan miễn. kiểm tra. Các lô hàng sau đó được giải phóng nếu không có xảy ra bất kỳ vi phạm pháp luật hoặc quy định nào cả. Tài liệu tóm tắt nhập cảnh được nộp đầy đủ và các nghĩa vụ và lệ phí ước tính được thanh toán trong vòng 10 ngày làm việc kể từ khi nhập hàng hóa tại một kho hải quan được chỉ định.

d) Giấy tờ tiếp nhận hàng hóa do nhà nhập khẩu Hoa Kỳ thực hiện

Chủ hàng hóa, người mua hàng hóa, nhân viên được ủy quyền công ty hoặc người môi giới hải quan được cấp phép được chủ hàng hóa, người mua hoặc người nhận hàng chỉ định. Mỗi mục nhập phải được hỗ trợ bởi một trong các hình thức bằng chứng về quyền thực hiện mục nhập. Khi một nhà môi giới hải quan nhập cảnh, giấy ủy quyền hải quan là thực hiện dưới tên của người môi giới hải quan. Quyền hạn này của luật sư được trao cho người hoặc công ty mà người môi giới hải quan làm đại lý. Thẩm quyền của một nhân viên để nhập cảnh cho chủ nhân của mình cũng được thiết lập tốt nhất bởi một luật sư hải quan.

e) Hàng hóa nhập do các nhà nhập khẩu không thuộc Hoa Kỳ thực hiện

Việc nhập hàng hóa có thể được thực hiện bởi một cá nhân hoặc đối tác không cư trú, hoặc bởi một công ty nước ngoài, thông qua đại lý Hoa Kỳ hoặc đại diện của nhà xuất khẩu, thành viên của công ty hợp danh hoặc nhân viên của công ty. Hải quan yêu cầu cá nhân hoặc tổ chức không cư trú phải kết hợp chặt chẽ ở Hoa Kỳ. Ngoài ra, một công ty nước ngoài nhập tên hàng hóa phải có một đại lý thường trú tại tiểu bang nơi đặt cảng nhập cảnh, người được ủy quyền chấp nhận dịch vụ xử lý thay mặt cho công ty nước ngoài. Một nhà môi giới hải quan được cấp phép có tên trong một giấy ủy quyền hải quan có thể nhập cảnh thay mặt cho nhà xuất khẩu hoặc đại diện của mình.

f) Ghi nhãn của nước xuất xứ và các yêu cầu và hạn chế khác

Với các trường hợp ngoại lệ bị hạn chế, mọi điều khoản có nguồn gốc nước ngoài được nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải được đánh dấu ở một nơi dễ thấy, rõ ràng, không thể tẩy xóa và giữ nguyên thủy sẽ được phép, theo cách thức để chỉ cho người mua ở Mỹ

biết được bằng tên tiếng Anh của nước xuất xứ. Một số hàng hóa cũng phải tuân theo các tiêu chuẩn an toàn sản phẩm cụ thể, yêu cầu ghi nhãn hoặc chứng nhận hoặc quy định về chất độc hại. Cuối cùng, hàng hóa được sản xuất toàn bộ hoặc một phần bằng cách sử dụng lao động tù nhân, lao động cưỡng bức hoặc lao động bằng giao kèo đều bị cấm nhập khẩu.

Hồ sơ nhập cảnh hàng hóa

Trong vòng 15 ngày theo lịch kể từ ngày một lô hàng đến cảng nhập cảnh của Hoa Kỳ, các hồ sơ nhập cảnh phải được nộp tại một địa điểm được chỉ định bởi Giám đốc Hải quan cảng. Những tài liệu này là:

- Bản kê khai nhập cảnh (Mẫu CBP 7533) hoặc Đơn xin phép và Giấy phép đặc biệt để giao ngay (Mẫu CBP 3461) hoặc hình thức giải phóng hàng hóa khác theo yêu cầu của giám đốc cảng;
- Bảng chứng về quyền nhập cảnh;
- Hóa đơn thương mại hoặc mẫu hóa đơn chiếu lệ khi hóa đơn thương mại không thể đưa ra;
- Danh sách đóng gói, nếu thích hợp; và
- Các tài liệu cần thiết khác để xác định sự chấp nhận hàng hóa.

4. 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 ngày 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 Bruxen - 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). 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. Ví dụ mức thuế tối huệ quốc năm 2004 đối với chè xanh có hương vị đóng gói không quá 3 kg/gói là 6,4%.

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 năm 2004 đối với cam là 1,9 cent/kg, đối với nho tươi trong khoảng 1,13 – 1,80 USD/m³ 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 mã HTS 0709.51.01 áp dụng cho năm 2004 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. Ví dụ, mức thuế MFN năm 2004 đối với nho tươi nhập khẩu trong thời gian từ 15 tháng 2 đến hết ngày 31 tháng 3 là 1,13 USD/m³, trong thời gian từ 1 tháng 4 đến hết 30 tháng 6 là 1,80 USD/m³, và ngoài những thời gian trên được miễn thuế.

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.

Bộ cục 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>)

5. 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.

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 sản xuất 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. Luật Sở hữu trí tuệ

Hoa Kỳ được coi là một trong những nước có pháp lý có tính bảo vệ cao nhất tài sản trí tuệ. Bản quyền và bằng sáng chế được chi phối bởi luật liên bang, trong khi nhãn hiệu được chi phối bởi luật liên bang, tiểu bang và luật chung. Bí mật thương mại được chi phối bởi pháp luật nhà nước.

Bản quyền

Bản quyền bảo vệ các tác phẩm của tác giả (ví dụ: văn bản, ảnh, âm thanh, video, đồ họa, lập trình máy tính ở dạng mã nguồn và dạng mã đối tượng), trong số những thứ khác, sao chép trái phép.

- Không giống như bảo vệ bằng sáng chế, bản quyền không bảo vệ ý tưởng, khái niệm hoặc phát minh. Nó chỉ bảo vệ sự thể hiện của các ý tưởng, khái niệm và phát minh.
- Bản quyền tồn tại theo “quy định”, không đăng ký; tuy nhiên, đăng ký là có lợi vì nó cung cấp khả năng thiệt hại theo luật định và phí luật sư và được yêu cầu theo đuổi các hành động thực thi tại tòa án liên bang.
- Tác giả của tác phẩm có bản quyền sở hữu bản quyền, trừ khi và cho đến khi tác giả chuyển nhượng quyền bằng văn bản.
- Người sử dụng lao động được coi là tác giả của các tác phẩm mà người lao động của họ tạo ra, nhưng chỉ khi việc tạo ra nằm trong phạm vi trách nhiệm công việc của người lao động
- Nhà thầu là tác giả và chủ sở hữu của các tác phẩm họ tạo ra, trừ khi văn bản thỏa thuận nói khác. Ngay cả khi các bên đã sử dụng một thỏa thuận bằng văn bản xác định cẩn thận một nhà thầu, có chức năng cho thuê mượn công việc để làm, mọi bản quyền kết quả sẽ vẫn thuộc sở hữu của nhà thầu trừ khi công việc thuộc một trong chín loại luật định tương đối hẹp. Do đó, tất cả các thỏa thuận như vậy cũng nên bao gồm một điều khoản chuyển nhượng bắt tất cả.
- Thời hạn bảo vệ bản quyền cho các tác phẩm mới của một cá nhân là tuổi thọ của tác giả trên 70 năm; đối với các tác phẩm mới được tác giả tạo ra bởi một công ty, thời gian ngắn hơn 95 năm kể từ lần xuất bản đầu tiên hoặc 120 năm kể từ khi tạo ra. Thời hạn bảo vệ cho các tác phẩm cũ khác nhau.
- Nên sử dụng thông báo bản quyền nhưng không bắt buộc, dù tác phẩm có được đăng ký hay không: © [năm xuất bản]. [Tên chủ sở hữu bản quyền]. Tất cả Bản quyền đã được đăng ký.
- Sử dụng hợp pháp là một biện pháp bảo vệ vi phạm bản quyền cho phép một số sử dụng các tác phẩm khác mà chưa được phép chấp thuận. Bài kiểm tra cân nhắc bốn yếu tố, bao gồm lý do và cách thức sử dụng, loại và phần của tác phẩm được sao chép và ảnh hưởng, nếu có, đối với giá trị của tác phẩm được sao chép. Đây là một phân tích cụ thể thực tế cao.

Bằng sáng chế

Bằng sáng chế bảo vệ các thiết kế mới lạ, hữu ích và không rõ ràng, quy trình, thủ tục hoặc phương pháp kinh doanh.

- Văn phòng nhãn hiệu và bằng sáng chế của Hoa Kỳ (USPTO) ban hành tiện ích (quy trình hữu ích, máy móc, sản xuất hoặc thành phần/kết cấu của vật liệu), bằng sáng chế thiết kế (thiết kế trang trí của một mặt hàng chức năng) và các bằng sáng chế cho việc tạo ra giống cây mới (đối với một số loại cây được sinh sản vô tính).
- Bằng sáng chế cho việc tạo ra vật tiện ích và bằng sáng chế cho việc tạo ra giống cây mới cấp độc quyền 20 năm (kể từ ngày nộp đơn) để ngăn người khác sản xuất, sử dụng, chào bán, bán hoặc nhập khẩu vật sáng chế trong Bằng sáng chế của Hoa Kỳ cấp độc quyền 15 năm (từ ngày cấp), 14 năm cho những người nộp trước ngày 13 tháng 5 năm 2015.
- Quy trình đăng ký bằng sáng chế làm cho các phát minh được công khai sau khi bằng sáng chế được phát hành hoặc xuất bản.
- Quyền loại trừ: Có bằng sáng chế về sáng chế không nhất thiết có nghĩa là bạn có thể thực hiện, sử dụng hoặc bán phát minh của mình - chỉ có điều bạn có thể ngăn người khác làm như vậy. Cũng lưu ý rằng phát minh của bạn có thể dựa vào một bằng sáng chế khác và do đó cần phải có giấy phép để giảm bớt lừa bịp.
- Để có được bằng sáng chế của Hoa Kỳ, bạn phải nộp đơn xin cấp bằng sáng chế hoặc đơn xin cấp bằng sáng chế tạm thời đến USPTO không muộn hơn một năm sau khi bạn sử dụng công khai, mô tả hoặc thương mại hóa phát minh của mình.
- Quá trình sáng chế có thể mất ba năm trở lên và có thể có giá từ 8 USD đến 25.000 USD trở lên. Sau các vấn đề bằng sáng chế, phí duy trì phải được thanh toán trên cơ sở liên tục để ngăn chặn bằng sáng chế hết hạn sớm. Khoản đầu tư về thời gian, công sức và tài nguyên này đảm bảo loại hình bảo vệ sở hữu trí tuệ mạnh nhất hiện có.
- Các tuyên bố bằng sáng chế xác định sáng chế, và do đó phạm vi bảo vệ được cấp theo bằng sáng chế. Tuyên bố diễn đạt phải đủ xác định cho những người có kỹ năng trong nghệ thuật để họ có thể xác định liệu một sản phẩm/quy trình nhất định có vi phạm hay không. Các yêu cầu cũng phải xác định một phát minh không chỉ đơn thuần phản ánh nghệ thuật trước, hoặc sửa đổi rõ ràng của nghệ thuật trước.

- Phần còn lại của ứng dụng bằng sáng chế hỗ trợ các yêu cầu. Chi tiết kỹ thuật bằng sáng chế phải đưa ra một trong những kỹ năng nghệ thuật cách để chế tạo và sử dụng sáng chế và cách thực hiện tốt nhất ện sáng chế. Thông số kỹ thuật cũng phải mô tả đầy đủ sáng chế để chứng minh rằng nhà phát minh đã sở hữu toàn bộ phạm vi của sáng chế.
- Bằng sáng chế không thể khẳng định các quy luật tự nhiên, hiện tượng tự nhiên hoặc ý tưởng trừu tượng.
- Nói chung, chỉ nhà phát minh mới có thể đăng ký bằng sáng chế của Hoa Kỳ - ngay cả khi công ty sở hữu sáng chế. Thông thường, theo nghĩa vụ việc làm của nhà phát minh, nhà phát minh có nghĩa vụ theo hợp đồng để giao quyền sở hữu sáng chế cho công ty.
- Sử dụng thông báo phù hợp: Sử dụng Bằng sáng chế số [#, ###, ####] hoặc Bằng sáng chế đang chờ cấp bằng sáng chế cho các sản phẩm và / hoặc trong các tài liệu kèm theo hoặc mô tả chủ đề của sáng chế.
- Lợi ích của danh mục sáng chế bao gồm loại trừ các đối thủ cạnh tranh khỏi các tính năng sản phẩm tốt nhất hoặc các quy trình hiệu quả nhất; tạo doanh thu bằng cách thanh toán tiền bản quyền; và mặc cả để trao đổi với các công ty khác cho việc sử dụng bằng sáng chế của họ.

Ở Hoa Kỳ, kiện tụng bằng sáng chế rất tốn kém và xét xử thường rất lâu. Một nghiên cứu của Hiệp hội Luật Sở hữu Trí tuệ Hoa Kỳ ước tính rằng chi phí ban đầu cho các vụ kiện bằng sáng chế, tùy thuộc vào các thiệt hại được đưa ra, là từ 650.000 đến 5.000.000 USD. Các bên chờ đợi trung bình hai năm rưỡi để có thể xét xử.

Nhãn hiệu

Nhãn hiệu và nhãn hiệu dịch vụ là những từ, ký hiệu, âm thanh, mùi hương và các chỉ dẫn khác về nguồn gốc tạo ra mối liên kết giữa hàng hóa hoặc dịch vụ và nguồn gốc của hàng hóa hoặc dịch vụ đó.

- Không giống như các lĩnh vực pháp lý khác, ở Hoa Kỳ quyền lợi nhãn hiệu được tạo ra bởi việc sử dụng nhãn hiệu trong thương mại liên quan đến hàng hóa và / hoặc dịch vụ được bán dưới một nhãn hiệu cụ thể nhất định, không phải bằng cách đăng ký; tuy

nhiên, đăng ký liên bang với USPTO quy định các quyền và biện pháp khắc phục bổ sung cho nhãn hiệu.

