

Chương IV

QUY CHẾ VỀ HẢI QUAN

Phần này có nhiều vấn đề trùng lặp về tên gọi với các vấn đề trong Chương III về Cơ chế và chính sách nhập khẩu, nhưng chúng khác nhau ở nội dung bởi trong phần này trình bày các biện pháp do Hải quan vận dụng trên thực tế và quy định để thực hiện khi làm thủ tục hải quan còn trong Chương III thì nêu các vấn đề được pháp luật quy định.

Quy chế về Hải quan có thể lấy trong website của Cơ quan Hải quan Hoa Kỳ.

Cũng như các nước khác trên thế giới, thủ tục hải quan đối với hàng hoá nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải do người nhập khẩu, hoặc người được người nhập khẩu uỷ quyền làm trực tiếp với cơ quan cửa khẩu nơi hàng đến. Tuy nhiên người xuất khẩu hàng vào Hoa Kỳ cũng cần biết một số nét chính để chuẩn bị việc giao hàng phù hợp với quy chế và thuận tiện cho việc làm thủ tục và nhanh chóng giải phóng hàng.

Chương này chỉ nhằm giới thiệu về quy chế hải quan của Hoa Kỳ.

I. TỔ CHỨC HẢI QUAN

Lãnh thổ Hải quan của Hợp chủng Quốc Hoa Kỳ bao gồm 50 bang, Đặc khu Columbia (D.C.) và Puerto Rico. Cục Hải

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

quan Mỹ (US Customs Service) là một cơ quan trực thuộc Bộ Tài chính, có trụ sở chính tại Washington, D.C., và do một Tổng Cục trưởng Hải quan lãnh đạo (Commissioner of Customs). Tại một số nước có Tuỳ viên Hải quan nằm trong Đại sứ quán Mỹ.

Thực thi nhiệm vụ gồm:

- 20 Trung tâm Quản lý Hải quan (Customs Management Centers - CMC). Các CMC chủ yếu quản lý nội bộ và nhân sự Hải quan.

- 5 Trung tâm quản lý chiến lược (Strategic Management Centers - SMC), quản lý chính sách hải quan ở tầm thương mại vĩ mô theo khu vực địa lý thế giới: SMC Chicago phụ trách thị trường Canada; SMC Dallas phụ trách Mexico và các nước Trung Mỹ. Mỗi trung tâm lại được phân chia ra thành nhiều các Hải quan cửa; SMC Long Beach phụ trách vịnh đại Thái Bình Dương; SMC Maiami phụ trách các nước Nam Mỹ và Vịnh Caribe; và SMC New York phụ trách thị trường châu Âu, châu Phi và Trung Đông.

- Các hải quan cửa khẩu (tại các cảng biển, sân bay, bưu điện quốc tế) thực hiện các tác nghiệp cụ thể đối với các chuyển hàng xuất nhập khẩu.

Những vấn đề chung về hải quan

- Quy chế hải quan, biểu thuế quan tuân theo thực tiễn của hải quan nước đó. Hải quan làm thủ tục có thể xử lý khác nhau trong phạm vi một cửa khẩu hay tại cửa khẩu khác nhau đối với một loại hàng hoá hay cùng loại giao dịch.

- Lập Hoá đơn xuất khẩu (invoice) chi tiết, đưa tất cả các thông tin cần thiết về lô hàng vào hoá đơn. Lập hoá đơn một cách cẩn thận, rõ ràng và ghi đầy đủ chi tiết trong hoá đơn về: tên hàng, mô tả hàng, số lượng, giá cả, điều kiện giao hàng,

ký mã hiệu số kiện,... các hàng, cột rõ ràng. Các hoá đơn phải ghi đầy đủ các thông tin có trên Packing List.

- Ký mã hiệu và đánh số rõ ràng, dễ tìm, trên từng kiện hàng và phù hợp với ký mã hiệu và số ghi trên hoá đơn và Packing list.

- Trên hoá đơn có ghi đầy đủ mô tả từng mục hàng có trong kiện hàng. Ghi đầy đủ và rõ ràng tên nước xuất xứ (trừ các mặt hàng được miễn ghi nước xuất xứ) và theo các yêu cầu theo luật lệ của Hoa Kỳ.

- Tuân theo các quy định đặc biệt của luật pháp Hoa Kỳ đối với các hàng hoá có yêu cầu đặc biệt: thực phẩm, thuốc bệnh, mỹ phẩm, rượu, bia, chất phóng xạ,...

- Tuân theo đầy đủ các chỉ dẫn về lập hoá đơn, đóng gói, ký mã hiệu, nhãn hiệu,... mà bạn hàng nhập khẩu ở Mỹ đã thông báo. Trao đổi trước với Hải quan Mỹ về các tiêu chuẩn đóng gói hàng đối với mặt hàng định giao.

- Thuê các hãng vận chuyển có tham gia hệ thống lập tờ khai tự động (Automated Manifest System). