



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

THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

Thành phố Hồ Chí Minh 2024

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường	5
1. Các thông tin cơ bản	5
2. Các ngành kinh tế mũi nhọn	24
3. Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản	25
Chương 2: Môi trường kinh tế và chính trị	35
1. Hệ thống chính trị	35
2. Kinh tế	40
3. Tranh chấp quốc tế	63
Chương 3: Kinh doanh hàng hóa và dịch vụ tại thị trường Hoa Kỳ	64
I. Thành lập doanh nghiệp - Các loại hình doanh nghiệp	64
Loại hình doanh nghiệp phù hợp với doanh nghiệp Việt Nam tại Hoa Kỳ	68
Quy trình thành lập công ty ở Hoa Kỳ	69
II. Lựa chọn kênh phân phối	73
III. Marketing	78
IV. Hội chợ thương mại	80
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	82
1. Quan hệ ngoại giao - chính trị với Việt Nam	82
2. Quan hệ thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ	85
3. Thương mại hai chiều Việt Nam-Hoa Kỳ giai đoạn 2019-2023	90
4. Những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam tại Hoa Kỳ	90
5. Đầu tư	104
6. Các khó khăn và thuận lợi	107
7. Dự báo kinh tế Hoa Kỳ năm 2024	109
8. Dữ liệu dự báo tham khảo kinh tế Hoa Kỳ đến năm 2027	114

Chương 5: Luật pháp xuất nhập khẩu - Quy định và tiêu chuẩn thương mại	132
1. Luật thương mại chung	132
2. Môi trường kinh doanh thương mại	132
3. Quy trình nhập khẩu	137
4. Chính sách thuế, thuế suất và phí	140
5. Xuất xứ hàng hóa	141
6. Luật sở hữu trí tuệ	143
7. Luật pháp môi trường	147
8. Luật chống độc quyền của Hoa Kỳ	151
Chương 6: Môi trường đầu tư - Lao động và việc làm	152
1. Mở cửa đầu tư nước ngoài của thị trường Hoa Kỳ	152
2. Lao động và việc làm	156
Thiết lập mối quan hệ với người lao động	156
Luật cơ hội việc làm bình đẳng	157
Tiền lương	157
Thất nghiệp	157
An sinh Xã hội	158
Bồi thường cho người lao động	158
Đầu tư nước ngoài tại Hoa Kỳ	159
Doanh nghiệp nước ngoài hoạt động tại Hoa Kỳ	160
Thu nhập không liên quan đến hoạt động thương mại và kinh doanh tại Hoa Kỳ	162
Cá nhân nước ngoài	163
Cá nhân không cư trú	163
Cá nhân cư trú	165
Thuế bất động sản	166
Thuế bán hàng (Sales Tax)	167
Cá nhân nước ngoài	168

Di sản	168
3. Luật chống tham nhũng	169
4. Luật chống rửa tiền	170
5. Kiện tụng/tranh chấp	171
6. Phá sản	171
Chương 7: Tập quán và văn hóa kinh doanh tại Hoa Kỳ	173
Một số nét cơ bản.....	173
Giao tiếp kinh doanh.....	177
Thông tin thường xuyên.....	183
Ăn ở và đi lại.....	183
Cho tiền phục vụ	187
Giờ làm việc và ngày nghỉ	188
Thực tiễn lãnh đạo	189
Chiến lược thâm nhập thị trường	190
Rào cản, rủi ro và thách thức	191
Chương 8: Các website và địa chỉ hữu ích	193



CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

1. 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

Joe Biden (Tổng thống thứ 46, nhậm chức ngày 20/01/2021). 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 hoà 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 Toà 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 nở 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 hơn 339 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

Chính sách đối ngoại thời chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden trong hơn ba năm qua: Sau hơn ba năm cầm quyền kể từ tháng 01/2021, mặc dù còn tiếp tục đối mặt với nhiều thách thức, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đang từng bước hiện thực hóa cam kết đưa ra trong tranh cử, định hình khung chính sách đối ngoại tổng thể, trong đó ưu tiên khôi phục quan hệ với các đồng minh, đối tác, xử lý hiệu quả quan hệ với các đối thủ chiến lược, tái can dự trong các vấn đề toàn cầu, qua đó khôi phục vị thế và ảnh hưởng quốc tế.

Tổng thống Mỹ Joe Biden nhậm chức vào một thời điểm rất khác biệt khi nước Mỹ đối mặt với không ít khó khăn, thách thức. Ở trong nước, chính trị nội bộ Mỹ mâu thuẫn và chia rẽ sâu sắc sau cuộc bạo loạn xảy ra ở tòa nhà Quốc hội vào ngày 6/01/2021. Bên cạnh đó, dịch bệnh COVID-19 tiếp tục kéo dài và diễn biến phức tạp, tác động đến mọi mặt đời sống của nước Mỹ. Ở ngoài nước, mặc dù vẫn là siêu cường số một thế giới với sức mạnh vượt trội song khoảng cách sức mạnh của Mỹ so với Trung Quốc đang tiếp tục bị thu hẹp. Nhiều lợi ích chiến lược của Mỹ đang bị thách thức. Hệ thống đồng minh, đối tác có sự rạn nứt nhất định sau nhiệm kỳ của chính quyền Tổng thống Mỹ Donald Trump khiến các nỗ lực của Mỹ trong xử lý những vấn đề toàn cầu gặp nhiều khó khăn. Trong bối cảnh trên, Tổng thống Mỹ Joe Biden đã xác định Mỹ cần có sự điều chỉnh về tư duy, phương châm và hành động trong triển khai chính sách đối ngoại.

Với sự chuyển hướng trong nhiệm kỳ của mình, nội dung 8 ưu tiên trong chính sách đối ngoại dưới thời Tổng thống Biden bao gồm:

1. Kiểm soát đại dịch COVID-19 và củng cố an ninh y tế toàn cầu
2. Đảo ngược cuộc khủng hoảng kinh tế và xây dựng một nền kinh tế toàn cầu bao trùm và ổn định hơn
3. Củng cố dân chủ
4. Xây dựng một hệ thống di trú hiệu quả và nhân đạo
5. Hàn gắn mối quan hệ với các đồng minh và đối tác
6. Ứng phó với cuộc khủng hoảng khí hậu và thúc đẩy một cuộc cách mạng năng lượng xanh
7. Đảm bảo sự lãnh đạo của Mỹ trong lĩnh vực công nghệ
8. Giải quyết mối quan hệ với Trung Quốc, phép thử địa chính trị lớn nhất thế kỷ XXI.

Quyết tâm định hình chính sách đối ngoại tổng thể

Từ đầu nhiệm kỳ, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đã tập trung rà soát, tham vấn đồng minh, đối tác nhằm đề ra chính sách đối ngoại tổng thể. Việc đưa ra nhiều phát biểu, văn bản chính sách, đặc biệt sớm công bố Tài liệu định hướng chiến lược tạm thời (tháng 3/2021) đã dần xác định những nội dung chính trong chính sách đối ngoại của Mỹ.

Về chủ thuyết, chính sách đối ngoại của chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden xây dựng trên nền tảng chủ nghĩa tự do và cương lĩnh của Đảng Dân chủ với những nội hàm truyền thống, như tăng cường hiện diện ngoại giao, thúc đẩy can dự đa phương, vai trò của Mỹ, huy động sức mạnh tập thể từ hệ thống đồng minh, đối tác, với phương châm “đưa nước Mỹ trở lại”.

Về mục tiêu, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden xác định ba mục tiêu đối ngoại lớn, đó là: 1. Đưa Mỹ trở lại vị thế chi phối và vai trò lãnh đạo thế giới, ngăn chặn, đối phó với thách thức gia tăng từ các đối thủ chiến lược và các thách thức an ninh khác; 2. Khôi phục và củng cố hệ thống đồng minh, đối tác; 3. Định hình trật tự thế giới mới dựa trên các nguyên tắc, chuẩn mực, giá trị chung. Phần lớn các gói cứu trợ, dự luật được Quốc hội Mỹ giới thiệu cũng khẳng định các mục tiêu trên. Sự đồng thuận cao trong nội bộ, nhất là từ Quốc hội Mỹ, góp phần bảo đảm tính xuyên suốt, ổn định và tạo điều kiện thuận lợi để chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden triển khai các mục tiêu đối ngoại. Trên cơ sở đó, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đã xác định các ưu tiên đối ngoại cụ thể gắn liền với các mục tiêu đối nội của Mỹ.

Về cách thức triển khai, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden, một mặt, kế thừa chọn lọc, tận dụng lợi thế, hiệu quả từ cách tiếp cận thực dụng của chính quyền Tổng thống Mỹ Donald Trump; mặt khác, có những điều chỉnh về cách thức và biện pháp theo những ưu tiên mới. Một là, xử lý thách thức từ “vị thế sức mạnh”, kết hợp sức mạnh tổng hợp và sức mạnh tập thể từ mạng lưới đồng minh, đối tác. Hai là, đề cao vai trò lãnh đạo của Mỹ, các yếu tố chiến lược, tái can dự và phát huy vai trò dẫn dắt của Mỹ tại các cơ chế đa phương. Ba là, đưa ngoại giao trở thành công cụ tiên phong, vẫn cân nhắc biện pháp quân sự song chỉ là phương án cuối cùng, kiểm điểm sự hiện diện toàn cầu, điều chỉnh theo các ưu tiên an ninh đối ngoại mới. Bốn là, thúc đẩy “chính sách đối ngoại vì tầng lớp trung lưu”, nhấn mạnh thương mại công bằng, tạo việc làm cho người lao động Mỹ và mua hàng Mỹ. Năm là, đề cao việc “lãnh đạo qua nêu gương”, bảo đảm hệ giá trị, dân chủ - nhân quyền song kết hợp hài hòa với các mục tiêu chiến lược khác của Mỹ.

Triển khai toàn diện các trụ cột

Về kinh tế - thương mại, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden tăng cường can dự đa phương song song với việc bảo vệ quyền lợi của người lao động Mỹ ở trong nước, đưa

ra khẩu hiệu “xây dựng lại tốt đẹp hơn” và chính sách đối ngoại vì tầng lớp trung lưu. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden thể hiện cách tiếp cận mềm mỏng hơn, loại bỏ yêu cầu “có đi, có lại”, song vẫn kế thừa xu hướng thực dụng, ưu tiên lợi ích của Mỹ từ thời kỳ của Tổng thống Mỹ Donald Trump, cụ thể là: 1. Đưa các chuỗi cung ứng, sản xuất của Mỹ ở nước ngoài trở lại Mỹ thông qua chính sách siết chặt thuế và ưu tiên chuyển giao công nghệ; 2. Duy trì hàng rào thuế quan với các đối tác thương mại có thặng dư lớn với Mỹ, kể cả với các đồng minh, đối tác; 3. củng cố vị thế, vai trò lãnh đạo của Mỹ trong các cơ chế hợp tác kinh tế đa phương, như Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng Thế giới (WB)...; 4. Đưa ra một số sáng kiến kinh tế mới nhằm gia tăng kết nối kinh tế liên khu vực, lấy Mỹ làm trung tâm và cạnh tranh với các sáng kiến của Trung Quốc.

An ninh - quốc phòng tuy không phải biện pháp ưu tiên song tiếp tục là công cụ quan trọng nhằm nâng cao sức mạnh tổng hợp quốc gia của Mỹ. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đưa ra chủ trương “răn đe tích hợp”, ưu tiên củng cố sức mạnh quốc phòng, hiện đại hóa hệ thống vũ khí, đồng thời tăng cường phối hợp với đồng minh nhằm nâng cao năng lực răn đe và phục vụ cạnh tranh chiến lược. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden cho thấy chủ trương dồn nguồn lực từ chống khủng bố sang cạnh tranh chiến lược và xử lý các vấn đề toàn cầu, thể hiện qua kế hoạch rút quân đội khỏi Afghanistan, hủy bỏ quyết định rút quân đội tại Đức của chính quyền tiền nhiệm, chú trọng đầu tư quốc phòng, trong vấn đề biến đổi khí hậu và năng lượng sạch. Bản báo cáo đánh giá bố trí quân sự của Mỹ do Bộ Quốc phòng Mỹ công bố (tháng 11/2021) khẳng định, khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương là ưu tiên hàng đầu và “sẽ ngăn chặn các hành động gây hấn của Trung Quốc”. Tổng thống Mỹ Joe Biden đã ban hành Đạo luật Ngân sách quốc phòng năm tài khóa 2022 (tháng 12/2021) với tổng trị giá 770 tỷ USD (tăng 5% so với năm tài khóa 2021), trong đó ưu tiên xử lý những thách thức từ các đối thủ chiến lược là Trung Quốc và Nga.

Dân chủ - nhân quyền tiếp tục là trụ cột quan trọng trong chính sách đối ngoại. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden thúc đẩy hệ giá trị phương Tây về tự do, dân chủ, phối hợp với đồng minh; tăng cường can dự tại các cơ chế đa phương; lần đầu tiên tổ chức Hội nghị thượng đỉnh vì dân chủ (tháng 12/2021) và gây sức ép trong một số quan hệ song phương. Tuy nhiên, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden cũng thể hiện chủ trương thực dụng, một mặt, gia tăng sức ép đối với các đối thủ và quốc gia

mà Mỹ cho rằng có vấn đề về nhân quyền; mặt khác, cũng cân nhắc lợi ích chiến lược, xử lý có chừng mực với các đồng minh, đối tác quan trọng khác.

Về các vấn đề toàn cầu, khác với thời kỳ của Tổng thống Mỹ Donald Trump, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden điều chỉnh theo hướng coi trọng, tái can dự và thể hiện vai trò dẫn dắt. Mỹ thúc đẩy hợp tác quốc tế trong ứng phó với dịch bệnh COVID-19, tích cực thúc đẩy chiến lược “ngoại giao vaccine”, là nước đóng góp lớn nhất cho cơ chế chia sẻ vaccine COVAX, cam kết viện trợ 20 tỷ USD, 1,1 tỷ liều vaccine thông qua cơ chế COVAX đến giữa năm 2022. Vấn đề biến đổi khí hậu và năng lượng sạch được ưu tiên hàng đầu trong hợp tác của Mỹ với các đồng minh, đối tác và cả những “đối thủ”, như Trung Quốc, Nga. Kiểm soát vũ khí hạt nhân tiếp tục là vấn đề toàn cầu ưu tiên của chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden. Mỹ tích cực thúc đẩy một thỏa thuận toàn diện và lâu dài hơn trong vấn đề hạt nhân Iran và mục tiêu phi hạt nhân hóa trên bán đảo Triều Tiên, đồng thời thúc đẩy hợp tác với cả Nga và Trung Quốc trong nỗ lực ngăn chặn phổ biến vũ khí hạt nhân trên toàn thế giới.

Ưu tiên khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương

Mỹ giảm can dự tại khu vực Trung Đông và coi Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương là khu vực ưu tiên hàng đầu trong chiến lược toàn cầu. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden chính thức công bố Chiến lược Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (tháng 2/2022) trên cơ sở kế thừa nhiều thành tố trong Chiến lược Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương tự do và rộng mở của chính quyền tiền nhiệm, tập trung mục tiêu khôi phục vai trò lãnh đạo và xử lý các thách thức đến từ Trung Quốc, song điều chỉnh cách tiếp cận và ưu tiên theo hướng linh hoạt, toàn diện hơn, chú trọng củng cố quan hệ với đồng minh, đối tác và quan tâm hơn về quan điểm, lợi ích của các nước.

Chính sách Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương của Mỹ có một số đặc điểm: Thứ nhất, tập trung củng cố và thúc đẩy quan hệ với các đồng minh (Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia, Philippines, Thái Lan) và một số đối tác quan trọng (Ấn Độ, Singapore, Indonesia,...); thúc đẩy các chuyến thăm và tiếp xúc cấp cao với khu vực. Thứ hai, tích cực can dự thông qua các cơ chế khu vực, hay hợp tác ba bên, bốn bên linh hoạt, thiết lập cơ chế mới, như Quan hệ đối tác về an ninh Mỹ - Anh - Australia (AUKUS) và nâng cấp hợp Nhóm “Bộ tứ” lên cấp thượng đỉnh. Thứ ba, tiếp tục coi trọng và thúc đẩy hợp tác với Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), nổi lại tham dự cấp cao khôn

khổ ASEAN - Mỹ, Hội nghị Cấp cao Đông Á (EAS); tiếp tục coi trọng vai trò trung tâm của ASEAN, ủng hộ tài liệu Quan điểm của ASEAN về Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (AOIP), đưa ra các sáng kiến mới thúc đẩy hợp tác với khu vực và đã tổ chức thành công Hội nghị cấp cao đặc biệt Mỹ - ASEAN tại Mỹ trong 2 ngày 12 và 13/5/2022. Thứ tư, thúc đẩy thiết lập khuôn khổ kinh tế khu vực mới, dự kiến khởi động tham vấn chính thức với các nước về nội hàm trong đầu năm 2022, tập trung vào kinh tế số, công nghệ số, ổn định chuỗi cung ứng, kết cấu hạ tầng kèm theo yêu cầu cao về lao động. Thứ năm, duy trì quan tâm vấn đề Biển Đông trên cả ba trụ cột ngoại giao, pháp lý, hiện diện quân sự, đồng thời coi trọng hơn sự can dự của đồng minh, đối tác, cam kết đứng về các nước trước các hành động cưỡng ép. Thứ sáu, ngày càng coi trọng hợp tác Tiểu vùng MêKông, tăng cường thúc đẩy quan hệ đối tác Mỹ - MêKông (MUSP). Thứ bảy, triển khai mạnh mẽ và đưa ra nhiều cam kết cụ thể cung cấp “hàng hóa công” cho khu vực, nhất là trong vấn đề phòng, chống dịch bệnh, y tế, ứng phó với biến đổi khí hậu. Tại Hội nghị cấp cao Mỹ - ASEAN (ngày 26/10/2021), Mỹ công bố các sáng kiến trị giá 102 triệu USD, mở rộng hợp tác với ASEAN về y tế, khí hậu, kinh tế, giáo dục. Mới đây nhất, tại Hội nghị cấp cao đặc biệt Mỹ - ASEAN (tháng 5/2022), Mỹ công bố gói hỗ trợ 150 triệu USD cho các sáng kiến hỗ trợ về an ninh hàng hải và năng lượng sạch tại khu vực Đông Nam Á. Đến nay, Mỹ đã viện trợ 40 triệu liều vaccine phòng ngừa dịch bệnh COVID-19 và 200 triệu USD cho các nước ASEAN.

Củng cố hệ thống đồng minh, đối tác, đối thủ

Hệ thống đồng minh, đối tác được chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden chú trọng củng cố, tăng cường phối hợp bảo vệ các giá trị, trật tự dựa trên luật pháp, xử lý các vấn đề toàn cầu và thách thức từ các đối thủ. Mặc dù tiếp tục kêu gọi đồng minh và đối tác tăng cường chia sẻ trách nhiệm, song chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden thể hiện sự coi trọng hơn vai trò, tranh thủ sự phối hợp của các nước, đề cao yếu tố chuỗi, phân công lao động nhằm khai thác thế mạnh của các nước thành viên và tối ưu hóa hiệu quả hợp tác trên nhiều lĩnh vực. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden tăng cường phối hợp với các nước tại các cơ chế đa phương, như Nhóm các nền công nghiệp phát triển hàng đầu thế giới (G-7), Tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO), Liên minh châu Âu (EU) và các cơ chế tại khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương; đồng thời, đẩy mạnh hợp tác với Nhóm “Bộ tứ”. Mỹ cùng các nước Nhóm G-7 đưa ra sáng kiến “Xây dựng lại thế giới tốt đẹp hơn” (B3W), thúc đẩy sáng

kiến tương lai Mỹ - ASEAN về đổi mới sáng tạo, thành lập Hội đồng công nghệ và thương mại Mỹ - EU. Chính quyền Tổng thống Mỹ G. Bai-đơn duy trì tập trận chung với các đồng minh; cùng đồng minh NATO triển khai lực lượng quân đội đến các nước thành viên Đông Âu trong bối cảnh căng thẳng giữa Nga và Ukraine; thiết lập căn cứ quân sự mới tại Micronesia; thành lập Lực lượng đặc nhiệm hải quân ở Tây Thái Bình Dương; tăng hiện diện quân sự ở Biển Đông, biển Hoa Đông, eo biển Đài Loan (Trung Quốc); vận động các nước tham gia “Tuyên bố các nguyên tắc biển tại Tây Thái Bình Dương”.

Định hình nguyên tắc chung trong xử lý quan hệ với các đối thủ chiến lược. Cạnh tranh với Trung Quốc tiếp tục là ưu tiên hàng đầu trong chính sách đối ngoại của Mỹ.

Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden xác định Trung Quốc là đối thủ chiến lược lớn và toàn diện về dài hạn, có khả năng thách thức Mỹ trên mọi mặt trận, đề ra chủ trương “cạnh tranh khi cần thiết, hợp tác khi có thể và đối đầu khi bắt buộc” dựa trên ba trụ cột là củng cố sức mạnh Mỹ, đẩy mạnh tham vấn với đồng minh, đối tác và phát huy vai trò tại các thể chế quốc tế. Xử lý thách thức Trung Quốc luôn là nội dung nổi bật trong trao đổi song phương và các hội nghị đa phương của Mỹ với đồng minh, đối tác. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden duy trì cấm vận về kinh tế, công nghệ, thúc đẩy việc sắp xếp lại các chuỗi cung ứng nhằm giảm phụ thuộc vào Trung Quốc; gây sức ép mạnh với Trung Quốc về vấn đề Tân Cương, Hồng Kông, Tây Tạng,... Đối với Nga, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden xác định Nga là đối thủ chiến lược và đe dọa trực tiếp về an ninh, song thể hiện nhu cầu đưa quan hệ vào quỹ đạo ổn định, đưa ra chủ trương thúc đẩy quan hệ “ổn định và có thể dự đoán”. Mỹ duy trì chính sách cứng rắn trong các vấn đề dân chủ, nhân quyền, an ninh mạng đối với Nga.

Mặc dù xác định cạnh tranh chiến lược với Trung Quốc và Nga là xu thế chủ đạo, song chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden duy trì các kênh đối thoại cấp cao, vừa rắn đe, vừa ngăn khả năng đối đầu, xung đột. Đối với Trung Quốc, Mỹ công khai khẳng định không tham gia một cuộc “Chiến tranh lạnh mới”, đề ra chủ trương “cạnh tranh có trách nhiệm”, định hình khuôn khổ quản lý, xử lý quan ngại trên những vấn đề vướng mắc. Mỹ thúc đẩy hợp tác với Trung Quốc trong vấn đề biến đổi khí hậu, cử nhiều đoàn quan chức cấp cao đi Trung Quốc và hai bên đã có Tuyên bố chung về vấn đề này. Đối với Nga, Tổng thống Mỹ Joe Biden đã cùng Tổng thống Nga Vladimir

Vladimirovich Putin gia hạn Hiệp ước cắt giảm vũ khí chiến lược (START) mới đến năm 2026, tổ chức ba vòng đàm phán ổn định chiến lược trong lĩnh vực kiểm soát vũ khí hạt nhân, đóng góp tích cực vào nỗ lực ngăn chặn sử dụng và phổ biến vũ khí hạt nhân trên thế giới. Tuy vậy, từ khi Nga mở “chiến dịch quân sự đặc biệt” tại Ukraine (24/02/2022), cạnh tranh Mỹ - Nga càng bộc lộ tính quyết liệt hơn. Mỹ và đồng minh mở “cuộc chiến” trừng phạt, cấm vận “chưa từng có” đối với Nga và liên tục đưa ra các gói viện trợ kinh tế, quân sự quy mô lớn cho Ukraine với mục tiêu làm suy yếu Nga. Do đó, hiện hai nước đã tạm dừng đối thoại về vấn đề này.

Quay trở lại các cơ chế hợp tác đa phương. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden điều chỉnh theo hướng tái can dự, đưa Mỹ tham gia trở lại một số cơ chế đa phương quan trọng mà chính quyền tiền nhiệm đã rút khỏi, như Hiệp định Paris về biến đổi khí hậu (COP-21), Hội đồng Nhân quyền Liên hợp quốc (UNHRC), WHO, tái thiết lập Thỏa thuận hạt nhân Iran (JCPOA) với sự tham gia của Mỹ. Năm 2021 cũng là năm ghi dấu sự thể hiện của Mỹ trong các cơ chế đa phương trên nhiều lĩnh vực. Tổng thống Mỹ Joe Biden đã tham dự nhiều hội nghị, như Hội nghị An ninh Munich; Hội nghị thượng đỉnh Nhóm G-7, Nhóm các nền kinh tế phát triển và mới nổi hàng đầu thế giới (G-20), Nhóm “Bộ tứ”, NATO, Mỹ - ASEAN... Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden cũng chủ động đưa ra các sáng kiến và thúc đẩy hợp tác trong các cơ chế, khuôn khổ đa phương mới; tổ chức Hội nghị thượng đỉnh khí hậu (tháng 4/2021), Hội nghị Thượng đỉnh COVID-19 toàn cầu lần thứ nhất (tháng 9/2021) và lần thứ hai (tháng 5/2022)...

Một số kết quả bước đầu

Trong năm đầu tiên của nhiệm kỳ, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đã triển khai hệ thống các cam kết về đối ngoại và bước đầu tạo ra chuyển biến tích cực.

Thứ nhất, quá trình rà soát và định hình chính sách đối ngoại trên từng lĩnh vực, vấn đề cụ thể cơ bản đã hoàn thiện, nhiều khả năng chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden sẽ sớm công bố chiến lược tổng thể (Chiến lược an ninh quốc gia, Chiến lược đối với khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương) vào đầu năm 2022. Như vậy, trong quá trình triển khai, sẽ góp phần giảm tính khó dự đoán, bất định, tạo thuận lợi cho hoạt động đối ngoại của Mỹ trên toàn thế giới.

Thứ hai, quan hệ với các đồng minh, đối tác tại hai địa bàn trọng yếu là châu Âu và Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương được cải thiện và củng cố, giúp nâng mức độ gắn kết,

khôi phục lòng tin của các nước. Những vấn đề khó khăn, như chia sẻ chi phí quốc phòng, khác biệt thương mại dần được giải quyết thông qua tham vấn, đối thoại. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đưa ra nhiều văn bản, tuyên bố chung, sáng kiến và thỏa thuận hợp tác mới trên nhiều lĩnh vực; tranh thủ và huy động sự tham gia của các nước đồng minh, đối tác trong xử lý các vấn đề toàn cầu, cũng như trong đối phó những thách thức đến từ các đối thủ chiến lược; công khai khẳng định không ép các nước phải “chọn bên”, qua đó tranh thủ sự ủng hộ của các nước.

Thứ ba, Mỹ nhận diện rõ hơn, xác định cấp độ và phạm vi thách thức với từng đối thủ chiến lược, bước đầu định hình nguyên tắc, khuôn khổ quản lý quan hệ với Trung Quốc và Nga. Điểm mới là chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đã thiết lập được các cơ chế trao đổi cấp cao để giải quyết các vấn đề cùng quan tâm, qua đó hạn chế khả năng xảy ra xung đột. Dù mặt cộ xát gia tăng, nhưng quan hệ về cơ bản vẫn trong trạng thái được kiểm soát do đan xen lợi ích và các bên đều có nhu cầu quản lý cạnh tranh, duy trì đối thoại.

Thứ tư, hình ảnh và vị thế quốc tế của Mỹ được cải thiện, vai trò can dự trên toàn cầu, đặc biệt tại các diễn đàn đa phương và khu vực, được khôi phục. Những nỗ lực của chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden trong quá trình xử lý các vấn đề toàn cầu, nhất là thành công trong chính sách “ngoại giao vaccine”, bước đầu thể hiện vai trò của Mỹ trong ứng phó với biến đổi khí hậu, kiểm soát vũ khí hạt nhân được cho là đã góp phần nâng cao uy tín và hình ảnh của Mỹ. Sự hưởng ứng và phối hợp triển khai của các đồng minh, đối tác chủ chốt với các sáng kiến do Mỹ đề xuất và dẫn dắt là một trong những minh chứng rõ nét về những kết quả bước đầu trong triển khai chính sách đối ngoại của chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden.

Tuy nhiên, nhiều chuyên gia cho rằng, trong quá trình triển khai chính sách đối ngoại, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Cách tiếp cận mang tính thử nghiệm trước sau làm giảm đáng kể sự linh hoạt trong quá trình triển khai các hoạt động đối ngoại, khiến một số nước quan ngại về mức độ cam kết của Mỹ. Các đồng minh, đối tác mặc dù hưởng ứng vai trò tập hợp lực lượng của Mỹ song vẫn quan ngại về sự ổn định chính sách dưới thời các tổng thống Mỹ và luôn phải cân nhắc lợi ích trong hợp tác với Trung Quốc, nhất là nhu cầu tranh thủ vai trò không thể thay thế của thị trường Trung Quốc. Bên cạnh đó, việc chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden

chú trọng thúc đẩy các giá trị Mỹ, gắn viện trợ và đầu tư với điều kiện về dân chủ - nhân quyền khiến các nước thận trọng hơn trong quá trình hợp tác với Mỹ. Các sáng kiến thúc đẩy hợp tác kinh tế của Mỹ với khu vực đa phần dừng lại ở tuyên bố, cam kết, chưa có nhiều dự án cụ thể và tạo bước tiến triển thực chất. Khung hợp tác kinh tế khu vực đã manh nha song chưa rõ về hình thức, cam kết tài chính và nội hàm triển khai cụ thể. Một số quan chức cấp cao của Mỹ cũng thừa nhận Mỹ khó sớm quay trở lại Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Bên cạnh đó, những sự cố xảy ra trong tương lai, đe dọa trực tiếp đến an ninh, an toàn của Mỹ và các đồng minh, như các cuộc tấn công từ lực lượng khủng bố tại Afghanistan sau khi Mỹ rút quân đội tại đây; cuộc xung đột Nga - Ukraine, có thể ảnh hưởng đến việc triển khai các ưu tiên đối ngoại khác của Mỹ trên toàn thế giới.

Thời gian tới, chính sách đối ngoại của Mỹ được dự báo sẽ tiếp tục khung chính sách đã được định hình, đồng thời có thể được điều chỉnh dựa trên những thay đổi về thế và lực của Mỹ, phản ứng của các nước cũng như những mục tiêu trong nội bộ Mỹ, nhất là những diễn biến liên quan đến cuộc bầu cử giữa kỳ vào cuối năm 2022. Việc Đảng Dân chủ đang gặp nhiều khó khăn và có thể không duy trì được thế đa số tại Quốc hội Mỹ sẽ tác động lớn đến các bước triển khai chính sách đối ngoại của chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden.

Với khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden được cho là sẽ tiếp tục dành nhiều nguồn lực củng cố vị thế trong khu vực, đồng thời cạnh tranh ảnh hưởng với đối thủ chiến lược lớn nhất là Trung Quốc. Mỹ sẽ tăng cường quan hệ với các nước, đẩy mạnh can dự toàn diện với khu vực, trong đó coi trọng các cơ chế khu vực, nhất là ASEAN, trong quá trình xử lý các vấn đề khu vực, sớm định hình khuôn khổ kinh tế với khu vực nhằm khai thác tiềm năng hợp tác kinh tế - thương mại vốn còn hạn chế và cạnh tranh với các cơ chế do Trung Quốc dẫn dắt; tăng cường cung cấp nhiều lựa chọn về hàng hóa công với tiêu chí an toàn, hiệu quả, không có điều kiện ràng buộc nhằm tạo khác biệt với mô hình của Trung Quốc. Bên cạnh đó, Mỹ cũng thúc đẩy các tập hợp lực lượng theo các cơ chế nhóm với các nội dung hợp tác thực chất trên cơ sở hài hòa lợi ích giữa các nước thành viên và nhu cầu cấp bách của khu vực.

Trong quan hệ với Trung Quốc, tuy cạnh tranh tiếp tục là xu thế chủ đạo, song chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden sẽ chủ động quản lý cạnh tranh, tránh đối đầu, xung đột; hạn chế các phát ngôn hay thông điệp chỉ trích trực diện Trung Quốc, thay vào đó thúc đẩy các nỗ lực cạnh tranh gián tiếp theo hướng cạnh tranh về mô hình quản trị, phát triển và cung cấp hàng hóa công. Theo lĩnh vực, Mỹ sẽ duy trì quan điểm cứng rắn về các vấn đề công nghệ, quốc phòng, tăng cường phối hợp với đồng minh để “răn đe Trung Quốc”, ngăn chặn khả năng Trung Quốc gia tăng ảnh hưởng tại các tổ chức quốc tế, các cơ chế đa phương...

Với Nga, triển vọng quan hệ Mỹ - Nga được dự báo sẽ gặp nhiều khó khăn do bất đồng của hai nước liên quan đến vấn đề Ukraine. Chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden, một mặt, sẽ tiếp tục gia tăng sức ép toàn diện, gây thiệt hại và cô lập Nga trên trường quốc tế; mặt khác, vẫn đề ngỏ khả năng đối thoại, hợp tác trong các lĩnh vực mà hai bên chia sẻ lợi ích và ngăn chặn khả năng xảy ra xung đột, đối đầu trực tiếp.

Với đồng minh, đối tác chủ chốt, một mặt, Mỹ sẽ củng cố hơn nữa quan hệ; thúc đẩy các đồng minh, đối tác phối hợp chặt chẽ về lập trường và hành động trong xử lý các vấn đề cùng quan tâm, nhất là trong xử lý quan hệ với Trung Quốc và Nga; mặt khác, Mỹ vẫn quan tâm giải quyết các vướng mắc trong quan hệ với đồng minh, đối tác nhưng xử lý theo hướng khéo léo, tiếp tục ưu tiên tham vấn và đối thoại để tránh ảnh hưởng tới tổng thể quan hệ.

Về hợp tác đa phương, Mỹ sẽ đẩy mạnh hơn hình ảnh “siêu cường có trách nhiệm” với việc tiếp tục triển khai chiến lược “ngoại giao vaccine”, nhấn mạnh tầm quan trọng hợp tác ứng phó với một đại dịch tương tự trong tương lai, thúc đẩy ứng phó với biến đổi khí hậu. Vấn đề dân chủ - nhân quyền tiếp tục được Mỹ sử dụng để tập hợp các nước chia sẻ các giá trị phương Tây song nhiều khả năng sẽ không phải là điều kiện tiên quyết trong hợp tác với Mỹ.

Với các “điểm nóng”, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden nhấn mạnh: 1. Ủng hộ giải quyết các tranh chấp lãnh thổ, các vấn đề khác biệt bằng biện pháp hòa bình, thúc đẩy đàm phán và xử lý tranh chấp thông qua con đường ngoại giao; 2. Thúc đẩy phối hợp với đồng minh, đối tác chia sẻ trách nhiệm, đề nghị các nước cùng tham gia gây sức ép chung với các bên; chủ yếu sử dụng các công cụ ngoại giao và trừng phạt về kinh tế trong trường hợp các nước đối thủ có động thái làm phức tạp tình hình; 3. Duy trì sự ủng

hộ trên mặt trận chính trị - ngoại giao và cung cấp viện trợ nhằm nâng cao năng lực cho các nước đồng minh, đối tác nhằm ứng phó với diễn biến phức tạp của tình hình.

Có thể thấy, trong năm đầu nhiệm kỳ chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden đạt được một số dấu ấn tích cực. Tuy nhiên, trong bối cảnh một loạt thách thức cũ và mới đan xen, khi uy tín của Tổng thống Mỹ Joe Biden đang ở mức thấp, các cường quốc cạnh tranh đều tích cực củng cố vị thế, từng bước bắt kịp Mỹ trong một số lĩnh vực, giới phân tích cho rằng, chính quyền Tổng thống Mỹ Joe Biden còn không ít việc cần làm trong thời gian còn lại của nhiệm kỳ để có thể hiện thực hóa sứ mệnh “xây dựng lại nước Mỹ tốt hơn”.

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
- Thềm 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 cằn 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, photphát, 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 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, Biến đổi 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, Gỡ nhiệt đới 83, Gỡ 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: 345.426.571 (2024).

Cơ cấu tuổi (ước tính năm 2024):

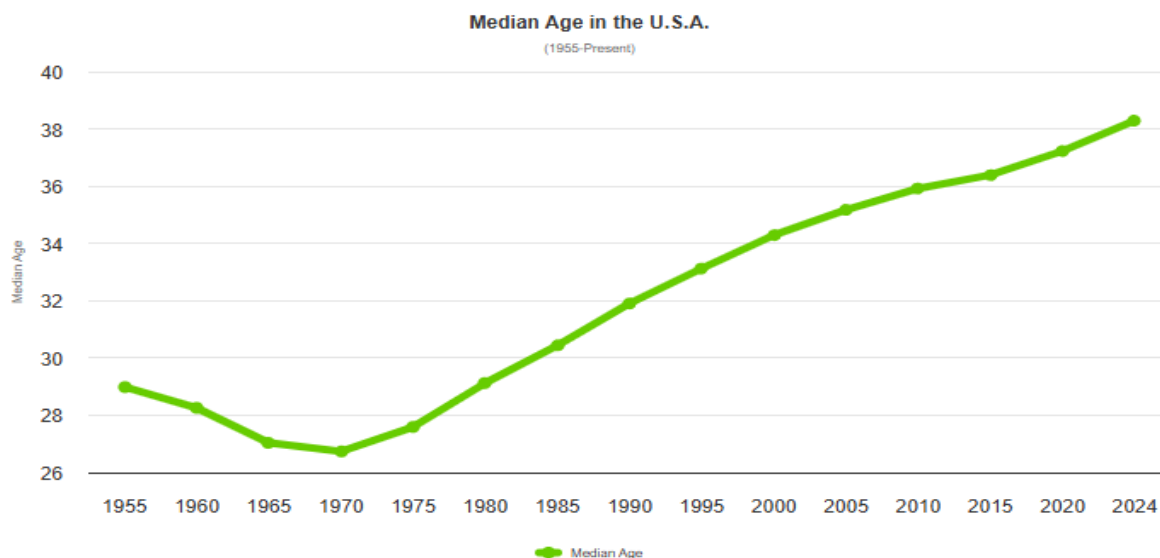
0-14 tuổi: 18,1% (nam 31.618.532/nữ 30.254.223)

15-64 tuổi: 63,4% (nam 108.553.822/nữ 108.182.491)

Từ 65 tuổi trở lên: 18,5% (nam 28.426.426/nữ 34.927.914)

Tuổi trung bình (ước tính năm 2024): 38,3 tuổi

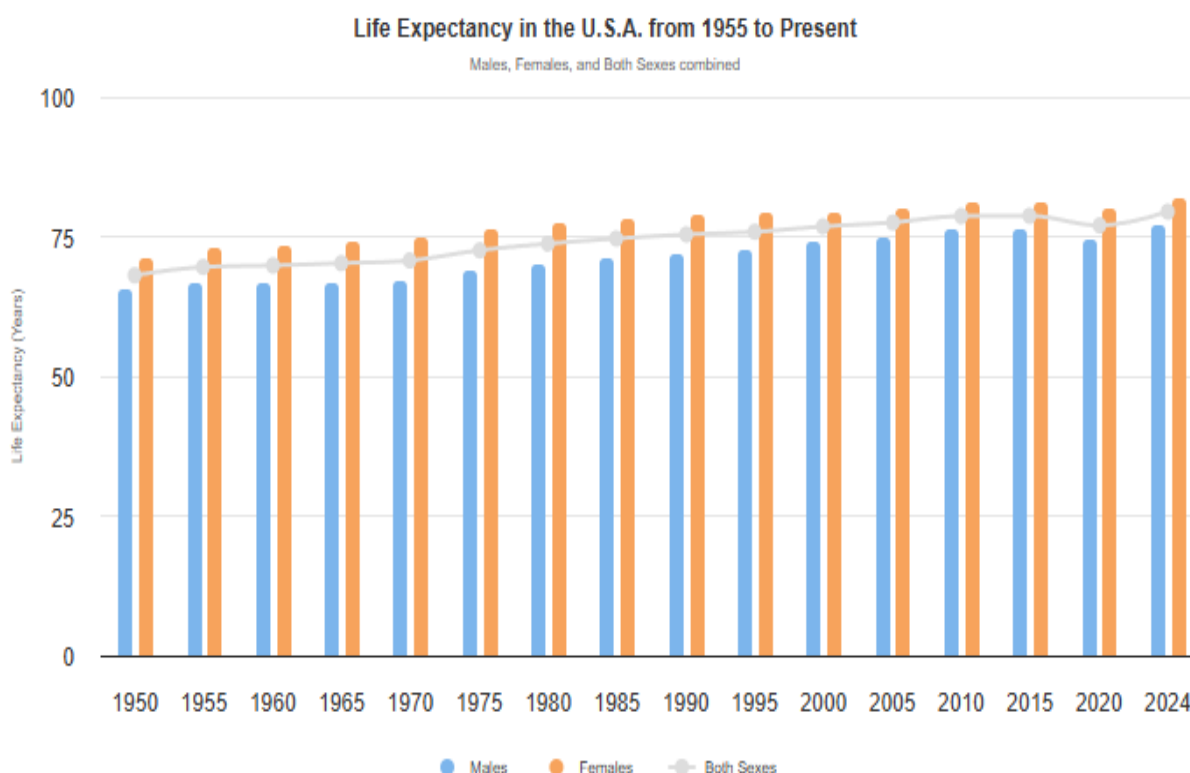
The **median age** in the United States is **38.3 years** (2024).



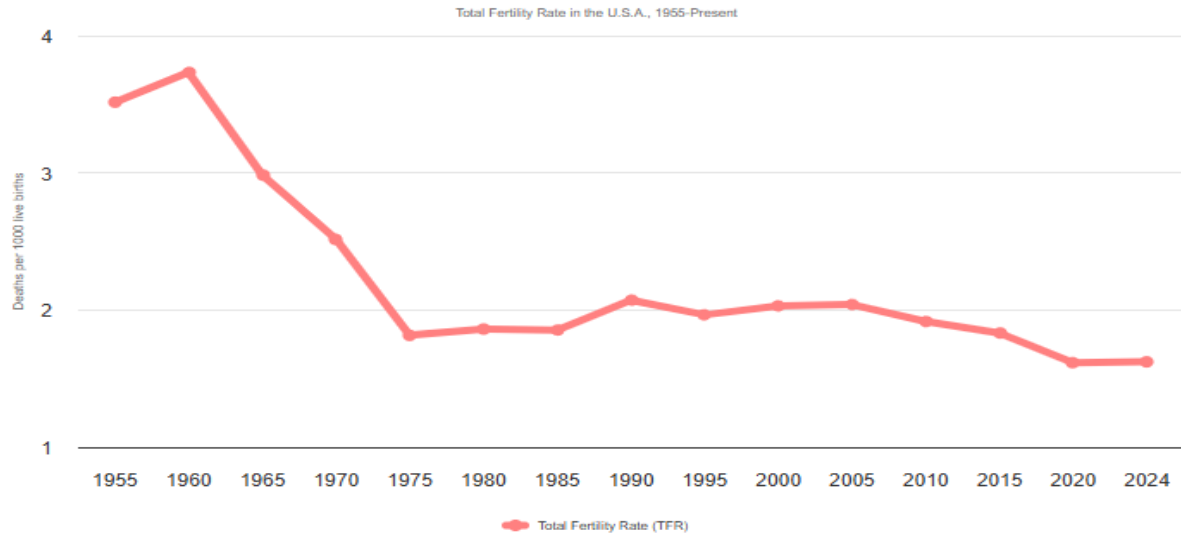
Tuổi thọ (ước tính 2024): 79,5 tuổi

Nam: 77 tuổi

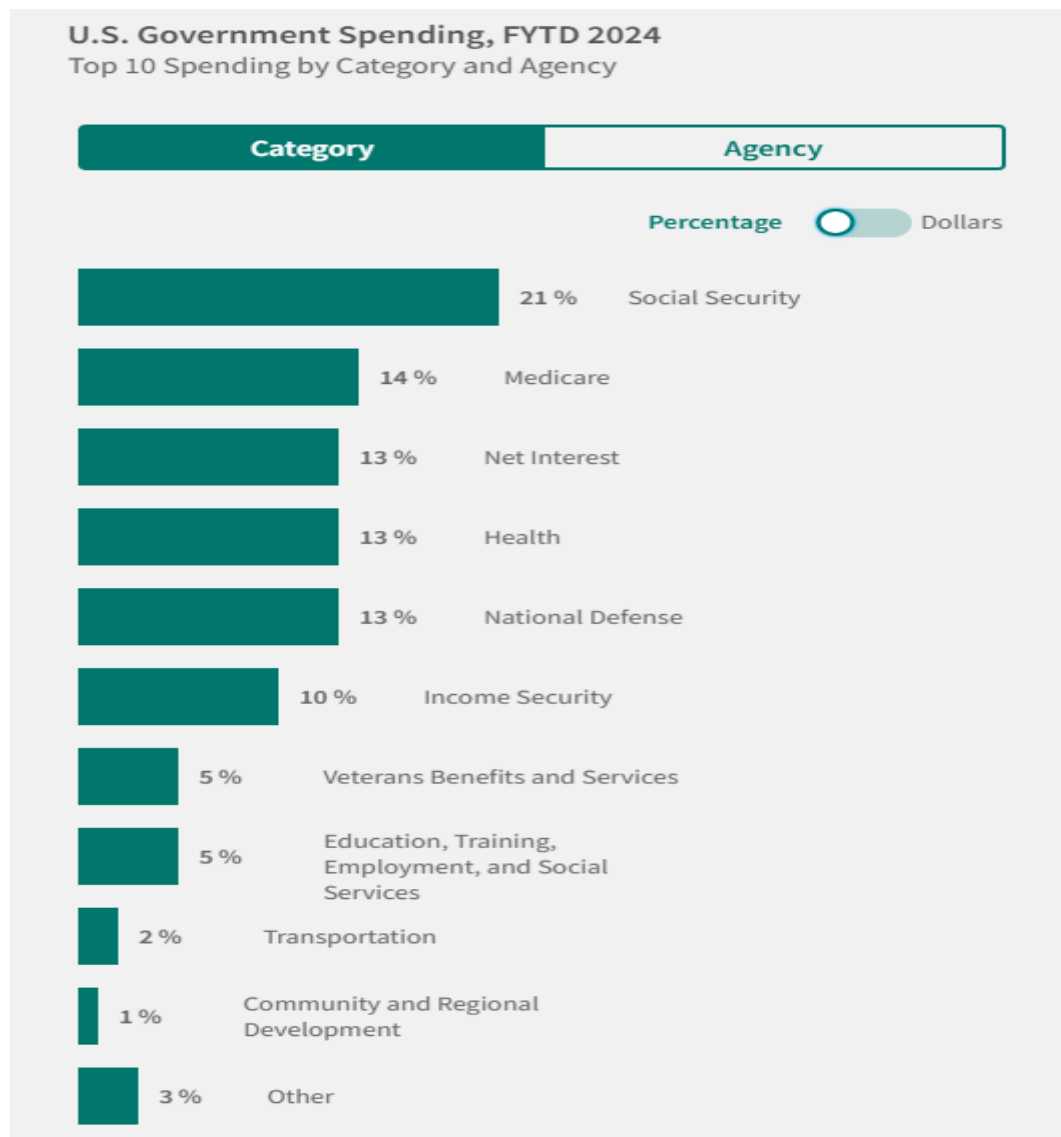
Nữ: 82 tuổi



Tỷ lệ sinh con: 1,6% (ước tính năm 2024)



Chi tiêu của chính phủ (2024):



(Nguồn: <https://fiscaldata.treasury.gov/americas-finance-guide/federal-spending/>)

Tỷ lệ thất nghiệp ở giới trẻ từ 15 - 24 tuổi (2023): 7,9%

Nam: 8,7%

Nữ : 7,1%

Các thành phố lớn - Dân số:

New York - Newark 18,937 triệu dân; Los Angeles - Long Beach - Santa Ana 12,534 triệu dân; Chicago 8,937 triệu dân; Houston 6,707 triệu dân; 6,574 triệu dân ở Dallas-Fort Worth; 5,490 triệu dân ở thủ đô Washington D.C.; Miami 5,817 triệu dân (2023).

Dân tộc:

Da trắng chiếm 61,6%; da đen hoặc người Mỹ gốc Phi 12,4%; người Châu Á 6%; người Amerindia và Alaska bản địa 1,1%; người Hawaii bản địa và người Đảo Thái Bình Dương 0,2%; người khác 8,4%; hai hoặc nhiều chủng tộc 10,2%.

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 18,7% 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.

2. 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 sản giao dịch chứng khoán New York được đặt tại thành phố New York là sản 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.

- 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 $\frac{1}{4}$ 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.

3. Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản

GDP (ngang sức mua - PPP): 21,692 ngàn tỷ USD (năm 2023)

GDP (ngang sức mua - PPP): 22,685 ngàn tỷ USD (ước tính năm 2024)

GDP trên đầu người (PPP): 64.429 USD (năm 2023)

GDP trên đầu người (PPP): 67.008 USD (ước tính năm 2024)

GDP thực (Real GDP): 20,984 ngàn tỷ USD (năm 2023)

GDP thực trên đầu người (Real GDP per Capita): 63.225 USD (năm 2023)

GDP hiện hành (Current GDP): 23,831 ngàn tỷ USD (năm 2023)

GDP hiện hành trên đầu người (Current GDP per Capita): 71.804 USD (năm 2023)

Tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm: 1,0% (năm 2023)

Tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm trên đầu người: 1,0% (năm 2023)

Lực lượng lao động: 170,549 triệu (ước tính năm 2023).

Tỉ lệ thất nghiệp: 3,63% (ước tính năm 2023).

Tỷ lệ thất nghiệp của giới trẻ (từ độ tuổi 15 - 24 tuổi): 7,9% (ước 2023)

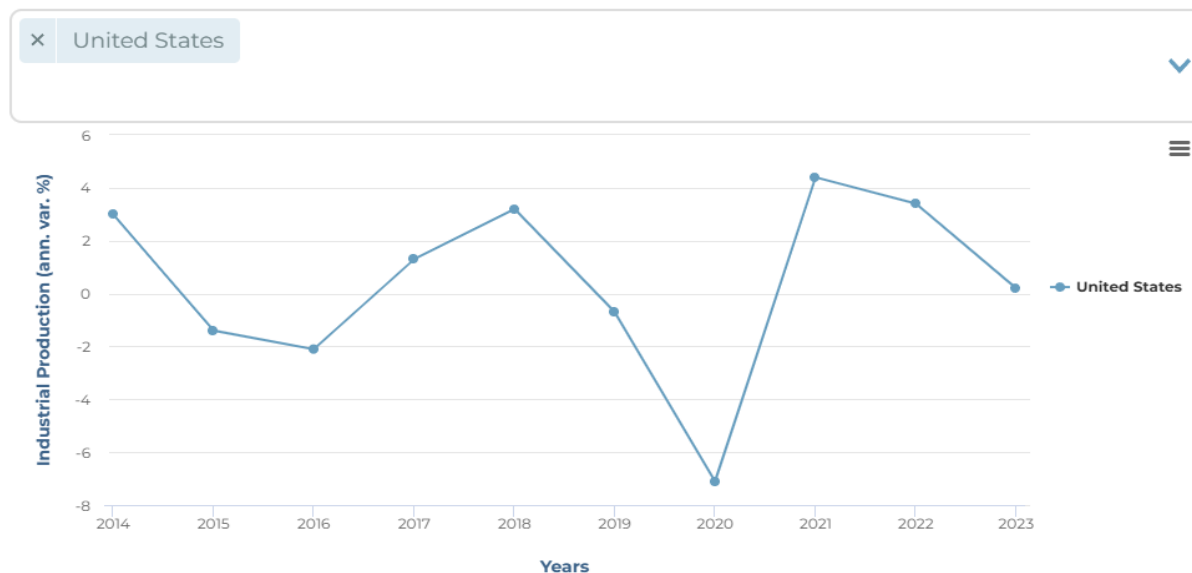
Nam: 8,7%

Nữ: 7,1%

Mức tăng trưởng sản xuất công nghiệp:

United States Industry Chart

Select a country



Note: This chart displays Industrial Production (annual variation in %) for United States from 2014 to 2023.

Source: Macrobond.

United States Industry Data

	2019	2020	2021	2022	2023
Industrial Production (ann. var. %)	-0.7	-7.1	4.4	3.4	0.2

Ngân sách:

- Thu: 4,874 ngàn tỷ USD (ước 2024)

- Chi: 6,075 ngàn tỷ USD (ước 2024)

Thuế và thu khác: 16,4% GDP (ước 2023).

Thâm hụt ngân sách: -4,5% GDP (ước 2024)

Nợ công: 122,3% GDP (ước 2023)

Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 3,9% (ước 2023)

Tài khoản vãng lai: -971,594 triệu USD (ước 2024)

Sản lượng khí tự nhiên: 1.035,3 tỷ mét khối (ước tính năm 2023)

Tiêu thụ khí tự nhiên: 887 tỷ mét khối (2023)

Xuất khẩu khí tự nhiên: 7.611 tỷ mét khối (2023)

Nhập khẩu khí tự nhiên: 2.929 tỷ mét khối (2023)

Dự trữ khí tự nhiên: 17,4 ngàn tỷ mét khối (ước tính 2021)

Sản lượng dầu mỏ: 20,879 triệu thùng/ngày (2023)

Tiêu thụ xăng dầu tinh chế: 20,246 triệu thùng/ngày (2023)

Trữ lượng ước tính dầu thô: 827,1 triệu thùng (2023)

Khả năng truyền tải điện: 4.178 tỷ kWh (2023)

Tiêu thụ điện: 4,07 ngàn tỷ kWh (ước tính 2023)

Điện - từ năng lượng hóa thạch: 2.505 tỷ kWh chiếm 60% tổng công suất (2023)

Điện - từ năng lượng hạt nhân: 775 tỷ kWh chiếm 18,6% tổng công suất (2023)

Điện - từ hệ mặt trời: 165 tỷ kWh chiếm 3,9% tổng công suất (2023)

Điện - từ gió: 425 tỷ kWh chiếm 10,2% tổng công suất (2023)

Điện - từ các nhà máy thủy điện: 240 tỷ kWh chiếm 5,7% tổng công suất (2023)

Điện - từ địa nhiệt: 16 tỷ kWh chiếm 0,4% tổng công suất (2023)

Điện - từ chất thải: 47 tỷ kWh chiếm 1,1% tổng công suất (2023)

Sản lượng than đá: 675 triệu tấn (2023)

Số lò phản ứng hạt nhân đang hoạt động: 94 (2023)

Công suất thực của các lò phản ứng hạt nhân đang vận hành: 96,95 GW (2023)

Phần trăm trong tổng sản lượng điện: 18,5% (2023)

Số lò phản ứng hạt nhân ngừng hoạt động vĩnh viễn: 41 (2023)

Tiêu thụ năng lượng bình quân đầu người: 284,575 triệu Btu/người (2023)

(Nguồn: [https://www.eia.gov/tools/faqs/faq.php?id=427&t=3#:~:text=In%202023%2C%20a bout%204%2C178%20billion,facilities%20in%20the%20United%20States.&text=About%20 60%25%20of%20this%20electricity,%2C%20petroleum%2C%20and%20other%20gases\).](https://www.eia.gov/tools/faqs/faq.php?id=427&t=3#:~:text=In%202023%2C%20a bout%204%2C178%20billion,facilities%20in%20the%20United%20States.&text=About%20 60%25%20of%20this%20electricity,%2C%20petroleum%2C%20and%20other%20gases).)

Các sản phẩm nông nghiệp: bắp, đậu nành, sữa, lúa mì, mía, củ cải đường, thịt gà, khoai tây, thịt bò, thịt heo.

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: (ước tính 2023)

Năm 2023 ước đạt 3,052 ngàn tỷ USD, tăng so với 3,018 ngàn tỷ USD của năm 2022.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm dầu mỏ tinh chế, dầu thô, khí đốt tự nhiên, ô tô, mạch tích hợp.

Các đối tác xuất khẩu chính gồm:

- Canada 16%
- Mexico 15%
- Trung Quốc 8%
- Nhật Bản 4%
- UK 4%

Nhập khẩu: (ước tính 2023)

Năm 2023 ước đạt 3,832 ngàn tỷ USD, tăng so với mức ước tính 3,97 ngàn tỷ USD của năm 2022.

Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm: dầu thô, ô tô, thiết bị phát sóng, hàng may mặc, máy tính.

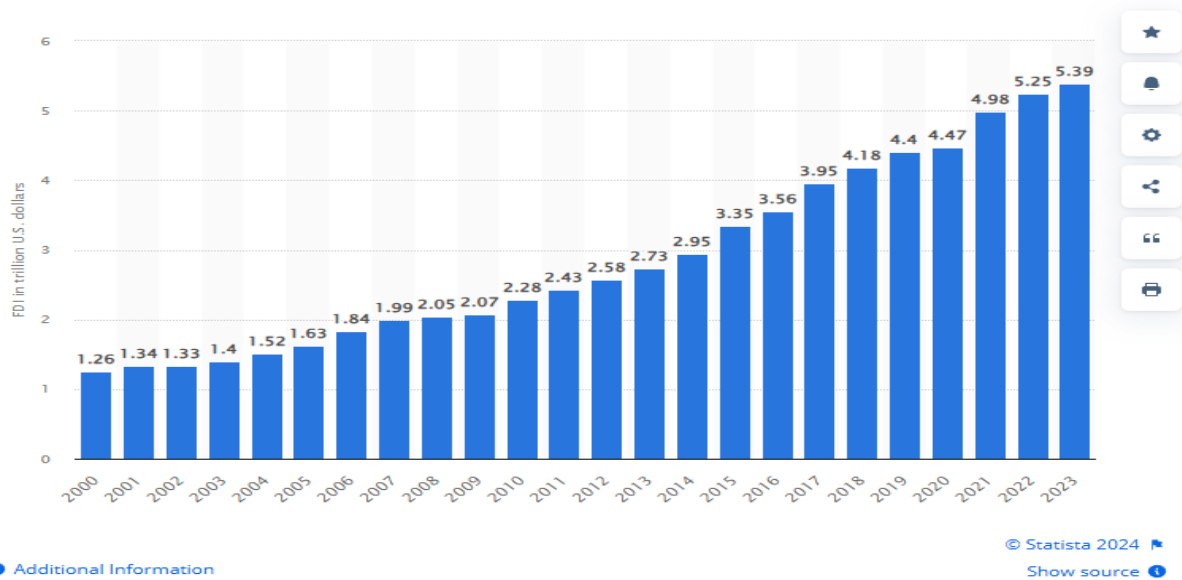
Các đối tác nhập khẩu chính gồm:

- Trung Quốc 18%
- Canada 14%
- Mexico 14%
- Đức 5%
- Nhật Bản 4%

Dự trữ ngoại tệ và vàng: 773,426 tỷ USD (ước đến 31/12/2023).

Nợ nước ngoài: 25,985 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2023).

Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Hoa Kỳ: Vị thế đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Hoa Kỳ đã tăng 227,0 tỷ USD lên 5,39 nghìn tỷ USD vào cuối năm 2023. Sự gia tăng này chủ yếu phản ánh mức tăng 96,0 tỷ USD trong vị thế từ Canada và mức tăng 86,1 tỷ USD từ Châu Âu, chủ yếu là mức tăng 58,9 tỷ USD từ Đức. Theo ngành, các công ty liên kết trong lĩnh vực sản xuất tăng nhiều nhất, tăng 58,6 tỷ USD lên tổng vị thế đầu tư là 2,22 nghìn tỷ USD.



(<https://www.statista.com/statistics/188870/foreign-direct-investment-in-the-united-states-since-1990/>)

Đầu tư trực tiếp của các quốc gia vào Hoa Kỳ (ĐVT: Triệu USD)

	Direct investment position on a historical-cost basis			
	2020	2021	2022	2023
All countries	4,613,481	5,066,419	5,167,142	5,394,095
Canada	487,449	548,030	575,626	671,671
Europe	2,980,117	3,339,760	3,376,582	3,462,655
Austria	15,346	16,438	17,446	19,076
Belgium	66,093	67,212	71,298	73,485
Denmark	30,173	34,112	39,567	44,990
Finland	8,082	10,092	9,798	10,096
France	282,257	227,316	246,004	243,470
Germany	347,509	397,918	413,930	472,851
Ireland	249,295	316,937	313,815	322,614
Italy	31,294	33,929	41,087	42,828
Luxembourg	316,922	310,397	228,167	246,908
Netherlands	554,720	705,473	700,747	717,467
Norway	30,362	32,793	36,650	42,436
Spain	84,571	75,386	75,416	81,386
Sweden	59,964	78,978	93,364	104,853
Switzerland	293,461	334,306	336,233	351,539
United Kingdom	535,715	627,312	683,382	630,551
Other	74,355	71,159	69,677	58,104
Latin America and Other Western Hemisphere	209,774	201,393	206,894	210,923
South and Central America	44,165	55,269	64,161	61,633
Brazil	4,480	3,887	4,813	6,514
Mexico	20,646	27,925	33,463	38,385
Panama	1,796	1,861	895	1,475
Venezuela	1,381	1,073	3,054	(D)
Other	15,862	20,522	21,936	(D)
Other Western Hemisphere	165,610	146,124	142,733	149,290
Bahamas	1,897	2,012	3,491	3,520
Bermuda	52,021	37,846	34,958	41,578
Curacao	1,193	1,113	2,198	2,189
United Kingdom Islands, Caribbean ¹	99,194	102,343	98,904	99,204
Other	11,305	2,811	3,182	2,798
Africa	9,875	10,665	10,349	10,053
South Africa	3,552	4,219	3,916	3,402
Other	6,323	6,446	6,433	6,652
Middle East	41,336	42,019	49,044	50,043
Israel	10,487	10,299	10,616	10,327
Kuwait	1,423	1,436	1,339	1,195
Lebanon	2	-1	30	29
Saudi Arabia	6,395	6,387	6,909	7,519
United Arab Emirates	20,409	21,186	27,638	28,375
Other	2,621	2,713	2,511	2,598

Asia and Pacific	884,928	924,552	948,646	988,749
Australia	85,809	98,601	106,701	110,908
China	36,738	31,831	29,907	28,043
Hong Kong	14,212	16,688	17,007	18,054
India	1,658	3,496	3,830	4,664
Japan	632,079	653,548	663,427	688,054
Malaysia	1,034	1,022	1,060	1,126
New Zealand	2,396	2,706	3,299	2,994
Singapore	28,486	30,421	37,452	37,468
South Korea	60,548	66,141	65,009	76,689
Taiwan	17,974	15,704	15,739	15,643
Other	3,994	4,392	5,214	5,103
Addendum:				
European Union ²	2,101,476	2,325,437	2,302,078	2,419,872

(<https://www.bea.gov/sites/default/files/2024-07/dici0724.pdf>)

Đầu tư trực tiếp vào Hoa Kỳ theo ngành nghề (ĐVT: Triệu USD):

	Direct investment position on a historical-cost basis			
	2020	2021	2022	2023
All industries	4,613,481	5,066,419	5,167,142	5,394,095
Manufacturing	1,924,468	2,149,821	2,164,970	2,223,555
Food	112,432	111,532	100,590	107,385
Chemicals	728,731	817,685	751,112	766,652
Primary and fabricated metals	85,183	95,710	100,614	106,493
Machinery	95,507	102,003	112,893	131,933
Computers and electronic products	168,324	191,614	191,233	194,747
Electrical equipment, appliances, and components	64,614	72,062	74,108	79,086
Transportation equipment	166,527	213,407	221,733	229,010
Other manufacturing	503,150	545,808	612,686	608,248
Wholesale trade	447,756	455,546	500,796	541,203
Retail trade	141,680	174,528	188,356	198,572
Information	182,913	259,867	254,691	261,295
Depository institutions (banking)	217,272	217,500	214,034	238,754
Finance (except depository institutions) and insurance	585,749	632,465	578,476	573,833
Real estate and rental and leasing	168,392	185,612	191,793	213,329
Professional, scientific, and technical services	206,403	212,236	227,146	238,732
Other industries	738,848	778,844	846,879	904,822

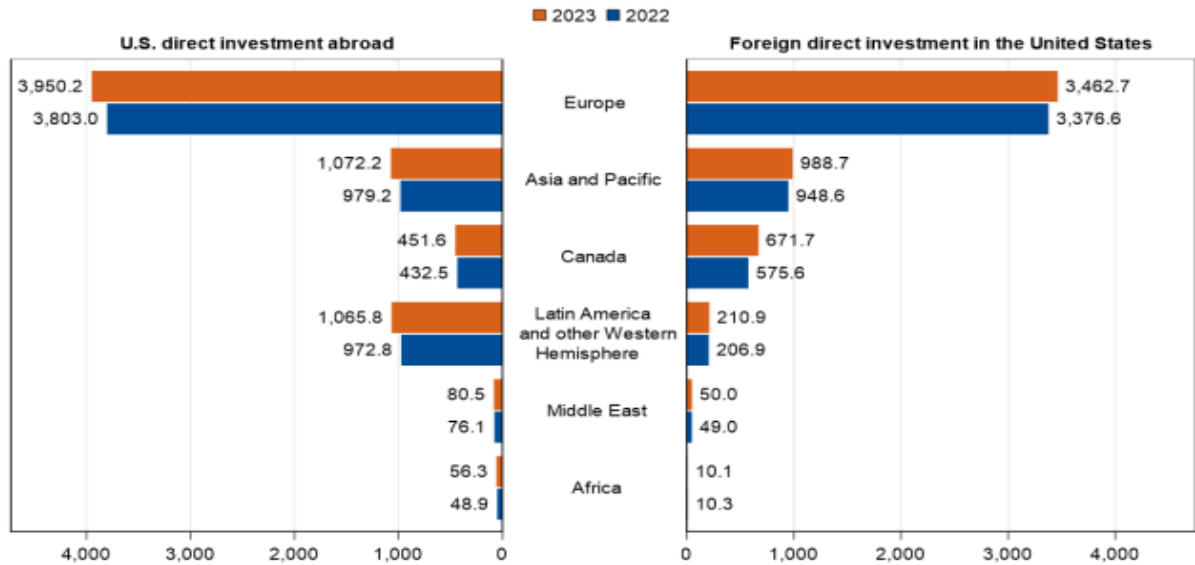
U.S. Bureau of Economic Analysis

(<https://www.bea.gov/sites/default/files/2024-07/dici0724.pdf>)

Đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ ra nước ngoài: Vị thế đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Hoa Kỳ, hay mức đầu tư tích lũy, đã tăng 364,0 tỷ USD lên 6,68 nghìn tỷ USD vào cuối năm 2023, theo số liệu thống kê do Cục Phân tích Kinh tế Hoa Kỳ công bố. Sự gia tăng này phản ánh mức tăng 147,1 tỷ USD trong vị thế ở Châu Âu, chủ yếu ở Ireland, Thụy Sĩ và Hà Lan. Theo ngành, các công ty liên kết công ty mẹ có mức tăng lớn nhất.

Chart 1. Direct Investment Positions, 2022–2023

Billions of dollars



U.S. Bureau of Economic Analysis

Đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ ra nước ngoài (ĐVT: Triệu USD)

	Direct investment position on a historical-cost basis			
	2020	2021	2022	2023
All countries	6,063,288	6,229,992	6,312,525	6,676,478
Canada	366,880	398,107	432,486	451,555
Europe	3,606,804	3,711,460	3,803,047	3,950,153
Austria	4,296	4,571	5,779	6,093
Belgium	65,733	63,466	61,371	66,529
Czech Republic	5,025	5,040	4,701	4,644
Denmark	15,376	13,701	10,472	12,845
Finland	3,617	4,588	6,065	5,527
France	106,517	101,991	93,907	100,909
Germany	152,278	162,114	178,597	193,179
Greece	481	759	1,754	1,824
Hungary	13,866	14,131	15,999	16,037
Ireland	379,886	455,878	448,324	491,246
Italy	27,459	25,432	25,537	29,025
Luxembourg	654,941	575,401	526,780	532,465
Netherlands	827,419	835,378	944,332	980,403
Norway	13,627	16,176	15,281	15,358
Poland	11,956	12,109	13,674	15,773
Portugal	1,905	1,812	3,743	2,937
Russia	12,874	12,054	8,231	7,669
Spain	37,238	36,097	36,796	37,850
Sweden	55,608	58,710	55,348	56,197
Switzerland	236,767	209,802	201,606	238,228
Turkey	6,223	5,998	6,048	6,254
United Kingdom	944,908	1,022,826	1,069,237	1,057,592
Other	28,805	73,428	69,467	71,570
Latin America and Other Western Hemisphere	1,024,534	1,009,307	972,807	1,065,761
South America	147,949	154,570	163,240	181,410
Argentina	13,325	12,701	11,887	14,514
Brazil	69,086	71,664	77,377	87,909
Chile	27,152	27,806	29,490	32,034
Colombia	6,452	6,632	7,095	8,438
Ecuador	929	846	820	906
Peru	7,222	6,489	6,605	6,646
Venezuela	3,106	3,162	3,089	3,268
Other	20,676	25,268	26,875	27,696
Central America	121,016	129,746	141,447	156,428
Costa Rica	3,066	2,861	3,324	3,810
Honduras	894	939	1,242	1,391
Mexico	110,753	119,947	130,794	144,507
Panama	3,500	3,518	3,801	4,512
Other	2,803	2,482	2,286	2,208

Other Western Hemisphere	755,569	724,991	668,121	727,923
Barbados	57,819	43,692	46,178	45,499
Bermuda	288,011	225,962	182,354	219,608
Dominican Republic	2,567	2,055	1,993	1,893
United Kingdom Islands, Caribbean ¹	350,988	398,143	380,220	398,939
Other	56,184	55,140	57,375	61,985
Africa	43,808	46,991	48,901	56,291
Egypt	10,665	11,536	11,477	13,691
Nigeria	6,786	5,699	6,190	6,533
South Africa	6,748	6,715	6,881	7,969
Other	19,608	23,041	24,353	28,097
Middle East	80,790	78,437	76,089	80,530
Israel	41,329	43,074	41,832	45,910
Saudi Arabia	11,188	11,241	11,022	11,311
United Arab Emirates	16,054	15,000	15,831	16,106
Other	12,219	9,122	7,405	7,204
Asia and Pacific	940,473	985,690	979,194	1,072,188
Australia	178,223	170,683	176,097	193,340
China	116,508	116,003	122,205	126,908
Hong Kong	94,495	92,664	85,917	90,564
India	42,291	43,967	46,055	49,563
Indonesia	12,158	12,831	13,497	15,937
Japan	118,453	106,066	54,164	63,369
Malaysia	13,788	11,349	12,508	10,926
New Zealand	11,701	11,792	9,323	8,547
Philippines	5,037	4,997	6,232	6,359
Singapore	264,188	333,672	374,546	424,214
South Korea	37,550	38,181	33,083	35,642
Taiwan	18,569	17,040	17,772	19,327
Thailand	15,484	15,755	16,467	15,138
Other	12,028	10,690	11,327	12,355
Addendum:				
European Union ²	2,382,406	2,392,520	2,456,720	2,577,823

(<https://www.bea.gov/sites/default/files/2024-07/dici0724.pdf>)

Đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ ra nước ngoài theo ngành nghề (ĐVT: Triệu USD):

	Direct investment position on a historical-cost basis			
	2020	2021	2022	2023
All industries	6,063,288	6,229,992	6,312,525	6,676,478
Mining	127,921	130,767	141,340	151,498
Manufacturing	906,793	966,249	995,947	994,789
Food	97,091	87,690	78,191	83,672
Chemicals	248,007	279,924	279,290	248,159
Primary and fabricated metals	42,484	46,952	54,338	53,652
Machinery	42,914	46,728	45,232	47,827
Computers and electronic products	131,974	155,300	178,754	188,289
Electrical equipment, appliances, and components	21,197	21,965	23,598	27,745
Transportation equipment	86,737	91,686	100,993	104,341
Other manufacturing	236,388	236,005	235,551	241,104
Wholesale trade	253,140	245,790	257,154	281,590
Information	222,928	272,192	337,745	373,937
Depository institutions (banking)	117,188	128,396	137,413	149,006
Finance (except depository institutions) and insurance	926,938	964,473	862,123	908,635
Professional, scientific, and technical services	133,864	139,815	163,605	175,947
Holding companies (nonbank)	2,934,527	3,016,058	3,055,492	3,255,221
Other industries	439,990	366,251	361,706	385,856

U.S. Bureau of Economic Analysis

(<https://www.bea.gov/sites/default/files/2024-07/dici0724.pdf>)

Điện thoại dây cố định: 88 triệu (ước tính 2023)

Điện thoại di động: 396 triệu (ước tính 2024)

Hệ thống điện thoại:

Nhìn chung, lĩnh vực viễn thông của Hoa Kỳ đã thích ứng tốt với các nhu cầu đặc biệt của đại dịch, dẫn đến sự tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng thuê bao di động, băng thông rộng di động và cố định từ năm 2020; mức độ tăng trưởng dự kiến sẽ giảm dần từ cuối năm 2022 khi nhu cầu làm việc và học tại nhà giảm xuống; đại dịch cũng khuyến khích chính phủ Liên bang tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng băng thông rộng; đặc biệt lưu ý là Đạo luật Đầu tư Cơ sở hạ tầng và Việc làm vào tháng 11 năm 2021, cung cấp 65 tỷ USD cho một loạt các chương trình nhằm cung cấp băng thông rộng đến các khu vực chưa được phục vụ, cung cấp băng thông rộng dựa trên cáp quang để nâng cấp các khu vực dịch vụ hiện có và trợ cấp chi phí dịch vụ cho các hộ gia đình có thu nhập thấp. Với quy mô của thị trường băng thông rộng của Hoa Kỳ, và nhu cầu ngày càng tăng về dữ liệu trên cả mạng cố định và di động, áp lực liên tục đối với các nhà khai thác trong việc đầu tư vào mạng cáp quang và thúc đẩy kết nối đến gần hơn với người tiêu dùng; trong những năm gần đây, Hoa Kỳ đã chứng kiến hoạt động gia tăng từ các công ty trong khu vực cũng như các công ty viễn thông và công ty truyền hình cáp lớn; mặc dù đã có sự đầu tư đáng kể vào DOCSIS4.0, một số công ty sản xuất cáp đang tìm cách loại bỏ HFC để ưu tiên sử dụng băng thông rộng; quá trình chuyển đổi từ đồng (HFC và DSL) sang cáp quang đang diễn ra, nhưng với quy mô của công việc liên quan, nó sẽ mất một vài năm; một số nhà khai thác có chiến lược đầu tư cho đến năm 2025, sẽ thấy phần lớn các mạng cố định của họ hoàn toàn sử dụng cáp quang; dịch vụ cung cấp lên đến 2Gb/ giây đang trở nên phổ biến rộng rãi hơn khi quá trình này tiếp tục. (2024)

Trong nước: một hệ thống lớn cáp quang, role 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 110 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)

Đại dịch COVID-19 tiếp tục có tác động đáng kể đến sản xuất và chuỗi cung ứng trên toàn cầu; kể từ năm 2020, một số lĩnh vực của lĩnh vực viễn thông đã trải qua sự suy thoái, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất thiết bị di động; Tiến độ triển khai 5G đã được nối lại, cũng như nâng cấp cơ sở hạ tầng; chi tiêu của người tiêu dùng cho các dịch vụ viễn thông đã tăng lên do nhu cầu về dung lượng và băng thông tăng mạnh; bản chất quan trọng của dịch vụ viễn thông như một công cụ cho làm việc và học tại nhà vẫn còn rõ ràng, và sự gia tăng đột biến trong lĩnh vực này đã cho thấy gia tăng nhiều cơ hội cho sự phát triển của các công cụ mới và gia tăng các dịch vụ.

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.

Sử dụng Internet: (ước tính năm 2024)

Tổng số người sử dụng: 331,1 triệu

Tỷ lệ % dân số sử dụng: 97,1%

Băng thông rộng: 131 triệu (2023)

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 15.873 sân bay (theo thống kê năm 2024).

Đường sắt: 293.564 km

Đường bộ: 6.586.610 km

Đường thủy: 41.009 km

Cảng: 666 (2024)

CHƯƠNG 2: MÔI TRƯỜNG KINH TẾ VÀ CHÍNH TRỊ

1. 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 phiếu buộc tội Tổng thống và 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 để 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, IFRC, 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.

2. Kinh tế

Chính sách kinh tế nổi bật thời kỳ Tổng thống Mỹ - Joe Biden

Năm 2020, nền kinh tế Mỹ đã suy giảm 3,5% - mức tồi tệ nhất kể từ năm 1946 do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, đẩy hàng triệu người Mỹ vào cảnh mất việc làm và nghèo đói; gần như tất cả mọi lĩnh vực đều đi xuống. Mỹ chính thức rơi vào suy thoái từ tháng 2/2020; đại dịch đến nay đã khiến hơn 31,4 triệu người tại quốc gia này lây nhiễm, trong đó hơn 563.000 người tử vong.

Tất cả sự kiện trên đã góp phần dẫn đến một cuộc chuyển giao lịch sử giữa cựu Tổng thống Donald Trump và tân Tổng thống Joe Biden với nhiệm vụ khôi phục nền kinh tế lớn nhất thế giới trong giai đoạn 2021-2025.

Ngay từ khi nhậm chức, ông Biden đã khẳng định việc chống lại đại dịch Covid-19 và cuộc suy thoái mà nó gây ra là ưu tiên cao nhất trong kế hoạch hành động của mình.