- Quyền nhãn hiệu cung cấp cho chủ sở hữu quyền độc quyền sử dụng nhãn hiệu cho một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể, vì thế công chúng sẽ không bị nhầm lẫn về nguồn gốc của sản phẩm hoặc dịch vụ.
- Các nhãn hiệu có thể được đăng ký với USPTO hoặc với các tiểu bang khác nhau của Hoa Kỳ. Quyền trong một nhãn hiệu bị hạn chế về mặt địa lý, nhưng đăng ký liên bang có thể mở rộng phạm vi địa lý về quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu.
- Sử dụng thông báo thích hợp với nhãn hiệu:
 - Trước khi có vấn đề về đăng ký liên bang, hãy sử dụng biểu tượng TM (hoặc biểu tượng SM cho nhãn hiệu dịch vụ) ở bên phải nhãn hiệu. Thông báo này là không bắt buộc, nhưng chủ sở hữu muốn dùng biểu tượng đó như một nhãn hiệu và khẳng định quyền của mình đối với nhãn hiệu đó để cảnh báo bên thứ 3 không nên xâm phạm.
 - Sử dụng biểu tượng ® bất cứ khi nào nhãn hiệu hay dịch vụ được đăng ký liên bang được sử dụng trong thương mại liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ đã được đăng ký. Ký hiệu này có hàm ý thương hiệu đã đăng ký bảo hộ với cơ quan nhà nước, vì vậy trong các trường hợp, thương hiệu đã được đăng ký thì sử dụng ký hiệu này để thông tin cho người tiêu dùng biết là thương hiệu đó đã được pháp luật bảo hộ.

Bí mật thương mại

Bí mật thương mại là bất kỳ thông tin nào mang lại lợi thế cạnh tranh cho công ty, mà người khác không biết và công ty đã thực hiện các bước hợp lý để giữ bí mật. Không giống như các bằng sáng chế và bản quyền, được bảo vệ bởi luật liên bang, bí mật thương mại được bảo vệ theo luật tiểu bang, vì vậy mức độ bảo vệ có thể khác nhau giữa các tiểu bang.

Bí mật thương mại bảo vệ chống chiếm dụng bí mật thương mại của bạn; nhưng họ không nhất thiết phải trao cho bạn độc quyền nếu những người khác độc lập phát triển hoặc thiết kế ngược lại các bí mật thương mại đó.

7. Luật pháp môi trường

Các nhà xuất khẩu cần nhận thức được nhiều quy định, tiêu chuẩn và hướng dẫn có thể ảnh hưởng đến việc bán sản phẩm hoặc dịch vụ của họ tại Hoa Kỳ.

Luật pháp và các quy định của Hoa Kỳ có thể hạn chế hoặc giới hạn nhập một số sản phẩm ở một số tiểu bang và yêu cầu xử lý cụ thể, ghi nhãn hoặc xử lý như một điều kiện nhập cảnh.

Môi trường pháp lý ảnh hưởng đến các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể khác nhau đáng kể giữa ngành công nghiệp và địa lý (tiểu bang, hạt và thành phố). Mặc dù trong hầu hết các trường hợp, các tiểu bang tuân theo khuôn khổ liên bang, có thể có các hướng dẫn bổ sung dựa trên tiểu bang cần được xem xét. Các nhà xuất khẩu nên hết sức tuân thủ các quy định của liên bang, tiểu bang, địa phương và ngành để tránh sự chậm trễ, chi phí thêm hoặc ngăn cấm hàng hóa. Tham gia các dịch vụ kinh doanh phù hợp (bao gồm cả pháp lý) là chuyên gia trong các vấn đề, ngành và địa lý có liên quan. Hầu hết các yêu cầu có thể được lấy trực tuyến từ các cơ quan quản lý liên bang, tiểu bang và địa phương. Các cơ quan liên bang có nhiều khả năng tác động đến các giao dịch kinh doanh bao gồm:

- Hải quan và Bảo vệ Biên giới Hoa Kỳ (CBP) www.cbp.gov
- Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm (FDA) www.fda.gov

Đối với các quy định liên quan đến luật chống khủng bố sinh học của Hoa Kỳ và ghi nhãn thực phẩm, thực phẩm bổ sung, mỹ phẩm, thuốc (cả thuốc kê đơn và không kê đơn), các thiết bị y tế, các mặt hàng phát ra bức xạ và thực phẩm động vật.

- Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) www.usda.gov
- Chịu trách nhiệm xây dựng và thực hiện các chính sách về nuôi trồng, nông nghiệp, lâm nghiệp và thực phẩm. Nhiệm vụ của nó bao gồm giám sát các chương trình quốc gia như Chương trình Hữu cơ Quốc gia (NOP) và quy định nhập khẩu thịt, nông nghiệp và các sản phẩm động vật sống.
- Thông qua Cơ quan Kiểm tra và An toàn Thực phẩm (FSIS), USDA chịu trách nhiệm đảm bảo rằng nguồn cung cấp thực phẩm thương mại của Hoa Kỳ an toàn, lành mạnh và được đóng gói và dán nhãn chính xác.

- Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (CPSC) www.cpsc.gov

- Đối với các quy định và tiêu chuẩn tự nguyện ảnh hưởng đến các sản phẩm tiêu dùng có thể gây nguy cơ thương tích hoặc tử vong, chẳng hạn như các sản phẩm dễ cháy, đồ chơi, các mặt hàng có chứa chì và các thiết bị điện tử bị lỗi.

- CPSC được đặt dưới sự bảo trợ của Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC): www.ftc.gov

- Cơ quan bảo vệ môi trường (EPA) www.epa.gov

Đối với các quy định ảnh hưởng đến bất kỳ sản phẩm nào có thể được coi là độc hại hoặc nguy hiểm đến môi trường như thuốc trừ sâu, thuốc diệt nấm, thuốc diệt chuột hoặc chất chống vi trùng.

- Văn phòng nhãn hiệu và bằng sáng chế của Hoa Kỳ (USPTO) www.uspto.gov

Chịu trách nhiệm cấp bằng sáng chế Hoa Kỳ và đăng ký nhãn hiệu

- Dịch vụ doanh thu nội bộ (IRS) www.irs.gov

Chịu trách nhiệm thu thuế và thực thi pháp luật thuế

- Phòng thí nghiệm bảo lãnh phát hành (UL) www.ul.com

UL cung cấp các dịch vụ chứng nhận, xác nhận, kiểm tra, kiểm toán, tư vấn và đào tạo liên quan đến an toàn cho nhiều khách hàng, bao gồm nhà sản xuất, nhà bán lẻ, nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý, công ty dịch vụ và người tiêu dùng.

Ưu đãi trong nước của Mỹ trong hợp đồng chính phủ. Các nhà xuất khẩu nước ngoài quan tâm đến việc bán sản phẩm và dịch vụ của họ cho khu vực công của Hoa Kỳ cần tìm hiểu về Đạo luật Mua hàng Mỹ năm 1933. Đạo luật Mua hàng Mỹ là hai bộ luật riêng biệt với các yêu cầu quy định khác nhau.

Đạo luật Mua hàng Mỹ chỉ áp dụng cho các khoản tài trợ do Cục Quản lý Giao thông Liên bang và Cục Quản lý Đường cao tốc Liên bang cấp. Ngược lại, Đạo luật Mua hàng Mỹ có thể được áp dụng cho tất cả các hoạt động mua sắm trực tiếp của liên bang Hoa Kỳ. Cả hai Đạo luật đều ưu tiên mua các sản phẩm sắt, thép và các sản phẩm được sản xuất tại Mỹ.

Một số cân nhắc pháp lý phổ biến nhất ảnh hưởng đến các nhà xuất khẩu nước ngoài bao gồm:

Bảo vệ nhãn hiệu và bằng sáng chế: Một bằng sáng chế bảo vệ các phát minh hoặc sáng kiến. Một nhãn hiệu bảo vệ các từ, cụm từ, ký hiệu hoặc thiết kế xác định nguồn hàng hóa hoặc dịch vụ. Bảo vệ nhãn hiệu hoặc sở hữu trí tuệ của bạn nên được ưu tiên tại Hoa Kỳ. Sự cần thiết phải xác minh bảo vệ bằng sáng chế bao gồm Hoa Kỳ. Ngay

cả khi bạn không có khả năng tài chính để truy tố các vi phạm nhãn hiệu hoặc bằng sáng chế, bạn vẫn nên đăng ký online nhãn hiệu hoặc bằng sáng chế của mình với Văn phòng Bằng sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ hoặc thông qua một nhà cung cấp dịch vụ chi phí thấp www.uspto.gov

Bản quyền: Bản quyền là một hình thức của luật sở hữu trí tuệ tại Hoa Kỳ. Nó bảo vệ các tác phẩm gốc của tác giả bao gồm các tác phẩm văn học, kịch, âm nhạc và nghệ thuật, như thơ, tiểu thuyết, phim ảnh, bài hát, phần mềm máy tính và kiến trúc. Bản quyền không bảo vệ sự việc, ý tưởng, hệ thống hoặc phương pháp hoạt động. Bảo vệ này bao gồm cả các tác phẩm được xuất bản và chưa được công bố. Nói chung, một tác phẩm được bảo vệ trong suốt thời gian sống của tác giả cộng với 70 năm nữa kể từ khi nó được tạo ra. Đăng ký với văn phòng bản quyền là tự nguyện www.copyright.gov

Hợp nhất/Sáp nhập: Hợp nhất/Sáp nhập cung cấp bảo vệ trách nhiệm pháp lý, tiết kiệm thuế tiềm năng và các lợi ích khác. Các hình thức phổ biến nhất là công ty TNHH (LLC), công ty cổ phần (C), doanh nghiệp tư nhân một chủ và doanh nghiệp hợp danh. Các công ty nước ngoài có thể kết hợp trực tuyến với giá chỉ 100 USD. Các địa điểm khác nhau ở Hoa Kỳ, chẳng hạn như Delkn, cho phép các doanh nghiệp kết hợp nhanh chóng, dễ dàng và rẻ tiền thông qua một công ty luật. Cấu trúc của công ty bạn ở Hoa Kỳ sẽ có ý nghĩa pháp lý và thuế, đưa ra lời khuyên pháp lý và tài chính phù hợp khi bắt đầu một khoản đầu tư đúng đắn. Quản trị doanh nghiệp nhỏ Hoa Kỳ cung cấp một số thông tin chung trực tuyến www.sba.gov

LLC (Trách nhiệm hữu hạn): Cung cấp bảo vệ trách nhiệm mà không yêu cầu hợp nhất/sáp nhập. LLC không bị đánh thuế như một thực thể vì vậy tổn thất có thể được áp dụng cho các khoản nợ thuế của chính bạn. LLC có ít thủ tục công ty và hạn chế quyền sở hữu. Tuy nhiên, LLC thường không cho phép các cổ đông hoặc các nhà đầu tư bên ngoài.

Cổ phần nhỏ (S Corporation): Cung cấp bảo vệ trách nhiệm cá nhân nhưng cho phép thuế thông qua (nói cách khác, không đánh thuế hai lần). Lợi nhuận phải được phân phối đều. Một số hạn chế được áp dụng, chẳng hạn như các nhà đầu tư không thể là các tập đoàn (ví dụ: nhà đầu tư mạo hiểm) hoặc cư dân không ở Mỹ.

Công ty cổ phần bình thường (C Corporation): Cho phép số lượng lớn nhất các nhà đầu tư và bảo vệ trách nhiệm pháp lý và thường được sử dụng bởi các công ty có chứng khoán có thể bán và mua trên thị trường. Yêu cầu có ban giám đốc và có yêu cầu báo cáo cụ thể. Công ty trở thành một thực thể hợp pháp / chịu thuế và trả thuế cho tất cả thu nhập (do đó đánh thuế hai lần). Để tăng vốn, công ty của bạn sẽ cần phải là một công ty cổ phần bình thường (C Corporation).

Doanh nghiệp tư nhân một chủ: Loại cấu trúc kinh doanh cơ bản nhất chỉ có một chủ sở hữu và không có cấu trúc pháp lý chính thức hoặc bảo vệ trách nhiệm pháp lý.

Doanh nghiệp hợp danh: Một doanh nghiệp chưa có tính chất pháp nhân với nhiều chủ sở hữu hoạt động, không đánh thuế hai lần và không bảo vệ trách nhiệm pháp lý.

Trách nhiệm sản phẩm: Bảo đảm mọi phân khúc của chuỗi phân phối là rất quan trọng đối với nhiều ngành công nghiệp, như thực phẩm, mỹ phẩm, đồ chơi và thiết bị điện. Nhà cung cấp tại Mỹ của bạn có thể yêu cầu bạn phải có bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm. Trong những trường hợp này, bạn sẽ cần có được bảo hiểm đầy đủ để bảo vệ chính mình. Trước khi tự động tìm kiếm bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm, bạn nên cố gắng đánh giá mức độ rủi ro của mình và mức bảo hiểm nào, nếu có, là cần thiết. Ví dụ: nếu bạn bán 10 đến 15 món đồ trang sức cao cấp mỗi năm thông qua một vài nhà bán lẻ, bạn có thể quyết định rằng bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm không phải là một khoản đầu tư cần thiết cho công ty của bạn.

So sánh mức bảo hiểm: Một số tổ chức có uy tín có thể cung cấp bảo hiểm với mức giá thấp nhất là 5000 - 6000 USD một năm tới mức bảo hiểm lên đến 2 triệu USD.

Tư vấn hợp đồng: Dù là đại lý bán hàng, nhà phân phối hay đối tác liên doanh, các nhà xuất khẩu luôn phải xem xét việc có được một số hình thức tư vấn pháp lý có trụ sở tại Hoa Kỳ về hợp đồng. Điều này không có nghĩa là bao quát phí pháp lý - ba hoặc bốn giờ xem xét bởi một công ty pháp lý có uy tín trên một hợp đồng đại lý đề xuất có thể là đủ.

8. Luật chống độc quyền của Hoa Kỳ

Các công ty kinh doanh tại Hoa Kỳ phải tuân theo cả luật pháp và quy định chống độc quyền của liên bang và bang nhằm thúc đẩy cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng. Những luật này khác với luật cạnh tranh ở các khu vực tài phán khác, một số cách

quản lý hay kiểm soát được phép ở nơi khác có thể bị vướng vào Luật chống độc quyền ở Hoa Kỳ, trong khi các cách quản lý hay kiểm soát khác bị cấm trong các khu vực thẩm quyền khác có thể được cho phép ở Hoa Kỳ. Ngoài ra, mặc dù hầu hết các luật chống độc quyền của các bang đều tuân theo luật liên bang, có một số khác biệt và các công ty phải cẩn thận để xây dựng nên hành vi hoạt động của họ như thế không vi phạm luật bang hoặc liên bang.

Ngoài ra, các công ty tìm cách đầu tư vào Hoa Kỳ hoặc các doanh nghiệp Hoa Kỳ có thể cần phải được sự chấp thuận của các cơ quan thực thi chống độc quyền của Hoa Kỳ trước khi họ có thể đóng giao dịch đã được đề xuất. Ở Hoa Kỳ, yêu cầu các báo cáo thông báo trước khi sáp nhập phải được nộp đầy đủ cho các giao dịch vượt quá ngưỡng nhất định, được sửa đổi hàng năm, trừ khi áp dụng miễn trừ theo luật định. Điều này trái ngược với các yêu cầu thông báo trước sáp nhập tại các khu vực pháp lý khác tập trung vào thị phần các bên hoặc liệu một người thầu tóm sẽ có được quyền kiểm soát đối tượng khác hay không.

Theo đó, mặc dù phần này sẽ cung cấp tổng quan về luật chống độc quyền của Hoa Kỳ, các công ty nên tham khảo ý kiến tư vấn chống độc quyền có kinh nghiệm trước khi thực hiện hành vi có thể có ý nghĩa chống độc quyền hoặc khi xem xét giao dịch với nhóm liên kết của Hoa Kỳ.

Chương 6: Môi trường đầu tư

1. Mở cửa đầu tư nước ngoài của thị trường Hoa Kỳ

Hoa Kỳ là một trong những nước hưởng lợi lớn nhất trên thế giới từ đầu tư trực tiếp nước ngoài và được coi là một thị trường rất mở.

Các nhà đầu tư thường có thể mua lại hoặc thành lập doanh nghiệp ở Hoa Kỳ mà không cần hợp tác với một công ty hoặc cá nhân địa phương. Tuy nhiên, trong lợi ích về an ninh quốc gia, chính phủ Hoa Kỳ áp đặt một số hạn chế đối với các khoản đầu tư của những người không thuộc Hoa Kỳ.

Luật liên bang Hoa Kỳ cho phép Tổng thống có quyền hạn ngăn chặn hoặc hạn chế một số loại đầu tư nước ngoài tại Hoa Kỳ, đặc biệt là các khoản đầu tư ảnh hưởng đến an ninh quốc gia. Các quyền hạn này có thể bao gồm khả năng áp đặt các điều kiện - được gọi là các biện pháp giảm thiểu - đối với giao dịch, ngăn chặn một người không phải Hoa Kỳ đầu tư vào hoặc mua lại một doanh nghiệp Hoa Kỳ hoặc buộc phải từ bỏ đầu tư của một người không phải Hoa Kỳ vào một doanh nghiệp Hoa Kỳ hoặc từ bỏ việc mua lại doanh nghiệp Hoa Kỳ. Ủy ban Đầu tư nước ngoài tại Hoa Kỳ (CFIUS), ủy ban liên ngành của chính phủ Hoa Kỳ, có quyền lực lâu đời để xem xét bất kỳ giao dịch nào mà có thể dẫn đến việc người nước ngoài kiểm soát doanh nghiệp Hoa Kỳ. Các bên tham gia giao dịch có thể tự nguyện nộp hồ sơ để CFIUS hoặc CFIUS có thể tự thực hiện đánh giá bất kỳ giao dịch nào và bất cứ lúc nào - không có giới hạn quy chế - và có thể áp đặt các điều kiện đối với giao dịch đó hoặc đề nghị Tổng thống chặn giao dịch hoặc yêu cầu tước bỏ. Các quyết định của Tổng thống không phải chịu sự xem xét tư pháp.

Một sự thay đổi gần đây trong luật liên bang của Hoa Kỳ cũng đã mở rộng thẩm quyền CFIUS, và đưa ra yêu cầu bắt buộc nộp đơn đối với một số loại đầu tư nước ngoài. Đạo luật hiện đại hóa đánh giá rủi ro đầu tư nước ngoài năm 2018 (FIRRMA), ban hành vào tháng 8 năm 2018, đã mở rộng sức mạnh CFIUS để xem xét kiểm soát đầu tư nước ngoài vào các cơ sở công nghệ và cơ sở hạ tầng quan trọng nắm giữ dữ liệu cá nhân nhạy cảm của công dân Hoa Kỳ. FIRRMA cũng trao cho CFIUS quyền xem xét một số vụ mua lại bất động sản nước ngoài và hồ sơ bắt buộc đối với một số loại đầu

từ nước ngoài. Nhiều điều khoản của FIRRMA sẽ không có hiệu lực cho đến khi ban hành các quy định thực thi cuối cùng, nhưng trong thời gian đó,

CFIUS đã triển khai một chương trình thí điểm mới, điều đó giúp mở rộng quyền CFIUS kiểm tra một số khoản đầu tư không kiểm soát trong một số doanh nghiệp liên quan đến công nghệ quan trọng.

Bộ Tài chính Mỹ ngày 10/10/2018 cho biết sẽ bắt đầu một chương trình thử nghiệm sử dụng những quyền hạn mới mà Quốc hội đã trao cho Bộ này khi thông qua Luật hiện đại hóa đánh giá rủi ro đầu tư nước ngoài hồi mùa hè. Luật này đã mở rộng tầm ảnh hưởng của Ủy ban đầu tư nước ngoài tại Mỹ (CFIUS) - ủy ban liên cơ quan do Bộ Tài chính Mỹ giữ vai trò chủ đạo, có thể ngăn chặn những vụ mua lại các công ty của Mỹ với lý do an ninh quốc gia.

Cho đến nay, CFIUS chỉ có thể xem xét các thương vụ tiếp quản và mua lại cổ phần ở mức đem lại quyền kiểm soát các công ty của Mỹ. Tuy nhiên, theo chương trình thử nghiệm vừa được công bố, CFIUS sẽ có thể xem xét và ngăn chặn các thương vụ ở phạm vi lớn hơn, bao gồm cả những liên doanh và đầu tư ở quy mô nhỏ trong các doanh nghiệp liên quan đến những công nghệ rất quan trọng của Mỹ, với lý do an ninh quốc gia.

Cụ thể, bắt đầu từ ngày 10/11/2018, CFIUS sẽ có thể xem xét và ngăn chặn một thỏa thuận mà trong đó nhà đầu tư nước ngoài mua cổ phần của một doanh nghiệp tạo ra công nghệ nhạy cảm của Mỹ hoặc thỏa thuận đó có thể giúp nhà đầu tư truy cập thông tin kỹ thuật không công khai của nước này. Những thỏa thuận có thể giúp nhà đầu tư nước ngoài tham gia vào việc đưa ra những quyết định về công ty, ví dụ như giữ một ghế trong ban giám đốc của công ty, cũng có thể bị ngăn chặn. Thẩm quyền này sẽ được áp dụng cho những cơ sở kinh doanh thiết kế hoặc sản xuất công nghệ liên quan đến 27 ngành, trong đó có viễn thông, chất bán dẫn và máy tính.

Cũng theo quy định mới, các nhà đầu tư nước ngoài sẽ bị yêu cầu phải nộp cho CFIUS những tờ khai thông báo về ý định của họ khi tham gia đấu thầu. Các nhà đầu tư này còn có thể bị cân nhắc phạt theo giá trị giao dịch nếu họ không tuân thủ đúng các tuyên bố được nêu trong tờ khai. Được thông qua với sự ủng hộ của lưỡng đảng, Luật hiện đại hóa đánh giá rủi ro đầu tư nước ngoài cho Bộ Tài chính Mỹ 18 tháng để phát triển những quy tắc nhằm thực thi những quyền hạn mới của CFIUS. Tuy nhiên,

chương trình vừa được công bố sẽ cho phép các điều khoản của đạo luật được thực hiện nhanh hơn.

Các yếu tố được CFIUS xem xét trong việc xác định ảnh hưởng của đầu tư nước ngoài đối với an ninh quốc gia bao gồm:

- Liệu giao dịch đó có liên quan đến cơ sở hạ tầng quan trọng hay cơ sở công nghệ quan trọng không?
- Liệu có phải là mục tiêu trực tiếp hay gián tiếp hỗ trợ cho các cơ quan chính phủ Hoa Kỳ?
- Liệu mục tiêu đã phân loại hợp đồng hoặc hợp đồng thầu phụ của chính phủ Hoa Kỳ hay chưa?
- Liệu mục tiêu có nằm trong một ngành công nghiệp được coi là nhạy cảm từ góc độ an ninh quốc gia hay không?
- Liệu mục tiêu có nằm gần với bất kỳ tài sản an ninh quốc gia nào của Hoa Kỳ hay không (ví dụ: một cơ sở huấn luyện quân sự của Hoa Kỳ)?
- Liệu người mua có quyền sở hữu của chính phủ nước ngoài hay không?
- Kế hoạch của người mua nước ngoài đối với doanh nghiệp Hoa Kỳ (ví dụ: có kế hoạch đóng cửa hoặc chuyển các cơ sở của Hoa Kỳ ra nước ngoài).

Tờ khai báo bắt buộc phải được nộp 45 ngày trước khi hoàn thành giao dịch và CFIUS sau đó tiến hành đánh giá 30 ngày về giao dịch. Để buộc trả lời lại tờ khai báo, CFIUS có thể yêu cầu các bên tham gia gửi thông báo, thông báo cho các bên rằng CFIUS không thể hoàn thành công việc của mình dựa trên lời khai và đề nghị đưa ra xét, bắt đầu đánh giá hoặc thông báo cho các bên rằng CFIUS đã kết thúc công việc của mình đối với giao dịch.

Một số lĩnh vực, bao gồm chất bán dẫn, viễn thông, quốc phòng và hàng không vũ trụ, công nghệ thông tin, an ninh mạng và năng lượng vẫn được CFIUS quan tâm do sự nhạy cảm an ninh quốc gia của các doanh nghiệp ưu tiên. Các lĩnh vực khác, chẳng hạn như các lĩnh vực tài chính, bảo hiểm và tiêu dùng, nhận được sự giám sát vì họ nắm giữ dữ liệu cá nhân nhạy cảm của công dân Hoa Kỳ. Tầm quan trọng của một số lĩnh vực nhất định cũng được nhấn mạnh bằng cách đưa chúng vào chương trình thí điểm, nhằm vào 27 ngành công nghiệp, bao gồm cả những ngành liên quan trong hóa

dầu, công nghệ sinh học, công nghệ nano và pin. Trong khi CFIUS xem xét kỹ lưỡng các khoản đầu tư của các công ty Trung Quốc đã thu hút được sự chú ý nhiều báo chí nhất trong những năm gần đây, khoản đầu tư của bất kỳ người nào không thuộc Hoa Kỳ, bất kể quốc tịch nào, đều có khả năng bị xem xét CFIUS.

Ngoài bối cảnh của chương trình thí điểm, không cần phải đệ trình đến CFIUS. Tuy nhiên, vì hậu quả nghiêm trọng tiềm tàng của một quyết định bất lợi hoặc đánh giá kéo dài, khi một khoản đầu tư làm phát sinh các vấn đề tiềm ẩn, các bên thường lựa chọn gửi thông báo tự nguyện chung cho CFIUS để tìm kiếm sự chấp thuận của giao dịch.

Đánh giá CFIUS chính thức có tới ba giai đoạn và thường được CFIUS đánh giá theo trình tự kèm theo thông báo dự thảo:

- **Thông báo dự thảo:** CFIUS buộc các bên gửi thông báo dự thảo ít nhất một tuần trước khi họ dự định gửi thông báo chính thức, và trong thực tế, nên gửi thông báo dự thảo ít nhất hai đến ba tuần trước khi gửi thông báo chính thức. Gửi thông báo dự thảo giúp CFIUS có thêm thời gian để xem xét giao dịch và việc đánh giá này được tiến hành ngay lập tức (không có hạn chế thời gian của quá trình xem xét chính thức). Đệ trình một thông báo dự thảo là không cần thiết.
- **Đánh giá ban đầu trong 45 ngày:** Các đánh giá CFIUS chính thức bắt đầu với việc CFIUS chấp nhận thông báo hoàn chỉnh, bắt đầu giai đoạn đánh giá, được gia hạn theo FIRRMA từ 30 ngày đến 45 ngày. Nếu, khi kết thúc đánh giá 45 ngày, CFIUS có thể phân tích tất cả các vấn đề an ninh quốc gia, CFIUS sẽ thông báo cho các bên rằng họ đã thông suốt giao dịch trong khoảng thời gian 45 ngày.
- **Điều tra 45 ngày:** Nếu CFIUS không thể phân tích bất kỳ vấn đề an ninh quốc gia nào có liên quan trong thời gian xem xét 45 ngày lúc đầu, nó sẽ thực hiện một cuộc điều tra giai đoạn hai, dự kiến kéo dài thêm 45 ngày nữa. Theo chức năng của FIRRMA, CFIUS cũng có thể kéo dài cuộc điều tra thêm 15 ngày nữa trong các trường hợp đặc biệt.

Một cuộc điều tra thường bị bắt buộc nếu giao dịch sẽ dẫn đến (i) quyền kiểm soát thực thể của Hoa Kỳ bị mua lại bởi chính phủ nước ngoài hoặc (ii) người nước ngoài kiểm soát cơ sở hạ tầng quan trọng, và CFIUS xác định rằng, giao dịch có thể làm suy giảm an ninh quốc gia và sự suy yếu đó không được giảm nhẹ. Năm 2017, đến giai đoạn này có khoảng 70% giao dịch được gửi để tiến hành xem xét tự nguyện. Nếu

trong giai đoạn này, CFIUS đồng ý rằng mọi vấn đề an ninh quốc gia đã được giải quyết, bao gồm cả việc áp dụng các biện pháp giảm thiểu đã thỏa thuận giữa CFIUS và các bên, nó sẽ chấm dứt tiến trình và giao dịch rõ ràng.

- **Xem xét của Tổng thống trong 15 ngày:** Nếu các lo ngại về an ninh quốc gia của CFIUS, chưa được giải quyết cho tất cả các cơ quan thành viên CFIUS vào cuối thời gian điều tra 45 ngày, giao dịch thường được chuyển đến Tổng thống. Trong thời gian 15 ngày sau đó, Tổng thống có thể quyết định phê duyệt, hạn chế hoặc chặn sự giao dịch.

Do phạm vi quyền hạn của CFIUS và hậu quả nghiêm trọng tiềm tàng của việc Tổng thống chặn giao dịch, các bên tham gia giao dịch liên quan đến đầu tư nước ngoài tại Hoa Kỳ nên tìm tư vấn bên ngoài để: (i) xác định liệu giao dịch của họ có tuân theo chương trình thí điểm CFIUS hay không và quy định nộp đơn bắt buộc của nó; (ii) xác định xem giao dịch của họ có phải chịu sự đánh giá của CFIUS hay không; (iii) đánh giá các vấn đề an ninh quốc gia tiềm ẩn phát sinh từ giao dịch; (iv) hỗ trợ soạn thảo và gửi thông báo cho CFIUS, nếu các bên chọn gửi thông báo; và (v) phát triển một chiến lược quan hệ chính trị và công cộng, khi cần thiết, nếu giao dịch có khả năng phải đối mặt với sự chú ý cao.