Tiếp đó, tháng 01/2021, Tổng thống Biden đã đặt bút ký ban hành Kế hoạch hành động mang tên “The American Rescue Plan” trị giá 1,9 nghìn tỷ USD nhằm đưa Mỹ trở lại thời kỳ huy hoàng, với các nội dung đáng chú ý sau:

- Đối phó với đại dịch Covid-19: Tổng thống Biden dành 1 nghìn tỷ USD nhằm viện trợ trực tiếp cho các cá nhân chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch; 20 tỷ USD cho chương trình tiêm chủng quốc gia nhằm giúp thành lập các trung tâm tiêm chủng cộng đồng, triển khai các đơn vị tiêm chủng lưu động đến các cộng đồng vùng sâu vùng xa; và khoản hỗ trợ 50 tỷ USD cho hệ thống xét nghiệm Covid-19, mở rộng năng lực phòng thí nghiệm, hỗ trợ các trường học và chính quyền địa phương thực hiện xét nghiệm thường xuyên.

- Phục hồi kinh tế, tạo công ăn việc làm: Theo kế hoạch 400 tỷ USD sẽ được dùng để mua các hàng hóa, dịch vụ của Mỹ nhằm thúc đẩy gia tăng sản xuất, phục hồi chuỗi cung ứng, giải quyết vấn đề việc làm và kích thích chi tiêu tiêu dùng. Trong đó, 300 tỷ USD sẽ được phân bổ trong vòng 4 năm dành cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D).

Điểm nổi bật nhất trong chuỗi kế hoạch của ông Biden là sẽ cung cấp 1.400 USD cho mỗi cá nhân đủ điều kiện nhận trợ cấp (thu nhập ít hơn 75.000 USD/năm), thay vì là 600 USD đã được Quốc hội Mỹ phê duyệt vào tháng 12/2020. Kế hoạch cũng mở rộng trợ cấp thất nghiệp cho những người có nhu cầu, bao gồm cả những người lao động hợp đồng trước đây không đủ điều kiện. Hơn 1 triệu doanh nghiệp nhỏ bị ảnh hưởng nặng nề nhất có thể tiếp cận khoản tài trợ 15 tỷ USD và khoản vay lên tới 175 tỷ USD nhằm giúp họ phục hồi và phát triển.

Ngày 27/01/2021, các nhà lập pháp đảng Dân chủ đã đề xuất Đạo luật Tăng tiền lương năm 2021. Nếu được Thượng viện thông qua, ban đầu sẽ tăng mức lương tối thiểu 7,25 USD lên 9,50 USD/giờ, với các mức tăng cụ thể được lên kế hoạch mỗi năm đến năm 2025. Điều này hàm ý, ông Biden muốn thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bằng cách tăng thu nhập cho người lao động, từ đó kích thích họ chi tiêu nhiều hơn.

Ở khía cạnh khác, việc gia tăng mức lương tối thiểu lên 15 USD/giờ đã làm cho những người trẻ tuổi chưa có trình độ chuyên môn khó lòng kiếm được việc làm hay giữ được việc làm hiện tại của mình đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch, bởi vì người sử dụng lao động với cùng số tiền 15 USD/giờ, họ có xu hướng lựa chọn những người lao động chất lượng cao hơn thay vì là người trẻ chưa có kinh nghiệm, điều này trực tiếp ảnh hưởng đến cơ hội được tích lũy kinh nghiệm, kỹ năng làm việc của giới trẻ. Dưới góc nhìn khách quan hơn, điều này sẽ tạo động lực cho người trẻ chủ động nâng cao năng lực bản thân, dần dần sẽ cải thiện chất lượng nguồn lao động trẻ tại quốc gia này.

- Môi trường, biện pháp chống biến đổi khí hậu: Trong ngày đầu tiên trên cương vị Tổng thống Mỹ, Biden đã hủy bỏ các lệnh hành pháp dưới thời cựu Tổng thống Donald Trump, coi chống biến đổi khí hậu là một ưu tiên quốc gia. Đồng thời, tạm dừng việc cho thuê dầu khí ở Bắc Cực, thu hồi giấy phép đường ống dẫn dầu Keystone XL, tái gia nhập Hiệp định Paris.

Ngoài ra, Tổng thống Biden dự định sẽ đầu tư vào đổi mới cơ sở hạ tầng, giao thông công cộng, điện sạch, ngành công nghiệp xe điện, nhà ở và nông nghiệp:

+ Đạt được không phát thải vào năm 2050.

+ Chi tiêu 400 tỷ USD hàng năm cho nghiên cứu và phát minh về năng lượng sạch.

+ Tăng gấp 2 lần sản lượng gió ngoài khơi năm 2030.

+ Giảm 50% lượng khí thải carbon trong ngành Điện vào năm 2035.

+ Thêm 500.000 trạm sạc xe điện vào năm 2030 và ưu đãi thuế xe điện.

- Khu vực nông thôn: Theo kế hoạch, trong nhiệm kỳ của mình, Tổng thống Biden tập trung phát triển khu vực nông thôn, trong đó dự kiến đầu tư 20 tỷ USD vào cơ sở hạ tầng băng thông rộng, tạo việc làm, tái đầu tư vào nghiên cứu lĩnh vực nông nghiệp, cải thiện khả năng tiếp cận các nguồn lực liên bang, các quỹ tài trợ cho nông nghiệp và hộ kinh doanh nhỏ lẻ, mở rộng các chương trình và dịch vụ y tế.

- Lĩnh vực giáo dục: Ngày 20/01/2021, Tổng thống Biden đã quyết định tiếp tục gia hạn các khoản vay của sinh viên với mức lãi suất 0%, khuyến khích mở cửa lại các trường học và cơ sở giáo dục, gia tăng khoản tài trợ 170 tỷ USD cho hệ thống giáo dục K-12 (từ mẫu giáo đến lớp 12), tăng gấp 3 lần các khoản tài trợ đối với những gia đình có thu nhập thấp qua đó tăng lương cho giáo viên.

Ông Biden cũng có kế hoạch tăng gấp 2 lần số lượng nhân viên y tế trong trường học, đặc biệt tập trung vào sức khỏe tinh thần; sẽ có một chương trình phổ cập mầm non cho tất cả trẻ em 3 và 4 tuổi, với nỗ lực giảm gánh nặng tài chính và tinh thần cho các bậc cha mẹ trên khắp đất nước.

Đối với bậc đại học, tổng thống Biden dự định miễn học phí đối với những gia đình có thu nhập dưới 125.000 USD khi theo học tại các trường Cao đẳng cộng đồng hay Đại học công lập. Bên cạnh đó, ông cũng cam kết sẽ đầu tư 8 tỷ USD vào cơ sở vật chất tại

các trường Cao đẳng cộng đồng và 50 tỷ USD đào tạo lực lượng lao động tại các trường học.

- Thuế quan: Theo ước tính thì kế hoạch thuế của tổng thống Biden sẽ giúp tăng doanh thu liên bang thêm 3,3 nghìn tỷ USD trong 10 năm bằng cách gia tăng thuế suất đối với các tổ chức, công ty có mức thu nhập cao. Cụ thể, ông sẽ đánh thuế an sinh xã hội 12,4% đối với những người kiếm được hơn 400.000 USD/năm; tăng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp lên 28%; đồng thời sẽ đánh thuế phần thu nhập từ đầu tư vốn dài hạn và thu nhập từ cổ tức trên 1 triệu USD với mức thuế suất 39,6%; đánh thuế tối thiểu 15% đối với thu nhập sổ sách của các công ty lớn (thu nhập ròng hàng năm ít nhất 100 triệu USD).

Trong nhiệm kỳ của mình, Tổng thống Biden ưu tiên biểu thuế lũy tiến, có nghĩa là những người có thu nhập cao hơn sẽ phải chịu mức thuế suất cao hơn những người có thu nhập thấp.

Ngoài ra, theo “The American Rescue Plan”, Tổng thống Biden sẽ gia tăng các khoản khấu trừ thuế, ưu đãi thuế cho người lao động cao tuổi, gia đình có con nhỏ và những người sở hữu căn nhà đầu tiên. Cụ thể, các gia đình có trẻ em dưới 6 tuổi sẽ nhận được trợ cấp tối đa 3.600 USD mỗi trẻ; trong khi các gia đình có trẻ em từ 17 tuổi trở xuống sẽ nhận được khoản tín dụng 3.000 USD mỗi trẻ.

Nhìn chung, mức thuế suất thuế TNDN sau khi tăng từ 21% lên 28% thì vẫn còn thấp hơn mức cao nhất 35% trước năm 2017, nhưng điều này hứa hẹn sẽ đưa Hoa Kỳ trở lại vị trí dẫn đầu trong số các nền kinh tế lớn. Với mức thuế suất tối thiểu 21% đối với các công ty Hoa Kỳ hoạt động và phát sinh lợi nhuận, tuy nhiên không phải nộp thuế ở nước ngoài sẽ giúp hạn chế việc các doanh nghiệp có xu hướng chuyển lợi nhuận sang nước ngoài và cũng đủ sức cạnh tranh đối với các tập đoàn đa quốc gia khác.

Tuy nhiên, việc gia tăng thuế suất sẽ làm giảm lợi tức đầu tư, từ đó ảnh hưởng đến việc mở rộng đầu tư, tăng cường sản xuất - kinh doanh bởi vì một đồng lợi nhuận tăng thêm nay bị đánh thuế nhiều hơn. Thực tế có nhiều dự án rất hấp dẫn với mức thuế suất 21% nhưng lại trở nên kém hấp dẫn hoặc thậm chí thua lỗ với mức thuế suất 28%. Bên cạnh đó, việc chính quyền Joe Biden quy định mức thuế suất tối thiểu sẽ gây ảnh hưởng đến các chính sách ưu đãi thuế mà Quốc hội đã thông qua, ví dụ như khuyến khích đầu tư vào R&D, năng lượng tái tạo.

- Thương mại: Tổng thống Biden dự kiến đầu tư 300 tỷ USD để khôi phục vị thế dẫn đầu của Mỹ trong các ngành công nghệ trọng điểm; ưu tiên lĩnh vực năng lượng sạch, trí tuệ nhân tạo và công nghệ pin của xe điện.

Ngoài ra, chính quyền Tổng thống Biden đã hiện thực hóa chiến lược phát triển bền vững bằng Kế hoạch hành động - mang tên “Kế hoạch cơ sở hạ tầng” đã được công bố ngày 31/3/2021, với số tiền khổng lồ 2.300 tỷ USD tập trung vào năng lượng sạch, phương tiện công cộng không phát thải; hứa hẹn sẽ tạo ra hàng triệu việc làm lương cao trong bối cảnh nước Mỹ dần ngưng sử dụng nhiên liệu hóa thạch, đối phó với nguy cơ biến đổi khí hậu và hủy hoại môi trường.

“Kế hoạch cơ sở hạ tầng” sẽ bao gồm 621 tỷ USD đầu tư cho đường xá, cầu cống, giao thông công cộng, trạm sạc xe điện và các hạ tầng giao thông khác; 111 tỷ USD sẽ dành để thay thế ống nước và nâng cấp hệ thống nước thải; 100 tỷ USD đầu tư Internet băng thông rộng trên khắp nước Mỹ, bao gồm cả mạng không dây 5G; và 100 tỷ USD đầu tư nâng cấp lưới điện, chuyển sang sử dụng điện sạch; 174 tỷ USD đầu tư vào lĩnh vực xe điện, cũng như ưu đãi thuế cho các cá nhân mua xe điện.

Bên cạnh đó, trong “Kế hoạch cơ sở hạ tầng”, Tổng thống Biden cũng sẽ đầu tư hàng trăm tỷ USD vào phát triển lực lượng lao động và hoạt động R&D; 50 tỷ USD cho Quỹ khoa học quốc gia để tập trung nghiên cứu về chất bán dẫn và siêu máy tính; 213 tỷ USD đầu tư sửa chữa, cải tạo và xây dựng mới các loại hình nhà ở công cộng giá cả phải chăng; và đặc biệt là 100 tỷ USD để nâng cấp và xây dựng các trường công lập mới, bên cạnh 12 tỷ USD để nâng cấp cơ sở hạ tầng cho các trường Cao đẳng cộng đồng.

Rút kinh nghiệm từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 - khi mà chính phủ các quốc gia đã quá rụt rè trong việc vực dậy nền kinh tế một cách kịp thời; khi đại dịch Covid-19 xảy ra, sau gói kích thích “The American Rescue Plan” trị giá 1,9 nghìn tỷ USD, tổng số tiền Hoa Kỳ chi tiêu liên quan đến đại dịch đã đạt 6 nghìn tỷ USD. Theo kế hoạch, Fed sẽ tiếp tục rót khoảng 2,5 nghìn tỷ USD vào hệ thống ngân hàng trong năm nay, với mức lãi suất gần bằng 0%. Mỹ đang thực hiện một thử nghiệm kinh tế 3 mũi nhọn không thể đoán trước kết quả với các gói kích thích tài khóa lịch sử, thái độ khoan dung hơn của Fed đối với lạm phát tạm thời và khoản tiết kiệm khổng lồ bị dồn nén trong người dân.

Chỉ trong vòng vài tháng đầu năm 2021, tất cả chính sách, các gói kích thích của Tổng thống Biden đều đánh dấu một bước ngoặt lớn của chính sách kinh tế với niềm tin rằng Chính phủ là động lực chính cho tăng trưởng bền vững, đối phó với vấn đề biến đổi khí hậu, khiếm khuyết của thị trường và chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế trên diện rộng.

Một số nhà kinh tế học coi kế hoạch chi tiêu mới nhất của Mỹ là một phản ứng quá mức cần thiết đối với những tác động tạm thời, mặc dù là nghiêm trọng, đến từ đại dịch và các đợt đóng cửa. Họ cảnh báo sự gia tăng lớn trong chi tiêu và vay nợ của chính phủ có thể dẫn đến sự quay trở lại tình trạng trị tệ lạm phát cao, lãi suất phi mã.

(Nguồn: Tạp chí cộng sản)

Chính sách thương mại Mỹ - Trung

Sau khi lên nắm quyền, Tổng thống Joe Biden tiếp tục kế thừa tư duy của người tiền nhiệm, với việc nước Mỹ nhấn mạnh "an ninh kinh tế là an ninh quốc gia" và Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh lớn nhất.

Ông Biden dường như vẫn duy trì các biện pháp trừng phạt đối với Trung Quốc dưới thời ông Trump. Trọng điểm bao gồm tiếp tục áp thuế bổ sung đối với 70% hàng hóa xuất khẩu của Trung Quốc sang Mỹ trị giá khoảng 370 tỷ USD, xem xét nghiêm ngặt thị thực du học sinh Trung Quốc...

Ngoài ra, Mỹ còn phản bác đơn kiện từ ba doanh nghiệp viễn thông lớn của Trung Quốc, tiếp tục thực hiện quyết định yêu cầu hủy niêm yết trên thị trường chứng khoán Mỹ được đưa ra dưới thời ông Trump.

Hơn nữa, Tổng thống Biden còn tiếp tục mở rộng kiểm soát xuất khẩu đối với Trung Quốc. Ngoài các yếu tố kinh tế, ông còn lấy lý do vi phạm nhân quyền để trừng phạt các doanh nghiệp Trung Quốc ở Tân Cương, tổng cộng đưa thêm 311 doanh nghiệp Trung Quốc vào “danh sách thực thể”.

Đương kim Tổng thống Mỹ cũng mở rộng phạm vi ngăn chặn nhà đầu tư trong nước “rót” vốn vào các doanh nghiệp Trung Quốc, giảm các kênh huy động vốn trên thị trường chứng khoán Mỹ của doanh nghiệp Trung Quốc. Bên cạnh đó, Chính phủ Mỹ còn cung cấp các khoản trợ cấp, khuyến khích các nhà khai thác viễn thông nhỏ và vừa của Mỹ đẩy nhanh việc thay đổi thiết bị viễn thông của Trung Quốc.

Những động thái mạnh mẽ của chính quyền Tổng thống Biden đối với Trung Quốc hoàn toàn không hề giảm so với thời Tổng thống Trump.

Trước đây, ông Trump từng viện dẫn Điều khoản 301 nhằm vào việc Trung Quốc vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tiến hành trả đũa thuế quan đối với Trung Quốc dẫn đến cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung. Sau đó, Trung Quốc đã ký thỏa thuận thương mại Giai đoạn 1 dưới sức ép của Mỹ.

Kết hợp với yêu cầu của Mỹ, Trung Quốc đã sửa một số điều luật, như “Luật đầu tư nước ngoài” năm 2019 đảm bảo nguyên tắc đối xử công bằng với nhà đầu tư nước ngoài và bảo đảm quyền sở hữu trí tuệ. Trung Quốc cũng không tiếp tục đề cập đến kế hoạch “Made in China 2025”.

Tuy nhiên, mặt khác Trung Quốc lại chuẩn bị đối đầu lâu dài với Mỹ. Trong Quy hoạch 5 năm lần thứ 14, Trung Quốc nhấn mạnh nắm vững các công nghệ then chốt, thiết lập chuỗi cung ứng có thể tự chủ kiểm soát. Mặc dù cụm từ “Made in China” đã được ẩn đi, nhưng cường độ hỗ trợ đối với những ngành sản xuất hàm lượng công nghệ cao không sụt giảm.

Hiện nay, Quy hoạch 5 năm lần thứ 14 chưa triển khai cụ thể, nhưng sự mơ hồ này lại khiến Mỹ cảm thấy bất an. Trên cơ sở đó, chính quyền Tổng thống Biden chuẩn bị mở một chiến trường khác nhằm vào hành vi thương mại không công bằng do được chính phủ trợ cấp, khởi động tiến trình điều tra mới.

Chính quyền ông Biden tuyên bố sẽ điều tra hoạt động thương mại của Trung Quốc theo Điều khoản 301 là để điều chỉnh cấu trúc thuế mang tính trừng phạt hiện nay của Mỹ đối với Trung Quốc. Trong tương lai, Mỹ sẽ tiếp tục áp thuế bổ sung đối với các sản phẩm nhận trợ cấp từ Chính phủ Trung Quốc, trong khi có thể hạ mức thuế quan mang tính trừng phạt đối với các sản phẩm không nhận trợ cấp.

Tuy nhiên, thời gian tới Mỹ có thể sẽ trực tiếp áp thuế bổ sung, trong khi việc điều chỉnh thuế quan phải thông qua đàm phán và yêu cầu Trung Quốc cũng phải điều chỉnh thuế đối với hàng hóa dịch vụ của Mỹ.

Đặc biệt, bản thân Mỹ cũng không thiếu những khoản trợ cấp đối với các ngành công nghiệp then chốt, với “Đạo luật đổi mới và cạnh tranh Mỹ năm 2021” (USICA) cũng liệt kê nhiều dự án. Trong thời gian tới, nếu Mỹ sử dụng lý do trợ cấp để trừng phạt có

thể sẽ dẫn đến sự trả đũa của Trung Quốc. Khi đó, mức thuế quan mang tính trừng phạt của hai bên áp lên đối phương sẽ không ngừng tăng lên, kéo theo đối đầu kinh tế thương mại Mỹ-Trung sẽ kéo dài.

Trong thỏa thuận thương mại Giai đoạn 1, Trung Quốc cam kết tăng mua tổng cộng 200 tỷ USD hàng hóa và dịch vụ trong năm 2020 và 2021 từ Mỹ. Tuy nhiên, tỷ lệ đáp ứng của năm 2020 chỉ khoảng 60%, và nhiều khả năng cũng không thể đạt được trong năm nay. Làn sóng yêu cầu Trung Quốc thực hiện cam kết của Mỹ ngày càng tăng cũng sẽ trở thành một chiến trường khác trong cuộc đọ sức Mỹ-Trung.

Sau khi ông Biden lên nắm quyền, mặc dù các quan chức kinh tế thương mại hai bên có tương tác, nhưng vẫn dừng lại ở giai đoạn chỉ trích lẫn nhau. Dù Tổng thống Joe Biden và Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình vừa qua đã tổ chức điện đàm, song ngoài việc đồng ý phối hợp xử vấn đề biến đổi khí hậu, thì vấn đề trọng tâm là kinh tế thương mại vẫn chưa đạt được đồng thuận. (Nguồn: Bnews)

Cho đến nay, bất đồng dai dẳng giữa hai nền kinh tế lớn nhất thế giới ngày càng gay gắt, nhất là khi cuộc bầu cử tổng thống Mỹ đang đến gần, cũng như do tác động nhiều chiều cả song phương lẫn trên bình diện toàn cầu.

Loạt chuyến đi của các quan chức cấp cao Mỹ tới Trung Quốc từ giữa 2023 để trao đổi, giám sát và thậm chí đưa ra cảnh báo hậu quả nếu Trung Quốc không có biện pháp ngăn chặn hoặc chấm dứt “tài trợ” cho các tập đoàn kinh tế lớn gây bất bình đẳng trong sản xuất, kinh doanh cũng như liên quan xung đột Nga-Ukraine. Tháng 4/2024, ông Biden nói không muốn có thêm xích mích với Trung Quốc nhưng Mỹ cần phải chống lại các hoạt động kinh tế không công bằng và tình trạng dư thừa năng lực công nghiệp của Trung Quốc.

Ông Biden nhấn mạnh: “Tôi đang tìm kiếm sự cạnh tranh nhưng phải công bằng”. Tuy nhiên, Trung Quốc cho rằng đó không phải mục tiêu chủ yếu của Mỹ. Người phát ngôn Bộ Ngoại giao Trung Quốc cáo buộc thuế quan của chính quyền Mỹ làm gián đoạn nghiêm trọng trao đổi kinh tế và thương mại bình thường giữa hai nước và cho rằng chúng vi phạm các quy tắc của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Trung Quốc sẽ thực hiện mọi biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền và lợi ích của mình.

Theo Wall Street Journal, các chính sách tăng thuế áp đặt vào hàng hóa Trung Quốc dự kiến được công bố trong tuần này. Một trong những điểm nổi bật của chính sách

thuế mới này là việc tăng gấp 4 lần thuế nhập khẩu xe điện Trung Quốc, từ mức 25% hiện tại lên 100%. Vì các quốc gia công nghiệp hóa gồm Mỹ và các đồng minh châu Âu lo ngại làn sóng xuất khẩu giá rẻ của Trung Quốc lấn át ngành sản xuất trong nước. Về phía Mỹ, có mối lo ngại đặc biệt rằng các sản phẩm năng lượng xanh của Trung Quốc sẽ làm suy yếu các khoản đầu tư lớn thân thiện với môi trường được thực hiện thông qua Đạo luật Giảm lạm phát (IRA) mà ông Biden ký thành luật vào năm 2022. Ngoài ra, chính quyền ông Biden sẽ giữ nguyên một số mức thuế đã được chính quyền tiền nhiệm ban hành từ năm 2018, gồm khoảng 360 tỷ USD hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc. Chính sách thuế nhập khẩu mới lần này sẽ bổ sung thêm sản phẩm như ống tiêm và thiết bị năng lượng mặt trời của Trung Quốc.

Trong những năm gần đây, cả Mỹ và Trung Quốc đều tìm mọi cách để từng bước chia tách nền kinh tế của mình với nhau. Các doanh nghiệp Trung Quốc tích cực thay thế các thiết bị, máy móc, linh kiện... bằng hàng nội địa hoặc nhập từ các quốc gia phát triển khác. Ở khía cạnh khác, kim ngạch thương mại giữa Trung Quốc với Nga, ASEAN và nhiều nước trong nhóm Nam bán cầu vượt qua giao thương giữa Trung Quốc với Mỹ và châu Âu. Ở chiều ngược lại, các tập đoàn hàng đầu của Mỹ và các nước phương Tây khác như Apple, HP, Stellantis cũng tìm mọi cách để đưa các dây chuyền sản xuất ra khỏi Trung Quốc đến một nước khác hoặc trở về lại Mỹ. Hơn 1/3 số công ty Mỹ tham gia khảo sát của Hội đồng kinh doanh Mỹ - Trung gần đây cho biết họ đã giảm hoặc ngừng kế hoạch đầu tư vào Trung Quốc năm 2023.

Diễn biến đó làm cho kịch bản kinh tế thế giới dần tới chia tách thành các khối đối địch là điều không ai mong muốn. Tháng 10/2023, Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) cảnh báo nếu kinh tế thế giới phân cực thành hai phe, GDP toàn cầu có thể tổn thất đến 7%, trong đó một số nền kinh tế đang phát triển phải đối mặt với những tổn thất vô cùng nghiêm trọng. Reuters dẫn lời Bộ trưởng Tài chính Mỹ Janet Yellen cho biết, việc tách rời hoàn toàn hai nền kinh tế sẽ là thảm họa cho cả hai nước, cũng sẽ gây bất ổn cho phần còn lại của thế giới. Việc bảo vệ một số công nghệ quan trọng khỏi quân đội Trung Quốc là vì lợi ích sống còn, chứ không phải để kìm hãm kinh tế Trung Quốc hay sự hiện đại hóa công nghệ. Do đó cần xây dựng quan hệ hợp tác kinh tế Mỹ - Trung mang tính xây dựng và công bằng.

Các nhà lãnh đạo Mỹ “mong muốn” là vậy, nhưng trên thực tế lại đang thúc đẩy “cuộc

chiến thương mại” với Trung Quốc thì sự tổn hại nhất định sẽ xuất hiện không chỉ cho nhà sản xuất, người tiêu dùng của hai nước mà còn ảnh hưởng trên phạm vi toàn cầu.
(Nguồn: baodanang.vn)

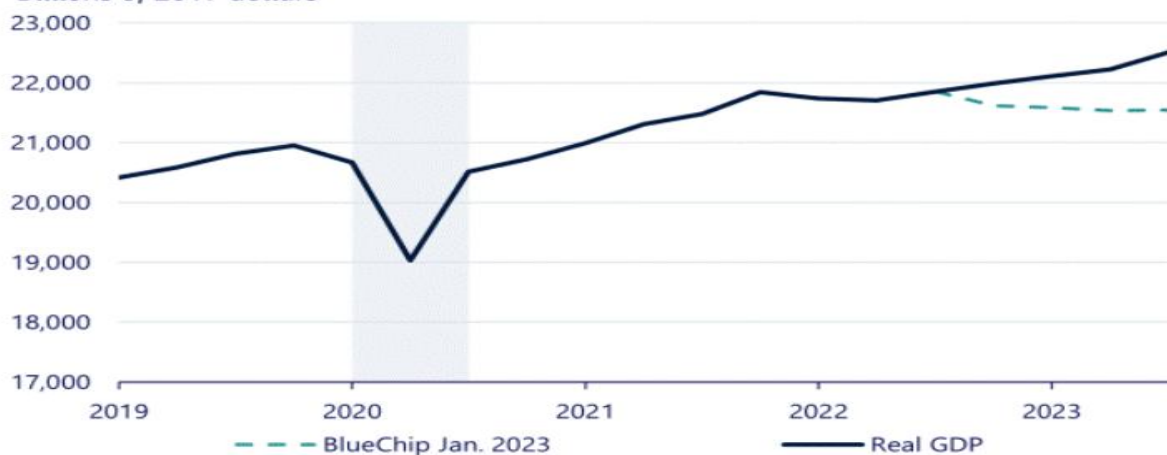
Mức tăng trưởng



Chú thích: Biểu đồ dựa trên thống kê của U.S. Bureau of Statistics.

Figure 1. Real GDP Growth: Actual and Expected

Billions of 2017 dollars



Council of Economic Advisers

Sources: Bureau of Economic Analysis; Bureau of Labor Statistics; Congressional Budget Office; CEA calculations.

Note: All values are seasonally adjusted. Shading indicates recession period.

GDP của nền kinh tế Mỹ tăng trưởng vượt dự báo trong năm 2023

Nền kinh tế Mỹ đã tăng trưởng vượt kỳ vọng trong năm 2023, chủ yếu đến từ chi tiêu mạnh mẽ trong nước và đầu tư công nghiệp phục hồi nhờ các đạo luật mới.

Tăng trưởng kinh tế Mỹ đã đạt được tốc độ đáng kể trong suốt năm 2023. Tháng 12/2022, có sự đồng thuận về dự báo tăng trưởng kinh tế, ở mức -0,1% trong năm

2023. Trong khi đó, dự báo Blue Chip mới nhất về mức tăng trưởng kinh tế Mỹ năm 2023, kết hợp tất cả dữ liệu có sẵn cho đến nay, là +2,6%.

Con số ấn tượng này là nhờ sức mạnh chi tiêu của người tiêu dùng nội địa, sự hồi sinh trong đầu tư cơ cấu sản xuất và hoạt động mua sắm công của chính quyền tiểu bang và địa phương tăng lên.

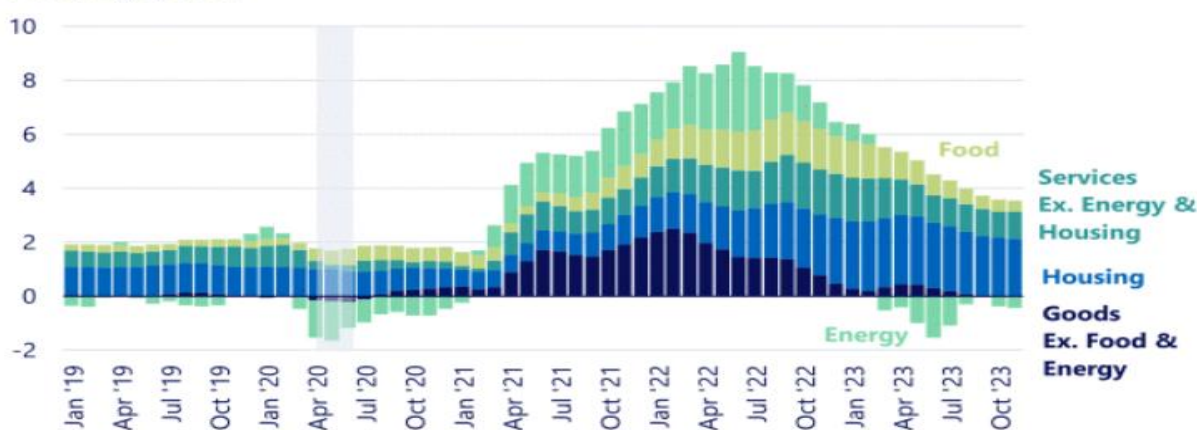
Theo các chuyên gia, bảng cân đối kế toán hộ gia đình lành mạnh và thị trường lao động mạnh mẽ đã tạo động lực thúc đẩy chi tiêu tiêu dùng của Hoa Kỳ, tiếp tục tăng với tốc độ gần với mức trung bình như các lần tăng trưởng trước đó.

Mức tăng trưởng việc làm của Mỹ tiếp tục đạt tốc độ rất mạnh vào năm 2023, mặc dù đã giảm so với năm 2021 và 2022 ngay sau cuộc suy thoái do đại dịch. Việc làm phi nông nghiệp hàng tháng tăng thêm trung bình 232.000 công việc trong năm 2023. Kết quả, tổng số việc làm đạt được dưới thời chính quyền Joe Biden là 14,1 triệu.

Lạm phát giảm tốc

Figure 5. Contribution to CPI Inflation

Contribution to year-on-year headline CPI
Percentage points



Council of Economic Advisers

Sources: Bureau of Labor Statistics; CEA calculations.

Note: Shading indicates recession period.

As of December 12, 2023 at 8:30am.

Lạm phát giảm tốc hỗ trợ sức mua của người tiêu dùng Mỹ

Sau khi đạt đỉnh điểm vào mùa hè năm 2022, lạm phát đã có xu hướng giảm trong một năm rưỡi nhờ lạm phát lương thực, năng lượng và hàng hóa giảm bớt. Lạm phát trong lĩnh vực dịch vụ - vốn phụ thuộc nhiều vào tiền lương đã giảm tốc chậm hơn và theo đúng lộ trình với lạm phát tiền lương được điều tiết dần dần. Trong khi đó, dữ liệu thị trường về hợp đồng thuê mới cho thấy áp lực giá nhà đất sẽ tiếp tục giảm bớt.

Tiền lương thực tế bắt đầu tăng vào năm 2023 khi lạm phát giảm và mức lương danh nghĩa tăng mạnh. Tính đến tháng 11, tiền lương thực tế đã tăng khoảng 0,8% đối với tất cả người lao động và 1,1% đối với 80% công nhân sản xuất và cấp thấp. Theo các chuyên gia, xu hướng này hứa hẹn sẽ tiếp tục trong 2024 nhờ áp lực mạnh mẽ của các công đoàn tại Mỹ.

Mặc dù lạm phát vẫn chưa về mức mục tiêu 2% của FED, nhưng lạm phát giảm mạnh đã giúp tâm lý tiêu dùng của người lao động phần chần hơn. Năm 2023 chứng kiến sự phục hồi niềm tin của người tiêu dùng. Khảo sát về tâm lý người tiêu dùng của Đại học Michigan cho thấy chỉ số này đã tăng từ 10-20 điểm phần trăm trong năm nay – một chỉ dấu theo truyền thống gắn liền với tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ.

Tổng quan lại, dù vẫn phải tiếp tục nỗ lực hơn nữa trong cuộc chiến chống lạm phát cũng như tìm lối ra cho các ngành công nghiệp trọng yếu của quốc gia (như bán dẫn) thoát khỏi sự lệ thuộc vào Trung Quốc, nhưng việc tăng trưởng kinh tế vượt dự báo sau 1 năm đã là một thành công lớn của chính quyền Tổng thống Joe Biden.

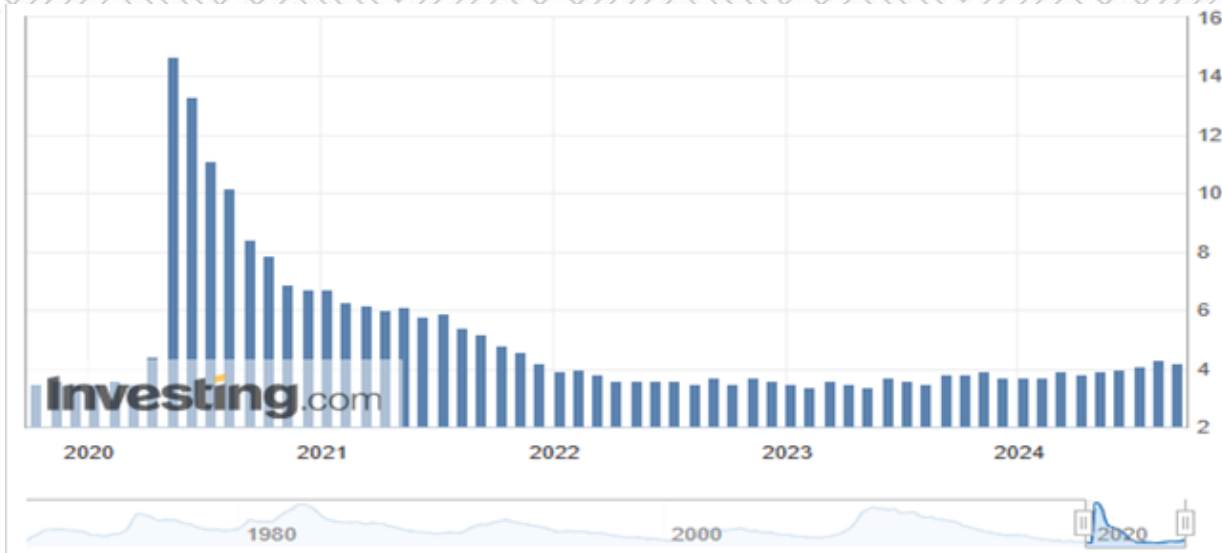
Bước sang năm 2024, dự báo về một cuộc suy thoái kinh tế ở Mỹ gần như không còn, vì thị trường đang kỳ vọng Fed sẽ bắt đầu cắt giảm lãi suất khi lạm phát giảm dần về mục tiêu 2%. Tuy nhiên, nền kinh tế Mỹ vẫn có thể đối mặt không ít thách thức trong thời gian tới.

Một vấn đề khác là liệu người tiêu dùng Mỹ có thể giữ nhịp chi tiêu như hiện nay trong bao lâu, khi lượng tiền tiết kiệm của họ vơi dần và những khoản nợ với mức lãi suất cao ngày càng lớn. Ngoài ra, tình trạng nợ chồng chất của Chính phủ liên bang Mỹ cũng là một rào cản đối với tăng trưởng kinh tế. Nợ công của Mỹ đã vượt ngưỡng 34 nghìn tỷ USD lần đầu tiên trong lịch sử và tiếp tục tăng, còn thâm hụt ngân sách liên bang đã lên tới hơn 500 tỷ USD trong 3 tháng đầu tiên của tài khoá 2024.

Bên cạnh đó, những mối lo chính trị trước thềm cuộc bầu cử tổng thống Mỹ 2024, cộng thêm căng thẳng địa chính trị ở Trung Đông và chiến tranh tiếp diễn ở Ukraine cũng có thể ảnh hưởng đến tình hình tăng trưởng kinh tế Mỹ.