2. Lao động và việc làm

Luật lao động và người lao động của Hoa Kỳ thường thân thiện với người sử dụng lao động nhiều hơn so với luật của hầu hết các phạm vi pháp lý khác. Ở Hoa Kỳ, hầu hết người lao động không có thỏa thuận tuyển dụng bằng văn bản, lương hưu rất hiếm và người lao động thường không được trợ cấp thôi việc.

Thiết lập mối quan hệ với người lao động

Với một vài ngoại lệ, mối quan hệ người lao động ở Hoa Kỳ bị chi phối bởi luật pháp của tiểu bang nơi người lao động làm việc. Mối quan hệ người lao động có thể được tạo ra bằng hợp đồng cụ thể rõ ràng hoặc hợp đồng chung hoặc không có bất kỳ hợp đồng nào cả.

Quy luật truyền thống của Hoa Kỳ là, trong trường hợp không có hợp đồng lao động hoặc thỏa thuận thương lượng tập thể, người lao động ở hầu hết các tiểu bang của Hoa Kỳ đều được tuyển dụng, theo nguyện vọng hoặc có thể chấm dứt tùy chọn của bất kỳ

bên nào vào bất cứ lúc nào. Điều này có nghĩa là người sử dụng lao động thường có thể sa thải người lao động trong trường hợp có hợp đồng trong một thời hạn xác định mà không cần thông báo, vì lý do chính đáng hoặc không có lý do, và người lao động cũng có thể nghỉ việc bất cứ lúc nào mà không cần thông báo hay lý do. Nhiều luật lệ của các bang khác nhau và các quyết định của tòa án đã làm xói mòn phạm vi pháp lý ở một mức độ nào đó - đáng chú ý nhất là theo theo chính sách công và các giả định về hợp đồng nhưng trên cơ sở là nguyên tắc cơ bản của luật lao động ở hầu hết các tiểu bang và các khiếu nại và kiện tụng tranh chấp liên quan đến người lao động ít xảy ra hơn trong nhiều phạm vi pháp lý khác. Có các điều khoản thông báo hạn chế áp dụng cho việc chấm dứt đa số phần lớn hợp đồng lao động.

Luật cơ hội việc làm bình đẳng

Các đạo luật chống phân biệt đối xử liên bang và luật chống phân biệt đối xử của tiểu bang và địa phương quy định bảo vệ người lao động Hoa Kỳ khỏi các hoạt động tuyển dụng, việc làm và chấm dứt tuyển dụng do phân biệt đối xử. Một số đạo luật liên bang chi phối cơ hội việc làm bình đẳng trong khu vực tư nhân.

Điều VII của Đạo luật Dân quyền năm 1964 cấm người sử dụng lao động phân biệt đối xử với bất kỳ điều kiện làm việc nào vì chủng tộc, màu da, giới tính, tôn giáo hoặc nguồn gốc quốc gia. Các công ty nước ngoài có văn phòng và nhân viên ở Hoa Kỳ cũng được bảo vệ theo Điều VII của Đạo luật Dân quyền này.

Tiền lương

Đạo Luật Tiêu chuẩn Lao động Công bằng (FLSA) quy định mức lương tối thiểu, lương ngoài giờ, lưu giữ hồ sơ và tiêu chuẩn lao động trẻ em đối với lao động toàn thời gian và bán thời gian trong khu vực tư nhân và trong chính phủ liên bang, tiểu bang và địa phương. Đạo luật này yêu cầu nhân viên phải được mua bảo hiểm, trừ các trường hợp được miễn, được trả tiền lương làm ngoài giờ (quá 40 giờ/ tuần) không ít hơn gấp rưỡi tiền lương cơ bản.

Luật tiểu bang cũng quy định về các vấn đề lao động như trong Đạo Luật Tiêu chuẩn Lao động Công bằng. Khi Đạo Luật này và pháp luật tiểu bang cùng được áp dụng để giải quyết một vấn đề, thì phải tuân theo luật thiết lập những tiêu chuẩn cao hơn.

Thất nghiệp

Bảo hiểm thất nghiệp mang đến lợi ích cho những người không kiếm được việc nhưng không phải do họ cố ý; họ luôn sẵn sàng, mong muốn và có khả năng làm việc; và luôn tích cực tìm kiếm việc làm. Nguồn quỹ cho chế độ thất nghiệp, được quản lý ở cấp độ tiểu bang, có được từ việc đánh thuế những người sử dụng lao động và thông qua tiền trợ cấp thất nghiệp của tiểu bang. Trong suốt thời gian thất nghiệp, người xin trợ cấp có thể được hưởng phúc lợi trong thời gian lên đến 52 tuần.

An sinh Xã hội

Theo Đạo luật đóng góp bảo hiểm liên bang năm 1935 (Federal Insurance Contributions Act), cả người sử dụng lao động và người lao động đều phải đóng góp vào Quỹ An sinh Xã hội, vốn được thành lập để cung cấp phúc lợi hưu trí cho tất cả các công nhân. Năm 2010, tiền công lên đến 106.800 đô la (bao gồm phụ cấp chịu thuế và tiền bồi thường trả chậm) là đối tượng chịu thuế an sinh xã hội với thuế suất 6,20%.

Tất cả tiền thù lao (không hạn chế) đều là đối tượng chịu 1,45% thuế chăm sóc y tế. Công dân của một số quốc gia có các thỏa thuận song phương với Hoa Kỳ khi làm việc tại Hoa Kỳ, có thể đã được bảo trợ bởi các kế hoạch của chính quốc gia của họ, do đó, họ được miễn tham gia an sinh xã hội bắt buộc.

Bồi thường cho người lao động

Luật bồi thường cho công nhân được đặt ra để đảm bảo quyền lợi của những nhân viên bị thương tích hoặc tàn tật trong quá trình làm việc sẽ được thanh toán những khoản tiền thưởng cố định. Luật này cũng đề ra các phúc lợi cho những người phụ thuộc của những công nhân bị thiệt mạng vì tai nạn lao động hoặc bệnh tật nghề nghiệp. Các tiểu bang có các Quy chế bồi thường cho công nhân để thiết lập khuôn khổ cho việc sử dụng lao động trong địa phận của mình.

Liên bang, tiểu bang và chính phủ địa phương đánh thuế trên thu nhập của cá nhân người nước ngoài và của các đơn vị nước ngoài hoạt động kinh doanh hoặc đầu tư tại Hoa Kỳ. Pháp luật nhà nước và pháp luật địa phương về thuế thu nhập khác nhau và thường rất phức tạp. Ở cấp độ nhà nước và địa phương đều có các khoản thuế trên doanh thu, tài sản, nhượng quyền thương mại và thuế thất nghiệp. Thuế tiêu thụ đặc biệt và thuế nhập khẩu liên bang cũng được áp dụng.

Thu nhập của một người nước ngoài có phải là đối tượng chịu thuế liên bang hay không tùy thuộc phần lớn vào tình trạng của họ có phải là cá nhân thường trú hoặc không cư trú tại Hoa Kỳ và liệu họ có đang hoạt động kinh doanh trên lãnh thổ Hoa Kỳ hay không. Hầu hết các luật thuế liên bang được quy định theo Bộ Luật Thuế Vụ (Internal Revenue Code) và các quy định và điều lệ công kênh do Sở Thuế Vụ (Internal Revenue Service) ban hành; Tuy nhiên, nhiều quy định đặc biệt về thuế trong các hiệp ước của Hoa Kỳ với các quốc gia khác sẽ được áp dụng thay thế cho các quy định thông thường.

Doanh nghiệp nước ngoài hoạt động tại Hoa Kỳ

Cần phải phân tích cẩn thận sự ảnh hưởng lẫn nhau của một số căn cứ luật như Bộ Luật Thuế Vụ Hoa Kỳ, các hiệp ước về thuế và luật thuế đối với doanh nghiệp nước ngoài hoạt động tại Hoa Kỳ để đưa ra kết luận về thuế tổng thể đối với các hình thức khác kinh doanh tại Hoa Kỳ. Bài tóm lược của chúng tôi chỉ đề cập đến những trường hợp được áp dụng nhiều nhất của luật thuế Hoa Kỳ và một số quy định hiệp ước nhất định.

Thuế thu nhập áp dụng trên thu nhập liên quan đến hoạt động kinh doanh và thương mại của người nước ngoài phát sinh tại Hoa Kỳ. Thu nhập gộp (Gross income) được giảm trừ đi các chi phí như giá vốn hàng bán, hao mòn tài sản, khấu hao và một số khoản giảm trừ nhất định khác được cho phép trong kinh doanh để tính ra thu nhập chịu thuế. Chi nhánh công ty nước ngoài tại Hoa Kỳ có thể trích phân bổ một phần hợp lý cho chi phí của công ty mẹ, chẳng hạn như chi phí nghiên cứu và phát triển và chi phí hành chính. Thuế thu nhập lũy tiến được áp dụng trên phần thu nhập chịu thuế để tính tổng thuế. Tổng thuế có thể được giảm trừ một số khoản tín dụng nhất định của doanh nghiệp và thuế tối thiểu tùy chọn (alternative minimum tax) có thể làm tăng khoản thuế phải nộp. (Xem Phụ lục II về thuế tối thiểu thông thường và tùy chọn).

Thuế thu nhập doanh nghiệp tiểu bang tương tự hệ thống của Liên bang, trong đó có nhiều tiểu bang cung cấp các khoản tín dụng khác nhau và hầu hết các bang áp dụng thuế phải nộp tối thiểu hàng năm (minimum annual tax) cho tất cả các công ty thành lập hoặc hoạt động kinh doanh trong tiểu bang. Theo các hiệp ước về thuế thu nhập, thu nhập của doanh nghiệp thường chỉ bị đánh thuế bởi Hoa Kỳ nếu được xem là “cơ sở thường trú” (permanent establishment) tại Hoa Kỳ.

Nếu không thuộc các trường hợp được áp dụng Hiệp ước về thuế, thu nhập liên quan đến các hoạt động thương mại và kinh doanh tại Hoa Kỳ theo định nghĩa của Bộ Luật Thuế Vụ và các Quy định sẽ là đối tượng chịu thuế. Điều quan trọng là bước đầu phải nhận định các hoạt động nào tại Hoa Kỳ được xem là hoạt động thương mại và kinh doanh. Nếu không doanh nghiệp có thể sẽ phải gánh chịu những tác động không lường trước và bất lợi từ thuế.

Thông thường, hoạt động điều tra thị trường, thu thập thông tin, lưu trữ hoặc mua hàng hoá của các công ty nước ngoài tại Hoa Kỳ sẽ không chịu thuế thu nhập. Ngược lại, các công ty nước ngoài cử các nhân viên bán hàng từ công ty mẹ sang Hoa Kỳ hoặc nhân sự là người, đại lý hoa hồng phụ thuộc hoặc độc quyền, hoặc mở một cửa hàng hay nhà máy tại Hoa Kỳ đều sẽ bị chịu thuế trên thu nhập kinh doanh. Chỉ có quyền sở hữu về cổ phần quyền kiểm soát (controlling interest) trong một công ty Hoa Kỳ (với quyền hạn trên hợp đồng hạn chế) sẽ không tự động được coi là một cơ sở thường trú tại Hoa Kỳ. Cơ sở thường trú được định nghĩa khác nhau theo từng hiệp ước khác nhau và phải được xem xét cẩn thận.

Thu nhập không liên quan đến hoạt động thương mại và kinh doanh tại Hoa Kỳ

Thu nhập trên lãnh thổ Hoa Kỳ mà không liên quan đến hoạt động thương mại và kinh doanh hoặc cơ sở thường trú tại Hoa Kỳ sẽ chịu 30% thuế lợi tức (withholding tax) trên tổng thu nhập (trái ngược với thuế thu nhập lũy tiến trên thu nhập ròng của doanh nghiệp). Thuế suất này có thể được giảm trừ hoặc xóa bỏ khi áp dụng các hiệp ước thuế. Thuế suất đồng nhất thường được áp dụng cho tiền lãi, cổ tức, tiền cho thuê nhà, tiền bản quyền và các khoản thanh toán tương tự từ các nguồn tại Hoa Kỳ. Việc tăng vốn (ví dụ, từ việc bán cổ phiếu) thường không phải chịu thuế, ngoại trừ các hoạt động chuyển nhượng bất động sản.

Cá nhân nước ngoài

Cách tính thuế đối với người nước ngoài phụ thuộc vào việc họ được phân loại là cá nhân cư trú hoặc không cư trú theo Bộ Luật Thuế Vụ Hoa Kỳ.

Cá nhân không cư trú

Thu nhập thụ động (passive income) hay thu nhập chắc chắn (certain income) là thu nhập không phải có được từ lao động hoặc lao động rất ít nhưng vẫn có tiền đều đặn,

chẳng hạn như thu nhập từ việc cho thuê nhà, cho thuê điểm đặt quảng cáo, bản quyền âm nhạc, tài sản sở hữu trí tuệ... của người nước ngoài là cá nhân không cư trú chịu thuế lợi tức 30% trên tổng thu nhập thụ động. Thuế suất này có thể được giảm bớt hoặc được miễn nếu người chịu thuế là cá nhân cư trú của một quốc gia có hiệp ước thuế với Hoa Kỳ.

Hệ thống thuế lợi tức được áp dụng đối với thu nhập tại Hoa Kỳ nhưng không liên quan đến các hoạt động thương mại và kinh doanh trong lãnh thổ Hoa Kỳ, bao gồm lãi suất, cổ tức, tiền cho thuê, phí bảo hiểm, niên kim (tiền góp hàng năm), và các khoản thanh toán tương tự.

Trong một số trường hợp giới hạn, tiền bồi thường từ các dịch vụ cá nhân có thể nằm trong dạng này tùy thuộc vào người trả tiền, số tiền và thời gian người chịu thuế hiện diện ở Hoa Kỳ.

Nếu thu nhập của cá nhân không cư trú không thuộc dạng “thụ động” này, thì được coi là thu nhập có liên quan đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh nên sẽ bị đánh thuế theo thuế suất lũy tiến sau khi tính đến các khoản miễn thuế và khấu trừ nhất định.

Thông thường, lãi vốn chỉ là đối tượng chịu thuế đối với người nước ngoài không cư trú nếu họ có mặt ở Hoa Kỳ từ 183 ngày trở lên trong năm phát sinh lãi vốn. Tuy nhiên, lãi vốn từ việc bán hoặc chuyển nhượng các bằng sáng chế, bản quyền, uy tín thương hiệu, lợi thế thương mại.. thì phải chịu thuế, bất kể sự hiện diện của cá nhân tại Hoa Kỳ, nếu họ phụ thuộc vào hiệu suất và lợi ích của những tài sản này. Tương tự như vậy, lãi từ việc bán quyền sử dụng bất động sản tại Hoa Kỳ phải chịu thuế theo quy định của Đạo luật thuế bất động sản đối với đầu tư nước ngoài (FIRPTA). Lợi tức từ việc bán tài sản tại Hoa Kỳ vốn đã được sử dụng vào việc kinh doanh của người nước ngoài cũng phải chịu thuế đến mức khấu hao được thực hiện.

Nói chung, tiểu bang không đánh thuế đối với cá nhân nước ngoài không cư trú hoặc đơn vị nước ngoài không hoạt động kinh doanh ở bất cứ tiểu bang nào tại Hoa Kỳ. Tuy nhiên, tiền bồi thường cho các dịch vụ trong một tiểu bang được coi là thu nhập kinh doanh chịu thuế thu nhập doanh nghiệp của bang.

Cá nhân cư trú

Người nước ngoài được xếp loại là cá nhân thường trú tại Hoa Kỳ được tính thuế theo cách thức giống như những công dân Hoa Kỳ. Tất cả thu nhập trên toàn thế giới của cá nhân thường trú đều là đối tượng chịu thuế, trừ đi các khoản điều chỉnh thu nhập, khấu trừ theo danh mục và miễn thuế cá nhân. Khấu trừ theo danh mục (itemized deductions) do bản thân người khai thuế lựa chọn theo một danh mục (list) và kê khai với Sở Thuế Vụ.

Ví dụ: (a) Tiền làm từ thiện (charitable contributions); (b) Một số chi phí y tế (không được bảo hiểm y tế thanh toán) phải tự chi trả cho bản thân, cho người phối ngẫu (vợ hay chồng), cho những người sống lệ thuộc vào người đóng thuế, v.v.

Chi phí hoạt động kinh doanh và thương mại thường có thể được khấu trừ khi thanh toán hoặc phát sinh. Vốn mua tài sản kinh doanh thường được khấu trừ trong vài năm tùy thuộc vào phân loại tài sản.

Một số chi tiêu cá nhân nhất định như đóng góp cho kế hoạch nghỉ hưu, lãi suất vay thế chấp và các khoản đóng góp từ thiện giúp làm giảm bớt thu nhập chịu thuế. Sau khi tính đến tất cả các khoản khấu trừ và miễn trừ, thu nhập ròng còn lại sẽ chịu thuế suất lũy tiến phụ thuộc vào số tiền thu nhập chịu thuế và tình trạng người khai thuế (người đã kết hôn khai thuế chung với người phối ngẫu, người đã kết hôn khai thuế riêng rẽ, người độc thân hoặc chủ hộ). Một số khoản tín dụng nhất định có thể làm giảm bớt trong khi một khoản thuế tối thiểu tùy chọn có thể làm tăng thuế phải nộp. Cá nhân thường kê khai nộp thuế trên cơ sở năm dương lịch.

Nhiều bang thông thường sẽ tiến hành một trong những cách sau đây:

- Làm theo các tính toán của liên bang và thay thế bằng hệ thống thuế suất, các khoản tín dụng và miễn trừ của bang;
- Thu thuế theo một tỷ lệ phần trăm với thuế liên bang; hoặc
- Giảm tổng mức thuế xuống một tỷ lệ thấp. Một số tiểu bang có mức thuế suất thấp hoặc chỉ thu thuế trên một số hình thức thu nhập chọn lọc. Một số tiểu bang (bao gồm Alaska, Nevada, Florida và Texas) không thu thuế thu nhập cá nhân.

Thế nào là cá nhân cư trú?

Do quy định về thuế hoàn toàn khác nhau đối với cá nhân không cư trú và cá nhân cư trú, nên việc xác định trạng thái lưu trú là rất quan trọng. Một công dân Hoa Kỳ luôn

luôn bị đánh thuế như một cá nhân cư trú. Đối với công dân nước ngoài, tư cách lưu trú được xác định thông qua sự công nhận hợp pháp hoặc có mặt thường xuyên tại Hoa Kỳ.

Theo Luật di trú liên bang, một người được công nhận hợp pháp là cư dân thường trú khi có trạng thái lưu trú vĩnh viễn tại bất kỳ thời gian nào trong năm và trạng thái này vẫn chưa bị thu hồi lại.

Một người được gọi là có mặt thường xuyên tại Hoa Kỳ (khác các trường hợp giáo viên và sinh viên được miễn thuế và người không liên quan với chính phủ Hoa Kỳ) nếu:

- Cá nhân có mặt tại Hoa Kỳ ít nhất 31 ngày trong một năm.
- Tổng số ngày người đó là ở Hoa Kỳ trong năm hiện tại và hai năm liền trước ít nhất là 183 ngày.

Chú ý: Số ngày một người có mặt tại Hoa Kỳ được tính bằng tổng số ngày trong năm hiện tại cộng với 1/3 tổng số ngày trong năm trước và 1/6 tổng số ngày trong năm thứ 2 liền trước. Như vậy, nếu một cá nhân nước ngoài hiện diện tại Hoa Kỳ trung bình ít nhất 122 ngày mỗi năm thì sẽ đáp ứng được điều kiện kiểm tra sự có mặt thường xuyên và được coi là cá nhân cư trú.

Trường hợp ngoại lệ: nếu một công dân nước ngoài có mặt ở Hoa Kỳ ít hơn 183 ngày trong năm hiện tại, và chứng minh được là có nhà thuê, và một sự gắn bó gần gũi hơn với một quốc gia ngoài Hoa Kỳ, thì không được xem là cá nhân cư trú trừ khi người này đã đăng ký tình trạng lưu trú thường xuyên trong cả năm. Những điều lệ đặc biệt sẽ được áp dụng trong năm đầu tiên và năm cuối cùng của sự lưu trú.

Thuế bất động sản

Khi một người nước ngoài nộp thuế có thể chọn cách xem hoạt động bất động sản tại Hoa Kỳ như là một hoạt động thương mại hoặc kinh doanh để tránh 30% (hoặc tỷ lệ giảm bớt theo hiệp ước) tổng thuế lợi tức trên tiền cho thuê nhận được. Vì nhiều dự án bất động sản hoạt động có chi phí cao hoặc lợi nhuận thấp nên cách này thường được chọn để giảm bớt gánh nặng thuế.

Bán quyền sử dụng bất động sản

Bất kể một công dân nước ngoài có tham gia vào hoạt động thương mại hoặc kinh doanh hay không thì tiền lãi từ việc bán bất cứ quyền sử dụng bất động sản nào tại Hoa Kỳ đều sẽ bị đánh thuế như thu nhập kinh doanh. Quyền sử dụng bất động sản bao gồm quyền sở hữu trực tiếp đất đai, nhà cửa, quyền lợi khoáng sản tại Hoa Kỳ và các loại tương tự, cũng như quyền sở hữu cổ phiếu của một công ty Hoa Kỳ.

Thông thường, cá nhân không cư trú phải đóng tối thiểu từ 15% đến 35% trên lãi ròng của thương vụ này. Để đảm bảo việc thu thuế, người mua hoặc đại diện của người mua phải giữ lại (khấu trừ) và nộp cho Sở Thuế vụ 10% tổng giá bán cuối cùng. Ngay cả trong trường hợp không có lợi nhuận thì việc khấu trừ 10% thuế cũng phải được thực hiện, trừ khi được Sở Thuế vụ cấp giấy chứng nhận miễn thuế (từ trước). Việc này có thể kéo dài đến ba tháng. Đối với việc chuyển nhượng tài sản của các đối tác không được giao dịch công khai, các quỹ ủy thác và bất động sản, mức thuế suất lợi tức là 35% đối với phần chia lợi nhuận được ghi nhận cho từng đối tác nước ngoài hoặc người hưởng lợi.

Thuế bán hàng (Sales Tax)

Không có thuế giá trị gia tăng hoặc thuế bán hàng ở cấp liên bang. Tuy nhiên, hầu hết các bang áp dụng một loại thuế bán hàng hoặc thuế sử dụng đối với tài sản cá nhân hữu hình, và một số loại hình tài sản và dịch vụ nhất định khác là đối tượng được miễn thuế. Hệ thống thuế bán hàng ở mỗi bang không giống nhau, thuế suất và hàng hóa chịu thuế cũng khác nhau rất nhiều.

Cá nhân nước ngoài

Để lập một kế hoạch thuế hiệu quả cho cá nhân nước ngoài tại Hoa Kỳ phải xét đến việc tận dụng đầy đủ các miễn trừ theo hiệp ước, xác định đúng thời điểm nhận thu nhập và lập kế hoạch cho tình trạng cư trú.

Ví dụ, khi vốn tăng tại Hoa Kỳ, trong một số trường hợp, những cá nhân không cư trú có thể được miễn thuế (nhưng công dân thường trú người nước ngoài lại chịu thuế), đây có thể là một lợi thế khi cá nhân được ghi nhận có thu các khoản lợi nhuận nhất định trong năm nhưng họ được xem là cá nhân không cư trú.

Điều này làm tăng thêm tầm quan trọng của việc lên kế hoạch trước khi chuyển đến Hoa Kỳ. Một số yếu tố khác cần xem xét như:

- Sự tồn tại của các Hiệp ước miễn thuế và miễn thuế theo luật định đối với một khoản thu nhập từ dịch vụ cá nhân nhất định.
- Sự khác nhau của các khoản khấu trừ dành cho cá nhân không cư trú và cá nhân cư trú.
- Cá nhân không cư trú chỉ phải đóng thuế trên phần thu nhập phát sinh tại Hoa Kỳ, trong khi cá nhân cư trú và công dân Hoa Kỳ phải báo cáo thu nhập trên toàn thế giới cho Hoa Kỳ
- Thuế quà tặng và bất động sản (Gift and estate taxes) cũng có thể đóng một phần không thể thiếu trong việc quyết định xem tình trạng và hình thức nào là có lợi nhất đối với việc sở hữu tài sản có giá trị lớn.

Di sản

Hoa Kỳ là một quốc gia của những người nhập cư, vô cùng đa dạng về mặt địa lý, lịch sử, dân tộc, chủng tộc và chính trị. Có nguồn gốc từ một nhóm các vùng thuộc địa ít người biết đến nằm sát bờ biển Đại Tây Dương gần 200 năm trước, đến nay Hoa Kỳ đã trải qua một sự chuyển biến vô cùng đáng kể. Một nhà phân tích chính trị đã gọi Hoa Kỳ là "quốc gia toàn cầu nhất". Bởi vì, Hoa Kỳ có dân số 310 triệu người đại diện cho gần như mọi quốc tịch và dân tộc trên trái đất. Đó là một đất nước mà tốc độ và mức độ thay đổi - kinh tế, công nghệ, văn hoá, dân số, và xã hội - diễn ra không ngừng.

Tuy nhiên, Hoa Kỳ cũng duy trì một ý thức về tính liên tục. Họ sở hữu những giá trị cốt lõi bắt nguồn từ khi quốc gia được thành lập ở cuối những năm 1700. Bao gồm lòng tin vào tự do cá nhân và chính phủ dân chủ, và cam kết về cơ hội kinh tế và sự tiến bộ cho mọi người. Nhiệm vụ liên tục của Hoa Kỳ là đảm bảo rằng các giá trị về tự do, dân chủ, và cơ hội luôn được bảo vệ và duy trì sự phát triển hưng thịnh cho đất nước trong suốt thế kỷ 21.

Hoa Kỳ đã thực hiện nền dân chủ trong hơn 200 năm qua, lịch sử Hoa Kỳ phải đối diện và giải quyết nhiều vấn đề xuất hiện từ trong những năm đầu tiên cho đến tận ngày nay như: chính quyền lớn đối lập chính quyền nhỏ, quyền lợi cá nhân đối lập với quyền lợi tập thể, chủ nghĩa tư bản không bị trói buộc đối lập với quy định thương mại và lao động, hội nhập với thế giới đối lập với chủ nghĩa biệt lập. Nền dân chủ luôn

luôn được kỳ vọng quá cao, và thực tế đôi khi lại gây thất vọng. Tuy nhiên, thông qua một quá trình liên tục thích ứng và thỏa hiệp, không thể phủ nhận Hoa Kỳ là một quốc gia rất phát triển và thịnh vượng.

3. Luật chống tham nhũng

Các cuộc điều tra do Ủy ban chứng khoán và ngoại hối Hoa Kỳ (SEC) tiến hành vào giữa những năm 70 cho thấy trên 400 công ty Hoa Kỳ đã thừa nhận đã trả các khoản tiền bất hợp pháp lên tới trên 300 triệu USD cho các quan chức, các chính trị gia, và các đảng phái chính trị nước ngoài. Nhằm chấm dứt tình trạng hối lộ các quan chức nước ngoài và khôi phục lòng tin của công chúng đối với hệ thống kinh doanh Hoa Kỳ, năm 1977, Quốc hội Hoa Kỳ đã ban hành Luật Chống tham nhũng ở nước ngoài (US Foreign Corrupt Practices Act - FCPA).

Luật này cấm tất cả mọi cá nhân và công ty Hoa Kỳ, kể cả các công ty nước ngoài có phát hành chứng khoán đã được đăng ký ở Hoa Kỳ hối lộ các quan chức và nhân viên của các đảng phái chính trị, hoặc chính phủ ở nước ngoài (cán bộ và nhân viên công ty nhà nước cũng coi là quan chức và nhân viên chính phủ).