(Nguồn: Diễn đàn DNVN và VnEconomy)

Tỷ lệ thất nghiệp



(Nguồn: U.S. Bureau of Labor Statistics)

Ngày Phát Hành	Thực tế	Dự báo	Trước đó
04/10/2024 (Tháng 9)			4.2%
06/09/2024 (Tháng 8)	4.2%	4.2%	4.3%
02/08/2024 (Tháng 7)	4.3%	4.1%	4.1%
05/07/2024 (Tháng 6)	4.1%	4.0%	4.0%
07/06/2024 (Tháng 5)	4.0%	3.9%	3.9%
03/05/2024 (Tháng 4)	3.9%	3.8%	3.8%
05/04/2024 (Tháng 3)	3.8%	3.9%	3.9%
08/03/2024 (Tháng 2)	3.9%	3.7%	3.7%
02/02/2024 (Tháng 1)	3.7%	3.8%	3.7%
05/01/2024 (Tháng 12)	3.7%	3.8%	3.7%
08/12/2023 (Tháng 11)	3.7%	3.9%	3.9%
03/11/2023 (Tháng 10)	3.9%	3.8%	3.8%
06/10/2023 (Tháng 9)	3.8%	3.7%	3.8%
01/09/2023 (Tháng 8)	3.8%	3.5%	3.5%
04/08/2023 (Tháng 7)	3.5%	3.6%	3.6%
07/07/2023 (Tháng 6)	3.6%	3.6%	3.7%
02/06/2023 (Tháng 5)	3.7%	3.5%	3.4%
05/05/2023 (Tháng 4)	3.4%	3.6%	3.5%
07/04/2023 (Tháng 3)	3.5%	3.6%	3.6%
10/03/2023 (Tháng 2)	3.6%	3.4%	3.4%
03/02/2023 (Tháng 1)	3.4%	3.6%	3.5%
06/01/2023 (Tháng 12)	3.5%	3.7%	3.6%
02/12/2022 (Tháng 11)	3.7%	3.7%	3.7%
04/11/2022 (Tháng 10)	3.7%	3.6%	3.5%
07/10/2022 (Tháng 9)	3.5%	3.7%	3.7%

Ngày Phát Hành	Thực tế	Dự báo	Trước đó
02/09/2022 (Tháng 8)	3.7%	3.5%	3.5%
05/08/2022 (Tháng 7)	3.5%	3.6%	3.6%
08/07/2022 (Tháng 6)	3.6%	3.6%	3.6%
03/06/2022 (Tháng 5)	3.6%	3.5%	3.6%
06/05/2022 (Tháng 4)	3.6%	3.5%	3.6%
01/04/2022 (Tháng 3)	3.6%	3.7%	3.8%
04/03/2022 (Tháng 2)	3.8%	3.9%	4.0%
04/02/2022 (Tháng 1)	4.0%	3.9%	3.9%
07/01/2022 (Tháng 12)	3.9%	4.1%	4.2%
03/12/2021 (Tháng 11)	4.2%	4.5%	4.6%
05/11/2021 (Tháng 10)	4.6%	4.7%	4.8%
08/10/2021 (Tháng 9)	4.8%	5.1%	5.2%
03/09/2021 (Tháng 8)	5.2%	5.2%	5.4%
06/08/2021 (Tháng 7)	5.4%	5.7%	5.9%
02/07/2021 (Tháng 6)	5.9%	5.7%	5.8%
04/06/2021 (Tháng 5)	5.8%	5.9%	6.1%
07/05/2021 (Tháng 4)	6.1%	5.8%	6.0%
02/04/2021 (Tháng 3)	6.0%	6.0%	6.2%
05/03/2021 (Tháng 2)	6.2%	6.3%	6.3%
05/02/2021 (Tháng 1)	6.3%	6.7%	6.7%
08/01/2021 (Tháng 12)	6.7%	6.8%	6.7%
04/12/2020 (Tháng 11)	6.7%	6.8%	6.9%
06/11/2020 (Tháng 10)	6.9%	7.7%	7.9%
02/10/2020 (Tháng 9)	7.9%	8.2%	8.4%
04/09/2020 (Tháng 8)	8.4%	9.8%	10.2%
07/08/2020 (Tháng 7)	10.2%	10.5%	11.1%
02/07/2020 (Tháng 6)	11.1%	12.3%	13.3%
05/06/2020 (Tháng 5)	13.3%	19.7%	14.7%
08/05/2020 (Tháng 4)	14.7%	16.0%	4.4%
03/04/2020 (Tháng 3)	4.4%	3.8%	3.5%
06/03/2020 (Tháng 2)	3.5%	3.6%	3.6%
07/02/2020 (Tháng 1)	3.6%	3.5%	3.5%

(Nguồn: U.S. Bureau of Labor Statistics)

Trong bối cảnh lạm phát tiếp tục xuống thang, thị trường việc làm của Mỹ - tuy còn mạnh - đã bắt đầu có những tín hiệu cảnh báo. Điều này đặt Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) trước rủi ro phạm sai lầm giữ lãi suất ở mức quá cao trong thời gian quá dài.

Đó là lý do vì sau nhiều nhà kinh tế học đang kêu gọi Fed giảm bớt cuộc chiến chống lạm phát trước khi lãi suất cao - vốn đang được sử dụng làm công cụ chính để kiểm soát sự leo thang của giá cả - có thể đẩy nền kinh tế Mỹ rơi vào suy thoái.

Lãi suất thắt chặt quá mức của Fed sẽ khiến một thị trường việc làm cân bằng không thể cân bằng lâu thêm được nữa. Nghĩa là tỷ lệ thất nghiệp sẽ tăng cao. Các chuyên gia giải thích rằng điều đó không có nghĩa là tỷ lệ thất nghiệp sẽ tăng vọt, nhưng nền kinh tế có thể rơi vào suy thoái nếu Fed trì hoãn quá lâu việc hạ lãi suất. Thị trường việc làm đang trở nên căng thẳng dưới áp lực của chi phí đi vay tăng cao. Rủi ro lớn nhất là sai lầm chính sách. Đó là việc Fed giữ lãi suất quá cao quá lâu. Hiện tại, Fed đang phát tín hiệu giảm lãi suất vào tháng 9, nếu được như vậy thì ổn.

Hôm 18/9/2024, theo giờ địa phương, Cục Dự trữ liên bang Mỹ (Fed) đã quyết định cắt giảm lãi suất 0,5 điểm phần trăm, bắt đầu chu kỳ nới lỏng chính sách tiền tệ, trong bối cảnh lạm phát đang hạ nhiệt một cách ổn định và lo ngại ngày càng tăng về sức khỏe của thị trường lao động.

Trong bối cảnh lạm phát thấp hơn dự báo và thị trường việc làm xuất hiện những mối lo ngại dù vẫn trong tầm kiểm soát, thì việc Fed cắt giảm lãi suất 0,5 điểm % lại rất logic.

Về hành động mạnh tay, Chủ tịch Fed Jerome Powell chia sẻ “Có quan điểm cho rằng giờ là lúc phải hỗ trợ thị trường việc làm, ngay khi thị trường còn mạnh chứ không phải khi sa thải đã bắt đầu xảy ra”. Có thể thấy rằng, mặc dù vẫn khẳng định rằng nền kinh tế Mỹ vẫn đang khỏe mạnh, người đứng đầu của Fed dường như đồng tình những vấn đề mà giới chuyên gia đặt ra, đó là “chính sách tiền tệ có độ trễ để phát huy tác dụng và với thông tin thu lượm được từ doanh nghiệp cũng như tốc độ tuyển dụng chậm lại, giới chức Fed cảm thấy cần thiết phải chặn trước sự suy yếu mạnh mẽ hơn của thị trường việc làm”.

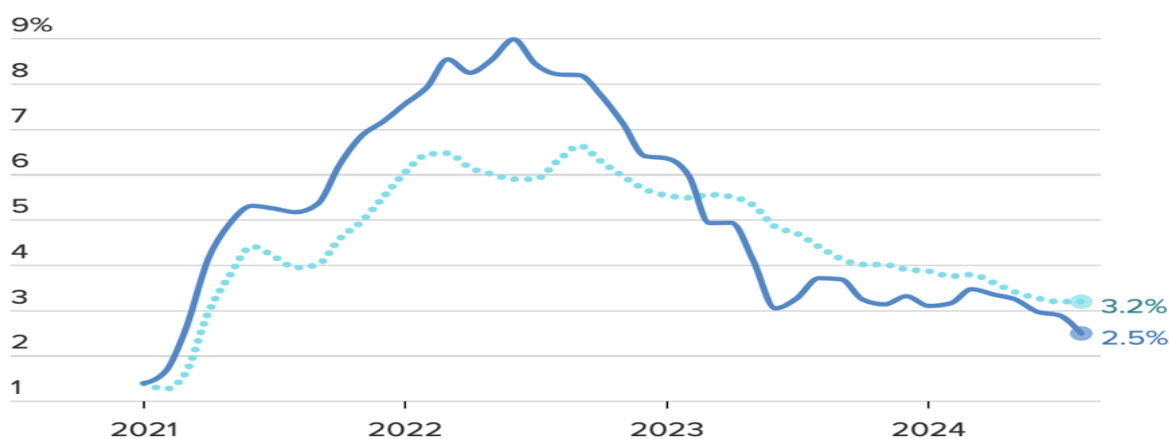
Lạm phát

Tốc độ lạm phát ở Mỹ đạt mức cao nhất hơn 40 năm vào mùa hè năm 2022, và chiến dịch chống lại sự leo thang của giá cả đã được Fed khởi động vào tháng 3/2022. Chiến dịch này có 11 lần nâng lãi suất liên tiếp, với tổng mức tăng 5,25 điểm phần trăm, đưa lãi suất quỹ liên bang lên 5,25-5,5%, cao nhất trong 23 năm.

Lạm phát ở Mỹ đã tăng nhanh hơn trong tháng cuối cùng của năm 2023, do chi phí dịch vụ tăng cao dù giá hàng hóa tiếp tục sụt giảm. Điều này có thể khiến Ngân hàng Dự trữ Trung ương Mỹ (FED) thận trọng hơn trong việc đưa ra quyết định cắt giảm lãi suất trong năm nay.

Theo số liệu do Chính phủ Mỹ công bố hôm 11/1, chỉ số giá tiêu dùng (CPI - Consumer Price Index) tháng 12/2023 của nước này ghi nhận tăng 0,3% so với tháng trước, cao hơn dự báo 0,2% được giới chuyên gia đưa ra trước đó với nhận định áp lực lạm phát đã giảm bớt. Đây cũng là mức cao nhất trong ba tháng cuối năm 2023.

Tính trên cơ sở 12 tháng, CPI đóng cửa năm 2023 tăng 3,4%, cao hơn mức thị trường kỳ vọng là 3,2%. Năm 2022, CPI của Mỹ kết thúc năm với mức tăng 6,4% cho cả năm.



Mức tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) toàn phần (đường liền nét) và CPI lõi (đường đứt nét) hàng tháng của Mỹ so với cùng kỳ năm trước từ tháng 1/2021 đến tháng 8/2024 - Nguồn: BLS/CNBC.

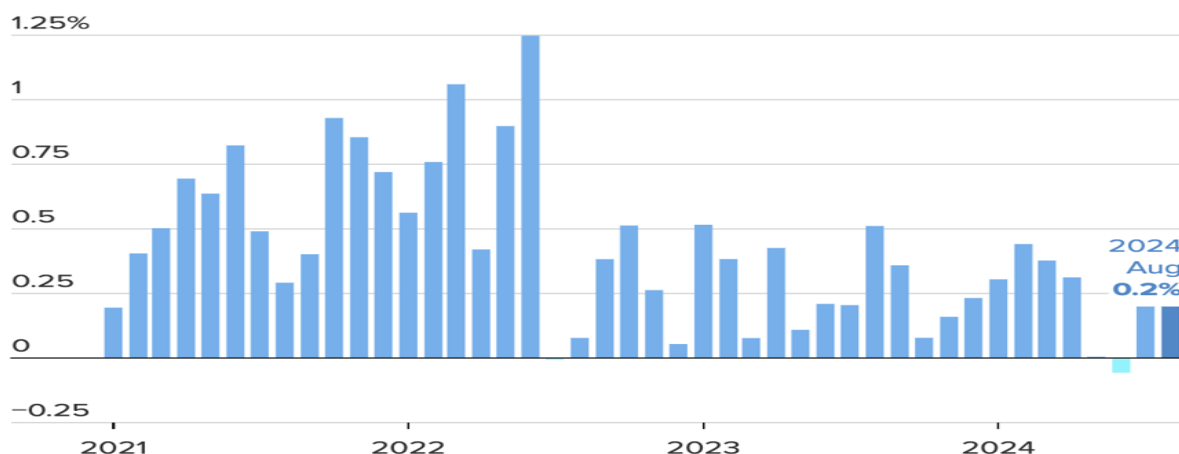
(Nguồn: U.S. Bureau of Labor Statistics via Fred)

Gần đây, Fed đã dịch chuyển ưu tiên chính sách từ chống lạm phát sang bảo vệ công ăn việc làm. Từ tháng 4 đến nay, tốc độ tạo việc làm mới trong khu vực phi nông nghiệp của nền kinh tế Mỹ đã giảm khoảng một nửa so với kỳ 5 tháng trước đó. Các nhà hoạch định chính sách tiền tệ của Fed nói rằng việc ngăn chặn sự giảm tốc sâu hơn của thị trường việc làm giờ đây cũng quan trọng không kém cuộc chiến chống lạm phát.

Loại trừ giá thực phẩm và năng lượng dễ biến động, CPI lõi ghi nhận tăng 0,3% trong tháng 12/2023 và 3,9% so với một năm trước, trong khi các chuyên gia kinh tế dự báo ở mức 0,3% và 3,8%.

Phần lớn mức tăng trong kỳ đến từ chi phí nhà ở. Khoản mục này tăng 0,5% so với tháng trước và chiếm hơn một nửa mức tăng của CPI lõi. So với cùng kỳ, chi phí nhà ở tăng 6,2%, chiếm khoảng 2/3 mức tăng của chỉ số.

Trước đó, hầu hết các quan chức FED kỳ vọng chi phí này sẽ hạ nhiệt trong năm 2024 khi giá thuê nhà giảm trong các hợp đồng thuê mới.



Biến động hàng tháng so với tháng trước của chỉ số CPI toàn phần của Mỹ từ tháng 1/2021 đến tháng 8/2024 - Nguồn: BLS/CNBC.

(Nguồn: U.S. Bureau of Labor Statistics via Fred)

Chỉ số giá PCE (Personal Consumption Expenditures), còn được gọi là hệ số điều chỉnh PCE, là một chỉ báo trên toàn nước Mỹ về độ tăng giá bình quân đối với tất cả khoản tiêu dùng cá nhân nội địa. Tác động của nó lên tiền tệ có thể đi theo hai hướng: CPI tăng có thể dẫn đến tăng lãi suất và tăng đồng nội tệ; mặt khác, trong kỳ suy thoái, CPI tăng lại có thể dẫn đến sự suy thoái sâu hơn và do đó đồng nội tệ bị xuống giá. PCE thường được theo dõi bởi Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Federal Reserve) và được sử dụng để đưa ra các quyết định chính sách tiền tệ, đồng thời cũng là một trong những chỉ số quan trọng được theo dõi bởi các nhà đầu tư và người quan tâm đến thị trường tài chính.

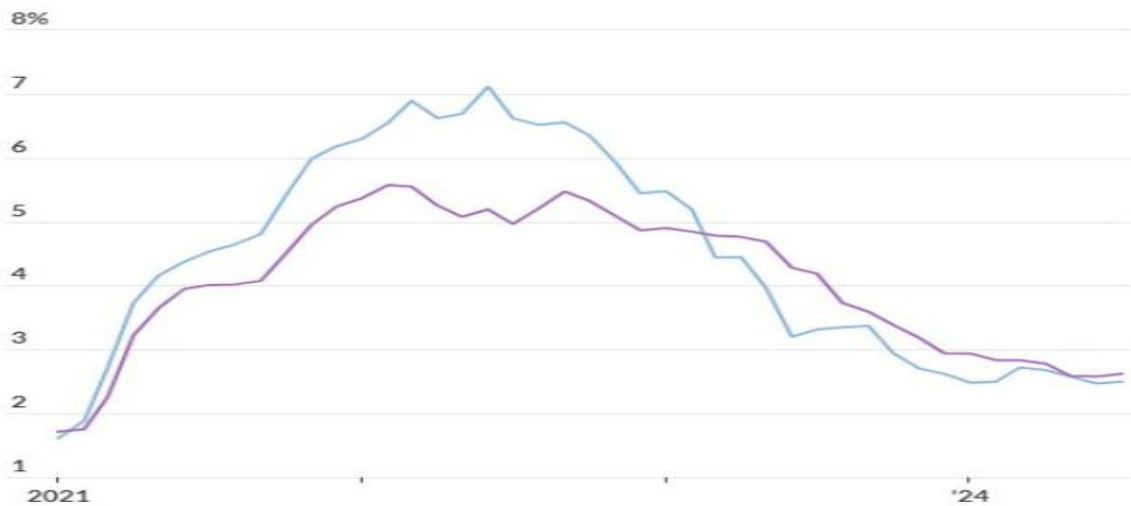
Theo báo cáo ngày 30/8 của Bộ Thương mại Mỹ, chỉ số giá chi tiêu tiêu dùng cá nhân (PCE) tháng 7 tăng 0,2% so với tháng trước. So với cùng kỳ năm ngoái, PCE tăng 2,5%. Cả hai con số đều khớp với dự báo của các nhà kinh tế do Dow Jones khảo sát.

PCE lõi tháng 7 (không bao gồm giá thực phẩm và năng lượng dễ biến động) cũng tăng 0,2% so với tháng trước. So với cùng kỳ năm ngoái, PCE lõi tăng 2,6%, thấp hơn mức dự báo 2,7%.

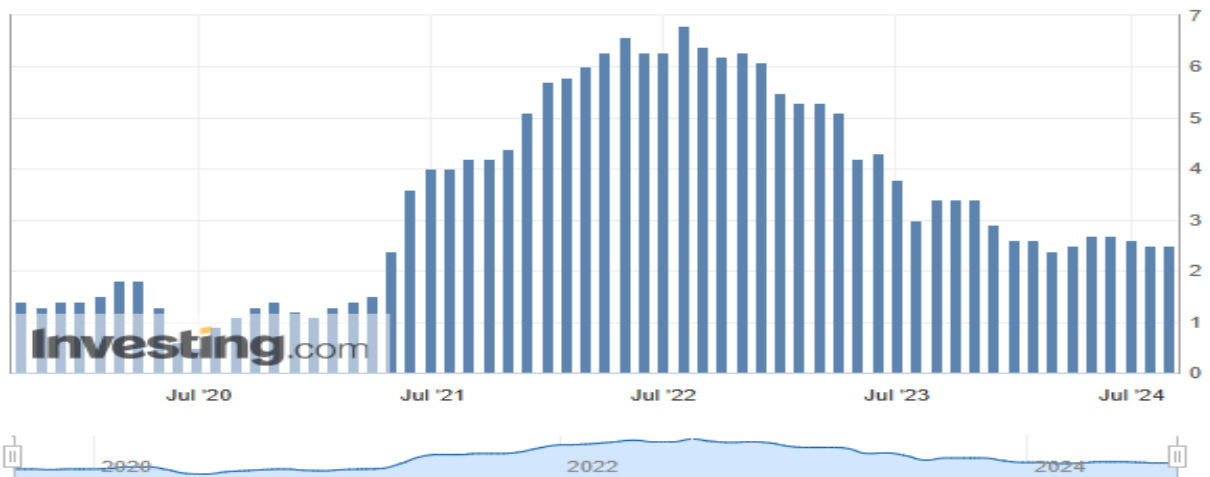
So với cùng kỳ năm trước, giá hàng hóa giảm ít hơn 0,1%, giá dịch vụ tăng 3,7%. Giá thực phẩm tăng 1,4%, nhà ở tăng 0,47% và năng lượng tăng 1,9%.

Cũng theo báo cáo, Cục Phân tích Kinh tế của Bộ Thương mại Mỹ cho biết thu nhập cá nhân tăng 0,3% so với tháng 6, cao hơn ước tính 0,2%. Chi tiêu của người tiêu dùng tăng 0,5%, cao hơn mức 0,3% của tháng 6 và đúng với dự báo. Thước đo lạm phát ưa

thích của Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed), cựu Chủ tịch Fed St. Louis James Bullard cho biết dữ liệu PCE tháng 7 giúp ngân hàng trung ương đi đúng lộ trình cắt giảm lãi suất, khả năng cao bắt đầu vào tháng 9.



PCE lõi (đường tím) và PCE toàn phần (đường xanh) của Mỹ từ 2021 đến tháng 7/2024: Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ.



(Nguồn: US Department of Commerce)

Ngày Phát Hành	Thực tế	Dự báo	Trước đó
27/09/2024 (Tháng 8)		2.3%	2.5%
30/08/2024 (Tháng 7)	2.5%	2.6%	2.5%
26/07/2024 (Tháng 6)	2.5%	2.5%	2.6%
28/06/2024 (Tháng 5)	2.6%	2.6%	2.7%
31/05/2024 (Tháng 4)	2.7%	2.7%	2.7%
26/04/2024 (Tháng 3)	2.7%	2.6%	2.5%
29/03/2024 (Tháng 2)	2.5%	2.5%	2.4%
29/02/2024 (Tháng 1)	2.4%	2.4%	2.6%
26/01/2024 (Tháng 12)	2.6%	2.6%	2.6%
22/12/2023 (Tháng 11)	2.6%	2.8%	2.9%

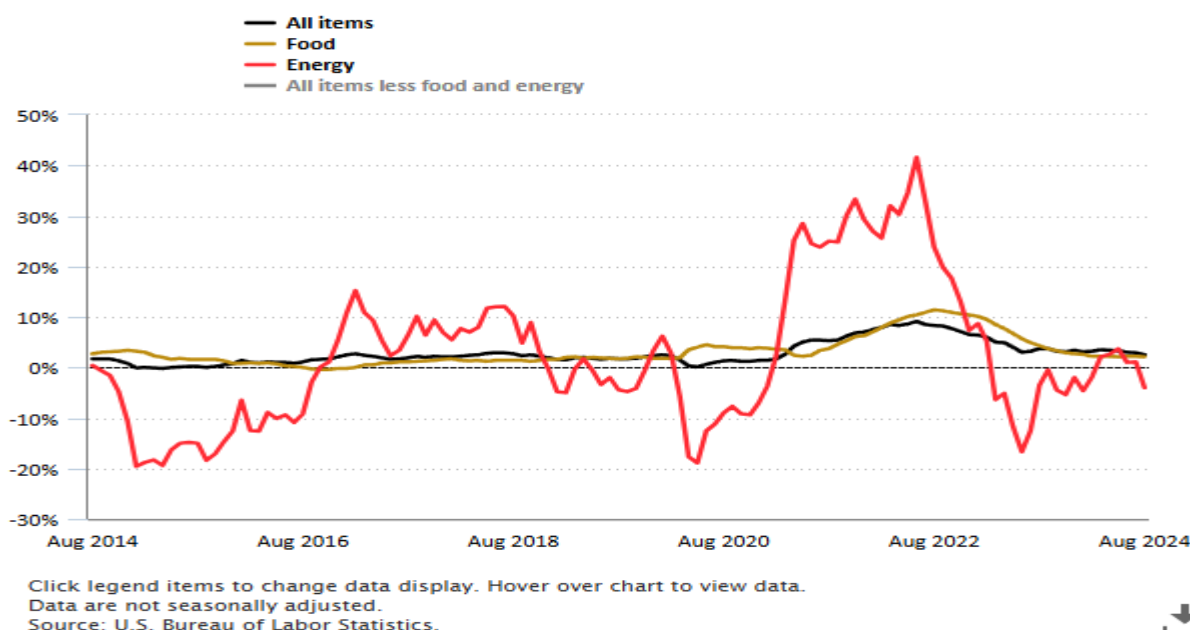
Ngày Phát Hành	Thực tế	Dự báo	Trước đó
30/11/2023 (Tháng 10)	3.0%	3.0%	3.4%
27/10/2023 (Tháng 9)	3.4%	3.4%	3.4%
29/09/2023 (Tháng 8)	3.5%	3.5%	3.4%
31/08/2023 (Tháng 7)	3.3%	3.3%	3.0%
28/07/2023 (Tháng 6)	3.0%	3.1%	3.8%
30/06/2023 (Tháng 5)	3.8%	4.6%	4.3%
26/05/2023 (Tháng 4)	4.4%	3.9%	4.2%
28/04/2023 (Tháng 3)	4.2%		5.1%
31/03/2023 (Tháng 2)	5.0%	5.1%	5.3%
24/02/2023 (Tháng 1)	5.4%	5.0%	5.3%
27/01/2023 (Tháng 12)	5.0%	5.5%	5.5%
23/12/2022 (Tháng 11)	5.5%		6.1%
01/12/2022 (Tháng 10)	6.0%	6.0%	6.3%
28/10/2022 (Tháng 9)	6.2%		6.2%
30/09/2022 (Tháng 8)	6.2%		6.4%
26/08/2022 (Tháng 7)	6.3%		6.8%
29/07/2022 (Tháng 6)	6.8%	6.8%	6.3%
30/06/2022 (Tháng 5)	6.3		6.3
27/05/2022 (Tháng 4)	6.3		6.6
29/04/2022 (Tháng 3)	6.6		6.3
31/03/2022 (Tháng 2)	6.4		6.0
25/02/2022 (Tháng 1)	6.1		5.8
28/01/2022 (Tháng 12)	5.8		5.7
23/12/2021 (Tháng 11)	5.7		5.1
24/11/2021 (Tháng 10)	5.0		4.4
29/10/2021 (Tháng 9)	4.4		4.2
01/10/2021 (Tháng 8)	4.3		4.2
27/08/2021 (Tháng 7)	4.2		4.0
30/07/2021 (Tháng 6)	4.0		4.0
25/06/2021 (Tháng 5)	3.9		3.6
28/05/2021 (Tháng 4)	3.6		2.4
30/04/2021 (Tháng 3)	2.3		1.5
26/03/2021 (Tháng 2)	1.6		1.4
26/02/2021 (Tháng 1)	1.5		1.3
29/01/2021 (Tháng 12)	1.3		1.1
23/12/2020 (Tháng 11)	1.1		1.2
25/11/2020 (Tháng 10)	1.2		1.4
30/10/2020 (Tháng 9)	1.4		1.3

Ngày Phát Hành	Thực tế	Dự báo	Trước đó
01/10/2020 (Tháng 8)	1.4		1.1
28/08/2020 (Tháng 7)	1.0		0.9
31/07/2020 (Tháng 6)	0.8		0.5
26/06/2020 (Tháng 5)	0.5		0.6
29/05/2020 (Tháng 4)	0.5		1.3
30/04/2020 (Tháng 3)	1.3		1.8
27/03/2020 (Tháng 2)	1.8		1.8
28/02/2020 (Tháng 1)	1.7		1.5

(Nguồn: US Department of Commerce)

Thay đổi phần trăm trong Chỉ số giá tiêu dùng đối với tất cả người tiêu dùng thành thị, trên các mặt hàng:

12-month percent change in the Consumer Price Index, selected indexes, August 2014 to August 2024



(Nguồn: <https://www.bls.gov/opub/ted/2024/the-consumer-price-index-rose-2-5-percent-over-the-past-year.htm>)

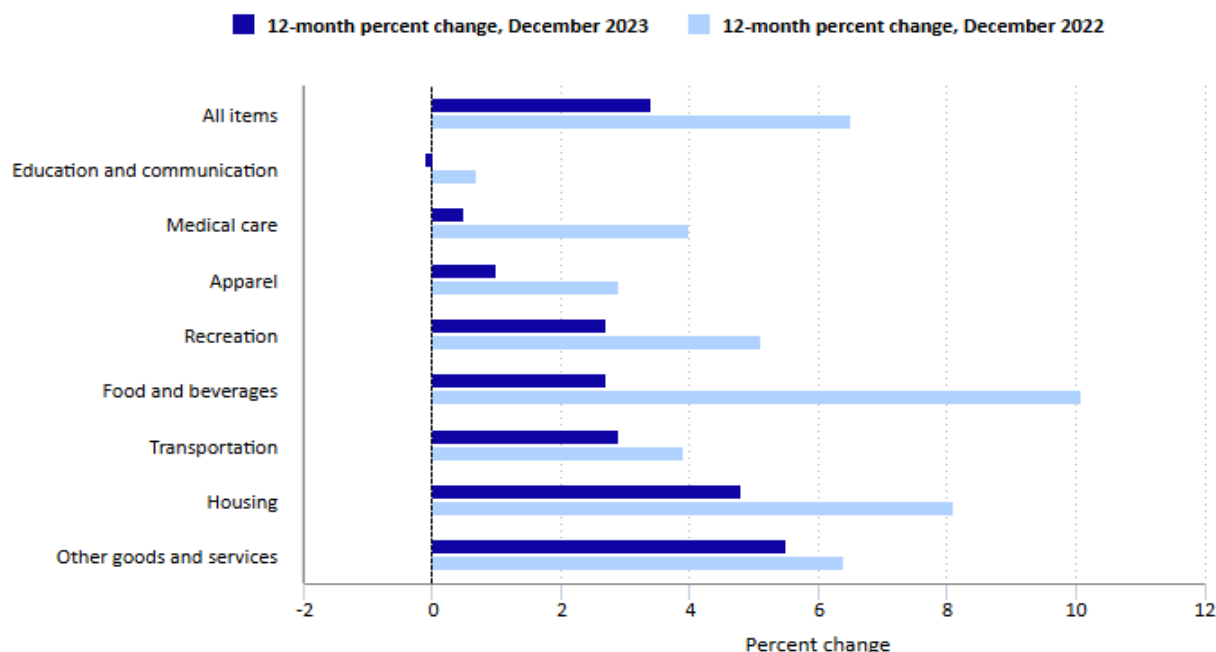
Năm 2023, lạm phát vẫn tiếp diễn, mặc dù với tốc độ chậm lại so với năm 2021 và 2022. Năm 2023, Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tăng đứng thứ ba kể từ năm 2007. CPI là thước đo mức thay đổi trung bình theo thời gian về giá mà người tiêu dùng thành thị phải trả cho một giỏ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng.

Chỉ số tất cả các mặt hàng tiếp tục tăng, năm 2023, Chỉ số giá tiêu dùng tất cả các mặt hàng cho tất cả người tiêu dùng thành thị (CPI-U) đã tăng 3,4%. Mức tăng từ tháng 12/2022 đến tháng 12/2023 tăng 6,5% so với năm trước. Chỉ số này đã tăng với tốc độ trung bình hằng năm là 2,8% trong 10 năm qua.

Chỉ số nhà ở tăng 6,2% năm 2023, chiếm hơn 60% mức tăng của CPI-U tất cả các mặt hàng. Không tính nhà ở, CPI-U tăng 1,9%. Giá thực phẩm và đồ uống tăng 2,7%, trong khi giá năng lượng giảm 2,0%. Không tính thực phẩm và năng lượng, CPI-U tăng 3,9%.

Tóm lại, CPI-U năm 2023 tăng 3,4%, chủ yếu là do chỉ số nhà ở tăng 6,2%. Giá thực phẩm tăng, trong khi giá năng lượng giảm. Không tính thực phẩm và năng lượng, giá giao thông vận tải, giải trí, chăm sóc y tế và may mặc tăng.

Chart 1. 12-month percentage change of the Consumer Price Index of All Urban Consumers in U.S. city average, major categories, not seasonally adjusted



Click legend items to change data display. Hover over chart to view data.
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics.

(Nguồn: <https://www.bls.gov/opub/btn/volume-13/a-year-in-review-exploring-consumer-price-trends-in-2023.htm>)

Chart 1. 12-month percentage change of the Consumer Price Index of All Urban Consumers in U.S. city average, major categories, not seasonally adjusted

Category	12-month percent change, December 2023	12-month percent change, December 2022
All items	3.4%	6.5%
Education and communication	-0.1%	0.7%
Medical care	0.5%	4.0%
Apparel	1.0%	2.9%
Recreation	2.7%	5.1%
Food and beverages	2.7%	10.1%
Transportation	2.9%	3.9%
Housing	4.8%	8.1%
Other goods and services	5.5%	6.4%

Source: U.S. Bureau of Labor Statistics

Tác động tới kinh tế Việt Nam và linh hoạt điều tiết chính sách

Một nền kinh tế có độ mở lớn như Việt Nam không thể tránh khỏi những tác động từ việc FED tăng lãi suất nói riêng và các nước phát triển thắt chặt tiền tệ nói chung. Vì vậy, Việt Nam cần tiếp tục điều hành chính sách tiền tệ chủ động, linh hoạt; phối kết hợp tốt với chính sách tài khóa, đảm bảo ổn định mặt bằng lãi suất và tỷ giá góp phần kiềm chế lạm phát theo mục tiêu.

Thứ nhất, lãi suất tăng có thể làm nền kinh tế Mỹ tăng trưởng chậm lại và làm giảm nhu cầu của người tiêu dùng Mỹ đối với hàng hóa nước ngoài. Trong khi đó, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, đồng thời cũng là thị trường Việt Nam có thặng dư thương mại lớn nhất lên tới hàng chục tỷ USD mỗi năm. Lợi thế của Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ phần lớn là hàng hóa thiết yếu, thậm chí có lợi đáng kể khi lạm phát ở Mỹ tăng cao. Tuy vậy, điều chỉnh chính sách thương mại phù hợp với bối cảnh lạm phát và dấu hiệu suy thoái của kinh tế Mỹ là cần thiết, cấp bách.

Thứ hai, FED tăng lãi suất có thể khiến cho dòng vốn đầu tư toàn cầu đảo chiều chuyển từ các nước đang phát triển sang các nước phát triển, đặc biệt là về Mỹ. Theo đó, dòng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam có thể tăng chậm lại. Do đó, nguồn lực đầu tư chiếm khoảng 1/4 tổng vốn đầu tư toàn xã hội của Việt Nam rất có thể co hẹp lại.

Tuy nhiên, mức độ co hẹp không đến mức quá lo ngại khi các nhà đầu tư nước ngoài chủ yếu vào Việt Nam đến từ Hàn Quốc, Nhật Bản hay Singapore chứ không phải từ Mỹ hay châu Âu. Hơn nữa, triển vọng thu hút vốn đầu tư nước ngoài còn phụ thuộc nhiều hơn vào chính sách và môi trường đầu tư của Việt Nam.

Thứ ba, FED và ngân hàng T.Ư nhiều nước quyết định và dự định tăng lãi suất sẽ gây áp lực mạnh mẽ lên chính sách tiền tệ nói chung, chính sách lãi suất nói riêng của Việt Nam. Theo đó, năm 2022 Việt Nam dự định nới lỏng chính sách tiền tệ và nỗ lực hạ lãi suất, kể cả hỗ trợ lãi suất để phục hồi kinh tế nhân cơ hội lạm phát trong nước vẫn được kiểm soát tốt.

Việc các quốc gia tăng lãi suất có thể làm cho cơ hội giảm lãi suất và kiểm soát lạm phát ở mức thấp của Việt Nam năm 2022 giảm đáng kể, đặc biệt là khả năng nhập khẩu lạm phát đang tăng trở lại bên cạnh lạm phát do cầu kéo cũng có dấu hiệu quay lại. Việt Nam cần xử lý tốt mối quan hệ trong tam giác bất khả thi giữa dòng vốn nước

ngoài với lãi suất và tỷ giá hối đoái trong bối cảnh nền kinh tế lệch pha mới hạn chế được tác động tiêu cực của việc FED tăng lãi suất.

Thứ tư, FED nâng lãi suất khiến cho USD lên giá so với hầu hết các đồng tiền chủ chốt khác. Theo đó, VND cũng chịu áp lực mất giá sau hai năm liên tiếp VND lên giá trên dưới 1% so với USD. Chỉ số USD-Index hồi đầu tháng 5/2022 đã lên trên 100 điểm chứng tỏ khả năng USD lên giá trên toàn cầu gần như chắc chắn. Nếu USD lên giá so với VND ngay trong năm 2022 thì Việt Nam sẽ rơi vào trạng thái chưa kịp nói lỏng chính sách kinh tế vĩ mô để phục hồi kinh tế thì đã phải thắt chặt do nguy cơ lạm phát cao.

Giải pháp cho phục hồi và phát triển kinh tế

Để kiểm soát lạm phát, giữ vững ổn định vĩ mô, tạo nền tảng quan trọng cho phục hồi và phát triển kinh tế, Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp cần chủ động, linh hoạt, kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách, thủ tục hành chính, rà soát bãi bỏ các quy định không hợp lý. Từ đó, cắt giảm chi phí đầu vào cho doanh nghiệp, tạo môi trường kinh doanh bình đẳng, thông thoáng thúc đẩy tổng cung, giảm áp lực lạm phát.

Bên cạnh đó, Chính phủ khẩn trương, tập trung chỉ đạo các bộ, ngành có liên quan tháo gỡ điểm nghẽn về sự chồng chéo giữa các quy định pháp luật chuyên ngành liên quan đến thực hiện dự án đầu tư công và hạn chế trong giải phóng mặt bằng.

Cùng đó, đẩy nhanh tiến độ thực hiện các chính sách, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực tài khóa, tiền tệ để hỗ trợ tăng trưởng, nâng cao năng lực nội tại của nền kinh tế.

Để nền kinh tế không lỡ nhịp với các cơ hội trong nước và quốc tế, Chính phủ cần chỉ đạo các bộ, ngành, lĩnh vực chủ động nắm chắc tình hình, rà soát, nhận diện các cơ hội và thách thức, kịp thời đưa ra những chính sách, giải pháp phù hợp.

Đối với một số ngành, lĩnh vực trong các tình huống đặc biệt thì cần đưa ra giải pháp đặc thù để vượt qua khó khăn, thách thức, tận dụng và phát huy tối đa các cơ hội, thúc đẩy quá trình phục hồi, phát triển kinh tế-xã hội và duy trì động lực tăng trưởng trong dài hạn, tạo dựng và khai thác các động lực tăng trưởng mới.

Ngân hàng Nhà nước điều hành chính sách tiền tệ linh hoạt, giữ lãi suất và tỷ giá ổn định trong biên độ cho phép; đảm bảo vốn tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại.

Cộng đồng doanh nghiệp cần chủ động chuẩn bị đầy đủ các điều kiện đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, bảo đảm nguồn cung và lưu thông hàng hóa. Đối với các mặt hàng thiếu hụt trong ngắn hạn cần có giải pháp nhập khẩu kịp thời nguyên nhiên vật liệu, cắt giảm chi phí sản xuất; đối với các mặt hàng thiếu hụt dài hạn cần chủ động tìm kiếm nguồn hàng và đối tác cung ứng thay thế.

Cùng với đó, Chính phủ chỉ đạo điều tiết hợp lý giá các mặt hàng thiết yếu do Nhà nước quản lý như xăng dầu, điện, dịch vụ, y tế, giáo dục... thực hiện trợ cấp xã hội cho những hoàn cảnh khó khăn, qua đó giảm thiểu tác động từ việc Fed tăng lãi suất ảnh hưởng đến cuộc sống của người dân, nhất là người có thu nhập thấp.

Ngoài ra, Chính phủ tập trung vào công tác chỉ đạo, khẩn trương thực hiện các chính sách, giải pháp đã ban hành để tránh bỏ lỡ cơ hội, lỡ nhịp đối với kinh tế nước ta. Chính sách và giải pháp tốt nhưng triển khai chậm vẫn chỉ là chính sách.

3. 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 trục trặc 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 chẵn 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; Lỗ 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 thường 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 liệu 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

1. Quan hệ ngoại giao chính trị với Việt Nam

Năm 1995: Thủ tướng Việt Nam Võ Văn Kiệt và Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton thông báo quyết định bình thường hóa quan hệ hai nước (ngày 12/7).

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.

Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton thăm chính thức Việt Nam (từ ngày 16-19/11/2000).

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 Condoleezza 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 25/9/2009.

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).

Thủ 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 Thủ 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 từ ngày 6-8/8/2015 nhân dịp kỷ niệm 20 năm bình thường hóa quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ.

Ngày 22 - 24/5/2016: Tổng thống Barack Obama thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam. Ngày 23/05/2016 tuyên bố 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.

Ngày 26-27/9/2018: Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc dự Phiên thảo luận cấp cao Đại hội đồng Liên hợp quốc khóa 73, tại Hoa Kỳ.

Ngày 27/2/2019: Tổng Bí Thư Nguyễn Phú Trọng tiếp và hội đàm với Tổng thống Donald Trump và Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc hội kiến Tổng thống Donald Trump dịp Việt Nam tổ chức Thượng đỉnh Hoa Kỳ - Triều Tiên lần thứ hai tại Hà Nội.

Ngày 6/5/2020: Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc điện đàm với Tổng thống Hoa Kỳ Donald Trump, thảo luận về phối hợp phòng, chống dịch Covid-19.

Ngày 29-30/10/2020: Ngoại trưởng Hoa Kỳ Michael Pompeo thăm Việt Nam.

Ngày 28/7/2021: Bộ trưởng Quốc phòng Hoa Kỳ Lloyd Austin thăm Việt Nam.