Các đối tượng chịu sự điều chỉnh của luật này cũng có thể bị coi là vi phạm luật này nếu họ ra lệnh, uỷ quyền, hoặc giúp đỡ người khác (ví dụ như công ty con hoặc đại lý của họ ở nước ngoài) vi phạm các điều khoản chống hối lộ của Luật này. Công ty Hoa Kỳ sẽ bị coi là vi phạm luật này khi họ chào hoặc hứa sẽ trả tiền, hoặc trả tiền (ví dụ như hoa hồng) cho một người nào đó (ví dụ như đại lý bán hàng) mà họ biết rằng hoặc có lý do để biết rằng toàn bộ hoặc một phần số tiền đó sẽ được dùng để hối lộ các quan chức hoặc nhân viên của các đảng phái chính trị, hoặc chính phủ ở nước ngoài. Ví dụ, một công ty Hoa Kỳ chấp nhận trả tỷ lệ hoa hồng cao bất hợp lý cho một đại lý bán hàng ở nước ngoài trong một thương vụ bán thiết bị quân sự cho chính phủ nước ngoài mà không yêu cầu đại lý này giải thích lý do thì cũng có thể cũng bị coi là vi phạm luật này.

Trả tiền, hoặc biểu hiện vật/dịch vụ có giá trị nhằm tác động đến một hành động hoặc quyết định tùy ý của quan chức để phục vụ cho hoạt động kinh doanh của mình (ví dụ như để xin giấy phép đầu tư, bán hàng, hoặc giành hợp đồng thầu xây dựng ...) bị coi là hành vi hối lộ.

Tuy nhiên, trả tiền, hoặc biểu hiện vật/dịch vụ chỉ nhằm thúc đẩy các công việc thường lệ của chính phủ không bị coi là hành vi hối lộ. Ví dụ, trả tiền cho nhân viên hải quan làm ngoài giờ nhằm hoàn thành sớm các thủ tục hải quan để có thể kịp xếp hàng xuất khẩu hợp pháp xuống tàu không bị coi là vi phạm Luật FCPA này. Trả tiền phù hợp với các văn bản pháp luật và qui định của nước ngoài cũng không bị coi là hối lộ.

Vi phạm luật chống tham nhũng ở nước ngoài có thể bị xử lý hình sự hoặc dân sự. Công ty có thể bị phạt tới 2 triệu USD. Cá nhân lãnh đạo, nhân viên, đại lý, và cổ đông công ty trực tiếp vi phạm có thể bị phạt tới 100.000 USD, hoặc bị tù tới 5 năm, hoặc phải chịu cả hai hình phạt này. Cá nhân hoặc công ty vi phạm luật này còn có thể bị cấm làm ăn với chính phủ Hoa Kỳ.

Luật FCPC đã được sửa đổi bổ xung năm 1998. Theo sửa đổi này, công ty hoặc cá nhân người nước ngoài cũng bị coi là vi phạm luật này nếu họ tiến hành, trực tiếp hoặc thông qua đại lý, việc trả tiền hối lộ trong phạm vi lãnh thổ Hoa Kỳ.

4. Luật chống rửa tiền

Đạo luật Yêu nước đã mở rộng đáng kể thẩm quyền thực thi pháp luật của Hoa Kỳ để phát hiện và truy tố khủng bố và tài trợ khủng bố. Trong số những điều khác, Đạo luật Yêu nước đã sửa đổi Đạo luật Bảo mật Ngân hàng năm 1970 (BSA) để ủy quyền và trao quyền cho Bộ trưởng Tài chính ban hành các quy định yêu cầu bất kỳ tổ chức tài chính nào (như đã được BSA định rõ) để (i) đưa ra các báo cáo đáng tin cậy bao gồm các báo cáo hoạt động khả nghi (SARs) và các báo cáo giao dịch tiền tệ (TLB); (ii) thực hiện các chương trình chống rửa tiền; và (iii) duy trì các hồ sơ tài chính đáng tin cậy, trong số các yêu cầu chống rửa tiền (AML) khác. Theo thẩm quyền cấp cho Bộ trưởng Tài chính, Cơ quan mạng lưới thực thi tội phạm tài chính của Bộ Tài chính Hoa Kỳ (FinCEN) đã ban hành các quy định thực hiện các yêu cầu đối với một số loại Tổ chức tài chính quốc tế.

5. Kiện tụng/tranh chấp

Các công ty không thuộc Hoa Kỳ tham gia vào thị trường Hoa Kỳ nên biết rằng họ đang bước vào một môi trường ưa thích kiện tụng và hay tranh chấp. Các công ty bán sản phẩm hoặc tham gia vào các thỏa thuận thương mại ở Hoa Kỳ phải đối mặt với rủi ro hành động pháp lý tư nhân tương đối cao. Ở Hoa Kỳ, chi phí nộp đơn kiện thấp. Các thỏa thuận phí dự phòng (đặc biệt trong lĩnh vực tiêu dùng) có thể chuyển chi phí

của một vụ kiện không thành công từ các nguyên đơn đến các công ty luật đại diện cho họ. Mặc dù có các quy tắc chống lại việc nộp đơn kiện phù phiếm, nhưng không có người thua cuộc nào trả tiền theo quy định của pháp luật và ngay cả khi chi phí kiện tụng bị chi phối bởi hợp đồng, phổ biến hơn là mỗi bên phải trả chi phí pháp lý của mình. Ngoài ra, phát hiện tiền tố tụng có liên quan nhiều hơn so với hầu hết các khu vực pháp lý, với các yêu cầu các tài liệu sản xuất phức tạp và chất vấn nhân chứng của bên đối lập.

Chi phí biện hộ cao và tùy thuộc vào quyền xét xử, các vụ kiện có thể diễn ra trong nhiều năm. Cuối cùng, các phán quyết của Hoa Kỳ, đặc biệt là trách nhiệm pháp lý đối với sản phẩm, có thể rất cao.

6. Phá sản

Phá sản theo Chương 11 là duy nhất ở chỗ công ty có cơ hội tổ chức lại bảng cân đối kế toán của mình bằng cách (a) bán tất cả tài sản của mình cho việc thanh toán nợ là cách nhẹ nhàng, hoặc (b) tổ chức lại và tiếp tục vận hành sau xác nhận trong trường hợp kết cấu nợ và vốn chủ sở hữu mới. Phá sản Chương 11 bắt đầu bằng việc đệ đơn, có thể là tự nguyện (tức là, do con nợ nộp) hoặc không tự nguyện (tức là, được nộp bởi các chủ nợ, mặc dù hiếm vì có thể có thiệt hại do hậu quả nếu đề xướng đó không phù hợp). Khi đệ đơn, tất cả các vụ kiện và hoạt động đòi nợ đối với con nợ và tài sản của nó được mặc nhiên ngăn chặn và lưu giữ. Con nợ vẫn nắm giữ tài sản và kiểm soát tài sản của họ và tiếp tục hoạt động kinh doanh như "một con nợ vẫn nắm giữ tài sản".

Sau khi nộp đơn yêu cầu phá sản theo Chương 11, con nợ có 120 ngày, trong đó nó có quyền nộp một bảng kế hoạch (giai đoạn này có thể, và thường là, được tòa án gia hạn lên tới 270 ngày, nhưng không nhiều hơn). Để một bảng kế hoạch được công nhận, nó phải đáp ứng một số yêu cầu, bao gồm

(i) được đưa ra một cách thiện chí chứ không phải theo bất kỳ cách nào bị cấm bởi pháp luật và (ii), nói chung, được chấp nhận bởi hai phần ba số lượng và một nửa số chủ nợ trong mỗi nhóm theo bảng kế hoạch. Nếu kế hoạch được công nhận, tất cả các khoản nợ phát sinh trước ngày khởi kiện sẽ được giải phóng theo các điều khoản của bảng kế hoạch. Con nợ sau đó được yêu cầu thực hiện thanh toán theo kế hoạch và bị ràng buộc bởi các quy định của kế hoạch.

Trường hợp phá sản theo Chương 11 là một quá trình phức tạp vì con nợ bắt buộc phải phơi bày thông tin tài chính chi tiết và phải được tòa án phá sản chấp thuận cho tất cả các hành động bên ngoài tiến trình thông thường. Có sẵn tiền mặt, dưới hình thức thế chấp bằng tiền mặt hoặc thông qua vay nợ thuộc sở hữu của con nợ là điều cần thiết để nộp đơn phá sản theo Chương 11.

Phá sản theo Chương 7 dẫn đến thanh lý nhưng, không giống như trong phá sản Chương 11, ủy thác/người được ủy quyền hợp pháp để quản lý tiền bạc hoặc tài sản được chỉ định để quản lý con nợ thay vì con nợ vẫn còn kiểm soát. Bởi vì một công ty có thể thanh lý theo kiểu có tổ chức hơn theo phá sản của Chương 11, nên việc phá sản Chương 7 thường là biện pháp cuối cùng cho một công ty. Phá sản Chương 7 thường chỉ được viện dẫn khi không còn tiền mặt để vận hành doanh nghiệp và không có khoản vay nào.

Ngày càng gia tăng sự thay thế theo luật tiểu bang, nhưng không phải liên bang, là một sự chuyển nhượng vì lợi ích của các chủ nợ. Nó hoạt động rất giống như phá sản Chương 7 trong đó nó cung cấp cho việc chuyển giao tài sản, nhưng thông qua việc chuyển nhượng quyền sở hữu tài sản trực tiếp cho các chủ nợ thay vì thông qua ủy thác. Phương pháp này thường được tìm thấy trong trường hợp tài sản chủ yếu là tài sản ảo, chẳng hạn như tài sản trí tuệ, trái ngược với tài sản cứng như bất động sản hoặc thiết bị, vì tiền mặt cần thiết để duy trì hoặc chuyển giao tài sản.

Chương 7: Tập quán và văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ

Hiểu về văn hóa nói chung và văn hóa kinh doanh nói riêng ở một nước ngoài sẽ có ích cho các doanh nghiệp trong quan hệ kinh doanh với các bạn hàng ở nước đó. Đây là phần tóm tắt và hướng dẫn một số nét cơ bản về văn hóa kinh doanh ở Hoa Kỳ với hy vọng phần nào giúp các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp mới thiết lập quan hệ kinh doanh với các bạn hàng ở Hoa Kỳ, giao tiếp và duy trì quan hệ kinh doanh có hiệu quả hơn với các bạn hàng ở nước này.

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 Mỹ được coi là có nguồn gốc từ châu Âu, song những người thiểu số như người gốc Mỹ (người da đỏ), người Mỹ 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 Mỹ 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. Phần giới thiệu dưới đây chỉ là những nét cơ bản và hướng dẫn chung.

Một số nét cơ bản

- **Cách viết họ tên**

Tên người Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ**

Khác với một số nền văn hóa khác, nhất là văn hóa Châu á, nhìn chung, người Mỹ 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 Mỹ là cạnh tranh.

Phong cách chung của doanh nhân Mỹ là ít chú ý đến nghi lễ, đi thẳng vào vấn đề, và muốn có kết quả nhanh. Trong đàm phán, người Mỹ 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 Mỹ thích nói thẳng, rõ ràng, và dễ hiểu. Họ không thích kiểu nói vòng vo, xa xôi, hoặc ví von. Nhìn chung, khi người Mỹ nói “được” thì có nghĩa là được và “không được” có nghĩa là không được. Người Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ có thói quen cảm ơn khi được người khác giúp đỡ dù chỉ là một việc rất nhỏ như nhường đường chướng ngại vật.

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 đàn ông và phụ nữ ở những lần gặp nhau đầu tiên hoặc sau đó. Người Mỹ 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 Mỹ dùng cả hai tay để bắt tay. Thỉnh thoảng bạn có thể thấy đàn ông với đàn bà hoặc đàn bà với đàn bà 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 Mỹ rất ít đụng chạm vào nhau.

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

Khi nói chuyện, người Mỹ 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 bền lên có thể bị coi là người không có quyền hành hoặc yếu đuối. Bạn cũng có thể nhìn thấy người Mỹ 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 khiêm tốn của người Châu á. Nói như vậy không có nghĩa là người Mỹ kiêu ngạo hoặc thô lỗ. Người Mỹ thường coi trọng tính hiệu quả hơn là sự lịch thiệp.

- **Cử chỉ, điệu bộ**

Người Mỹ 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. Rướn 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 chìa 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 (Xin xem thêm mục hướng dẫn viết thư chào hàng), 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 Mỹ chắc chắn sẽ làm mất cơ hội kinh doanh.

Giao tiếp kinh doanh

- **Gặp gỡ làm việc**

Người Mỹ 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 Mỹ 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 thì hãy cho họ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ cũng mặc chỉnh tề và đẹp như ở các nước khác. Khách đến thăm và làm việc thường mặc com-lê sẫm màu và cravat. 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 giầy và đồng hồ đeo tay để thể hiện mình. Thứ Sáu hàng tuần thường là ngày người Mỹ ăn mặc ít nghi lễ nhất tại các công sở. Mặc dù nhìn chung người Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ đi làm. Số phụ nữ Mỹ 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, ở Hoa Kỳ, 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 Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ đen) người ta dùng một từ khác lịch sự và ít phân biệt chủng tộc hơn là “African American” (người Mỹ 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 Mỹ 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.

Bàn việc kinh doanh trong bữa ăn sáng là khá phổ biến. Bàn việc kinh doanh trong bữa ăn trưa là rất phổ biến và có thể kéo dài hơn 2 giờ đồng hồ. Người đưa ra lời mời thường đứng ra chi trả. Việc kinh doanh thường được bàn bạc sau khi mọi người đã gọi xong thức ăn. Việc giải trí trong kinh doanh cũng rất đa dạng, có thể kể đến một số

hình thức như tiệc cocktail, chơi golf, ăn thịt nướng, bữa ăn tối trang trọng hoặc thân mật.

Thông thường, một bữa ăn tối, mặc dù nhằm mục đích kinh doanh, vẫn được coi là một bữa ăn hợp mặt và là khoảng thời gian để xây dựng mối quan hệ, có thể đưa vợ (chồng) cùng đi dự bữa ăn tối bàn việc kinh doanh.

Nếu bạn là người chủ tiệc, nên dàn xếp việc thanh toán ngay từ trước để tránh việc tranh giành khi thanh toán tiền.

Nếu người chủ tiệc thanh toán bữa ăn cho bạn, hãy đền đáp lại cho họ trong bữa ăn sau.

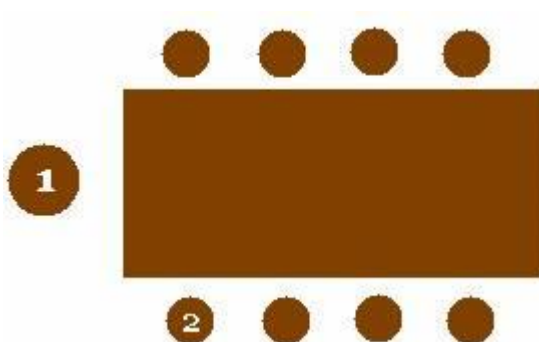
- **Danh thiếp**

Danh thiếp không quan trọng đối với người Mỹ. Người Mỹ trao danh thiếp cho nhau không trịnh trọng như người Châu Á. Người Mỹ 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 Mỹ 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 Mỹ 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 (vị trí số 2 trong sơ đồ dưới đây).