Ngày 24-26/8/2021: Phó Tổng thống Hoa Kỳ Kamala Harris thăm Việt Nam.

Ngày 21-24/9/2021: Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc dự Phiên thảo luận cấp cao Đại hội đồng Liên hợp quốc khóa 76, có các hoạt động song phương tại Hoa Kỳ.

Ngày 11-17/5/2022: Thủ tướng Phạm Minh Chính dẫn đầu Đoàn đại biểu Việt Nam thăm, làm việc tại Hoa Kỳ và Liên hợp quốc.

Ngày 29/3/2023: Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng điện đàm với Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden.

Ngày 15/4/2023: Bộ trưởng Ngoại giao Hoa Kỳ Antony Blinken thăm chính thức Việt Nam.

Ngày 10-11/9/2023: Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden thăm cấp nhà nước tới Việt Nam.

2. 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 (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).

Ngày 06/12/2019, tại trụ sở Bộ Tài chính, được sự ủy quyền của Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Hoa Kỳ, Thứ trưởng Bộ Tài chính Vũ Thị Mai và Đại diện Đại sứ quán Hợp chúng quốc Hoa Kỳ tại Việt Nam, bà Caryn McClelland đã ký Hiệp định giữa Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Hợp chúng quốc Hoa Kỳ về hỗ trợ lẫn nhau trong lĩnh vực hải quan.

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.

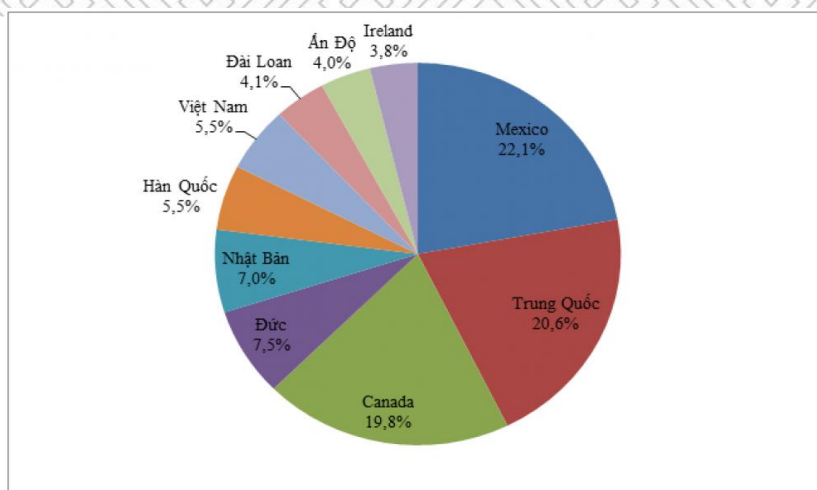
Ngày 23/6/2004, Tổng thống Hoa Kỳ George Bush tuyên bố đưa Việt Nam vào danh sách 15 nước hưởng viện trợ trong Kế hoạch Viện trợ khẩn cấp về phòng chống HIV/AIDS. Hoa Kỳ cũng hợp tác tích cực và tài trợ cho Việt Nam trong lĩnh vực phòng chống đại dịch cúm gia cầm.

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. Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ tăng khoảng 247 lần, từ 450 triệu USD năm 1995 lên 111,56 tỷ USD năm 2021. Trong lịch sử ngoại thương của Việt Nam, Hoa Kỳ là đối tác thương mại thứ hai đạt được mốc 100 tỷ USD (sau Trung Quốc). Năm 2021, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 96,29 tỷ USD, tăng 24,9% so với năm 2020. Nền kinh tế lớn nhất thế giới tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam khi chiếm đến 28,6% kim ngạch cả nước. 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....

Trong những năm qua, Hoa Kỳ luôn là một trong những đối tác quan trọng hàng đầu của Việt Nam trong nhiều lĩnh vực. Riêng trong lĩnh vực thương mại, Hoa Kỳ là đối tác thương mại lớn thứ 2 và thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng nằm trong nhóm 10 đối tác thương mại lớn nhất của Hoa Kỳ, cũng là một trong những thị trường tiềm năng nhất của Hoa Kỳ tại khu vực ASEAN.

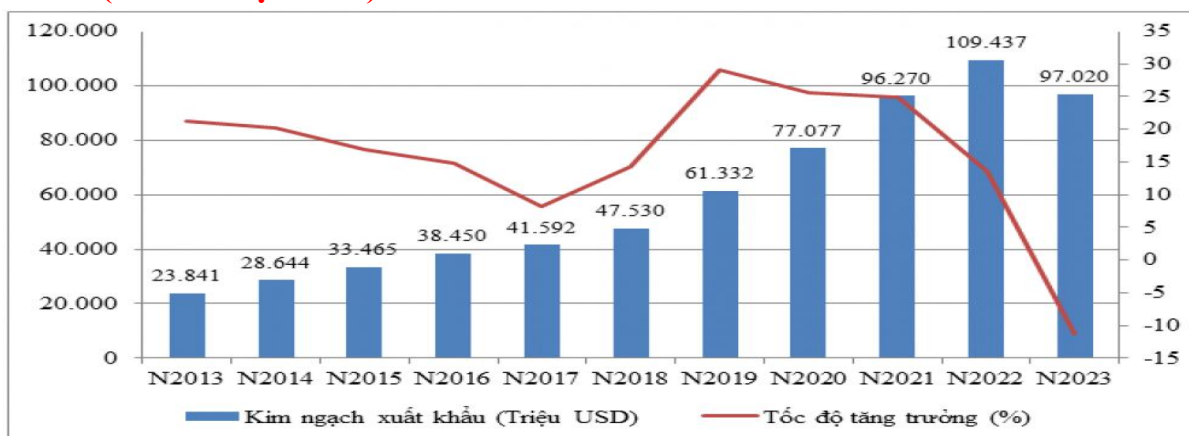
Biểu đồ 1: Nhóm 10 thị trường có kim ngạch nhập khẩu lớn nhất của Hoa Kỳ trong năm 2023



Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong năm 2023, tổng kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ đạt 110,84 tỷ USD, giảm 10,54% so với năm 2022. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 97,02 tỷ USD, giảm 11,35% so với năm 2022; kim ngạch nhập khẩu đạt 13,82 tỷ USD, giảm 4,47%.

Nhìn chung trong năm 2023, xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Hoa Kỳ suy giảm so với năm 2022, chủ yếu là do nhu cầu thị trường giảm mạnh do những ảnh hưởng từ tình hình kinh tế toàn cầu biến động và lạm phát tăng cao trong các tháng đầu năm, người tiêu dùng có xu hướng cắt giảm chi tiêu cho những mặt hàng không thiết yếu. Về cuối năm, nền kinh tế Hoa Kỳ bắt đầu có dấu hiệu hồi phục, tăng trưởng với tốc độ nhanh hơn nhiều so với kỳ vọng. Theo Trading Economics, trong quý IV/2023, tốc độ tăng trưởng GDP của Hoa Kỳ đạt 3,3%, cao hơn nhiều so với mức dự báo tăng trưởng 2% trước đó; tỷ lệ lạm phát cơ bản ở Hoa Kỳ trong tháng 01/2024 cũng giảm về mức thấp nhất trong hơn hai năm qua, ở mức 3,9%, không thay đổi so với tháng 12/2023 và cao hơn dự báo thị trường là 3,7%.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ trong giai đoạn 2013 - 2023 (ĐVT: Triệu USD)



Dự báo, trong các tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ sẽ phục hồi đáng kể so với năm 2023 khi nhu cầu thị trường tăng lên, hàng tồn kho giảm. Nửa đầu năm 2024, xuất khẩu của nước ta sang thị trường Hoa Kỳ đã đạt 54,3 tỷ USD, tăng hơn 22%. Còn nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 7,1 tỷ USD. Như vậy, xuất siêu ước đạt 47,2 tỷ USD. Theo Tổng cục Thống kê, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Hoa Kỳ có thể sớm vượt 100 tỷ USD trong năm nay.

Bộ Công Thương đánh giá, thị trường Hoa Kỳ đang có những động thái kích cầu tiêu dùng trở lại, mở rộng nhu cầu xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp. Nhờ đó đã giúp nhu cầu tiêu dùng đồ gỗ, thủy sản, dệt may... đang tăng mạnh mẽ.

Tham tán thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ cho biết, có nhiều lý do để thương mại hai nước tăng trưởng liên tục trong thời gian qua, ngay cả trong bối cảnh tình hình thế giới có nhiều biến động. Trước hết là quan hệ giữa hai nước ngày càng phát triển. Năm 2013, hai nước xác lập quan hệ Đối tác toàn diện, đến năm 2023, hai nước chính thức nâng cấp lên quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện.

Bên cạnh đó, hàng hóa của Việt Nam ngày càng được ưa chuộng tại thị trường Hoa Kỳ do chất lượng liên tục được cải thiện, cập nhật xu hướng cũng như có giá cả cạnh tranh. Mặt khác, sự thay đổi trong chuỗi cung ứng cũng như làn sóng dịch chuyển đầu tư đã góp phần tăng cường năng lực sản xuất của doanh nghiệp Việt Nam. Điều này đồng thời tạo cơ hội và dư địa cho hàng hóa của Việt Nam gia tăng xuất khẩu ra thế giới nói chung và thị trường Hoa Kỳ nói riêng.

Dự báo, trong thời gian tới, xuất khẩu sang Hoa Kỳ tiếp tục phục hồi và tăng trưởng khi nhu cầu thị trường tăng lên, hàng tồn kho giảm. Lo ngại lớn nhất khi xuất khẩu sang Hoa Kỳ là việc nước này gia tăng áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại với hàng nhập khẩu.

Để hạn chế rủi ro bị điều tra, áp dụng biện pháp phòng vệ, doanh nghiệp Việt Nam cần phải tăng cường tìm hiểu pháp luật về các quy định về phòng vệ thương mại, tạo được các giá trị gia tăng trên sản phẩm xuất khẩu, doanh nghiệp cần lưu trữ số liệu xuất khẩu để hợp tác với cơ quan điều tra khi xảy ra vụ việc.

Hiện nay, triển vọng và tiềm năng hợp tác giữa hai thị trường đang trên đà bứt tốc mạnh mẽ, nhất là sau khi Việt Nam và Hoa Kỳ chính thức nâng cấp quan hệ lên mức Đối tác Chiến lược toàn diện vì hòa bình, hợp tác và phát triển bền vững. Việt Nam và

Hoa Kỳ có thêm nhiều cam kết về tăng cường quan hệ kinh tế song phương, hứa hẹn mang đến nhiều cơ hội tiếp cận thị trường và tìm kiếm đối tác cho các doanh nghiệp nội địa. (Nguồn: Bộ Công thương)

3. Thương mại hai chiều Việt Nam-Hoa Kỳ giai đoạn 2019-2023

Đơn vị: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ	69.159,005	83.184,456	108.179,712	135.876,564	118.940,929
Việt Nam nhập khẩu từ Hoa Kỳ	10.821,544	9.912,050	11.010,738	11.398,113	9.811,559
Kim ngạch xuất nhập khẩu	79.980,549	93.096,506	119.190,450	147.274,680	128.752,488

Nguồn: Trademap.org

4. 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 17%/năm trong giai đoạn 2019 - 2023. Riêng năm 2023, Việt Nam đã xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá khoảng 118,94 tỷ USD sang Hoa Kỳ, đứng thứ 7 trong số hơn 100 quốc gia xuất khẩu vào Hoa Kỳ, giảm 12% so với năm 2022, chiếm 3,7% tổng lượng nhập khẩu của Hoa Kỳ. 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

ĐVT: Triệu USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2023	Tăng trưởng hàng năm 2019-2023, %	Thị phần trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ năm 2023, %
Tổng cộng		118.940,929	17	3,7
85	Thiết bị điện - điện tử	41.710,600	20	9
94	Đồ nội thất; đèn và bộ đèn;biển đèn tên được chiếu sáng; các cấu kiện nhà lắp ghép	11.972,851	12	17

84	Máy móc các loại và các bộ phận	17.545,578	45	4
61	Quần áo và hàng may mặc phụ kiện quần áo, dệt kim hoặc móc	7.869,922	4	17
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	7.936,341	7	30
62	Quần áo và hàng may mặc phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc	6.554,260	5	18
95	Đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện của chúng	2.779,613	21	6
39	Nhựa và các sản phẩm bằng chất dẻo	2.712,651	37	4
40	Cao su và các sản phẩm từ cao su	1.523,719	18	4
90	Quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật. . .	1.370,446	13	1
73	Các sản phẩm bằng sắt/thép	1.361,961	20	2
42	Các sản phẩm bằng da; yên ngựa và dây nịt; hàng du lịch, túi xách và các loại đồ đựng tương tự;...	1.329,576	5	10

Nguồn: Trademap.org.

➤ Các mặt hàng xuất khẩu chính

• Thiết bị điện - điện tử (HS.85)

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	351.073,776	343.401,025	415.442,291	477.145,907	463.363,545
Nhập khẩu từ Việt Nam	21.768,384	27.550,847	36.321,425	46.761,173	41.783,842

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 3 về nhóm hàng thiết bị điện - điện tử sang Hoa Kỳ trong năm 2023 với trị giá xuất khẩu đạt trên 41,784 tỷ USD, giảm 11% so với năm 2022. Xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam chiếm thị phần khá nhỏ, chỉ 9% 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 2019-2023 đạt mức khá cao, khoảng 20%/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 27,4% tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ, kế đến là Mexico 18,5%, Việt Nam 9%, Đài Loan (Trung Quốc) 5,8%, Malaysia 5,8%, Thái Lan 4,5%, Hàn Quốc 4,2%, Nhật Bản 4,1%, Đức 2,7%, Ấn Độ 2,6%, Canada 2,1%,...

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 19,18 tỷ USD; Đi-ốt, tranzito và các thiết bị bán dẫn, bộ phận bán dẫn cảm quang,.. (HS 8541) với trị giá 5,251 tỷ USD; micro và chân đế cho nó (không bao gồm micro không dây có bộ phát tích hợp) (HS 8518) với trị giá xuất khẩu 3,34 tỷ 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 2,05 tỷ USD; mạch điện tử tích hợp (HS 8542) 1,714 tỷ USD; Màn hình và máy chiếu, không kết hợp bộ máy thu sóng truyền hình; bộ máy lễ tân (HS 8528) với 1,632 tỷ USD; dây điện, cáp điện (HS 8544) 1,613 tỷ USD; Máy biến áp điện, máy biến áp tĩnh, ví dụ: bộ chỉnh lưu và cuộn cảm; các bộ phận của chúng (HS 8504) với 1,537 tỷ USD;...

- **Đồ nội thất (HS.94)**

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	66.842,480	65.457,994	81.318,355	86.736,616	69.006,761
Nhập khẩu từ Việt Nam	8.199,393	11.286,568	14.246,662	15.788,592	11.968,278

Nguồn: Trademap.org.

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 11,968 tỷ USD trong năm 2023, giảm 24% so với năm 2022, chiếm 17,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ.

Trong giai đoạn 2019 - 2023, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt tốc độ tăng trưởng khá 12%, trong khi đó Trung Quốc giảm 5%/năm; Mexico tăng 8%/năm.

Năm 2023, nguồn cung ứng đồ nội thất hàng đầu cho thị trường Hoa Kỳ vẫn là Trung Quốc, chiếm thị phần 29,4% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu là 30,32 tỷ USD, tiếp theo là Mexico (13,4 tỷ USD, chiếm 19,4%) và theo sau Việt Nam là Canada (5,81 tỷ USD, chiếm 8,4%). Cả bốn nhà cung cấp lớn nhất này đều chưa có mức tăng trưởng sau chuỗi giảm liên tiếp trong những năm trước đó.

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 9403) với trị giá xuất khẩu trong năm 2023 đạt 6,817 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 4,45 tỷ USD; Đèn và phụ kiện chiếu sáng, bao gồm đèn rọi và đèn sân khấu, và các bộ phận của chúng (HS 9405) đạt 0,559 tỷ USD;...

- **Máy móc (HS.84)**

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	377.872,961	361.173,660	427.918,555	475.932,653	459.195,220
Nhập từ Việt Nam	3.773,954	6.991,851	11.153,963	13.212,068	17.510,129

Nguồn: Trademap.org.

Năm 2023, Việt Nam xếp thứ 8 trong số các nhà cung cấp nhóm hàng máy móc cho thị trường Hoa Kỳ, chỉ chiếm khoảng 3,8% 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 tăng 32% so với năm 2022, đạt 17,51 tỷ USD. Mức tăng trưởng trong xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này vào Hoa Kỳ giai đoạn 2019-2023 khoảng 45%/năm.

Chiếm đại bộ phận trong nhóm hàng máy móc xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong năm 2023 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 9,49 tỷ USD; Các bộ phận và phụ kiện (trừ nắp, hộp đựng và những thứ tương tự) chỉ phù hợp để sử dụng... (HS 8473) với trị giá xuất khẩu đạt 2,35 tỷ USD; dụng cụ làm việc bằng tay, bằng khí nén, bằng thủy lực hoặc bằng điện hoặc không dùng điện... (HS 8467) với trị giá 1,34 tỷ USD; các loại máy in (HS 8443) với giá trị xuất khẩu 1,21 tỷ

USD; Máy bơm không khí hoặc chân không (không bao gồm thang máy hợp chất khí, thang máy và băng tải khí nén) (HS 8414) với trị giá 384,626 triệu USD; Vòi, van và các thiết bị tương tự cho đường ống, vỏ nồi hơi, bể chứa, thùng chứa... (HS 8481) với trị giá 375,777 triệu USD,...

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

DVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	48.160,270	38.254,141	52.249,668	60.784,841	45.244,512
Nhập khẩu từ Việt Nam	7.954,174	7.417,517	9.126,584	10.895,612	8.869,922

Nguồn: Trademap.org.

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 8,871 tỷ USD trong năm 2023 chiếm khoảng 17,4% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này. Trong năm 2023, nhà cung cấp lớn nhất cho thị trường Hoa Kỳ nhóm hàng này là Trung Quốc với 9,996 tỷ USD (chiếm 22,1% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khá trong suốt thời kỳ 2019 - 2023, với 4%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (-73) và Cambodia (7%) nhưng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2023 giảm mạnh - 28% so với năm 2022. Trong khi đó, năm 2023 mức tăng trưởng xuất khẩu của Trung Quốc cũng giảm khá mạnh -26% so với năm 2022; Bangladesh giảm -28%; Indonesia giảm -31%; Cambodia giảm -27%; Ấn Độ giảm -26%; Bangladesh giảm -28%; Philippines giảm -40%, Srilanka giảm -26%; Thổ Nhĩ Kỳ giảm -7%; Pakistan giảm -33%; Thái Lan giảm -30% và Malaysia giảm -37%;... Năm 2023, hầu hết mức tăng trưởng xuất khẩu của tất cả các quốc gia đều sụt giảm.

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 2,214 tỷ USD; áo bộ comlê, áo thể thao, váy dài, quần soóc nữ (HS 6104) với trị giá 1,503 tỷ 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 soóc dùng

cho nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS 6103) với trị giá 478,682 triệu USD; quần lót, váy lót, quần sịp, quần lót, váy ngủ, đồ ngủ, áo choàng tắm, áo choàng tắm của phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS 6108) với trị giá 643,417 triệu USD; và Áo sơ mi nam hoặc bé trai, đan hoặc móc (trừ áo ngủ, áo phông, áo ba lỗ và các loại khác) (HS 6105) với trị giá 450,919 triệu USD; áo phông, áo ba lỗ và các loại áo vest khác, dệt kim hoặc móc (Hs 6109) với trị giá 428,67 triệu USD;...

• **Giày dép (HS.64)**

DVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	28.170,640	21.503,889	28.407,913	37.966,586	26.791,727
Nhập khẩu từ Việt Nam	7.265,317	6.724,964	7.828,087	11.459,844	7.936,341

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 2 về nhóm hàng giày dép sang Hoa Kỳ trong năm 2023 với trị giá xuất khẩu đạt 7,936 tỷ USD, giảm -31% so với năm 2022, chiếm 29,6% trong tổng nhập khẩu giày dép của Hoa Kỳ.

Với thị phần lên tới 37,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Hoa Kỳ, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 10,039 tỷ USD trong năm 2023, đứng thứ 3 là Ý chiếm 8,5% với trị giá xuất khẩu 2,272 tỷ USD, đứng thứ 4 là Indonesia chiếm 8,3% với trị giá xuất khẩu 2,227 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 2019 - 2023 đạt 7% năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc là - 2%/năm, Ý là 14%/năm và Indonesia tăng trưởng ở mức 14%/năm. Trong khi đó các quốc gia ở Châu Á có mức tăng trưởng khá cao trong giai đoạn này là Lào tăng 73%/năm; Bangladesh tăng 20%/năm; Cambodia tăng 16%/năm; Indonesia tăng 14%/năm; Malaysia tăng 14% và Thái Lan 9%.

Trong năm 2023, 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 da thuộc (HS 6403) với trị giá xuất khẩu 3,251 tỷ USD; và kế đến 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 3,179 tỷ USD; các loại giày dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic (HS 6402) đạt 1,388 tỷ USD và giày dép khác (HS 6405) đạt 63,27 triệu USD,...

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

DVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	39.224,194	32.911,543	35.037,691	44.567,971	36.346,897
Nhập khẩu từ Việt Nam	5.920,231	5.764,362	5.959,915	7.970,574	6.554,260

Nguồn: Trademap.org.

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 6,554 tỷ USD trong năm 2023 chiếm khoảng 18% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này.

Trong giai đoạn 2019 - 2023, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng đạt 5%/năm, so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (-9%), Bangladesh (9%), Ấn Độ (9%) và Indonesia (4%). Nhưng trong năm 2023 giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng đã giảm -18% so với năm 2022. Năm 2023, Trung Quốc là nước cung cấp hàng đầu mặt hàng này vào thị trường Hoa Kỳ với 7,808 tỷ USD (chiếm 21,5% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này); đứng thứ 3 là Bangladesh với 4,843 tỷ USD chiếm 13,3% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; đứng thứ 4 là Ấn Độ với 2,535 tỷ USD chiếm 7% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là Bộ quần áo, bộ quần áo đồng bộ, áo khoác, áo khoác, áo khoác, váy, váy, quần dài, áo khoác, áo khoác, áo khoác của phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS 6204) với giá trị xuất khẩu đạt 1,819 tỷ USD, kế tiếp là bộ quần áo, bộ quần áo, áo khoác, áo khoác, quần tây, yếm và nẹp, quần chèn (HS 6203) với giá trị xuất khẩu 1,092 triệu USD; áo khoác ngoài cho nam hoặc trẻ em trai, áo khoác xe hơi, áo choàng, áo choàng, áo khoác, incl. áo khoác trượt tuyết, áo khoác gió (HS 6201) với giá trị 606,680 triệu USD; quần áo được làm bằng nỉ hoặc vải không dệt, đã hoặc chưa ngâm tẩm, tráng, phủ hoặc dát mỏng (HS 6210) với giá trị 553,2 triệu USD; áo khoác ngoài của phụ nữ hoặc trẻ em gái, áo khoác xe hơi, áo choàng, áo choàng, áo khoác, incl. áo khoác trượt tuyết, áo khoác gió (HS 6202) với giá

549,123 triệu USD; Áo ngực, thắt lưng, áo nịt ngực, dây đeo, dây treo, dây nịt tất và các mặt hàng tương tự (HS 6212) với trị giá 529,798 triệu USD;...

• **Đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện (HS.95)**

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	33.960,781	36.344,231	51.736,985	55.201,125	44.448,292
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.323,917	2.232,471	2.495,461	3.394,447	2.774,846

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nguồn cung ứng lớn thứ 2 tại thị trường Hoa Kỳ về nhóm đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện (HS.95), với tổng giá trị đạt khoảng 2,775 tỷ USD trong năm 2023, chiếm khoảng 6,2% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này.

Trong giai đoạn 2019 - 2023, tốc độ tăng trưởng khá 21%/năm, so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (9%), Mexico (16%) và Đài Loan (Trung Quốc) (2%). Nhưng trong năm 2023 giá trị xuất khẩu nhóm hàng này giảm mạnh -18% so với năm 2022. Năm 2023, Trung Quốc là nước cung cấp hàng đầu mặt hàng này vào thị trường Hoa Kỳ với 33,422 tỷ USD (chiếm 74,9% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này); đứng thứ 3 là Mexico với 1,568 tỷ USD chiếm 3,5% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; đứng thứ 4 là Đài Loan (Trung Quốc) với 1,36 tỷ USD chiếm 3% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ.

Trong khi đó các quốc gia ở Châu Á có mức tăng trưởng khá cao trong giai đoạn 2019-2023 là Cambodia tăng 75%/năm; Malaysia tăng 37%/năm; Nhật Bản tăng 16%/năm; Ấn Độ tăng 16%/năm, Bangladesh tăng 14% và Indonesia tăng 16%/năm.

Năm 2023, các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam trong nhóm hàng này sang Hoa Kỳ là mặt hàng xe ba bánh, xe tay ga, xe đạp và đồ chơi có bánh xe tương tự; xe của búp bê; búp bê; đồ chơi khác (HS 9503) với trị giá xuất khẩu 1,318 tỷ USD; kể đến là máy và bảng điều khiển trò chơi điện tử, các sản phẩm cho funfair, trò chơi trên bàn hoặc phòng khách (HS 9504) với trị giá 734,31 triệu USD; vật phẩm và thiết bị tập thể dục, thể dục,

thể thao, các môn thể thao khác (HS 9506) với tị giá xuất khẩu 637,578 triệu USD;...

• **Nhựa và các sản phẩm bằng chất dẻo (HS.39)**

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	60.355,031	62.342,457	82.383,519	89.879,630	72.346,644
Nhập khẩu từ Việt Nam	860,550	1.385,801	2.337,872	3.222,581	2.712,651

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 7 về nhóm hàng nhựa và các sản phẩm bằng chất dẻo (HS.39) tại Hoa Kỳ. Trong năm 2023, xuất khẩu nhựa và các sản phẩm bằng chất dẻo (HS.39) của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 2,712 tỷ USD, giảm 16% so với năm 2022, chiếm 3,7% 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: Trung Quốc (chiếm 27,9%), tiếp theo là Canada (chiếm 18,9%), Mexico (10,9%), Hàn Quốc (5,6%), Đức (5,1%), Đài Loan (Trung Quốc) (chiếm 3,8%).

Trong suốt thời kỳ 5 năm (2019 - 2023), xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 37%/năm. Trong thời gian 2019 - 2023 các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng trung bình như Trung Quốc với mức tăng trưởng 3%/năm, tiếp theo là Canada (8%/năm), Mexico (12%/năm); Hàn Quốc (12%/năm); Đức (6%/năm); Đài Loan (10%/năm).

Trong năm 2023, các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ trong nhóm này là tấm trải sàn bằng plastic, có hoặc không tự dính, ở dạng cuộn hoặc ở dạng gạch; (HS.3918) đạt giá trị xuất khẩu là 1,065 tỷ USD; các sản phẩm bằng plastic và các sản phẩm bằng vật liệu khác thuộc nhóm 3901 đến 3914 (HS.3926) đạt 447,036 triệu USD; các sản phẩm dùng để vận chuyển hoặc đóng gói hàng hóa, bằng nhựa; nút, nắp, nắp và khác (HS.3923) với giá trị xuất khẩu đạt 332,339 triệu USD; bộ đồ ăn, đồ dùng nhà bếp, đồ gia dụng khác và đồ dùng vệ sinh, bằng plastic (HS.3924) với giá trị xuất khẩu 231,339 triệu USD;...

• **Cao su và các sản phẩm từ cao su (HS.40)**

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	30.007,725	28.493,182	41.006,678	40.432,341	34.843,081
Nhập khẩu từ Việt Nam	881,439	1.043,189	1.429,341	1.782,226	1.523,719

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

Việt Nam xếp thứ 8 trong số các nhà cung cấp cao su và các sản phẩm từ cao su (HS.40) tại thị trường Hoa Kỳ. Trong năm 2023, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này giảm 15% so với năm 2022, đạt khoảng 1,524 tỷ USD và chiếm 4,4% 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 2019 - 2023 tăng 18%/năm.

Năm 2023, mặt hàng xuất khẩu chính là lốp khí nén mới, bằng cao su (HS.4011) với giá trị 1,257 tỷ USD; tiếp theo là các sản phẩm bằng cao su lưu hóa (trừ cao su cứng),... (HS.4016) với giá trị xuất khẩu 135,031 triệu USD; cao su tự nhiên, balata, gutta-percha, guayule, chicle và các loại gôm tự nhiên tương tự, ở dạng nguyên sinh (HS.4001) với giá trị xuất khẩu 40,559 triệu USD; các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, bao gồm găng tay, găng tay và găng tay hở ngón, cho mọi mục đích (HS.4015) với giá trị xuất khẩu 38,428 triệu USD;...

Năm 2023, các nguồn cung ứng chính cho Hoa Kỳ về nhóm hàng này là Thái Lan đứng đầu với giá trị xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Hoa Kỳ 4,917 tỷ USD, chiếm 14,1% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; tiếp theo là Mexico với 4,645 tỷ USD, chiếm 13,3%; Canada với 2,997 tỷ USD, chiếm 8,6%; Nhật Bản với giá trị xuất khẩu 2,783 tỷ USD chiếm 8% trong nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; Trung Quốc với 2,692 tỷ USD chiếm 7,7%; Indonesia với giá trị xuất khẩu 1,997 tỷ USD chiếm 5,7%; Hàn Quốc với giá trị xuất khẩu 1,687 tỷ USD chiếm 4,8%;...

• Quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật (HS.90)

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	96.566,965	90.552,472	105.979,496	115.032,958	118.320,238

Nhập khẩu từ Việt Nam	840,125	918,850	1.310,142	1.238,041	1.385,288
------------------------------	---------	---------	-----------	-----------	-----------

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.
Việt Nam là nguồn cung ứng lớn thứ 20 tại thị trường Hoa Kỳ về nhóm quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật (HS.90), với tổng giá trị đạt khoảng 1,385 tỷ USD trong năm 2023, chiếm khoảng 1,2% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này.

Trong giai đoạn 2019 - 2023, tốc độ tăng trưởng khá 13%/năm, so với các đối thủ cạnh tranh Mexico (8%/năm); Đức (4%/năm); Trung Quốc (1%/năm); Ireland (4%/năm); Nhật Bản (2%/năm); Costa Rica (20%/năm); Canada (7%/năm); Singapore (6%/năm); Thụy Sĩ -12%/năm). Nhưng trong năm 2023 giá trị xuất khẩu nhóm hàng này tăng tương đối khá 12% so với năm 2022. Năm 2023, Mexico là nước cung cấp hàng đầu mặt hàng này vào thị trường Hoa Kỳ với 21,694 tỷ USD (chiếm 18,7% trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ về nhóm hàng này và tăng 19% so với năm 2022); đứng thứ 2 là Đức với 12,44 tỷ USD chiếm 10,7% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ và tăng 3% so với năm 2022; đứng thứ 3 là Trung Quốc với 11,621 tỷ USD chiếm 10% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ và giảm 16% so với năm 2022.

Trong khi đó quốc gia ở Đông Nam Á có mức tăng trưởng mạnh trong giai đoạn này là Lào tăng 135%/năm; tiếp theo là Myanmar tăng 80%/năm và Cambodia tăng 77%/năm.

Năm 2023, các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam trong nhóm hàng này sang Hoa Kỳ là thiết bị chỉnh hình, bao gồm nạng, đai và giàn phẫu thuật; nẹp và gãy xương khác (HS9021) với trị giá xuất khẩu 468,2335 triệuUSD; kế đến là dụng cụ và thiết bị được sử dụng trong y tế, phẫu thuật, nha khoa hoặc khoa học thú y (HS.9018) với trị giá 176,391 triệu USD; các dụng cụ, thiết bị và máy đo lường hoặc kiểm tra chưa được quy định ở nơi khác (HS.9031) với trị giá xuất khẩu 160,698 triệu USD; các dụng cụ và thiết bị điều chỉnh hoặc kiểm soát (trừ vòi, van và van điều khiển) (HS.9032) với trị giá xuất khẩu 121,469 triệu USD;...

• Sắt thép (HS.73)

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Nhập khẩu từ thế giới	40.887,369	35.987,330	47.929,454	61.174,666	53.264,867
Nhập khẩu từ Việt Nam	786,088	707,479	1.030,180	4.411,897	1.331,137

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 tại Hoa Kỳ. Trong năm 2023, xuất khẩu sản phẩm sắt thép (HS.07) của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 1,331 tỷ USD, giảm 6% so với năm 2022, chiếm 2,4% 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: Trung Quốc (chiếm 21,5%), tiếp theo là Mexico (15,2%), Canada (10,7%), Đài Loan (Trung Quốc) (6,6%) và Hàn Quốc (6,1%).

Trong suốt thời kỳ 5 năm (2019 - 2023), xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 20%/năm. Trong thời gian 2019 - 2023 các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm như Trung Quốc với mức tăng trưởng 4%, Mexico 17%, Canada 13%, Đài Loan (Trung Quốc) tăng 10% và Hàn Quốc 20%.

Trong năm 2023 các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ trong nhóm này là ống, đường ống và các cấu hình rỗng "ví dụ, đường nối hờ hoặc hàn, tán đinh hoặc đóng tương tự (HS.7306) đạt giá trị xuất khẩu là 212,739 triệu USD; tiếp theo là Dây bền, dây thừng, cáp, dây bền, dây treo và các loại tương tự, bằng sắt hoặc thép (trừ điện) (HS 7312) đạt 197,397 triệu USD; HS.7308 với 161,975 triệu USD; HS.7318 đạt 144,497 triệu USD; HS.7307 với trị giá 128,954 triệu USD; HS.7324 với trị giá 108.786 triệu USD...

Trong khi đó quốc gia ở Châu Á có mức tăng trưởng tương đối khá hơn Việt Nam trong giai đoạn 2019-2023 là Kazakhstan tăng 93%/năm, tiếp theo là Bangladesh tăng 59%/năm, tiếp theo là Bruinei tăng 38%/năm; Ấn Độ tăng 25%/năm và Pakistan tăng 21%/năm.

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

ĐVT: Triệu USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ thế giới	13.253,631	10.177,221	13.929,584	17.474,423	13.924,379

Nhập khẩu từ Việt Nam	1.311,479	1.115,877	1.188,080	1.733,117	1.329,576
------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

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

Việt Nam xếp thứ 5 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 2023, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này giảm -23% so với năm 2022, đạt khoảng 1,33 tỷ USD và chiếm 9,5% 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 2019 - 2023 tăng 5%/năm.

Năm 2023, 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 1,151 tỷ USD; tiếp theo là các sản phẩm may mặc và phụ kiện quần áo, bằng da hoặc da tổng hợp (HS.4203) với trị giá 96,153 triệu USD; yên xe và dây nịt cho bất kỳ động vật nào, bao gồm dây kéo/dây cương, dây dẫn, miếng đệm đầu gối, mõm, vải bọc yên xe (HS.4201) với trị giá 80,431 triệu USD;...

Năm 2023, 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 3,297 tỷ USD, chiếm 23,7% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Hoa Kỳ; tiếp theo là Ý với 1,944 tỷ USD, chiếm 14%; Cambodia với 1,787 tỷ USD chiếm 12,8%; Pháp với trị giá xuất khẩu 1,356 tỷ USD chiếm 9,7%;...

Trong khi đó quốc gia ở Đông Nam Á có mức tăng trưởng mạnh trong giai đoạn 2019-2023 là Thái Lan tăng 32%/năm; tiếp theo là Cambodia tăng 23%/năm; Indonesia tăng 20%/năm, Philippines tăng 9%/năm và Malaysia tăng 8%/năm.

➤ **Nhập khẩu**

Việt Nam đã nhập khẩu trên 9,812 tỷ USD hàng hóa từ Hoa Kỳ trong năm 2023 giảm -14% so với năm 2022. Trong suốt thời kỳ 2019 - 2023, mức tăng trưởng hàng năm đạt -1%. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm máy móc, xe cộ, sắt thép, bông, thiết bị điện, trái cây, dược phẩm,...

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

DVT: Triệu USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2023	Tăng trưởng hàng năm 2019-2023, %	Thị phần trong tổng xuất khẩu của Hoa Kỳ năm 2023, %
Tổng cộng		9.811,559	-1	0,5
85	Thiết bị điện - điện tử	1.716,224	-1	1
52	Bông	751,288	-13	10
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	659,374	-1	1
23	Phế liệu và phế thải từ ngành công nghiệp thực phẩm, thức ăn gia súc đã chế biến	638,026	12	4
28	Hóa chất vô cơ; hợp chất hữu cơ hoặc vô cơ của kim loại quý, kim loại đất hiếm,...	575,887	59	4
12	Hạt có dầu và quả có dầu; ngũ cốc, hạt và quả hỗn hợp;...	530,643	5	2
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.	486,497	0	0
72	Sắt thép	381,904	3	2
08	Trái cây và hạt ăn được; trái cây họ cam quýt hoặc dưa	343,758	5	2
47	Bột giấy từ gỗ hoặc từ vật liệu xenlulo sợi khác; giấy tái chế (phế liệu và phế thải)	307,267	15	4
90	Quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật	276,045	-9	0
44	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than củi	253,983	-6	3

Nguồn: Trademap.org.

5. Đầu tư

Hoa Kỳ đứng thứ 14/153 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư còn hiệu lực tại Việt Nam từ năm 1998 đến cuối tháng 9/2024 là 1.40 dự án, tổng vốn đầu tư đăng ký 11.978,91 triệu USD. Từ ngày 01/01/2024 đến cuối tháng 9/2024, Hoa Kỳ có 80 dự án FDI cấp mới với tổng số vốn đăng ký cấp mới 109,563 triệu USD, 18 số lượt dự án điều chỉnh tăng vốn với vốn đăng ký tăng thêm là 24,815 triệu USD; và 101 số lượt góp vốn mua cổ phần với giá trị góp vốn là 45,709 triệu USD đã đưa tổng vốn đăng ký cấp mới lên 180,088 triệu USD. (Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư)

Vốn đầu tư của Hoa Kỳ tập trung chủ yếu vào các ngành dịch vụ lưu trú, ăn uống (43,1%); công nghiệp chế biến, chế tạo (32%), cấp nước và xử lý chất thải (5,1%), vận tải và kho bãi (3,9%) tổng vốn đầu tư,....

Các địa bàn nhận vốn đầu tư của Hoa Kỳ nhiều nhất gồm Bà Rịa-Vũng Tàu (45,8%%), TP.Hồ Chí Minh (12,4%), Bình Dương (9%), Đà Nẵng (7,1%),...

Mặc dù, đại dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, tuy nhiên các tập đoàn, doanh nghiệp lớn của Hoa Kỳ vẫn duy trì hoạt động, mở rộng đầu tư và tìm kiếm những cơ hội mới tại Việt Nam, như: Apple, Google, Netflix, Dell, Intel, ...