Sơ đồ vị trí ngồi trong các cuộc tiếp xã giao

- **Sơ đồ vị trí ngồi trong các cuộc tiếp xã giao**

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 Mỹ 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.

Ăn ở và đi lại

- **Khách sạn và nhà nghỉ**

Ở Hoa Kỳ, đặc biệt là ở trung tâm các thành phố lớn, giá thuê phòng khách sạn rất đắt. Giá phòng tại những khách sạn xa trung tâm thường rẻ hơn, song ở những khách sạn này chưa chắc đã kinh tế hơn. Các thành phố ở Hoa Kỳ thường là rất rộng và giao thông công cộng không thuận tiện, (do sử dụng phương tiện ô tô riêng là chủ yếu) cho nên đi lại từ ngoại ô vào trung tâm thành phố thường phải sử dụng xe thuê hoặc taxi. Giá thuê xe với người lái hoặc taxi ở Hoa Kỳ rất đắt. Hơn nữa, các khách sạn xa trung

tâm thường xa các dịch vụ công cộng, do vậy khách ở thường phải sử dụng dịch vụ của khách sạn. Dịch vụ của khách sạn thường đắt hơn dịch vụ ở ngoài.

Ngoài những khách sạn đắt tiền với giá phòng có khi tới 3.000 - 4.000 USD/đêm, ở Hoa Kỳ còn có nhiều motel (tạm dịch sang tiếng Việt là nhà nghỉ dọc đường) với giá rất rẻ, có khi chỉ khoảng 25 - 30 USD/đêm. Những motel này có các phòng ở khép kín, sạch sẽ, và có những tiện nghi tối thiểu như TV và điện thoại. Motel thường thấy ở những điểm nút giao thông, dọc đường cao tốc chính, hoặc ở ven đô. Một số khách sạn (thường gọi là suite hotel) còn có cả bếp và một số dụng cụ nấu ăn cơ bản.

Các khách sạn thường tính cước điện thoại đắt hơn nhiều lần so với giá cước công cộng. Ngoài ra, nhiều khách sạn còn tính cả tiền nối mạng (trung bình khoảng 20 - 30 USD). Khách có thể tiết kiệm bằng cách sử dụng điện thoại di động của cá nhân (điện thoại di động mang từ Việt Nam sang không dùng được vì khác dải tần) hoặc mua thẻ điện thoại trả tiền trước để gọi qua máy trong phòng khách sạn hoặc máy điện thoại

công cộng. Nhiều khách sạn có điện thoại công cộng ngay trong sảnh (lobby) hoặc trước cửa. Mặc dù có một số khách sạn thu phí sử dụng máy điện thoại trong phòng để gọi bằng thẻ điện thoại trả tiền trước, song nếu cộng cả phí này thì gọi bằng thẻ trả tiền trước vẫn rẻ hơn so với sử dụng cả máy và đường dây điện thoại của khách sạn.

Giá khách sạn cũng thay đổi theo mùa và theo ngày. Giá phòng in trên các tờ rơi hoặc quảng cáo trên các trang web thường là giá thấp nhất, và chưa kể thuế và dịch vụ. Giá phòng đôi thông thường cao hơn giá phòng đơn. Giá thuê phòng tại những khách sạn gần khu tổ chức hội chợ triển lãm trong thời gian diễn ra hội chợ triển lãm có thể cao gấp đôi so với những lúc khác. Do nhu cầu phòng ở trong dịp diễn ra hội chợ cao, nên nhiều khách sạn yêu cầu phải trả 100% tiền phòng ngay khi đặt phòng. Trong trường hợp không sử dụng hết số tiền đã trả do giảm số phòng hoặc số đêm ở, khách sạn sẽ giữ số tiền thừa đó để khách quay trở lại ở lần sau chứ không trả lại tiền.

Những khách sạn phục vụ chủ yếu đối tượng khách du lịch (ví dụ như các khách sạn ở gần các khu nghỉ hoặc vui chơi giải trí) thì giá phòng thường cao hơn vào dịp cuối tuần vì khách thường đến đông vào những ngày này. Những khách sạn phục vụ chủ yếu đối tượng khách đến ở vì công việc (ví dụ như các khách sạn hạng sang ở khu trung tâm thương mại) thì giá phòng trong những ngày làm việc thường cao hơn giá vào cuối tuần.

Đặt phòng trên mạng Internet (thông qua trang web của các hãng du lịch hoặc của khách sạn) thông thường rẻ hơn so với gọi điện thoại đặt trực tiếp với khách sạn (vì khách sạn thường có hợp đồng giá ưu đãi cho các hãng du lịch, hoặc không tốn nhân lực để trả lời điện thoại). Hơn nữa, đặt phòng càng sớm thì giá thường càng rẻ hơn. Tuy nhiên, khi đặt phòng qua trang web trên mạng Internet cần phải chú ý các điều kiện qui định trong đó, nhất là các điều kiện về đặt cọc, trả tiền, và huỷ phòng. Nhiều trường hợp, nhất là trường hợp đã trả một phần hoặc toàn bộ tiền trước khi huỷ phòng không lấy lại được tiền. Hầu hết các hãng du lịch đều có thể chào trọn gói phòng khách sạn, vé máy bay, và cho thuê xe. Giá trọn gói thường rẻ hơn so với tổng giá đặt lẻ cộng lại.

Trong các khách sạn thường có một số phòng dành cho những người hút thuốc. Khi nhận phòng tại khách sạn, người hút thuốc cần phải đăng ký ở những phòng này và tuyệt đối không được hút thuốc trong phòng “không hút thuốc”. Trong một số nhà hàng có thể có khu vực dành riêng cho người hút thuốc. Nếu bạn muốn hút thuốc trong khi ăn thì bạn cần phải chọn chỗ ngồi ở khu vực này.

Ở một số khách sạn ở Hoa Kỳ, nhất là ở những thành phố đông người như New York hoặc San Francisco chẳng hạn, có thể xảy ra mất hành lý khi để ở sảnh; do vậy, khách phải cẩn thận với hành lý của mình và không nên để hành lý tại sảnh khách sạn mà không có người trông. Nếu bạn đã trả phòng mà không muốn mang hành lý đi theo bạn có thể gửi lại khách sạn không mất tiền trong một vài ngày, và phải nhớ lấy và giữ phiếu gửi hành lý để xuất trình khi nhận lại hành lý.

- **Đi lại bằng máy bay**

Ở Hoa Kỳ, có tới vài chục hãng hàng không (không kể các hãng nước ngoài) kinh doanh các tuyến bay nội địa. Mỗi hãng mạnh ở một số tuyến khác nhau, nhằm vào những đối tượng khách khác nhau, và với các điều kiện dịch vụ khác nhau nên giá vé cũng rất khác nhau, có khi chênh nhau đến 2 - 3 lần trên cùng tuyến bay. Bay thẳng thường đắt hơn nhiều (nhưng tiết kiệm được nhiều thời gian) so với phải chuyển máy bay dọc đường. ở một thành phố hoặc xung quanh đó có thể có hai ba sân bay khác nhau; do vậy, bạn phải báo cho người ra đón mình biết rõ sân bay bạn sẽ đến hoặc khi mua vé máy bay bạn phải chọn sân bay gần với địa điểm đến.

Cũng giống như khách sạn, giá vé máy bay thay đổi theo mùa, theo ngày và theo giờ bay. Bay vào những giờ không thuận tiện, nhất là vào đêm khuya hoặc sáng sớm giá vé thường rẻ hơn. Ở Hoa Kỳ, có thể mua vé máy bay trên mạng Internet một cách dễ dàng. Nói chung, bạn nên truy cập trang web của nhiều hãng hàng không khác nhau hoặc nhiều hãng du lịch khác nhau để so sánh và lựa chọn phù hợp nhất với mình. Khi mua vé trên mạng cần đặc biệt chú ý đến các điều kiện giao dịch vì có loại vé đã mua rồi không trả lại được hoặc có một số điều kiện ràng buộc khác. Vé máy bay mua qua mạng Internet có khi chỉ những thông tin in ra từ máy tính trong đó có ghi tên hành khách, chuyến bay, và giá vé.

Do hậu quả của vụ khủng bố 11/9/2001, việc kiểm tra an ninh tại các sân bay ở Hoa Kỳ hiện nay rất chặt chẽ và phiền toái. Hành lý gửi cùng chuyến bay không được khóa để thuận tiện cho kiểm tra an ninh. Nếu khóa, nhân viên an ninh được quyền phá khóa để kiểm tra. Ngoài hành lý xách tay, hành khách còn phải cởi cả áo khoác (kể cả com-lê), giày, thắt lưng, mũ để đưa qua máy chiếu. Máy tính xách tay có thể phải bật lên để chứng tỏ máy hoạt động bình thường. Sau khi đi qua cổng từ, hành khách còn có thể bị kiểm tra xác suất bằng dụng cụ dò kim loại trên người.

Những hành khách mang quốc tịch hoặc đến từ những nước mà Hoa Kỳ cho là thù địch với họ thường là những đối tượng bị kiểm tra chặt chẽ hơn. Để tránh những phiền toái có thể xảy ra, nếu bạn có nhận mang hộ ai đó thứ gì ra hoặc vào Hoa Kỳ, bạn cũng nên kiểm tra cẩn thận để tránh nhận mang những thứ bị cấm mà mình không biết. Các đồ dùng bằng kim loại nhọn sắc (dao, kéo, bấm móng tay...) không được phép mang theo trong hành lý xách tay.

Nhằm hạn chế một phần nguy cơ không tặc cướp máy bay để đảm bảo vào các mục tiêu ở Thủ đô Washington D.C., Cơ quan an toàn hàng không Hoa Kỳ gần đây quy định hành khách trên các chuyến bay cất đi từ hoặc đến sân bay Ronald Reagan (sân bay nằm trong địa phận Thủ đô Washington D.C.) phải ngồi yên tại chỗ trong vòng 30 phút đầu sau khi máy bay cất cánh và 30 phút cuối trước khi máy bay hạ cánh. Do vậy, bạn cần phải chuẩn bị sẵn sàng để không phải đi vệ sinh trong thời gian này.

Trên một số tuyến bay nội địa, có một số hãng hàng không không xếp chỗ ngồi (ghi trên thẻ lên máy bay) cho khách trên máy bay mà để khách tự chọn chỗ ngồi theo ý thích. Trong trường hợp này, trên thẻ lên máy bay của khách chỉ ghi các ký hiệu A

hoặc B hoặc C. Tại cửa lên máy bay hành khách xếp hàng theo hàng ghi trên thẻ. Thông thường khách xếp ở hàng A được mời lên máy bay trước, tiếp đến là hàng B, và sau đó là hàng C.

Để tiết kiệm tối đa chi phí và có thể hạ giá vé tới mức thấp nhất, hầu hết các hãng hàng không không phục vụ bữa ăn trên các tuyến bay nội địa, ngoài nước uống. Khi nhập cảnh vào Mỹ bạn nhớ không nên mang theo thực phẩm tươi sống (kể cả rau quả). Những thứ này bị cấm mang theo người vào Mỹ do sợ mang theo dịch bệnh truyền nhiễm.

- **Đi lại bằng ô tô**

Các thành phố ở Hoa Kỳ thường rất rộng. Phương tiện giao thông chính ở Hoa Kỳ là ô tô cá nhân. Mặc dù một số thành phố (New York, Chicago, Washington DC ...) có hệ thống tàu điện ngầm và/hoặc xe buýt khá thuận tiện, song nhìn chung hệ thống giao thông công cộng ở Hoa Kỳ rất kém. Khách nước ngoài đến Hoa Kỳ làm việc, nhất là mới đến lần đầu, thường phải sử dụng taxi hoặc xe thuê với người lái. Những người thông thạo đường sá và có bằng lái xe hợp lệ có thể thuê ô tô tự lái để đi lại.

Giá thuê ô tô để tự lái, và giá xăng ở Hoa Kỳ rất rẻ. Giá thuê xe 4 chỗ để tự lái một ngày (24 tiếng) chỉ khoảng 40-50 USD. Giá xăng hiện tại ở Hoa Kỳ cũng chỉ tương đương 7.000 – 8.000 đồng Việt Nam/lít. Thuê xe để tự lái ở Hoa Kỳ rất dễ dàng, song bạn cần phải có thẻ tín dụng thông dụng. Do giá nhân công lao động ở Hoa Kỳ rất đắt nên giá thuê xe cùng với người lái khá đắt. Ví dụ, giá thuê xe 40-50 chỗ cùng với người lái tại New York rẻ nhất cũng phải 80-100 USD/giờ, tối thiểu phải thuê 4 giờ một ngày, chưa kể tiền tip cho lái xe. Ở một số thành phố khác giá thuê có thể còn đắt hơn.

Ở những thành phố như Washington DC, San Francisco, New York và Chicago..., taxi có thể là phương tiện phù hợp nhất để đi lại trong thành phố đối với khách lạ. Đối với các thành phố lớn như Miami, Houston, và Los Angeles, do khoảng cách từ nơi nọ đến nơi kia rất xa, cho nên taxi có thể đắt đến mức không chịu nổi. Hơn nữa, vẫy xe taxi trên đường ở những thành phố này cũng rất khó và thường là phải gọi điện thoại đến hãng taxi để đặt xe.

Cho tiền phục vụ

Ở Hoa Kỳ có tập quán cho tiền phục vụ (tiếng Anh là “tip”). Tập quán này được pháp luật thừa nhận và thu nhập tiền tip cũng phải chịu thuế. Nếu bạn nhờ người khuân vác trong khách sạn mang hành lý cho bạn từ sảnh lên phòng hoặc ngược lại thì bạn nên cho họ khoảng 1 USD mỗi kiện. Tại các nhà hàng bạn nên cho phục vụ khoảng từ 15 - 20% trị giá hoá đơn. Tiền tip cho lái xe taxi, thợ cắt tóc, hoặc người phục vụ ở quán bar cũng vào khoảng 15% trị giá dịch vụ. Đối với lái xe thuê đưa đón đoàn đi làm việc hàng ngày, bạn cũng nên cho họ mỗi ngày khoảng 10 -15 USD.