Nhiều tập đoàn lớn của Hoa Kỳ đã tăng đầu tư vào Việt Nam. Mới nhất, Tập đoàn Quantum (Hoa Kỳ) và Công ty cổ phần BB Group (Tập đoàn BBG, Việt Nam) đã ký thỏa thuận với tỉnh Quảng Trị về việc nghiên cứu, hợp tác đầu tư hai dự án quy mô lớn tại Khu kinh tế Đông Nam Quảng Trị. Trước đó, 2 doanh nghiệp lớn khác là Exxon Mobil và Millennium cũng đề xuất các kế hoạch đầu tư hàng tỷ USD vào các dự án điện khí tại Việt Nam...

Đến nay, dòng vốn FDI của Mỹ vào Việt Nam dù vẫn còn khá khiêm tốn so với nhiều nước nhưng dấu ấn của các công ty Mỹ rất mạnh mẽ. Đó là sự đầu tư bài bản, chuyên nghiệp, lâu dài cũng như mang đến công nghệ mới, việc làm, kiến thức kỹ thuật và chuyên môn, gia tăng ngoại hối... Qua đó góp phần thúc đẩy phát triển môi trường đầu tư, kinh tế Việt Nam.

Chẳng hạn Tập đoàn General Electric (GE) đã có gần 30 năm đầu tư tại Việt Nam trong nhiều lĩnh vực từ truyền tải điện, hàng không đến thiết bị y tế. Từ đó đã góp phần hiện đại hóa ngành điện, y tế, dầu khí Việt Nam. Ngoài ra, tập đoàn này còn xuất khẩu sản phẩm công nghiệp nặng “Made in Vietnam” là các động cơ máy bay ra thị trường

toàn cầu. Thực tế, không chỉ GE cam kết đầu tư mở rộng tại Việt Nam mà còn có nhiều ông lớn khác.

Điều đáng ghi nhận, trong khó khăn do đại dịch, nhưng nhiều tập đoàn hàng đầu của Mỹ như Apple, Amazon, Google, Intel... vẫn công bố khoản đầu tư vào Việt Nam. Trong đó, Tập đoàn Intel đã đầu tư bổ sung 475 triệu USD đã nâng tổng vốn đầu tư lên đến gần 1,5 tỉ USD; Universal Alloy Corporation chuyên sản xuất các thiết bị điện tử cho máy bay do Boeing và Airbus chế tạo đã đầu tư 170 triệu USD và đang có kế hoạch mở rộng trong thời gian tới. Việt Nam cũng chào đón First Solar - một trong 3 tập đoàn năng lượng lớn nhất của Mỹ - với dự án sản xuất tấm pin năng lượng mặt trời công nghệ màng mỏng, tổng vốn đầu tư trên 1 tỷ USD. Cùng với đó, Công ty Hayward Quartz Technology INC tại Thung lũng Silicon đầu tư 110 triệu USD vào khu công nghệ cao tại Đà Nẵng...

Ngoài ra, các tên tuổi hàng đầu nước Mỹ cũng đã hiện diện tại Việt Nam như Apple, Qualcomm, Nike, Morgan Stanley, ACORN International, General Dynamics, Google... Đặc biệt, hãng Boeing mới đây cho biết muốn mở rộng các cơ sở tại Việt Nam để cung cấp nguyên liệu, xây dựng trung tâm kỹ thuật, mở rộng kết nối với các đối tác trong nước. Nhiều tập đoàn khác cũng đang muốn gia tăng vốn đầu tư vào Việt Nam.

Hiệp hội Thương mại Mỹ (AmCham) tại Việt Nam cho biết gần 80% nhà đầu tư Mỹ tại Việt Nam đánh giá rất tích cực hoặc khả quan về triển vọng trung lẫn dài hạn của họ về Việt Nam và đã lên kế hoạch đầu tư thêm.

Giới phân tích cho rằng, những động thái trên của giới đầu tư Hoa Kỳ báo hiệu sẽ có một “chiến dịch” đầu tư mới của nhà đầu tư Hoa Kỳ vào Việt Nam, nhất là trong 3 lĩnh vực ưu tiên đầu tư. Điều này cũng phù hợp với chiến lược thu hút FDI mới của Việt Nam. Đó là đặt ưu tiên lớn hơn trong việc thu hút các dự án công nghệ cao, chuyển đổi số, đặc biệt là các dự án đầu tư năng lượng sạch.

6. Các khó khăn và thuận lợi

• Thuận lợi

+ Hoa Kỳ là thị trường giàu tiềm năng với gần 350 triệu người tiêu dùng và theo thống kê thì tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam mới chiếm khoảng 4% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ trong năm 2023, như vậy dư địa là rất lớn.

- + 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, đa dạng về nhu cầu, mức độ sử dụng, tạo nhiều điều kiện cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ.
- + GDP trên đầu người cao, xếp thứ 9 trên thế giới (đạt 73.600 USD/người năm 2023) và đặc biệt người dân ở Hoa Kỳ có thói quen tiêu dùng theo hướng tiết kiệm và an toàn, thân thiện với môi trường, dịch vụ tài chính phát triển. Đây thực sự là thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới.
- + Vừa là thuận lợi và cũng là điểm mà chúng ta cần khắc phục đó là Việt Nam xuất khẩu mặt hàng nguyên liệu đầu vào, nguyên liệu thô, hàng hoá thiết yếu, do vậy giá trị gia tăng còn hạn chế, đó cũng là điểm mà hàng hóa Việt Nam cần khắc phục trong thời gian tới để tạo thêm giá trị gia tăng và hàm lượng chất xám.
- + Chính sách hỗ trợ của Chính phủ, Bộ ngành, địa phương đối với doanh nghiệp xuất khẩu theo hướng tăng trưởng bền vững và cân bằng thương mại với Hoa Kỳ cũng như quan hệ đối tác toàn diện tốt đẹp trên bình diện ngoại giao, kinh tế, chính trị cũng là đòn bẩy thúc đẩy sự tăng cường hợp tác kinh tế hai nước trong giai đoạn hiện nay và trong tương lai.
- + 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 hơn 1,8 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.

- **Khó khăn**

Về khó khăn đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ, chúng ta có thể điểm qua một số khó khăn và đây cũng là những khó khăn chung mà các nước xuất khẩu sang Hoa Kỳ cũng gặp phải và đặc biệt là những nước xuất khẩu hàng hóa ở khu vực Đông Nam Á cũng như các nước có lợi thế cạnh tranh so với Việt Nam:

+ Chính sách tài chính tiền tệ của Hoa Kỳ trong thời gian vừa qua theo hướng kiềm chế lạm phát và thúc đẩy tăng trưởng bền vững nên cũng ảnh hưởng tới kỳ vọng cũng như mức độ chi tiêu của người tiêu dùng đối với việc mua sắm, ảnh hưởng tới việc xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ.

+ Chi phí vận tải logistics cũng như các quy định của chính quyền liên bang và từng bang phức tạp, đặc biệt có thể gây ra những rào cản thương mại, rào cản kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ trong các vấn đề kiểm dịch, an toàn vệ sinh thực phẩm, tiêu chuẩn lao động. Khó khăn nữa là hiện nay nhu cầu nhập khẩu và giải phóng lượng hàng tồn kho của Hoa Kỳ vẫn chưa được cải thiện nhiều.

+ Cạnh tranh của hàng hoá nhập khẩu từ các quốc gia có cùng chủng loại và giá cả cạnh tranh cũng như các yếu tố cạnh tranh so với hàng hóa Việt Nam ví dụ như các quốc gia có vị trí địa lý gần hơn với Hoa Kỳ nên chi phí vận tải thấp hơn cũng như chi phí sản xuất có thể cạnh tranh với hàng hóa của Việt Nam trong các mặt hàng chủ lực chiếm thế mạnh của ta như dệt may và da giày.

+ Một trong những điểm nổi bật trong thời gian vừa qua khi mà cơ quan thương vụ theo dõi tình hình xuất nhập khẩu giữa hai nước đó là việc các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt rất gay gắt với các rào cản thương mại, rào cản kỹ thuật, các biện pháp phòng vệ thương mại, và đặc biệt là các vụ việc điều tra về chống lẩn tránh thuế, phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ và việc này ảnh hưởng không những bản thân các doanh nghiệp mà còn trực tiếp tới ngành hàng đó của Việt Nam, khi đó các doanh nghiệp, các nhà nhập khẩu của Hoa Kỳ sẽ tìm sang các quốc gia khác không bị áp các biện pháp phòng vệ thương mại để có thể nhập khẩu một cách bền vững.

Tuy nhiên, thuận lợi và khó khăn, cơ hội và thách thức luôn đi cùng nhau. Bên cạnh sự hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhà nước đối với các hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp, sự phối hợp đồng bộ giữa doanh nghiệp và Hiệp hội, địa phương cũng như giữa các doanh nghiệp với nhau cũng sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp chủ động thích ứng,

ứng phó, nâng cao năng lực sản xuất, cạnh tranh để chiếm lĩnh thị trường Hoa Kỳ trong thời gian tới.

Một trong những điểm mà doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý đó là chính sách hướng tới kinh tế xanh của chính quyền Tổng thống Joe Biden. Mỹ là một trong những nước đi đầu thế giới về thực hiện chính sách “kinh tế xanh” nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo đó, Chính phủ Mỹ đã thực hiện các chính sách mới nhằm đẩy mạnh phát triển nền kinh tế thông qua phát triển năng lượng, phát triển kinh tế xanh, thực hiện chính sách tiết kiệm năng lượng, giảm bớt ô nhiễm môi trường và thực hiện chính sách năng lượng tái tạo.

Đối với xu hướng này thì thời gian qua, chính phủ Việt Nam cũng như các cơ quan quản lý nhà nước cũng đã có những chính sách đầu tư cho phát triển kinh tế xanh ở Việt Nam cũng như kêu gọi sự tham gia của doanh nghiệp Việt Nam trong nền kinh tế xanh để có thể hạn chế được nhiều rủi ro trực tiếp như gián đoạn chuỗi cung ứng, tác động của thị trường, rủi ro về pháp lý, nguồn lực...

Ngoài những rủi ro trên, doanh nghiệp cũng sẽ nhận được nhiều cơ hội, động lực để gia nhập thị trường thích ứng với biến đổi khí hậu tại thị trường Hoa Kỳ và mở rộng thị trường mới cho các sản phẩm mà thân thiện với môi trường cũng như các sản phẩm xanh, qua đó tiết kiệm chi phí trong toàn bộ chuỗi giá trị; nâng cao danh tiếng và giá trị thương hiệu của mình.

Một trong những điểm mà các doanh nghiệp và hàng hóa Việt Nam cần hết sức lưu ý khi xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ đó là hiện nay Hoa Kỳ cũng là thị trường khởi xướng điều tra phòng vệ thương mại nhiều nhất với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Hoa Kỳ đã khởi xướng điều tra phòng vệ thương mại đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam, các mặt hàng cũng rất đa dạng từ nông nghiệp tới công nghiệp và các sản phẩm đó cũng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ. Điều này cho thấy Hoa Kỳ đang ngày càng tăng cường các biện pháp pháp lý cũng như hình thức để bảo vệ ngành sản xuất trong nước khi gặp sự cạnh tranh gay gắt từ thị trường bên ngoài, từ hàng xuất khẩu của các nước nhập khẩu vào Hoa Kỳ.

Dự kiến thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ sẽ tiếp tục gia tăng trong thời gian tới, tăng trưởng đột biến của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ sẽ

được đặt trong tầm ngắm của các cơ quan của Hoa Kỳ và như vậy khả năng chúng ta sẽ tiếp tục phải đối mặt với các vụ việc điều tra phòng vệ thương mại của Hoa Kỳ.

Do vậy, khi các doanh nghiệp của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ thì cần đặc biệt chú ý vấn đề về xuất xứ hàng hóa, xuất xứ nguồn nguyên liệu và cần chủ động nghiên cứu, đánh giá rủi ro cũng như theo dõi các cảnh báo về khả năng điều tra phòng vệ thương mại do cơ quan hữu quan của Việt Nam, đặc biệt là Cục Phòng vệ Thương mại của bộ Công thương hiện nay vẫn đang đăng tải công khai trên cổng thông tin điện tử của bộ để góp phần sao cho việc xuất khẩu hàng hóa được ổn định, bền vững sang Hoa Kỳ và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam chiếm lĩnh thị trường Hoa Kỳ trong thời gian tới.

Các doanh nghiệp Việt Nam trước khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ cũng cần lưu ý kỹ một số điểm sau:

- Thứ nhất cần điều tra, khảo sát sức mua, thị hiếu và tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường để xác định chính xác đích đến của các sản phẩm của mình, từ đó có những kế hoạch sản xuất kinh doanh phù hợp.
- Thứ hai, tìm hiểu và nắm vững những quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, chính sách thương mại, ưu đãi thuế quan và thị hiếu tiêu dùng, tránh tình trạng bị trả lại hàng vì lý do kỹ thuật hoặc không được hưởng ưu đãi thuế quan vì không đáp ứng đủ điều kiện.
- Thứ ba, nghiên cứu, nắm rõ quy định điều tra phòng vệ thương mại và cập nhật các diễn biến của vụ việc, cung cấp thông tin theo yêu cầu của cơ quan điều tra và phối hợp với Bộ Công Thương để nhận được sự hỗ trợ kịp thời trong trường hợp vụ việc điều tra được khởi xướng.

7. Dự báo kinh tế Hoa Kỳ năm 2024

Năm 2023 là năm đầy biến động đối với nền kinh tế thế giới nói chung và nền kinh tế Mỹ nói riêng. Mặc dù GDP năm 2023 của Mỹ đã tăng trưởng hơn so với dự kiến nhưng cân đối cung cầu trên thị trường lao động và lạm phát vẫn là những vấn đề vĩ mô đáng quan tâm. Kỳ vọng nền kinh tế Mỹ sẽ có xu hướng tốt hơn trong bối cảnh đất nước Mỹ đầy biến động trong năm 2024...

Nền kinh tế Mỹ năm 2023 đã đạt được những tiến bộ đáng kể, với mức tăng trưởng mạnh hơn nhiều so với mức tăng trưởng GDP dự kiến. Theo dự kiến vào tháng 11 năm 2022 của Goldman Sachs (GS), tăng trưởng GDP của Mỹ năm 2023 là 1%, còn theo

dự báo của Bloomberg Consensus là 0,4%, nhưng trên thực tế năm 2023 đã vượt xa dự kiến khoảng 2,4% (Hình 1). Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) dự báo con số này là 2,1% năm 2023 và 1,5% năm 2024, cao gấp đôi so với dự báo đưa ra cho nền kinh tế Anh nói riêng và cao hơn tăng trưởng kinh tế khu vực châu Âu nói chung. Theo dự báo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) thì những con số này lần lượt là 2,4% năm 2023 và 1,5% năm 2024.

Những yếu tố góp phần thúc đẩy tăng trưởng GDP Mỹ là: một, sự gia tăng các khoản đầu tư cố định (trừ nhà ở), gồm các công trình, thiết bị và sở hữu trí tuệ. Riêng trong quý III/2023, con số này tăng trưởng 1,3%. Hai, chi tiêu của Chính phủ Mỹ tăng 5,5% riêng trong quý III/2023. Ba, chi tiêu tiêu dùng và đầu tư tư nhân ở mức vừa phải do tác động của các điều kiện tài chính và tiền tệ thắt chặt hơn. Bốn, tăng trưởng việc làm chậm hơn nữa do nhu cầu yếu hơn và tỷ lệ thất nghiệp sẽ tiếp tục tăng trong nửa đầu năm 2024.

Lạm phát của Mỹ vào tháng 3/2023 là 7,1% - mức cao nhất trong 40 năm qua, tới tháng 9/2023 giảm còn 4,2%, tiếp tục giảm xuống còn 3,2% vào tháng 10/2023 và 3,4% vào tháng 12/2023, đánh dấu lần đầu tiên ở mức dưới 4% kể từ tháng 12/2022. Chỉ số giá tiêu dùng tổng thể CPI (Consumer Price Index), một thước đo lạm phát quan trọng, mặc dù đi xuống nhưng vẫn ở mức cao so với trước đại dịch Covid-19. .

Lạm phát của Mỹ giảm là nhờ 4 yếu tố:

Một, giá xăng giảm nhanh, sau khi vượt qua mốc 5 USD/gallon năm 2022 đã giảm mạnh trong năm 2023, mức giảm đạt 4,6% trong tháng 10/2023. Giá giảm đi như vậy đã giúp người tiêu dùng tiết kiệm được 32 tỷ USD tiền mua xăng. Chính việc giá năng lượng giảm mạnh trong những tháng gần đây giúp giảm giá thành hàng hóa và dịch vụ (giá thực phẩm giảm nhẹ 0,2%).

Hai, đồng Đôla Mỹ mạnh lên so với các loại tiền tệ khác khiến hàng hóa nhập khẩu trở nên rẻ hơn đối với người tiêu dùng.

Ba, Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) đã không ngừng tăng lãi suất nhằm nỗ lực kiểm soát lạm phát (Hình 3). Điều này khiến cho việc vay tiền của doanh nghiệp khó khăn hơn và dẫn đến việc phải tiết chế chi tiêu.

Bên, cuộc khủng hoảng chuỗi cung ứng do tác động của đại dịch Covid-19 và cuộc chiến tranh Nga-Ukraine kéo dài từ năm 2021 đến nay đã yếu đi. Điều này giúp cho chi phí vận chuyển thấp hơn, lượng hàng hóa sẵn có nhiều hơn tạo ra áp lực cần giảm giá.

Thương mại duy trì đà tích cực:

Các diễn biến quốc tế đã hỗ trợ tăng trưởng Mỹ trong nửa đầu năm 2023 và xuất khẩu ròng của Mỹ đã đóng góp tích cực vào tăng trưởng GDP, ngay cả khi tỷ giá hối đoái hiệu dụng bằng đồng Đôla Mỹ vẫn tăng cao. Xuất khẩu xăng dầu của Mỹ đã tăng lên mức kỷ lục trong năm 2023.

Trong bối cảnh một số nước và khu vực như Trung Quốc, EU vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn thách thức, thương mại Mỹ vẫn duy trì đà tích cực (xuất khẩu tháng 9/2023 của Mỹ đạt 256 tỷ USD, cải thiện so với mức 251 tỷ USD tháng 8/2023 và 248 tỷ USD tháng 5/2023, tháng 6/2023; trong khi nhập khẩu 3 tháng 6, 7 và 8 xoay quanh mức 311-314 tỷ USD, giúp cán cân thương mại dần được cải thiện, ở mức thâm hụt 58,2 tỷ USD tháng 8/2023 – là mức thấp nhất kể từ 9/2020). Xuất khẩu sang Trung Quốc gần như không thay đổi nhưng nhập khẩu từ Trung Quốc giảm 25% so với một năm trước.

Thị trường lao động tăng trưởng chậm lại:

Tình trạng cung và cầu lao động ở Mỹ năm 2023 đã hợp lý hơn (dù cầu lao động vẫn cao hơn cung lao động) và tăng trưởng việc làm vẫn tiếp tục ở mức vừa phải nhưng chậm lại vào năm 2023.

Tỷ lệ thất nghiệp đã tăng lên trong những tháng gần đây nhưng vẫn ở mức thấp so với nhiều năm trước đây.

Lạm phát không ngăn cản thị trường lao động và tiền lương tiếp tục tái cân bằng. Điều này là do sự vượt trội từ phía cung (nguồn cung lao động không chỉ phục hồi mà còn tăng mạnh). Điều này đã ảnh hưởng đến lương và giá cả và làm giảm bớt nỗi lo về suy thoái kinh tế.

Dự báo kinh tế Hoa Kỳ năm 2024

Tăng trưởng việc làm sẽ chậm hơn nữa do giảm nhu cầu và tỷ lệ thất nghiệp sẽ tiếp tục tăng trong nửa đầu năm 2024. Lạm phát sẽ giảm, cho phép nói lỏng chính sách tiền tệ trong nửa cuối năm 2024 và phục hồi tăng trưởng nhu cầu trong nước vào năm 2025.

Triển vọng kinh tế có thể trở nên tồi tệ hơn nếu tác động của chính sách thắt chặt lãi suất mạnh hơn giả định hoặc dẫn đến căng thẳng tài chính. Lạm phát giảm mạnh hơn kết hợp với việc làm ổn định có thể dẫn đến các điều kiện tài chính được nói lỏng hơn và xu hướng tăng trưởng được cải thiện.

Dự báo tăng trưởng GDP thực tế sẽ chậm lại ở mức 1,5% vào năm 2024 trước khi tăng lên 1,7% vào năm 2025. Các điều kiện tài chính hạn chế hơn do chính sách tiền tệ thắt chặt hơn sẽ là một trở ngại. Những tác động hỗ trợ của giá tài sản tăng trước đó và số tiền tiết kiệm dư thừa của hộ gia đình tích lũy đang mờ dần. Đầu tư vào nhà ở và kinh doanh sẽ chậm lại trong nửa đầu năm 2024. Khi nhu cầu chậm lại, tốc độ tăng trưởng việc làm sẽ giảm bớt và tỷ lệ thất nghiệp sẽ tăng lên. Lạm phát sẽ tiếp tục giảm do nền kinh tế chậm lại và khi điều kiện cung ứng tiếp tục dễ dàng hơn. Khi lạm phát giảm và chính sách tiền tệ nói lỏng, tăng trưởng tiêu dùng và đầu tư dự kiến sẽ tăng trong nửa cuối năm 2024 và sang năm 2025.

Triển vọng kinh tế có thể có những biến động bất ngờ nếu tác động của các điều kiện tài chính thắt chặt tỏ ra mạnh hơn dự đoán hoặc nếu lạm phát cơ bản vẫn tăng, trì hoãn bất kỳ việc nói lỏng chính sách tiền tệ tiềm năng nào. Căng thẳng trong lĩnh vực ngân hàng vào đầu năm 2023 đã giảm bớt, nhưng sự biến động trên thị trường trái phiếu có thể là trở ngại mạnh hơn cho tăng trưởng. Trong ngắn hạn, khả năng chính phủ đóng cửa sẽ là lực cản cho tăng trưởng cho đến khi vấn đề được giải quyết.

Khi những vấn đề nan giải về giá cả đã được giải quyết trong năm 2023, thì hy vọng năm 2024 Mỹ có thể quay trở lại lạm phát mục tiêu và thoát khỏi những tác động nặng nề từ việc thắt chặt tài chính và tiền tệ trong năm 2023. Xác suất suy thoái trung bình trong 12 tháng tới của Mỹ, theo dự báo của Goldman Sachs là 15%, còn Bloomberg dự báo cao hơn rất nhiều là 48%. Lạm phát cơ bản PCE giảm từ mức 3,4% vào tháng 12/2023 xuống mức 2,4% vào tháng 12/2024. Tình trạng giảm phát sẽ tiếp tục diễn ra trong lĩnh vực ô tô, cho thuê nhà ở và thị trường lao động.

Thị trường ô tô tuy phải mất nhiều thời gian hơn dự kiến nhưng cuối cùng đã khắc phục được vấn đề về chuỗi cung ứng, khôi phục sản xuất về mức bình thường, xây dựng lại các kho hàng và sự cạnh tranh giữa các đại lý và các nhà sản xuất bắt đầu trở nên gay gắt. Theo dự báo của Goldman Sachs, PCE xe mới giảm từ 0,7% (tháng 12/2023) xuống còn -1,7% (tháng 12/2024).

Thị trường cho thuê nhà ở, do nhu cầu thuê nhà ở và nguồn cung căn hộ tăng mạnh sau đại dịch Covid-19 đã làm chậm lại chỉ số nhà ở từ 6,3% (tháng 12/2023) xuống còn 4,1% (tháng 12/2024).

Goldman Sachs dự báo Ủy ban Thị trường mở Liên bang (Federal Open Market Committee – FOMC) có thể sẽ thực hiện đợt cắt giảm lãi suất đầu tiên vào quý 4/2024 khi lạm phát PCE lõi giảm xuống dưới 2,5% và liên tục cắt giảm 25 điểm cơ bản mỗi quý đến quý 2/2026 khi lãi suất quỹ liên bang đạt 3,5-3,75%. Do đó, không nhất thiết phải cắt giảm lãi suất năm 2024 để tránh suy thoái kinh tế. Điều này có thể không thấp bằng điểm trung bình dài hạn 2,5% nhưng cũng không cao đến 5,25-5,5%. Do những trở ngại của cuộc khủng hoảng tài chính đã qua, thâm hụt tài chính lớn hơn sẽ thúc đẩy tổng cầu có khả năng tiếp tục tồn tại và lãi suất quỹ đang tiến gần đến trạng thái cân bằng...

Rủi ro đối với triển vọng kinh tế Hoa Kỳ năm 2024

Hai rủi ro chính vẫn được quan tâm hàng đầu: (1), xung đột địa chính trị; (2), nguy cơ giá dầu tăng vọt. Mặc dù có thể, nhưng có nhiều khả năng đây là một bước thụt lùi trong cuộc chiến chống lạm phát hơn là một yếu tố thay đổi cuộc chơi.

Thứ nhất, cuộc chiến Nga - Ukraine, chiến tranh Israel - Hamas và cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2024 sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế Mỹ. Đây là một cuộc đua gay cấn và nếu bên thua không chấp nhận kết quả bầu cử thì nền kinh tế Mỹ sẽ phải đối mặt nhiều bất ổn. Đấu tranh giữa hai đảng và rạn nứt trong nội bộ Đảng Cộng hòa cũng sẽ khiến lòng tin người tiêu dùng Mỹ giảm sút.

Thứ hai, nếu giá dầu tăng đột biến trong năm 2024 sẽ đưa nước Mỹ trở lại môi trường lạm phát vào cuối năm 2021 và 2022, khi giá tăng đột biến lan rộng trên nhiều mặt hàng và hàng hóa khác bị thiếu hụt nghiêm trọng. Xét cho cùng, nền kinh tế Mỹ đã chứng kiến nhiều biến động lớn về giá năng lượng trong 20 năm trước đại dịch Covid-19. Điều này có tác động hạn chế hơn nhiều đối với lạm phát cơ bản và kỳ vọng lạm phát.

Nếu bất kỳ rủi ro nào trong số này trở thành một trở ngại lớn cho tăng trưởng trong năm tới, thì Ủy ban Thị trường mở Liên bang Mỹ (FOMC) có thể sẽ cảm thấy thoải mái cắt giảm để đáp trả theo cách mà năm 2023 họ không làm và họ sẽ có nhiều dư địa để làm như vậy.

Trên thực tế, nếu lãi suất cao hơn gây ra vấn đề và việc Fed cắt giảm lãi suất để ứng phó, các nhà đầu tư có thể điều chỉnh lại kỳ vọng của họ. Điều này sẽ giúp giảm một phần lãi suất trong tương lai...

(Nguồn: <https://vneconomy.vn/trien-vong-kinh-te-my-2024-bien-dong-va-phat-trien.htm>)

8. Dữ liệu dự báo tham khảo kinh tế Hoa Kỳ đến năm 2027

FIGURE 18

Baseline (55%)

Percentage year over year unless mentioned otherwise	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
GDP and components												
Real GDP	1.7	2.3	2.9	2.3	-3.4	5.7	1.8	1.8	1.8	1.7	1.5	1.7
Real consumer spending	2.5	2.4	2.9	2.2	-3.8	7.9	2.4	1.4	2	2.1	1.4	1.4
Real consumer spending, durable goods	5.4	6.3	7	4.3	7.7	18.1	-1.5	-1.3	1.2	1.2	1.3	0.7
Real consumer spending, nondurable goods	2.5	2.7	2.5	2.9	3.1	9.1	-0.8	-0.4	1.1	1.4	1.2	2.1
Real consumer spending, services	2	1.8	2.4	1.7	-7.5	5.8	4.6	3.7	3.2	3	2	1.2
Real investment in private housing	6.6	4	-0.6	-0.9	6.8	9.2	-5.1	-0.7	3.3	0.3	-1	-1.7
Real fixed business investment	0.9	4.1	6.4	4.3	-5.3	7.4	4.5	4.7	3.3	3.1	2.6	2.6
Real inventory accumulation	36	34	66	75	-42	-33	134	143	108	48	41	37
Real exports of goods and services	0.4	4.1	2.8	-0.1	-13.6	4.5	6	7.3	5.5	3.8	3.6	3.7
Real imports of goods and services	1.5	4.4	4.1	1.1	-8.9	14	10	3.6	3.4	2.8	2.1	1.5
Real government consumption and investment	2	0.5	1.4	2.2	2.5	0.5	-1.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Real federal government consumption and investment	0.5	0.3	3	3.8	5	0.6	-3.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8
Real state and local government consumption and investment	2.8	0.6	0.4	1.3	0.9	0.4	0.2	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
Prices												
Consumer price index	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.3	4.3	2.2	2	2.1	2.2
Chained price index for personal consumption expenditures	1	1.8	2.1	1.5	1.2	3.9	6.3	3.8	2.1	1.9	2.1	2.2
Chained GDP price index	1	1.9	2.4	1.8	1.3	4.2	6.5	3.3	2.6	2.3	2.2	2.2
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	4.8	4.2	4.1	3.3	2.9	2.9
Labor markets												
Average monthly change in employment (thousands)	211	189	191	166	-729	330	498	152	41	40	38	37
Unemployment rate (percent)	4.9	4.4	3.9	3.7	8.1	5.4	3.6	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8
Employment-to-population (percent)	59.7	60.1	60.4	60.8	56.8	58.4	60.1	60.4	60.2	60	59.8	59.6
Income and wealth												
Real disposable personal income	1.8	2.8	3.4	2.3	6.2	2.3	-5.3	3.1	2.6	2.3	1.9	1.8
Net household wealth (US\$ trillion)	95	103	104	117	132	150	148	152	154	156	157	162
Personal saving rate (percent of disposable income)	7	7.3	7.6	7.6	16.4	12.2	5.3	6.7	7.1	7	7.3	7.5
Corporate profits before tax (with inventory valuation and capital consumption adjustments)	-1.1	4.5	8.3	2.7	-5.2	25	0.6	0.5	5.8	1.9	0	0.6
Housing												
Housing starts (thousand)	1,177	1,205	1,247	1,291	1,395	1,605	1,605	1,563	1,594	1,581	1,546	1,513
Total housing stock (million)	136	137	138	140	141	142	143	145	146	148	149	151
Interest rate on 30-year fixed rate mortgages (percent)	3.65	3.99	4.54	3.94	3.11	2.96	5.23	6.53	6.97	6.96	6.97	6.92
Foreign trade												
Current account balance, share of GDP (percent)	-2.1	-1.9	-2.1	-2.1	-3	-3.7	-4.6	-4.6	-4.3	-4.1	-4	-3.7
Merchandise trade balance (US\$ billion)	-736	-797	-878	-857	-905	-1,082	-1,347	-1,511	-1,537	-1,557	-1,554	-1,519
Relative unit labor costs (index, 2008=100)	101.3	102.4	101.2	106.3	110.9	108.6	113	114.6	115.8	112.6	111	109.8
Financial												
Federal funds rate (percent)	0.39	0.97	1.78	2.16	0.42	0.13	1.65	4.18	4.38	4.37	4.37	4.37
Yield on 10-year Treasury note (percent)	1.84	2.33	2.91	2.14	0.89	1.44	2.92	4.12	4.74	4.9	4.98	4.96
Government												
Federal budget balance, unified basis (share of GDP, percent)	-2.9	-3.5	-3.9	-4.5	-12.5	-13.8	-4.4	-4.1	-5.5	-5.9	-6	-6

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Quay lại những năm 70 (15%): Các hộ gia đình và doanh nghiệp bắt đầu đưa ra dự báo về lạm phát vào các quyết định về tiền lương và giá cả. Phản ứng này tạo ra một vòng xoáy lạm phát. Fed không muốn tạo ra một cuộc suy thoái thực tế và cho phép lạm phát ổn định ở mức tương đối cao là 6%. Tuy nhiên, chính sách tiền tệ thắt chặt hơn sẽ làm nền kinh tế chậm lại một chút, và tỷ lệ thất nghiệp tăng dần lên.

FIGURE 19

Back to the '70s (15%)

Percentage year over year unless mentioned otherwise	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
GDP and components												
Real GDP	1.7	2.3	2.9	2.3	-3.4	5.7	1.8	1.8	1.4	1.4	2	2
Real consumer spending	2.5	2.4	2.9	2.2	-3.8	7.9	2.4	1.5	1.7	1.7	1.7	1.7
Real consumer spending, durable goods	5.4	6.3	7	4.3	7.7	18.1	-1.4	-1	0.3	0.1	0.7	0.4
Real consumer spending, nondurable goods	2.5	2.7	2.5	2.9	3.1	9.1	-0.8	-0.3	0.9	1.2	1.6	2.4
Real consumer spending, services	2	1.8	2.4	1.7	-7.5	5.8	4.7	3.8	3.1	2.8	2.4	1.5
Real investment in private housing	6.6	4	-0.6	-0.9	6.8	9.2	-5	-0.8	3.4	0.3	-0.7	-1.4
Real fixed business investment	0.9	4.1	6.4	4.3	-5.3	7.4	4.5	4.5	2.3	2.2	3.5	3.1
Real inventory accumulation	36	34	66	75	-42	-33	135	143	99	36	50	47
Real exports of goods and services	0.4	4.1	2.8	-0.1	-13.6	4.5	5.9	6.8	4.6	3.1	3.2	3.1
Real imports of goods and services	1.5	4.4	4.1	1.1	-8.9	14	10	3.5	3.1	1.7	1.6	1.1
Real government consumption and investment	2	0.5	1.4	2.2	2.5	0.5	-1.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Real federal government consumption and investment	0.5	0.3	3	3.8	5	0.6	-3.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8
Real state and local government consumption and investment	2.8	0.6	0.4	1.3	0.9	0.4	0.2	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
Prices												
Consumer price index	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.6	7.3	6	5.9	6.3	6.4
Chained price index for personal consumption expenditures	1	1.8	2.1	1.5	1.2	3.9	6.7	6.8	5.9	5.8	6.2	6.4
Chained GDP price index	1	1.9	2.4	1.8	1.3	4.2	6.8	6	6.1	5.9	5.9	6.2
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	5.3	7.9	8.7	7.9	7.7	7.7
Labor markets												
Average monthly change in employment (thousands)	211	189	191	166	-729	330	491	124	34	34	38	34
Unemployment rate (percent)	4.9	4.4	3.9	3.7	8.1	5.4	3.7	3.9	4	4.1	4.1	4.2
Employment-to-population (percent)	59.7	60.1	60.4	60.8	56.8	58.4	60.1	60.3	60	59.8	59.6	59.3
Income and wealth												
Real disposable personal income	1.8	2.8	3.4	2.3	6.2	2.3	-5.3	3.1	2.6	2.3	2.1	2
Net household wealth (US\$ trillion)	95	103	104	117	132	150	147	150	145	149	160	169
Personal saving rate (percent of disposable income)	7	7.3	7.6	7.6	16.4	12.2	5.3	6.6	7.2	7.4	7.5	7.4
Corporate profits before tax (with inventory valuation and capital consumption adjustments)	-1.1	4.5	8.3	2.7	-5.2	25	0.2	0	1.4	-1.4	2.8	2
Housing												
Housing starts (thousand)	1,177	1,205	1,247	1,291	1,395	1,605	1,606	1,563	1,595	1,582	1,552	1,522
Total housing stock (million)	136	137	138	140	141	142	143	145	146	148	149	151
Interest rate on 30-year fixed rate mortgages (percent)	3.65	3.99	4.54	3.94	3.11	2.96	5.32	6.71	8.07	8.48	8.73	9.01
Foreign trade												
Current account balance, share of GDP (percent)	-2.1	-1.9	-2.1	-2.1	-3	-3.7	-4.6	-4.6	-4.1	-3.7	-3.5	-3.2
Merchandise trade balance (US\$ billion)	-736	-797	-878	-857	-905	-1,082	-1,349	-1,547	-1,592	-1,605	-1,617	-1,616
Relative unit labor costs (index, 2008=100)	101.3	102.4	101.2	106.3	110.9	108.6	113.8	119.4	128.2	130.1	131.8	133.8
Financial												
Federal funds rate (percent)	0.39	0.97	1.78	2.16	0.42	0.13	1.81	4.27	5.63	6	6	6
Yield on 10-year Treasury note (percent)	1.84	2.33	2.91	2.14	0.89	1.44	2.99	4.23	5.57	6.18	6.72	7.18
Government												
Federal budget balance, unified basis (share of GDP, percent)	-2.9	-3.5	-3.9	-4.5	-12.5	-13.8	-4.4	-4.1	-5.4	-5.8	-5.9	-5.8

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Cuộc suy thoái tiếp theo (30%): Lạm phát cố định kéo theo sự thắt chặt mạnh mẽ hơn của Fed. Các vấn đề năng lượng và lương thực toàn cầu làm tăng thêm môi trường bất ổn. Thị trường bất động sản nhà ở suy yếu và các doanh nghiệp cắt giảm đầu tư vì môi trường bất ổn. Nền kinh tế suy thoái cho phép các vấn đề trong chuỗi cung ứng tan biến, cuối cùng là giảm lạm phát, nhưng điều đó không mang lại sự thoải mái cho người lao động thất nghiệp và các doanh nghiệp làm ăn thua lỗ.