Có người quan niệm đây là khoản cho tuỳ ý - tức là, nếu phục tốt hoặc tôi thích thì tôi cho còn không cũng chẳng sao. Nhưng thực tế không phải như vậy. Tuy đây không phải là khoản cho bắt buộc nhưng cũng gần như bắt buộc. Khách hàng sẽ bị ấn tượng rất xấu, và bị đối xử không thân thiện hoặc thậm chí hằn học nếu không cho tiền tip. Có nhà hàng tự động tính tiền tip gộp vào trong hóa đơn tiền ăn. Bạn nên để ý nếu trong hóa đơn đã có khoản tiền ghi là “service charge” hoặc “gratuity” thì bạn không phải cho thêm tiền tip nữa. Nếu bạn trả tiền bằng thẻ tín dụng thì bạn có thể cộng cả tiền tip vào tiền hóa đơn trước khi ký chấp nhận trả tiền.

Giờ làm việc và ngày nghỉ

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.

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 là:

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 Noel rơi vào cuối tuần thì được nghỉ bù vào thứ Sáu trước đó hoặc thứ Hai sau đó. Khi những ngày nghỉ lễ này rơi 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.

(Nguồn: Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ)

Thực tiễn lãnh đạo

Tham gia một cách tích cực vào việc điều hành: Các nhà lãnh đạo và quản lý của các công ty Hoa Kỳ đang ngày càng trở nên bận rộn để đảm bảo rằng tất cả các chương trình và sáng kiến phải phù hợp với chiến lược công ty và tập trung đúng vào các vấn đề kinh doanh.

Liên kết với chiến lược kinh doanh: Do trình độ của các nhà lãnh đạo ngày càng được nâng cao, các công ty tại Hoa Kỳ đang dành nhiều thời gian đẩy mạnh các tiềm năng của họ nhằm chuyển đổi từ việc quản lý con người và dự án sang quản lý hoạt động và chiến lược kinh doanh.

Năng lực lãnh đạo phù hợp: Các chương trình phát triển bộ phận lãnh đạo trong các công ty Hoa Kỳ đang ngày càng dựa trên năng lực lãnh đạo được xem là có ý nghĩa quan trọng nhất đối với lĩnh vực kinh doanh và ngành nghề riêng biệt của họ. Kế hoạch kế thừa, phát triển sự nghiệp và các hoạt động phát triển tài năng khác cũng được coi là những hoạt động rất quan trọng.

Hợp nhất việc quản lý nhân tài: Xây dựng nguồn cung cấp liên tục các nhà lãnh đạo được hầu hết các công ty Hoa Kỳ xem là một trọng tâm của sáng kiến lãnh đạo (leadership initiative) và là một phần của các thông lệ kinh doanh của công ty, thay vì chỉ đơn giản là một hoạt động kiếm lời. Trong thực tế, một trong những dấu hiệu chỉ thị lớn nhất của một tổ chức có sự lãnh đạo hàng đầu là sự tồn tại của một bộ các thông lệ chính thức và văn hóa doanh nghiệp nhằm khuyến khích sự phát triển trong toàn doanh nghiệp.

Nhắm vào tất cả các cấp lãnh đạo: Trong khi thuật ngữ "lãnh đạo" dường như không phải dành cho các nhà quản lý cấp cao, các công ty Hoa Kỳ từ lâu đã tin rằng ảnh hưởng quan trọng của chương trình phát triển lãnh đạo nên được áp dụng cho tất cả các cấp quản lý.

Áp dụng phương pháp tiếp cận toàn diện và liên tục: Trước đây, các chương trình đào tạo chủ yếu dựa hoàn toàn vào phương pháp hướng dẫn chỉ đạo. Các chương trình hiện nay bao gồm các bài tập tự phát triển, đánh giá 360o, gặp gỡ với các đối tác toàn cầu, bài tập tình huống, giáo dục bên ngoài trường học và rất nhiều các phương pháp học trực tuyến hay các phương tiện truyền thông khác để cung cấp cho các nhà lãnh đạo đầy đủ các kinh nghiệm cần thiết. Học phải đi đôi với hành, do đó, các chương trình tốt nhất hiện nay tập trung chủ yếu vào học tập kinh nghiệm.

Chiến lược thâm nhập thị trường

- Hãy tạo dựng các bằng chứng đáng tin cậy trước cho công ty của bạn trước khi bạn gặp gỡ các đối tác Hoa Kỳ triển vọng. Nên cung cấp các thông tin về doanh nghiệp như báo cáo thường niên, thông tin của Dun & Bradstreet từ trước, thể hiện tình trạng tài chính, uy tín và các dịch vụ của công ty.
- Đánh giá cẩn thận các yêu cầu tiếp thị của bạn là gì, tìm hiểu những phương pháp hiện đang được sử dụng để tiếp thị các sản phẩm/dịch vụ tương tự như của bạn.

- Xác định xem các sản phẩm và dịch vụ của bạn phải được điều chỉnh hoặc sửa đổi như thế nào để có thể bán thành công tại thị trường Hoa Kỳ. Bao bì, nhãn mác, thương hiệu, nhãn hiệu, sáng chế và bảo hành phải được kiểm tra cẩn thận.
- Nếu sản phẩm của bạn là thành phần hay bộ phận của một sản phẩm hoàn chỉnh dùng để xuất khẩu, thì các hạn chế hay giới hạn nhập khẩu đối với sản phẩm của bạn có thể được sửa đổi để được đối xử ưu đãi.
- Đánh giá khả năng của đối thủ cạnh tranh thông qua bảng phân tích toàn thị trường về cạnh tranh giá cả, chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
- Làm rõ ràng các tính năng, lợi ích, bằng chứng về lợi ích, và chức năng của sản phẩm và dịch vụ của bạn để tác động tốt hơn đến kết quả bán hàng và để làm cho chúng tương thích với thói quen mua hàng tại Hoa Kỳ. Nhiều công ty Hoa Kỳ bán sản phẩm của họ dựa trên tỉ lệ giá cạnh tranh/thành quả, liên kết tính năng sản phẩm với lợi ích sử dụng.
- Biết được những gì mà khách hàng tiềm năng tin rằng sản phẩm sẽ đem lại cho họ, chứ không phải sản phẩm là cái gì, sẽ giúp bạn thành công trong việc tiếp thị lợi ích và giá trị của sản phẩm. Nên biết nhu cầu của khách hàng của chính khách hàng của bạn.
- Kiểm tra các nguồn thông tin đáng tin cậy về hoạt động kinh tế tại Hoa Kỳ, chẳng hạn như Hệ thống Phân loại Tiêu chuẩn Công nghiệp (SIC) và Hệ thống phân loại tiêu chuẩn thương mại quốc tế (SITC). Đây là những phân loại về các công ty, các sản phẩm và dịch vụ tại Hoa Kỳ.

Rào cản, rủi ro và thách thức

Nền kinh tế phát triển mạnh khiến Hoa Kỳ là một thị trường rất cạnh tranh, tuân thủ nghiêm ngặt các quy tắc và các quy định phức tạp của quốc gia. Mặc dù nền kinh tế Hoa Kỳ gần đây đã chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của suy thoái kinh tế toàn cầu và biến động thị trường, các chi phí kinh doanh ở Hoa Kỳ vẫn cao hơn so với nhiều nước trên thế giới. Điều này đòi hỏi một mức độ đầu tư cao hơn tương ứng để cạnh tranh với các doanh nghiệp trong nước đã có chân đứng vững chắc.

Cần phải có kiến thức sâu rộng về các quy định của Liên bang, tiểu bang và của địa phương về thuế, thương mại và lao động. Ví dụ, Đạo luật Tiêu chuẩn Công bằng Lao động (the Fair Labor Standards Act) thiết lập quy định về mức lương tối thiểu của liên

bang cho người lao động theo giờ. Đạo luật Tiền lương Tối thiểu (Fair Minimum Wage Act) ban hành năm 2007, có hiệu lực từ tháng 7 năm 2009, quy định mức tiền công tối thiểu là 7,25 USD/giờ. Ngoài ra, nhiều tiểu bang có luật về mức lương tối thiểu riêng. Khi một người lao động là đối tượng ảnh hưởng bởi cả hai luật tiền lương tối thiểu của liên bang và tiểu bang, thì họ sẽ được nhận mức tiền lương tối thiểu cao hơn.

Các vụ bê bối của doanh nghiệp vào cuối những năm 1990 và đầu những năm 2000 góp phần thúc đẩy liên bang đưa ra các quy định đàn áp thẳng tay và gia tăng sự kiểm soát hoạt động của các doanh nghiệp thuộc sở hữu công.

Đạo luật Sarbanes-Oxley năm 2002 yêu cầu các công ty thuộc sở hữu công đăng ký với Ủy ban Chứng khoán và Sàn Giao dịch Hoa Kỳ (SEC) để kiểm soát các hồ sơ báo cáo tài chính. Việc này đã nâng cao các tiêu chuẩn tuân thủ, tuy làm gia tăng chi phí nhưng cũng đã góp phần cải thiện tính minh bạch trong báo cáo tài chính.

Xu hướng trong tương lai

Sự quan tâm của các nhà đầu tư nước ngoài đến việc thành lập một doanh nghiệp tại Hoa Kỳ dự kiến sẽ tiếp tục dù có các đề xuất thiết lập các hạn chế nhập khẩu và kiểm chế nhập khẩu tự nguyện và bắt chấp sự gia tăng các yêu cầu báo cáo.

Các tập đoàn đa quốc gia (MNCs) từ các nước đang phát triển (bao gồm cả Ấn Độ) đang nổi lên như là các nhà cung cấp lớn ở Hoa Kỳ và các thị trường toàn cầu. Nhiều công ty trong số các công ty này đang phát triển từ chỉ xuất khẩu sang Hoa Kỳ sang sản xuất ở quốc gia này nhằm thiết lập và bảo vệ quyền lợi tại các thị trường.

Chương 8: Các website và địa chỉ hữu ích

Các website hữu ích

- Bộ Thương mại - Department of Commerce: <http://www.commerce.gov/>
- Cơ quan Quản lý Phát triển Kinh tế - Economic Development Administration: <http://www.eda.gov/>
- Cơ quan Quản lý Thương mại Quốc tế - International Trade Administration: <http://trade.gov/index.asp>
- Đầu tư vào sáng kiến Hoa Kỳ - Invest in America Initiative: <http://trade.gov/investamerica/>
- Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm - Food and Drug Administration: <http://www.fda.gov/>
- Vụ quản lý quốc tịch và nhập cư - Citizenship and Immigration Services: <http://www.uscis.gov/>
- Bộ Lao động - Department of Labor : <http://www.dol.gov/>
- Bộ Ngoại giao - Department of State: <http://www.state.gov/>
- Thông tin Hoa Kỳ - InfoUSA: <http://usinfo.state.gov/usa/infousa/>
- Ủy ban Bình đẳng Lao động - Equal Employment Opportunity Commission: <http://www.eeoc.gov/>
- Ủy ban Chứng khoán và Sàn giao dịch - Securities and Exchange Commission: <http://www.sec.gov/>
- Business.gov - Business.gov : <http://www.business.gov/>
- Thế giới sách của CIA - CIA World Fact Book U.S: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

Các địa chỉ hữu ích:

- Đại sứ quán Hoa Kỳ tại Việt nam

Địa chỉ: 7 Láng Hạ, Hà nội



Tel : 024-3850 5000

Fax : 024-3850 5010

Đại sứ Hoa Kỳ tại Việt Nam: Ông Daniel J. Kritenbrink

- Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ

Địa chỉ: 1233, 20th St., NW, Suite 400, Washington D.C, 20036

Tel: 1-202- 861 0737

Fax: 1-202- 861 0917

Email: vietnamembassy@msn.com; info@vietnamembassy-usa.org

- Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ

Đại sứ Đặc mệnh Toàn quyền: Ông Hà Kim Ngọc

Địa chỉ: 1730 M St., Suite 501, NW, Washington D.C, 20036

Tel: 1-202- 463 9425

Fax: 1-202- 463 9439

Email: vinatrade@vietnam-ustrade.org

- Thương vụ Hoa Kỳ tại Việt Nam

- Văn phòng tại Hà Nội

Địa chỉ: Đại sứ quán Hoa Kỳ, Phòng Thương vụ

Cao ốc Rose Garden, tầng 3, 170 Ngọc khánh, Hà Nội. Tel: 024-3850-5199

Fax: 024-3850-5064

Email: Office.Hanoi@trade.gov

- Văn phòng tại TP.HCM

Địa chỉ: Lãnh sự quán Hoa Kỳ, phòng Thương vụ

Tòa nhà Diamond, lầu 8, 34 Lê Duẩn, Quận 1, TP.HCM. Tel: 028-3520 4680

Fax: 028-3520 4681

Email: Office.HoChiMinhCity@trade.gov

- Phái đoàn thường trực Việt Nam tại Liên Hiệp Quốc

Địa chỉ: 866 UN Plaza, Suite 435, New York, N.Y. 10017

Tel: 1-212- 644 0594

Fax: 1-212- 644 5732

Email: vietnamun@vnmission.com

- Hiệp hội doanh nghiệp Hoa Kỳ tại Hà Nội (Amcham Hanoi)

Giám đốc điều hành: Mr. Adam Sitkoff

Địa chỉ: InterContinental Hanoi Westlake

4Fl., No 5 Tu Hoa

1A Nghi Tam Street, Tay Ho District, Hanoi, Vietnam

Tel: 024.3934 2790

Fax: 024.3934 2787

Email: info@amchamhanoi.com

Website: www.amchamhanoi.com

- Hiệp hội doanh nghiệp Hoa Kỳ tại TP.HCM (Amcham Ho Chi Minh)

Giám đốc điều hành: Ms. Mary Tarnowka

Địa chỉ: Phòng 323, Khách sạn New World - 76 Lê Lai, Quận 1, TP.HCM

Tel: 028.3824 3562

Fax: 028.3824 3572

Email: contact@amchamvietnam.com

Website: www.amchamvietnam.com

Nguồn tài liệu tham khảo

Hồ sơ thị trường các nước của Cục Xúc tiến Bộ Công Thương:

- <http://www.vietrade.gov.vn/h-s-th-trng.html>.

- Trang web các bộ ngành Việt Nam: Bộ Kế hoạch và Đầu tư - www.mpi.gov.vn,
Tổng Cục Hải quan - <http://www.customs.gov.vn>, Bộ Công Thương -



www.moit.gov.vn, Bộ Ngoại giao - www.mofa.gov.vn, Tổng Cục Thống kê - www.gso.gov.vn.

- Trang web: www.export.gov.
- Trang web của Central Intelligence Agency (the World FactBook): www.cia.gov.
- Trang web của International Trade Centre (ITC): www.trademap.org.