FIGURE 20

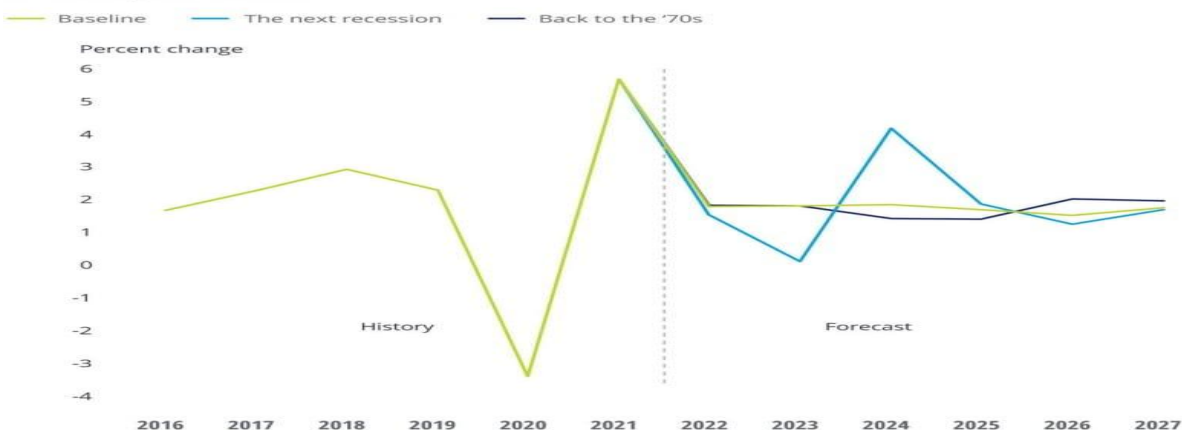
The next recession (30%)

Percentage year over year unless mentioned otherwise	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
GDP and components												
Real GDP	1.7	2.3	2.9	2.3	-3.4	5.7	1.5	0.1	4.2	1.9	1.2	1.7
Real consumer spending	2.5	2.4	2.9	2.2	-3.8	7.9	2.2	-0.6	3.4	2.5	1.3	1.3
Real consumer spending, durable goods	5.4	6.3	7	4.3	7.7	18.1	-1.5	-2	0.8	1.4	1.1	0.8
Real consumer spending, nondurable goods	2.5	2.7	2.5	2.9	3.1	9.1	-1	-2.4	2.6	1.8	1.1	1.9
Real consumer spending, services	2	1.8	2.4	1.7	-7.5	5.8	4.4	1.4	5	3.5	1.9	1
Real investment in private housing	6.6	4	-0.6	-0.9	6.8	9.2	-6.8	-3.9	12.1	1.6	-1.6	-2.3
Real fixed business investment	0.9	4.1	6.4	4.3	-5.3	7.4	3.9	-0.6	8.5	4.3	1.3	2.4
Real inventory accumulation	36	34	66	75	-42	-33	133	94	153	67	36	35
Real exports of goods and services	0.4	4.1	2.8	-0.1	-13.6	4.5	5.9	6.8	5.5	3.9	3.4	3.3
Real imports of goods and services	1.5	4.4	4.1	1.1	-8.9	14	9.6	-1	4.3	4	1.3	0.6
Real government consumption and investment	2	0.5	1.4	2.2	2.5	0.5	-1.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Real federal government consumption and investment	0.5	0.3	3	3.8	5	0.6	-3.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8
Real state and local government consumption and investment	2.8	0.6	0.4	1.3	0.9	0.4	0.2	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
Prices												
Consumer price index	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.6	5.8	3	2.7	1.9	2.3
Chained price index for personal consumption expenditures	1	1.8	2.1	1.5	1.2	3.9	6.6	5.3	2.8	2.6	1.9	2.3
Chained GDP price index	1	1.9	2.4	1.8	1.3	4.2	6.7	4.5	3.2	3.1	2	2.2
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	4.8	4.7	5.8	4.4	3.1	3
Labor markets												
Average monthly change in employment (thousands)	211	189	191	166	-729	330	490	-8	119	102	37	37
Unemployment rate (percent)	4.9	4.4	3.9	3.7	8.1	5.4	3.7	4.9	4.4	3.9	3.9	4
Employment-to-population (percent)	59.7	60.1	60.4	60.8	56.8	58.4	60.1	59.6	59.8	59.9	59.7	59.5
Income and wealth												
Real disposable personal income	1.8	2.8	3.4	2.3	6.2	2.3	-5.5	1.7	3.5	2.5	2.1	1.7
Net household wealth (US\$ trillion)	95	103	104	117	132	150	145	145	159	158	156	159
Personal saving rate (percent of disposable income)	7	7.3	7.6	7.6	16.4	12.2	5.3	7.3	7.3	7.2	7.7	7.9
Corporate profits before tax (with inventory valuation and capital consumption adjustments)	-1.1	4.5	8.3	2.7	-5.2	25	0	1.1	16.4	0.1	-2.7	1.1
Housing												
Housing starts (thousand)	1,177	1,205	1,247	1,291	1,395	1,605	1,577	1,485	1,643	1,650	1,605	1,560
Total housing stock (million)	136	137	138	140	141	142	143	145	146	148	149	151
Interest rate on 30-year fixed-rate mortgages (percent)	3.65	3.99	4.54	3.94	3.11	2.96	5.32	5.89	5.94	6.36	6.49	6.39
Foreign trade												
Current account balance, share of GDP (percent)	-2.1	-1.9	-2.1	-2.1	-3	-3.7	-4.5	-4.1	-3.8	-3.7	-3.3	-3
Merchandise trade balance (US\$ billion)	-736	-797	-878	-857	-905	-1,082	-1,333	-1,341	-1,399	-1,471	-1,421	-1,352
Relative unit labor costs (index, 2008=100)	101.3	102.4	101.2	106.3	110.9	108.6	113.5	113.9	115.4	114.5	113.1	111.9
Financial												
Federal funds rate (percent)	0.39	0.97	1.78	2.16	0.42	0.13	1.8	2.77	2.38	3	3	3
Yield on 10-year Treasury note (percent)	1.84	2.33	2.91	2.14	0.89	1.44	2.98	3.56	4.08	4.6	4.74	4.65
Government												
Federal budget balance, unified basis (share of GDP, percent)	-2.9	-3.5	-3.9	-4.5	-12.5	-13.8	-4.5	-4.5	-5.7	-5.7	-5.8	-5.7

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

FIGURE 1
Real GDP, US\$ trillion



Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Các ngành

Chi tiêu tiêu dùng

Triển vọng ngắn hạn về chi tiêu của người tiêu dùng dẫn đến hai câu hỏi lớn:

1. Liệu người tiêu dùng có chi tiêu dần những khoản tiết kiệm trong thời kỳ đại dịch đó không?

Năm 2020, trong thời kỳ cao điểm của đại dịch, chúng tôi ước tính rằng các hộ gia đình đã tiết kiệm được khoảng 1,6 nghìn tỷ USD so với dự báo của chúng tôi trước đại dịch. Một số trong số đó được đưa vào đầu tư, nhưng nhiều hộ gia đình hiện có nhiều tiền mặt hơn mức họ muốn. Họ sẽ chi bao nhiêu trong số đó khi tác động của đại dịch giảm dần? Một khả năng là nhiều người tiêu dùng sẽ vẫn thận trọng và giữ các khoản tiết kiệm đó ngay cả khi họ có thể đi ra ngoài và chi tiêu. Một khả năng khác: Chi tiêu bùng nổ thêm một thời gian nữa khi tác động của COVID-19 tiếp tục suy yếu. Chúng tôi đã bắt đầu thấy điều đó xảy ra, vì tỷ lệ tiết kiệm đã giảm xuống còn khoảng 5% (so với 7% trước đại dịch). Dự báo cơ sở của Deloitte giả định rằng tỷ lệ tiết kiệm sẽ tăng trở lại phạm vi 7%, nhưng tăng trưởng thu nhập và việc làm tiếp tục sẽ hỗ trợ tăng trưởng chi tiêu tiêu dùng tiếp tục. Nhưng chi tiêu thậm chí có thể mạnh hơn nếu các hộ gia đình quyết định sử dụng nhiều tiền hơn trong số các khoản tiết kiệm đó.

2. Khi các dịch vụ tiêu dùng phục hồi, điều gì sẽ xảy ra đối với hàng hóa tiêu dùng lâu dài?

Đại dịch đã gây ra một sự thay đổi đáng kể trong cách chi tiêu của người tiêu dùng. Chi tiêu cho hàng hóa tiêu dùng lâu dài đã tăng 103 tỷ USD vào năm 2020, trong khi chi tiêu cho dịch vụ giảm 556 tỷ USD so với cùng kỳ. Các hộ gia đình đã mua xe đạp, thiết bị tập thể dục và đồ điện tử thay cho nhà hàng, giải trí và du lịch. Một khi các hộ gia đình có thể mua lại dịch vụ, liệu họ có bắt đầu mua ít hàng hóa hơn không? Điều

đó có thể đang xảy ra, vì vào quý 2 năm 2022, chỉ tiêu cho đồ dùng cao cấp đã giảm 6% so với mức đỉnh vào quý 2 năm 2021.

Dự báo của Deloitte giả định rằng chỉ tiêu cho hàng hóa tiêu dùng lâu dài tiếp tục giảm trong vài năm tới khi chỉ tiêu của người tiêu dùng “bình thường hóa” và người tiêu dùng tiếp tục chi tiêu cho dịch vụ.

Về lâu dài, chúng tôi cho rằng đại dịch sẽ làm trầm trọng thêm một số vấn đề hiện có. Nó đã khiến vấn đề bất bình đẳng trở nên rõ nét hơn, làm căng thẳng ngân sách và tình hình cuộc sống của hàng triệu hộ gia đình có thu nhập thấp hơn. Đây là những người ít có khả năng có bảo hiểm y tế - đặc biệt là sau khi bị sa thải/thất nghiệp - và có nhiều khả năng tình trạng sức khỏe khó khăn trong việc hồi phục sau khi nhiễm Covid. Và nghỉ hưu vẫn là một vấn đề quan trọng: Ngay cả trước cuộc khủng hoảng, chưa đến 4/10 số người chưa nghỉ hưu cho biết việc nghỉ hưu của họ là đúng tiến độ, với 1/4 số người chưa nghỉ hưu nói rằng họ không có tiền tiết kiệm khi nghỉ hưu. Sự bùng nổ của thị trường chứng khoán sẽ có ít tác động đến bảng cân đối kế toán của hầu hết mọi người, khiến nhiều người vẫn không đủ khả năng về hưu khi họ già đi.

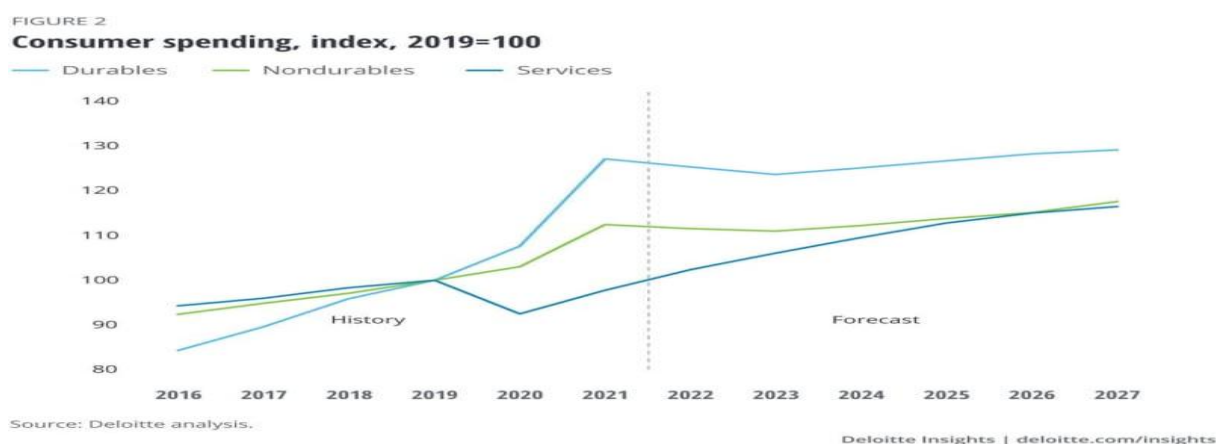


FIGURE 3
Consumer spending growth

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Real consumer spending	2.5	2.4	2.9	2.2	-3.8	7.9	2.4	1.4	2.0	2.1	1.4	1.4
Real consumer spending, durable goods	5.4	6.3	7.0	4.3	7.7	18.1	-1.5	-1.3	1.2	1.2	1.3	0.7
Real consumer spending, nondurable goods	2.5	2.7	2.5	2.9	3.1	9.1	-0.8	-0.4	1.1	1.4	1.2	2.1
Real consumer spending, services	2.0	1.8	2.4	1.7	-7.5	5.8	4.6	3.7	3.2	3.0	2.0	1.2
Net household wealth (US\$ trillion)	61	103	104	117	131.3	150	159	162	162	163	163	164
Unemployment rate (percent)	4.9	4.4	3.9	3.7	8.1	5.4	3.6	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8
Consumer price index	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.3	4.3	2.2	2.0	2.1	2.2

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Nhà ở

Khu vực nhà ở đã hoạt động tốt hơn trong nền kinh tế rộng lớn hơn sau đại dịch, khi người mua và người bán tìm cách để vượt qua các hạn chế của đại dịch. Một loạt các yếu tố kết hợp để thúc đẩy nhu cầu nhà ở trong hai năm qua:

- Vị thế kinh tế tiếp tục vững chắc của người lao động làm việc từ xa có mức lương cao
- Ngày càng mong đợi rằng công việc từ xa sẽ tồn tại sau đại dịch
- Tỷ lệ thế chấp thấp trong lịch sử
- Những người thuộc thế hệ Millennials đang bước vào độ tuổi mua nhà chính

Tất cả những điều này vẫn có ảnh hưởng, ngoại trừ lãi suất thế chấp, đã bắt đầu tăng. Lãi suất trung bình cho khoản thế chấp cố định trong 30 năm đạt 5,78% vào tháng 7 năm 2022, tăng từ mức chỉ 2,9% vào tháng 1 năm 2021. Điều đó chứng minh tác động của việc thắt chặt tiền tệ của Fed gần đây và có khả năng thắt chặt hơn nữa. Trên hết, Fed đã bắt đầu bán số lượng chứng khoán được bảo đảm bằng thế chấp của mình. Trong khoảng thời gian từ tháng 11 đến tháng 4, Fed đã chuyển từ vai trò là người mua ròng các khoản thế chấp trở thành người bán ròng các khoản thế chấp. Kết quả là sự siết chặt đã xuất hiện trên thị trường nhà ở và xây dựng nhà ở.

Deloitte cho rằng hoạt động xây dựng sẽ giảm trong thời gian tới do lãi suất cao làm giảm nhu cầu và các nhà xây dựng cắt giảm bớt. Nhà ở có thể tăng trở lại trong một hoặc hai năm sau khi cuộc suy thoái hiện tại bắt đầu diễn ra. Tuy nhiên, trong ngắn hạn, các yếu tố cơ bản về nhu cầu nhà ở có vẻ tương đối êm đềm. Nhà ở còn trông đang ở mức thấp, nhưng sẽ chỉ cần thêm 1,6 triệu căn nữa để đưa tỷ lệ trống về mức những năm 1990. Đó là khoảng một năm xây dựng nhà ở.

Trong khi đó, nhân khẩu học cho thấy nhà ở không có khả năng trở thành động lực chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong tương lai gần. Tăng trưởng dân số đã chậm lại khoảng 0,5% mỗi năm (so với hơn 1% trong thời kỳ bùng nổ nhà ở những năm 2000). Dự báo cơ sở giả định rằng số lượng nhà ở bắt đầu giảm trong vòng 5 năm xuống còn hơn 1,5 triệu căn vào năm 2027. Tốc độ tăng trưởng nhà ở trung hạn nhanh hơn sẽ đòi hỏi tốc độ tăng dân số nhanh hơn, rất có thể là do nhập cư. Nếu không, nhu cầu về nhà ở tăng cao hiện nay có thể chỉ là một hiện tượng ngắn hạn.

FIGURE 4
Housing

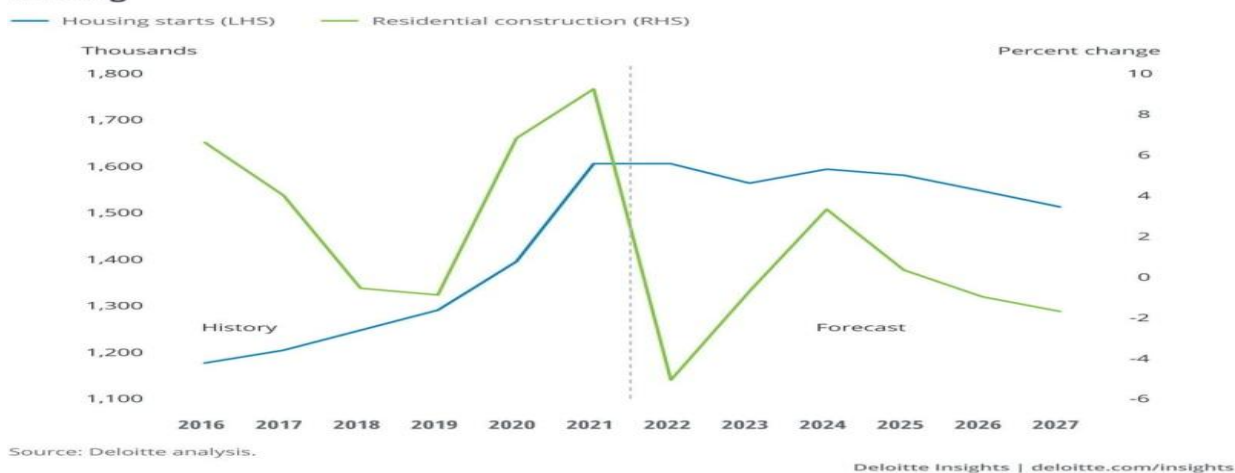


FIGURE 5

Housing

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Real investment in private housing	6.6	4.0	-0.6	-0.9	6.8	9.2	-5.1	-0.7	3.3	0.3	-1.0	-1.7
Housing starts (million)	1.18	1.20	1.25	1.29	1.40	1.61	1.61	1.56	1.59	1.58	1.55	1.51
Stock of houses (million)	136.2	137.2	138.3	139.5	140.8	142.1	143.5	144.9	146.3	147.8	149.3	150.7
30-year fixed mortgage rate (percent)	3.6	4.0	4.5	3.9	3.1	3.0	5.2	6.5	7.0	7.0	7.0	6.9

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Đầu tư kinh doanh

Các doanh nghiệp đã tăng cường đầu tư từ khi ảnh hưởng ban đầu của đại dịch, nhưng họ đã chọn lọc về những gì họ đang đầu tư.

Đầu tư vào các công trình không thuộc khu dân cư tiếp tục giảm (hơn 20%) so với mức trước đại dịch. Trường hợp kinh doanh cho các tòa nhà văn phòng và mặt bằng bán lẻ đã sụt giảm vì người tiêu dùng chuyển hướng sang mua sắm online và làm việc tại nhà. Nhìn chung, sự phục hồi trong lĩnh vực xây dựng không thuộc khu dân cư có thể bị hạn chế do nhu cầu văn phòng và mặt bằng bán lẻ tiếp tục thấp.

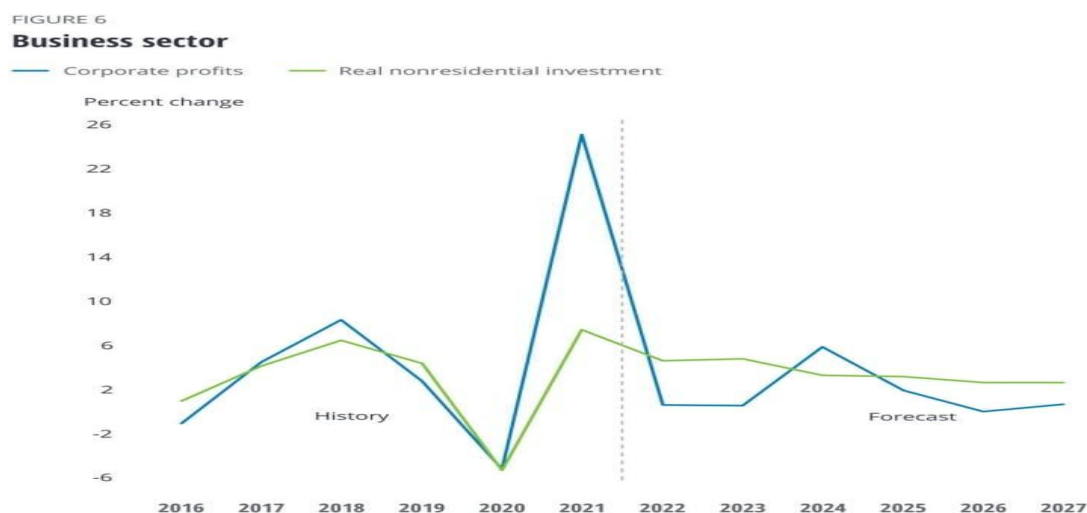
Khai thác mỏ cũng bị ảnh hưởng lớn do giá dầu giảm trước đó trong đại dịch. Vì lĩnh vực này bị chi phối bởi khai thác năng lượng, rất hợp lý để gia tăng nhằm đáp ứng với giá năng lượng cao trong lịch sử. Nhưng đó không phải là vấn đề, vì hai lý do. Thứ nhất, các nhà đầu tư trong lĩnh vực này đã bị đánh giá thấp trong 10 năm qua và hiện nay ít có khả năng tác động lại với những gì có thể là sự tăng giá tạm thời. Thứ hai,

triển vọng dài hạn đối với các khoản đầu tư vào nhiên liệu hóa thạch có vẻ yếu, khi sự đồng thuận phát triển về việc chống lại biến đổi khí hậu.

Đầu tư vào trang thiết bị đang tăng với tốc độ nhanh. Điều này bị chi phối bởi thiết bị giao thông vận tải và (đặc biệt) thiết bị công nghệ thông tin (CNTT). Làm việc từ xa cùng với thiết bị CNTT (và phần mềm) đã thay thế cho các tòa nhà, và do đó, đối trọng với đầu tư yếu vào các công trình thương mại là đầu tư rất nhiều vào CNTT. Dự báo của Deloitte giả định rằng đầu tư thiết bị sẽ tiếp tục tăng trưởng, vì cả hai nguồn cầu có khả năng vẫn mạnh.

Đầu tư vào sở hữu trí tuệ (chủ yếu bao gồm phần mềm và R&D) đã tăng tốc trong thời kỳ đại dịch (sau khi giảm vào quý đầu năm 2020). Đó chủ yếu là do đầu tư vào phần mềm và nó có thể phản ánh các khoản đầu tư cần thiết cho công việc từ xa. Chúng tôi cho rằng danh mục này sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong vài năm tới khi các doanh nghiệp tiếp tục yêu cầu phần mềm đi kèm với các khoản đầu tư vào thiết bị xử lý thông tin.

Đầu tư tài chính đang trở nên đắt hơn một chút khi lãi suất dài hạn tăng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp phi tài chính đang ngồi trên một đồng tiền mặt và lãi suất vẫn ở mức tương đối vừa phải. Trong dự báo cơ bản của chúng tôi, lãi suất trái phiếu doanh nghiệp tăng lên 5,7% và giữ nguyên ở đó cho đến hết thời gian dự báo. Mặc dù con số đó có vẻ cao, nhưng về mặt lịch sử thì nó tương đối thấp. Chi phí vốn có thể vẫn ở mức đủ thấp để thúc đẩy các doanh nghiệp có khả năng chi trả cho tất cả các máy tính và máy chủ mới đó, chưa kể đến phần mềm để chạy chúng. Nhưng ngay cả với các điều khoản tài chính dễ dàng, văn phòng và mặt bằng bán lẻ sẽ không thể tạo ra đủ lợi nhuận để thu hút các doanh nghiệp tăng công suất.



Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

FIGURE 7

Business sector

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Real fixed business investment	0.9	4.1	6.4	4.3	-5.3	7.4	5.6	3.6	2.3	2.4	2.2	1.9
Real inventory investment (US\$ billion)	35.7	33.6	65.7	75.2	-42.3	-32.6	134.4	142.5	107.7	48.3	41.4	37.2
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	4.8	4.2	4.1	3.3	2.9	2.9
Corporate profits before tax	-1.1	4.5	8.3	2.7	-5.2	25.0	0.4	-1.9	-0.5	0.7	1.7	0.8
Yield on 10-year Treasury note	1.8	2.3	2.9	2.1	0.9	1.4	2.9	4.1	4.7	4.9	5.0	5.0

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Ngoại thương

Chiến tranh Nga - Ukraine đang khiến mọi thứ trở nên khó khăn hơn đối với các nhà xuất khẩu của Mỹ. Nhu cầu thấp hơn từ châu Âu (thị trường chiếm 15% hàng xuất khẩu của Mỹ) và đồng USD cao hơn tạo ra một số thách thức ngắn hạn.

Ngoài cuộc khủng hoảng Ukraine, mọi thứ có vẻ tích cực hơn. Xuất khẩu thực tế của Mỹ về cơ bản vẫn ở dưới mức trước đại dịch và nhập khẩu thực tế hiện cao hơn so với cuối năm 2019. Tuy nhiên, điều này cuối cùng có thể chuyển thành cơ hội cho Mỹ khi các điều kiện kinh tế và tài chính toàn cầu bình thường hóa. Các điều kiện tài chính bình thường hơn có thể tạo ra nhiều cơ hội hơn cho đầu tư bên ngoài Mỹ và ít mong muốn nắm giữ USD hơn để tránh rủi ro, hạ giá đồng USD và làm cho Mỹ cạnh tranh hơn trên toàn cầu. Và nhu cầu đối với hàng hóa của Mỹ có thể sẽ tăng lên trong trung hạn khi nền kinh tế toàn cầu phục hồi sau đại dịch. Do đó, dự báo cơ sở của Deloitte giả định rằng xuất khẩu sẽ tăng trưởng nhanh hơn nhập khẩu trong thời gian 5 năm. Do đó, thâm hụt tài khoản vãng lai có sự cải thiện khiêm tốn trong thời gian dự báo. Tất nhiên, phần lớn phụ thuộc vào các chính sách thương mại phát triển và liệu các doanh nghiệp có thực sự tuân theo các cuộc đàm phán về “thuê lại” để đối phó với sự gián đoạn chuỗi cung ứng hay không.

Nhưng có một xu hướng khác rất quan trọng cần xem xét. Trong vài năm qua, nhiều nhà phân tích đã bắt đầu xem xét khả năng phi toàn cầu hóa. Xuất khẩu toàn cầu tăng từ 13% GDP năm 1970 lên 34% năm 2012. Nhưng sau đó tỷ trọng xuất khẩu trong GDP toàn cầu bắt đầu giảm khi toàn cầu hóa bắt đầu đình trệ và các đối thủ của thương mại tự do hơn bắt đầu có nhiều ảnh hưởng chính trị hơn. Tất cả những điều này chỉ ra sự làm sáng tỏ các chính sách đã thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa trước đó.

COVID-19 có thể đã đẩy nhanh sự thay đổi này. Mặc dù COVID-19 là dịch bệnh toàn cầu, nhưng các nhà lãnh đạo đã đưa ra các quyết định quan trọng về cách chống lại nó - cả về chính sách y tế và kinh tế - trên cơ sở của từng quốc gia. Ví dụ về điều này là việc Mỹ rút khỏi hợp tác trong Tổ chức Y tế Thế giới vào năm 2020 (mặc dù Mỹ đã gia nhập trở lại) và các quyết định đơn phương của cả Trung Quốc và Nga trong việc triển khai vaccine của riêng họ trước khi hoàn thành giai đoạn 3 thử nghiệm. Và các quốc gia có cơ sở sản xuất vaccine vội vàng tiêm chủng cho chính công dân của họ hơn là hợp tác trong một kế hoạch tiêm chủng toàn cầu. Tất cả điều này hoàn toàn trái ngược với cách tiếp cận toàn cầu chung mà các chuyên gia y tế công cộng có thể đã khuyến nghị.

Trên hết, xung đột thương mại Mỹ-Trung vẫn tiếp tục. Nhà Trắng đã thể hiện một số quan tâm đến việc quay trở lại cách tiếp cận đa phương đối với thương mại - ví dụ, bằng cách hỗ trợ Ngozi Okonjo-Iweala cho vị trí Tổng giám đốc Tổ chức Thương mại Thế giới. Tuy nhiên, Đại diện Thương mại Mỹ Katherine Tai đã đưa ra quan điểm rằng chính sách thương mại nên hướng tới việc giúp đỡ người lao động Mỹ. Và nhiều loại thuế quan dưới thời Trump vẫn được giữ nguyên, với rất ít triển vọng rằng thuế quan đối với Trung Quốc sẽ được rút lại.

Trên hết, nhiều doanh nghiệp đang xem xét xây dựng lại chuỗi cung ứng của họ để tạo ra sức bật hơn khi đối mặt với những sự kiện bất ngờ như đại dịch và những thay đổi trong chính sách thương mại của Mỹ. Yêu cầu cho những thay đổi như vậy đã trở nên mạnh mẽ hơn với các vấn đề ngày càng tăng của chuỗi cung ứng và sự chậm trễ của cảng mà các nhà nhập khẩu các linh kiện chính và hàng tiêu dùng phải đối mặt. Tất nhiên, không thể đơn giản và nhanh chóng tái cấu trúc chuỗi cung ứng để giảm sự phụ thuộc vào nước ngoài. Các công ty Mỹ sẽ tiếp tục tìm nguồn cung cấp từ Trung Quốc trong những năm tới. Nhưng các công ty có thể sẽ đẩy nhanh nỗ lực giảm bớt sự phụ thuộc vào Trung Quốc (một quá trình mà họ đã bắt đầu trước đại dịch). Xây dựng chuỗi cung ứng mạnh mẽ hơn có thể có nghĩa là chuyển sản xuất trở lại Mỹ, hoặc có thể đến Mexico hoặc một số nguồn khác, gần hơn. Hoặc nó có thể có nghĩa là một danh mục các nhà cung cấp thay vì một nguồn duy nhất - ngay cả khi nguồn duy nhất là rẻ nhất.

Tái thiết kế chuỗi cung ứng chắc chắn sẽ đồng nghĩa với việc tăng chi phí tổng thể. Cũng giống như “giá Trung Quốc” đã kiểm soát lạm phát trong nhiều năm, nỗ lực tránh phụ thuộc vào Trung Quốc có thể tạo ra áp lực lạm phát trong những năm dự báo

của chúng tôi. Và nếu thị trường không chấp nhận lạm phát, các công ty sẽ phải chấp nhận lợi nhuận thấp hơn để đa dạng hóa chuỗi cung ứng. Toàn cầu hóa đã cung cấp một cách tương đối dễ dàng để cải thiện mức sống của nhiều người; phi toàn cầu hóa có thể sẽ kéo theo những chi phí lớn và có thể hạn chế tăng trưởng thu nhập thực tế trong quá trình phục hồi.

FIGURE 8
Foreign trade

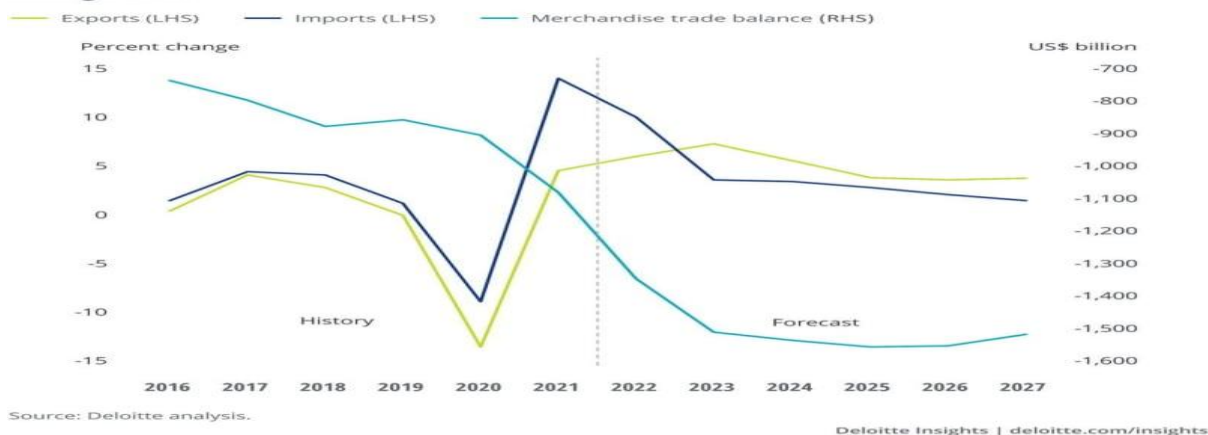


FIGURE 9

Foreign trade

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Real exports of goods and services	0.4	4.1	2.8	-0.1	-13.6	4.5	6.0	7.3	5.5	3.8	3.6	3.7
Real imports of goods and services	1.5	4.4	4.1	1.1	-8.9	14.0	10.0	3.6	3.4	2.8	2.1	1.5
Current account balance (share of GDP)	-2.1	-1.9	-2.1	-2.1	-3.0	-3.7	-4.6	-4.6	-4.3	-4.1	-4.0	-3.7
Merchandise trade balance (US\$ billion)	-771	-823	-890	-876	-893	-1,110	-1,361	-1,483	-1,508	-1,526	-1,522	-1,485
Relative unit labor costs (index, 2008=100)	101.3	102.4	101.2	106.3	110.9	108.6	113.0	114.6	115.8	112.6	111.0	109.8

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Chính sách của chính phủ

Xung lực tài chính lớn từ chi tiêu liên quan đến COVID đã bị đảo ngược phần lớn. Đóng góp của chính phủ vào GDP đã âm trong ba quý vừa qua, tạo ra một số lực cản về tài khóa. Điều này đang làm suy yếu nhu cầu và là một trong những lý do khiến dự báo cơ sở cho rằng lạm phát sẽ ở mức vừa phải vào năm 2023. Về cơ bản, chính phủ liên bang đang áp dụng chính sách hạn chế có khả năng làm giảm nhu cầu, đồng thời Fed tăng lãi suất. Cần có thời gian để cả chính sách tài khóa và tiền tệ tác động đến cầu. Điều nguy hiểm là cả hai loại chính sách đã trở nên quá hạn chế, và khi cảm nhận được tác động đầy đủ của cả hai, nền kinh tế dự kiến sẽ chậm lại quá nhiều. (Các hóa

đơn chi tiêu gần đây sẽ không có tác động ngay lập tức đến chi tiêu, mặc dù chúng sẽ giúp hỗ trợ chi tiêu liên bang trong thời gian dự báo 5 năm.)

Đạo luật Giảm lạm phát mới có thể sẽ chỉ có tác động khiêm tốn đến lạm phát. Bất chấp tên gọi, tác động chính của dự luật sẽ được cảm nhận trong vài năm tới, chứ không phải ở con số lạm phát trong vài tháng tới. Tác động chính của dự luật có thể sẽ thông qua các điều khoản về năng lượng/biến đổi khí hậu và những điều khoản này mất nhiều năm để có tác động. Các quy định về thuế, mặc dù rất quan trọng đối với một số người nộp thuế nhất định, nhưng không có khả năng thay đổi mức thu thuế tổng thể hoặc các biện pháp khuyến khích đầu tư. Và nhiều người mua bảo hiểm y tế thông qua Đạo luật Bảo vệ Bệnh nhân và Chăm sóc Sức khỏe Hợp túi tiền sẽ được giúp đỡ bằng cách mở rộng trợ cấp cho bảo hiểm y tế. Nhưng tác động tổng thể đến thâm hụt có thể là khiêm tốn. Thực tế Văn phòng Ngân sách Quốc hội cho thấy mức giảm ròng 90 tỷ USD trong 10 năm. Trong bối cảnh ngân sách liên bang với gần 7 nghìn tỷ USD chi tiêu trong năm nay, thì 9 tỷ USD trong một năm không phải là nhiều.

Dự luật chi tiêu cho cơ sở hạ tầng - đã có - sẽ thúc đẩy chi tiêu của chính phủ trong 10 năm tới. Khoản chi này sẽ làm tăng năng lực của nền kinh tế và có thể giúp thúc đẩy thêm tăng trưởng khả năng sản xuất. Tổng thể đẩy mạnh chi tiêu sẽ bị điều tiết bởi lạm phát cao hơn. Và số tiền chi tiêu tương đối khiêm tốn so với mặt bằng chung của nền kinh tế. Theo Văn phòng Ngân sách Quốc hội, vào năm 2026, năm cao điểm của chi tiêu, dự luật sẽ bổ sung thêm khoảng 61 tỷ USD vào thâm hụt liên bang. Con số đó chiếm khoảng 0,2% GDP dự kiến. Dự luật về cơ sở hạ tầng có thể sẽ có tác động tích cực và đáng kể đến vốn công ở Mỹ, nhưng nó không phải là một biện pháp kích thích tài chính lớn.

Trong khi đó, Quốc hội và ngân sách hoạt động chính trị đang trở nên khó khăn hơn. Quốc hội cuối cùng đã thông qua một dự luật trích lập, vào cuối tháng 5, cho năm tài chính 2022.

Dự báo cơ bản của chúng tôi giả định thâm hụt sẽ giảm vào năm 2022 xuống dưới 1,4 nghìn tỷ USD mỗi năm, và sau đó sẽ tăng chậm lại. Đó là một số tiền không lồ, một số tiền chắc chắn đặt ra câu hỏi liệu chính phủ Mỹ có thể tiếp tục vay với tốc độ như vậy hay không. Câu trả lời là có thể - cho đến khi các nhà đầu tư mất niềm tin. Tại thời điểm này, hầu hết các nhà đầu tư không có dấu hiệu lo ngại gì về khoản nợ của Mỹ.

Trên thực tế, lãi suất rất thấp đối với nợ chính phủ Mỹ cho thấy thế giới muốn nợ của Mỹ nhiều hơn. Chúng tôi dự đoán sẽ không có vấn đề gì trong thời gian dự báo.

Nhưng chính phủ sẽ phải đối mặt với khủng hoảng nếu cuối cùng không tìm ra cách giảm thâm hụt và hậu quả là đi vay. Cuộc khủng hoảng có thể còn nhiều năm nữa, và các điều kiện hiện tại cho thấy sự chờ đợi. Tuy nhiên, có thể là một ý tưởng tồi nếu đợi quá lâu sau khi những điều kiện đó được cải thiện.

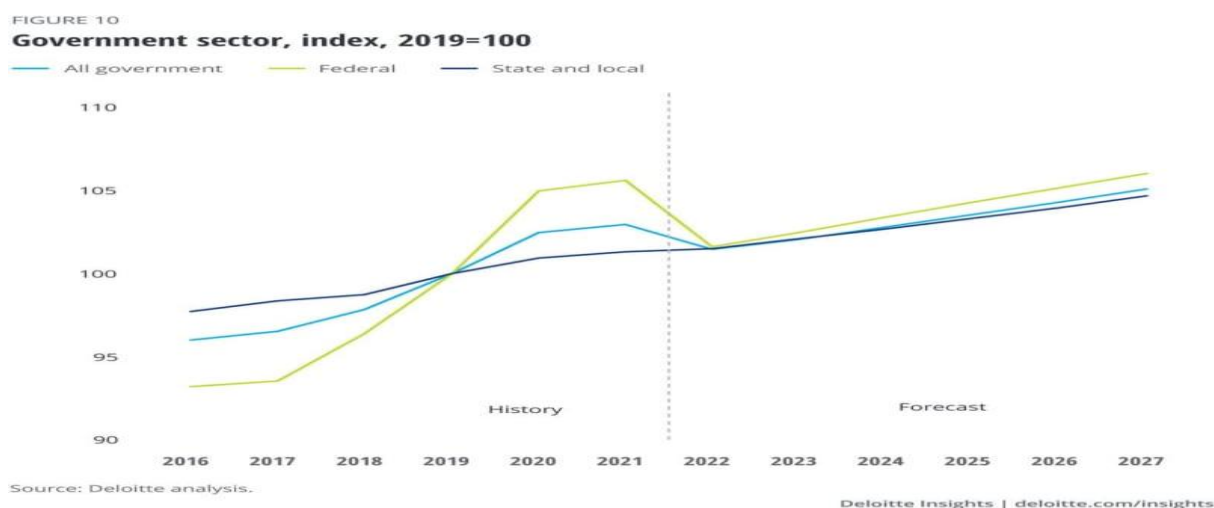


FIGURE 11
Government

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Real government consumption and investment	2.0	0.5	1.4	2.2	2.5	0.5	-1.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Real federal government consumption and investment	0.5	0.3	3.0	3.8	5.0	0.6	-3.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8
Real state and local government consumption and investment	2.8	0.6	0.4	1.3	0.9	0.4	0.2	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
Federal budget balance, unified basis (share of GDP)	-2.9	-3.5	-3.9	-4.5	-12.5	-13.8	-4.4	-4.1	-5.5	-5.9	-6.0	-6.0

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Thị trường lao động

Cuộc trò chuyện về thị trường lao động đã chuyển đổi nhanh chóng. Cách đây không lâu, việc làm thấp hơn hàng triệu người so với mức trước đại dịch, và câu hỏi chính là khó khăn như thế nào để thu hút tất cả những người lao động đó trở lại làm việc. Hiện nay việc làm đang ở trên mức trước đại dịch và các bài bình luận kinh doanh đầy rẫy những lời bàn tán về tình trạng thiếu lao động và những câu chuyện về các nhà tuyển dụng chật vật tìm kiếm công nhân. Khó có thể lập luận rằng nền kinh tế đang trải qua

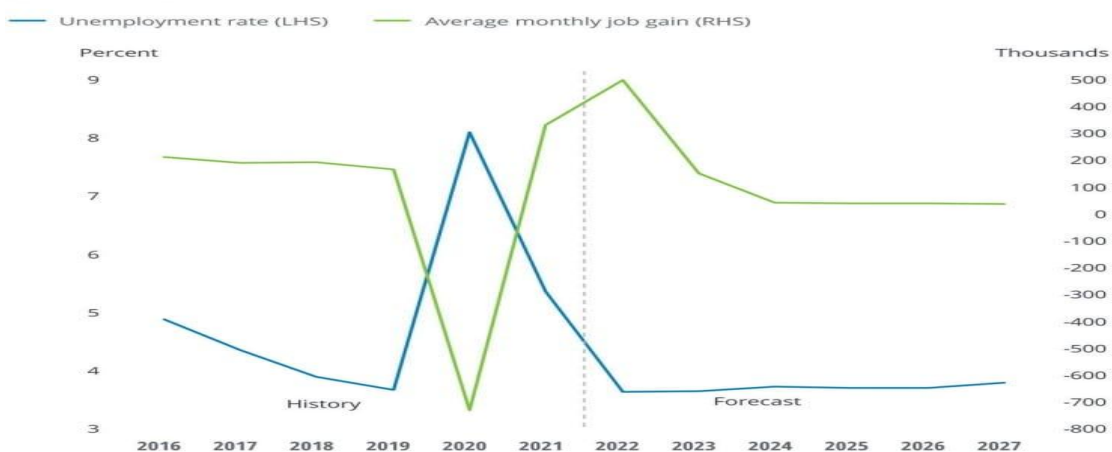
một cuộc suy thoái khi tỷ lệ thất nghiệp vẫn ở mức thấp, tăng trưởng việc làm mạnh mẽ và tỷ lệ mở rộng việc làm cho những người thất nghiệp vẫn ở gần mức kỷ lục.

Trong khi việc làm đã phục hồi hoàn toàn sau đại dịch, sự tham gia của lực lượng lao động thì không. Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động trong tháng Bảy thấp hơn 1,3 điểm phần trăm so với tỷ lệ vào tháng Hai năm 2020. Con số đó dẫn đến khoảng 3,4 triệu người mất tích trên thị trường lao động. Những người đó là ai? Họ đều là những người Mỹ lớn tuổi. Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động trong độ tuổi 16-64 đã ở mức trước đại dịch trong hầu hết năm nay. Nhưng tỷ lệ cho những người trên 65 tuổi đã giảm khá nhiều. Nhiều người trong số những người này có thể đã nghỉ hưu, nhưng một số có thể được thu hút trở lại với các gói lương thưởng phù hợp và thời gian và điều kiện làm việc linh hoạt.

Như trường hợp của nhiều khu vực, các xu hướng gia tăng đại dịch đã thể hiện rõ trước khi nó bắt đầu. Lực lượng lao động tăng trưởng chậm và nhu cầu tiếp tục cao đã tạo ra điều kiện buộc các công ty phải đưa ra mức lương cao hơn cho những người lao động có kỹ năng thấp hơn và sáng tạo hơn trong việc tuyển dụng. Trong thế giới hậu COVID-19, các công ty nỗ lực hơn nữa để tìm kiếm công nhân họ cần và cung cấp các điều kiện để thu hút những công nhân đó sẽ có một lợi thế cạnh tranh quan trọng.

Dự báo cơ bản của Deloitte giả định rằng tăng trưởng việc làm chậm lại đến mức bền vững (dưới 100.000 việc làm mỗi tháng) trong năm tới. Tỷ lệ thất nghiệp vẫn ở mức thấp - và thị trường việc làm vẫn tương đối chặt chẽ. Trong thời gian dài hơn, tăng trưởng lực lượng lao động chậm lại chỉ còn 0,2% mỗi năm, tạo ra những thách thức liên tục cho người sử dụng lao động. Đó là một thực tế nhân khẩu học mà các nhà tuyển dụng sẽ phải học cách sống chung.

FIGURE 12
Labor market



Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

FIGURE 13

Labor markets

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Average monthly change in employment (thousand)	211	189	191	166	-729	330	498	152	41	40	38	37
Unemployment rate (percent)	4.9	4.4	3.9	3.7	8.1	5.4	3.6	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8
Employment-to-population ratio (percent)	59.7	60.1	60.4	60.8	56.8	58.4	60.1	60.4	60.2	60.0	59.8	59.6
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	4.8	4.2	4.1	3.3	2.9	2.9

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Thị trường tài chính

Trong hơn một thập kỷ trước đại dịch, lãi suất ở mức thấp bất thường. Tỷ lệ lạm phát khoảng 2% cho thấy mức lãi suất trung lập của Fed là khoảng 4%, nhưng mức lãi suất của Fed vẫn gần 0 trong 10 năm sau cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu. Đại dịch dường như đã khuấy động hệ thống tài chính theo cách đòi hỏi lãi suất cao hơn - và Fed buộc phải sẵn sàng. Hai lần tăng 75 điểm cơ bản và một lần thứ ba đang diễn ra cho thấy các quan chức Fed cảm thấy khá cấp bách trong việc đưa lãi suất của Fed trở lại vị trí trung lập.

Mặc dù có vẻ cực đoan, chính sách hiện tại không chặt chẽ bằng các hành động chống lạm phát mà Fed đã thực hiện trong giai đoạn 1979 - 1982. Vào thời điểm đó, lãi suất danh nghĩa đã vượt quá 19% và lãi suất huy động vốn thực của Fed đạt gần 10% trong một tháng. Mặt khác, chính sách hiện tại dường như nhằm mục đích nhiều hơn là chỉ đưa lãi suất huy động vốn trở lại một mức trung lập nào đó, do đó Fed không dễ dãi như vậy.

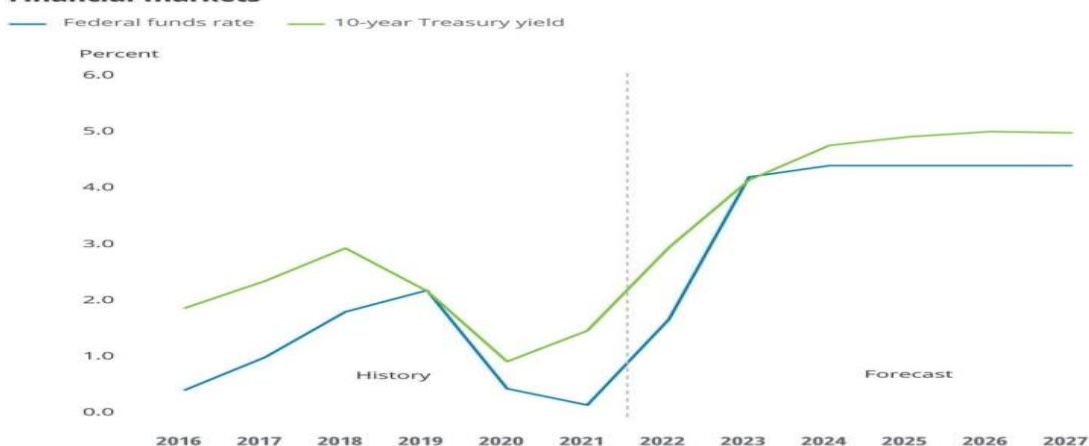
Đó là lý do cho một số lạc quan, nhưng không có nghĩa là việc tăng lãi suất không thể gây ra đau đớn. Lãi suất dài hạn đang tăng lên, một lần nữa đến mức mà trước đây được coi là bình thường. Nhưng nếu lãi suất trái phiếu doanh nghiệp vượt quá 5%, như dự báo cơ sở của chúng tôi cho Kho bạc 10 năm là 5%, những người nắm giữ trái phiếu doanh nghiệp đã phát hành với lãi suất thấp trong 10 năm qua cuối cùng sẽ phải chịu lỗ. Chính xác như thế nào phụ thuộc vào kế toán và môi trường điều kiện quản lý của nhà đầu tư. Điều này có thể tạo ra các vấn đề hệ thống tài chính? Cho đến nay, có vẻ như các tổ chức đầu tư đã quản lý để ngăn chặn bất kỳ tác động đáng kể nào từ việc định giá lại trái phiếu có lợi tức thấp. Sự thành công của các cuộc kiểm tra căng thẳng ngân hàng Mỹ là một dấu hiệu bổ sung cho thấy hệ thống tài chính đang hoạt động tốt. Nhưng đây vẫn là một vấn đề tiềm ẩn quan trọng đối với các nhà đầu tư cá nhân và đối với hệ thống tài chính.

Dự báo cơ sở của chúng tôi giả định rằng Fed sẽ giảm quy mô tăng lãi suất vào cuối năm nay vì có bằng chứng là lạm phát đang chậm lại. Nếu lạm phát tiếp tục mạnh, như trong kịch bản “Trở lại những năm 70” của chúng tôi, lãi suất huy động vốn của Fed sẽ cao hơn.

Lãi suất huy động vốn của Fed là 4% ngụ ý lãi suất dài hạn cao hơn đáng kể. Dự báo của chúng tôi cho thấy lợi tức trái phiếu kho bạc kỳ hạn 10 năm tăng lên gần 5% trong những năm cuối dự báo của chúng tôi. Điều này phù hợp với mối quan hệ lịch sử của các tỷ lệ này trong điều kiện lạm phát vừa phải: Nếu lạm phát tiếp tục ở mức cao, chênh lệch giữa kỳ hạn 10 năm và lãi suất huy động của Fed có thể tiếp tục tăng (do các nhà đầu tư tính đến lạm phát kỳ vọng trong những năm sau của chu kỳ). Các nhà đầu tư nên chú ý theo dõi khả năng xảy ra lãi suất cao - mặc dù theo tiêu chuẩn của những năm 1970 và 1980, các mức lãi suất này vẫn khá thấp.

Tất nhiên, lãi suất luôn là phần ít chắc chắn nhất trong bất kỳ dự báo nào: Bất kỳ tin tức quan trọng nào cũng có thể và sẽ thay đổi lãi suất đáng kể.

FIGURE 14
Financial markets



Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

FIGURE 15

Financial markets

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Federal funds rate	0.39	0.97	1.78	2.16	0.42	0.13	1.65	4.18	4.38	4.37	4.37	4.37
Yield on 10-year Treasury note	1.84	2.33	2.91	2.14	0.89	1.44	2.92	4.12	4.74	4.90	4.98	4.96
Interest rate on 30-year fixed-rate mortgage	3.65	3.99	4.54	3.94	3.11	2.96	5.23	6.53	6.97	6.96	6.97	6.92
Net household wealth (US\$ trillion)	61	67	66	77	88	99	91	95	97	99	101	105

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Giá cả

Một số dấu hiệu đáng hoan nghênh về việc lạm phát dịu lại đã bắt đầu xuất hiện. Chỉ số CPI không thay đổi của tháng Bảy là rất ấn tượng, nhưng quan trọng hơn là lạm phát cơ bản được kiềm chế tương đối 0,3% trong tháng. Giá năng lượng giảm có thể sẽ tiếp tục đẩy chỉ số CPI giảm trong ít nhất một tháng nữa (mặc dù luôn có khả năng xảy ra một cú sốc địa chính trị khác). Nhưng diễn biến thất thường của giá xăng dầu giải thích tại sao lạm phát “cột lõi” lại rất quan trọng đối với việc xác định chính sách tiền tệ. Cũng giống như việc đánh giá quá cao lạm phát vào mùa xuân sẽ là sai lầm, khi giá xăng dầu tăng đã đẩy chỉ số giá tiêu dùng lên, thì việc đánh giá thấp lạm phát khi giá xăng dầu giảm là một sai lầm.

Tại thời điểm này, Fed sẽ xem xét chi tiết từng đợt phát hành giá để xác định liệu lạm phát có thực sự đủ dịu để làm chậm hoặc dừng tốc độ thắt chặt tiền tệ hay không. Lạm phát cơ bản là một thước đo quan trọng, trong trường hợp này. Nhưng các chi tiết khác - chẳng hạn như thực tế là thành phần ăn náu của CPI có xu hướng làm giảm giá nhà ở - cũng sẽ đóng một vai trò nhất định.

Dự báo của Deloitte tiếp tục giả định rằng lạm phát hiện tại là "nhất thời" theo nghĩa là nó sẽ tiêu tan theo thời gian. Các công ty đang tìm cách giải quyết nhiều vấn đề trong chuỗi cung ứng của họ, bằng chứng là giá vận chuyển giảm và hàng tồn kho ngày càng tăng. Và dự báo của chúng tôi về nhu cầu tiêu dùng giảm dần cho thấy nhu cầu mở rộng sản xuất sẽ giảm dần, giảm bớt các nút thắt đang gây khó chịu cho các nhà sản xuất và dẫn đến giá cao hơn. Dự báo cơ sở của chúng tôi cho thấy lạm phát CPI tăng vọt lên hơn 8% vào năm 2022. Nhưng đến năm 2023, lạm phát toàn phần giảm xuống còn 4,3% và đến năm 2024 là 2,2%. Chúng tôi vẫn lạc quan rằng các hộ gia đình và doanh nghiệp ngày nay sẽ tránh được những trải nghiệm khó chịu do lạm phát kéo dài và giảm phát đau đớn mà những người tiền nhiệm của họ đã cảm thấy trong giai đoạn 1970 - 1985.

FIGURE 16
Prices

— CPI — Employment cost index

Percent change

10

8

6

4

2

0

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

FIGURE 17

Prices

	History						Forecast					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Chained GDP price index	1.0	1.9	2.4	1.8	1.3	4.2	6.5	3.3	2.6	2.3	2.2	2.2
Consumer price index	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.3	4.3	2.2	2.0	2.1	2.2
Chained price index for personal consumption expenditures	1.0	1.8	2.1	1.5	1.2	3.9	6.3	3.8	2.1	1.9	2.1	2.2
Employment cost index	2.2	2.4	2.8	2.7	2.6	3.3	4.8	4.2	4.1	3.3	2.9	2.9

Source: Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

(<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/us-economic-forecast/united-states-outlook-analysis.html>)

CHƯƠNG 5: LUẬT PHÁP XUẤT NHẬP KHẨU - 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 kinh doanh thương mại

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.

Nói chung, xu hướng ít gánh nặng hơn ở Hoa Kỳ so với hầu hết các quốc gia khác, có ít hạn chế hơn, chúng dễ hiểu và được áp dụng như nhau, và thủ tục hành chính ít phức tạp và ít rườm rà. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là môi trường hoàn toàn tự do kinh doanh.

Quy định về tiền tệ: nhìn chung, không có biện pháp kiểm soát ngoại hối hoặc hạn chế nào của Hoa Kỳ đối với việc trao đổi hoặc chuyển tiền thu nhập hoặc vốn kinh doanh, ngoại trừ các giao dịch liên quan đến một danh sách ngắn của các quốc gia mà các hạn chế được áp dụng vì lý do chính trị.

Quy định về phân vùng và xây dựng: các yêu cầu về quy định về sử dụng đất và xây dựng được chính quyền địa phương thông qua và thực thi ở cấp thành phố, quận và tiểu bang. Nhìn chung, không có sự giám sát của liên bang (quốc gia) đối với các hoạt động thương mại và sản xuất. Có thể phát sinh các trường hợp ngoại lệ trong ngành công nghiệp nặng, sản xuất điện và các mục đích sử dụng khác ảnh hưởng đến môi trường. Ngoài ra, các cơ sở nằm trên đất liên bang thường phải tuân theo quy định của liên bang hơn là của địa phương.

Môi trường: tất cả các cơ sở công nghiệp phải tuân thủ luật bảo vệ môi trường hạn chế phát thải, nguồn hóa chất và bức xạ và quy định xử lý chất thải. Cả luật liên bang và luật địa phương đều có thể áp dụng trong những tình huống này.

An toàn sản phẩm: luật an toàn cho người tiêu dùng của liên bang và tiểu bang áp dụng cho thiết kế, bao bì và nhãn mác của nhiều sản phẩm.

Quy định về thực phẩm và dược phẩm: các quy định của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm liên bang (FDA) áp dụng cho việc nhập khẩu và tiếp thị thực phẩm, thuốc và mỹ phẩm, những mặt hàng phải được kiểm tra tại điểm nhập cảnh vào Hoa Kỳ. Có thể xin cấp phép trước bằng cách gửi mẫu cho FDA.

Nông nghiệp: các sản phẩm thực vật và động vật nhập khẩu phải tuân theo các quy định kiểm dịch của liên bang và sản phẩm tươi nhập khẩu phải đáp ứng các tiêu chuẩn về kích thước, cấp độ và độ chín. Một số tiểu bang, chẳng hạn như California, Arizona và Florida, cũng quản lý việc vận chuyển một số sản phẩm nông nghiệp qua ranh giới tiểu bang để hạn chế sự xâm nhập hoặc lây lan của sâu bệnh và bệnh thực vật.

Chính sách thương mại

Nhập khẩu

Ngoại trừ một số ít trường hợp ngoại lệ, Hoa Kỳ thúc đẩy và thực hành thương mại tự do. Hầu hết hàng hóa và sản phẩm có thể được nhập khẩu vào Hoa Kỳ theo các điều khoản thuận lợi và hạn chế tối thiểu. Tuy nhiên, giống như hầu hết các quốc gia khác, nhiều sản phẩm nông nghiệp và sản phẩm phái sinh vẫn phải chịu các hạn chế nhập khẩu dưới hình thức thuế, loại trừ và hạn ngạch. Vẫn tiếp tục các hạn chế liên quan đến quản lý các nghề được cấp phép như y khoa, luật và kỹ thuật.

Hoa Kỳ có nhiều hiệp ước thương mại và thuế song phương. Ngoài ra, luật liên bang cung cấp các nhượng bộ thương mại cho một số các quốc gia lân cận trong khu vực như vùng Caribbean, để thúc đẩy phát triển kinh tế và ổn định.

Hiệp ước thương mại quan trọng nhất của Hoa Kỳ là Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ (NAFTA) với Mexico và Canada. NAFTA đã sắp xếp lại các ưu tiên thương mại và theo nhiều khía cạnh, đã chuyển đổi khu vực ba nước thành một thị trường kinh tế duy nhất. Kể từ khi thông qua NAFTA vào năm 1995, thương mại và đầu tư trực tiếp trong khu vực đã tăng lên. Tính đến nay, Canada và Mexico lần lượt là đối tác thương mại lớn thứ hai và thứ ba của Hoa Kỳ (Trung Quốc chiếm vị trí số 1).

Trong khi Hoa Kỳ chậm thông qua các hiệp ước ở các khu vực khác, cả Canada và Mexico đều đã tiến lên trước trong lĩnh vực này. Năm 2000, Mexico đã ký một hiệp ước giống như NAFTA với Liên minh Châu Âu và cả Mexico và Canada đều có các hiệp định thương mại song phương hoặc đa phương với các quốc gia và khu vực Nam Mỹ như Chile và Mercosur, một khối kinh tế và chính trị bao gồm Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay và Venezuela. Trong nhiều trường hợp, các hiệp ước này có thể cung cấp một giải pháp tiếp cận thuận lợi, ngầm kín vào thị trường Hoa Kỳ.

Tất nhiên, bất kỳ công ty nào cân nhắc xuất khẩu hàng hóa vào Hoa Kỳ đều nên nghiên cứu về thuế suất và các hạn chế nhập khẩu có thể có.

Như trong hầu hết các tình huống xuất nhập khẩu, mô tả đặc tính cụ thể của một sản phẩm sẽ quyết định mức thuế suất được áp dụng. Mô tả đặc tính không chính xác có thể dẫn đến các hình phạt rất đáng kể. Các công ty có thể yêu cầu Hải quan Hoa Kỳ đưa ra trước hướng dẫn chính thức. Hướng dẫn như vậy có tính ràng buộc đối với cả nhà nhập khẩu và chính phủ Hoa Kỳ. Ngoài ra, nếu hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ sau đó được xuất khẩu, nhà nhập khẩu có thể có đủ điều kiện để được hoàn thuế quan.

Hoa Kỳ có luật chống bán phá giá nghiêm ngặt và được thực thi nghiêm ngặt. Luật này áp dụng trong trường hợp các sản phẩm được ra bán ở Hoa Kỳ với giá thấp hơn giá trị công bằng hợp lý, theo tính toán của Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ. Hệ thống Ưu đãi Thuế quan (GSP) của Hoa Kỳ sẽ được áp dụng nếu sản phẩm của bạn bị vi phạm luật chống bán phá giá. GSP là chương trình được thiết kế để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở các nước đang phát triển. Chương trình này cung cấp ưu đãi miễn thuế cho hàng nghìn sản phẩm từ 120 quốc gia và vùng lãnh thổ được chỉ định được hưởng lợi.

Khu miễn thuế: Khu miễn thuế hoặc khu thương mại nước ngoài là những địa điểm được Ủy ban Khu thương mại nước ngoài (FTZ) cấp phép, tại đó có thể áp dụng các thủ tục hải quan đặc biệt. Các thủ tục FTZ cho phép hàng hóa từ nước ngoài được lưu kho hoặc thay đổi như thể chúng nằm ngoài khu vực phạm vi Hải quan Hoa Kỳ. Các tiểu khu là các khu vực có mục đích đặc biệt, thường là tại các nhà máy sản xuất. Hàng hóa được lưu trữ trong FTZ được hưởng tình trạng miễn thuế cho đến khi chúng vào khu vực phạm vi Hải quan Hoa Kỳ và chúng cũng có thể được chuyển từ FTZ này sang FTZ khác mà không phải chịu thuế. Thuế chỉ được nộp cho hàng hóa cuối cùng được nhập khẩu vào Hoa Kỳ.

Maquiladoras: Hơn 3.000 công ty hoạt động theo các điều khoản đặc biệt của luật pháp Mexico cho phép sản xuất miễn thuế, sản xuất hồi hương, thường là để tái xuất sang Hoa Kỳ. Theo chương trình maquiladora, các thành phần được nhập khẩu miễn thuế vào Mexico để chế biến hoặc lắp ráp, sau đó được vận chuyển trở lại Hoa Kỳ. Luật pháp Mexico cho phép các hoạt động này đưa hầu hết các thiết bị và máy móc chính yếu từ nước ngoài vào. Thuế của Hoa Kỳ chỉ được thu trên giá trị gia tăng tại Mexico. Hầu hết các cơ sở maquiladora đều nằm dọc biên giới Hoa Kỳ-Mexico, mặc dù các nhà máy ở miền trung và miền nam Mexico đã ngày càng gia tăng phát triển trong những năm gần đây.

Nhiều quốc gia Caribe và Trung Mỹ cũng đã thực hiện chế độ maquiladora và tích cực tiếp thị những chế độ này cho các nhà sản xuất Hoa Kỳ và nước ngoài đang tìm kiếm chi phí sản xuất thấp và thuận lợi để tiếp cận thị trường Hoa Kỳ.

Xuất khẩu

Ngoại trừ một số mặt hàng chiến lược hạn chế, hàng hóa được xuất khẩu từ Hoa Kỳ không phải tuân theo bất kỳ loại giấy phép xuất khẩu hoặc quy định nào. Tuy nhiên, luôn thận trọng nghiên cứu trước để xác định xem có áp dụng các hạn chế đối với các mặt hàng cụ thể hoặc quốc gia cụ thể hay không.

Việc thành lập doanh nghiệp tại Hoa Kỳ rất dễ dàng và các doanh nghiệp có thể được thành lập mà không cần quan tâm đến quyền công dân hoặc nơi cư trú của chủ sở hữu. Có nhiều loại pháp nhân khác nhau ở Hoa Kỳ. Loại pháp nhân thường được các công ty nước ngoài sử dụng nhất là công ty cổ phần, nhưng các loại pháp nhân khác cũng có thể có.

Nên tham khảo ý kiến của một chuyên gia thuế quốc tế giàu kinh nghiệm và thường có thể mang lại khoản tiết kiệm thuế toàn cầu rất đáng kể trong dài hạn. Sau khi lựa chọn thực thể, quá trình đăng ký thực thể có thể diễn ra rất nhanh-chỉ trong một ngày. Nên thuê luật sư để thực hiện nhiệm vụ này và tư vấn về các yêu cầu pháp lý khác áp dụng tại khu vực pháp lý nơi thực thể được thành lập.

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 biểu thuế nhập khẩu. Biểu thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ gồm 22 phần và 99 chương (tham khảo thêm tại địa chỉ <http://hts.usitc.gov>)

5. Xuất xứ hàng hóa

Do hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ quy 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 bền, thùng, 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 mướn 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 Deln, 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 FIRMA 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 FIRREA 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 FIRREA, 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 USD (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.

Không giống như các chương trình an sinh xã hội của hầu hết các quốc gia, hệ thống An sinh xã hội của Hoa Kỳ chủ yếu là chương trình thu nhập hưu trí phục vụ người cao tuổi.

Hệ thống An sinh xã hội cung cấp thu nhập bổ sung cho người đã nghỉ hưu và người sống sót cũng như người khuyết tật. Theo An sinh xã hội, một hệ thống bảo hiểm chăm sóc sức khỏe có tên là Medicare cung cấp bảo hiểm bệnh viện và y tế cho người khuyết tật và những người từ 65 tuổi trở lên. Hệ thống An sinh xã hội do Cục An sinh xã hội quản lý.

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 tiêu

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.

Đầu tư nước ngoài tại Hoa Kỳ

Các nhà đầu tư nước ngoài thường phải chịu thuế thu nhập của Hoa Kỳ theo một trong hai chế độ thuế khác nhau.

Đầu tiên là thuế khấu trừ tại nguồn một số loại thu nhập có nguồn gốc từ Hoa Kỳ. Mức khấu trừ 30% được áp dụng nếu thu nhập không được coi là có liên quan thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại Hoa Kỳ. Ví dụ, loại thu nhập này sẽ bao gồm cổ tức hoặc tiền bản quyền trả cho nhà đầu tư nước ngoài. Mức thuế 30% có thể được giảm xuống trong phạm vi người nhận nước ngoài đủ điều kiện được hưởng mức thuế suất giảm theo hiệp định tránh đánh thuế hai lần với quốc gia cư trú của người nhận.

Thứ hai là thuế thu nhập có liên quan thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại Hoa Kỳ. Thu nhập phải chịu thuế theo mức thuế doanh nghiệp lũy tiến thông thường. Ngoài ra, các công ty nước ngoài có thể phải chịu mức thuế thứ hai khi phân bổ thu nhập từ một công ty Hoa Kỳ hoặc khi phân bổ thu nhập từ một chi nhánh kinh doanh tại Hoa Kỳ với mức hiệp ước thuế là 30% hoặc thấp hơn.

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.

Một công ty nước ngoài có thể tiến hành kinh doanh tại Hoa Kỳ mà không cần thành lập một công ty Hoa Kỳ. Hoạt động kinh doanh có thể được tiến hành như một hoạt động chi nhánh chưa hợp nhất hoặc, thay vào đó, bằng cách đầu tư vào một quan hệ đối tác, công ty hoặc công ty TNHH của Hoa Kỳ, có thể đặc biệt hữu ích để đáp ứng nhu cầu lập kế hoạch thuế của các nhà đầu tư.

Các nhà đầu tư nước ngoài phải chịu thuế thu nhập của Hoa Kỳ, theo mức thuế suất thông thường, đối với thu nhập được coi là có liên quan thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh của Hoa Kỳ. Thu nhập thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh thường bao gồm một trong những khoản sau:

- Lãi vốn và các khoản thu nhập cố định khác hoặc có thể xác định được hàng năm hoặc định kỳ (FDAP) là thu nhập thực tế nếu chúng được cho là thu được từ hoạt động thương mại hoặc kinh doanh của Hoa Kỳ
- Tất cả thu nhập không phải là FDAP có nguồn gốc từ Hoa Kỳ có liên quan đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh của Hoa Kỳ
- Một số loại thu nhập khác theo quy định của luật định (ví dụ: thu nhập từ việc chuyển nhượng quyền sở hữu bất động sản tại Hoa Kỳ)
- Thu nhập có nguồn gốc nước ngoài do người nộp thuế nước ngoài kiếm được thường không phải chịu thuế thu nhập của Hoa Kỳ trừ khi thu nhập đó có liên quan thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh của Hoa Kỳ.

Bộ luật không đưa ra định nghĩa chi tiết về những hoạt động nào cấu thành hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại Hoa Kỳ, do đó người nộp thuế phải phân tích từng trường hợp dựa trên các sự việc và tình hình. Ngược lại, các hiệp ước thuế thu nhập của Hoa Kỳ thường đưa ra định nghĩa cụ thể hơn về những hoạt động nào thiết lập chính thức. Nói chung, người nộp thuế không có hoạt động nào thiết lập chính thức tại Hoa Kỳ không phải chịu thuế thu nhập của Hoa Kỳ đối với thu nhập có liên quan thực tế.

Người nộp thuế được quyền bảo vệ theo hiệp ước, tuy nhiên, các hiệp ước thuế thu nhập của Hoa Kỳ không ràng buộc ở từng các tiểu bang của Hoa Kỳ, do đó, một công ty nước ngoài có thể được miễn thuế thu nhập liên bang của Hoa Kỳ, nhưng vẫn phải chịu nghĩa vụ thuế thu nhập của từng tiểu bang.

Khoản đầu tư của người nộp thuế nước ngoài vào công ty quan hệ đối tác hoặc công ty TNHH tại Hoa Kỳ được đánh thuế như một công ty quan hệ đối tác. Thu nhập của nhà đầu tư nước ngoài từ hoạt động đầu tư do đó có thể phải chịu thuế của Hoa Kỳ theo mức thuế doanh nghiệp hoặc cá nhân thông thường, tùy thuộc vào tình trạng của nhà đầu tư. Trong trường hợp này, nhà đầu tư nước ngoài sẽ phải nộp tờ khai thuế của Hoa Kỳ. Ngoài ra, công ty quan hệ đối tác của Hoa Kỳ có thể phải khấu trừ thuế tại nguồn và nộp thuế cho cơ quan thuế dựa trên thu nhập của đối tác nước ngoài, bất kể có phân phối tiền mặt thực tế cho đối tác hay không. Người nộp thuế nước ngoài có thể yêu cầu khấu trừ số tiền đã khấu trừ đối với bất kỳ nghĩa vụ thuế nào của Hoa Kỳ.

Thuế thu nhập chi nhánh

Theo các quy định đặc biệt, một công ty nước ngoài tham gia vào hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại Hoa Kỳ có thể phải chịu thêm một khoản thuế đối với thu nhập của chi nhánh tại Hoa Kỳ. Về mặt khái niệm, thông lệ này nhằm mục đích tạo sự bình đẳng về thuế giữa hoạt động theo hình thức chi nhánh và hoạt động theo hình thức công ty con. Trong trường hợp sau, việc phân phối cổ tức phải chịu thuế khấu trừ theo luật định là 30% hoặc thấp hơn nếu áp dụng mức thuế suất hiệp ước được giảm. Với việc áp dụng thuế thu nhập chi nhánh, các hoạt động của chi nhánh thường có khả năng phải chịu thuế hai lần nếu nhà đầu tư nước ngoài hoạt động tại Hoa Kỳ thông qua công ty con.

Số tiền phải chịu thuế thu nhập chi nhánh được tính theo các nguyên tắc thuế của Hoa Kỳ và thường theo mức giảm rỗng trong vốn chủ sở hữu của Hoa Kỳ sau khi xem xét các hoạt động của năm hiện tại. Vì phép tính này có tính đến số tiền thay đổi trong vốn chủ sở hữu rỗng của Hoa Kỳ nên thời điểm và việc áp dụng loại thuế này đôi khi khó kiểm soát khi so với việc công bố chắc chắn cổ tức.

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.

Thuế liên bang đối với cá nhân:

Người nộp thuế không phải là công dân Hoa Kỳ chỉ phải chịu thuế đối với một số nguồn thu nhập nhất định tại Hoa Kỳ, cụ thể là:

- Thu nhập là thu nhập cố định hoặc có thể xác định được, thu nhập hàng năm hoặc định kỳ (FDAP)
- Thu nhập có liên quan thực tế đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại Hoa Kỳ

Người nộp thuế không phải là công dân Hoa Kỳ cũng phải chịu thuế Hoa Kỳ theo mức thuế suất lũy tiến, nhưng cần lưu ý rằng các khoản khấu trừ và miễn trừ dành cho người nộp thuế không phải là công dân Hoa Kỳ bị hạn chế. Ngoài ra, một số thu nhập FDAP có thể phải chịu mức thuế suất cố định, thấp hơn nếu người nhận là công dân của một quốc gia mà Hoa Kỳ có hiệp ước thuế quy định về việc áp dụng như vậy.

Người nộp thuế không phải là công dân Hoa Kỳ thường không phải chịu thuế Hoa Kỳ đối với thu nhập từ việc bán tài sản trừ khi những tài sản đó có liên quan thực tế đến hoạt động thương mại hoặc kinh doanh tại 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 đư ợc 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.

Các nhà đầu tư nước ngoài nhận được lợi nhuận từ việc chuyển nhượng bất động sản tại Hoa Kỳ phải chịu chế độ thuế đặc biệt. Trong khi lợi nhuận vốn tại Hoa Kỳ của người nộp thuế nước ngoài (ví dụ: từ việc bán cổ phiếu của công ty) thường không phải chịu thuế Hoa Kỳ, thì lợi nhuận từ việc bán quyền sở hữu bất động sản tại Hoa Kỳ (USRPI) được coi là có liên quan thực sự đến hoạt động thương mại hoặc kinh

doanh tại Hoa Kỳ. Do đó, những khoản lợi nhuận như vậy phải chịu thuế theo mức thuế suất lũy tiến.

Tương tự như các chế độ khấu trừ thuế phi cư trú khác, người mua bất kỳ USRPI nào thường được yêu cầu khấu trừ 15% giá trị giao dịch. Thuế khấu trừ chỉ là khoản thanh toán trước và có thể thông qua các thủ tục do người bán đề xuất được giảm xuống một số tiền phù hợp hơn với nghĩa vụ thuế Hoa Kỳ được dự kiến của người bán phát sinh từ việc bán. Để nhận được nghĩa vụ thuế khấu trừ đã giảm, trước khi giao dịch, người bán phải gửi yêu cầu đến Sở Thuế vụ Liên bang (IRS) về mức thuế suất giảm được hỗ trợ theo tính toán sơ bộ.

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 (trừ 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 phiên phức 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 tứ 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 chẳng hạn.

☐ Chào hỏi

Cũng như ở các nơi khác, ở Hoa Kỳ, bắt tay là một cách chào phổ biến. Bạn có thể bắt tay cả 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

đồng 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 tiểu sử tóm tắt của trưởng 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 giấy 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 họp 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.

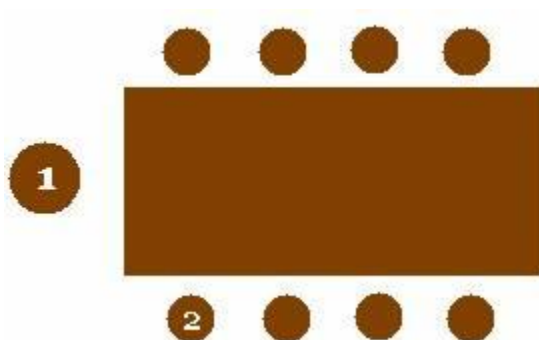
- **Danh thiếp**

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 tắc cước 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 qui 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.

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

- www.vietrade.gov.vn
- www.mpi.gov.vn

- www.customs.gov.vn
- www.moit.gov.vn
- www.mofa.gov.vn
- www.gso.gov.vn
- www.trade.gov
- www.cia.gov
- www.trademap.org
- <https://www.worldeconomics.com/grossdomesticproduct/real-gdp-ppp/United%20States.aspx>
- <https://baodautu.vn/toan-canh-kinh-te-my-nam-2023-d206763.html>
- <https://thitruongtaichinhhtiente.vn/ty-le-that-nghiep-cua-my-tang-len-3-8-muc-cao-nhat-ke-tu-thang-2-2022-49863.html>
- <https://vietstock.vn/2023/09/ty-le-that-nghiep-cua-my-tang-len-38-tien-luong-tang-yeu-hon-du-bao-775-1104565.htm#:~:text=Trong%C3%A1ng%20%2F2023%C%20kinh,k%E1%BB%83%20%E1%BB%AB%20%C3%A1ng%20%2F2022>
- <https://kinhtevadubao.vn/tang-truong-that-nghiep-lam-phat-chinh-sach-dieu-tiet-cua-hoa-ky-ket-qua-va-mot-so-ham-y-28884.html>
- <https://vn.investing.com/economic-calendar/unemployment-rate-300>
- <https://www.bls.gov/cpi/>
- https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/03/budget_fy2023.pdf
- <https://www.bls.gov/charts/consumer-price-index/consumer-price-index-by-category-line-chart.htm>
- <https://www.bls.gov/opub/ted/2024/the-consumer-price-index-rose-2-5-percent-over-the-past-year.htm>
- <https://www.bls.gov/opub/btn/volume-13/a-year-in-review-exploring-consumer-price-trends-in-2023.htm>
- <https://www.bls.gov/charts/consumer-price-index/consumer-price-index-by-category.htm>

- <https://vneconomy.vn/trien-vong-kinh-te-my-2024-bien-dong-va-phat-trien.htm>
- <https://vneconomy.vn/trang-thai-vang-cua-kinh-te-my-2023-tang-truong-vung-lam-phat-suy-yeu.htm>
- <https://tapchitaichinh.vn/kinh-te-my-mot-nam-nhin-lai.html>
- <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/847802/kinh-te-my-va-mot-so-dieu-chinh-chinh-sach.aspx>
- <https://www.bea.gov/sites/default/files/2024-07/dici0724.pdf>
- <https://www.bea.gov/data/intl-trade-investment/direct-investment-country-and-industry#:~:text=The%20U.S.%20direct%20investment%20abroad,U.S.%20Bureau%20of%20Economic%20Analysis.>
- <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.bea.gov%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2F2024-07%2Fdici0724.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>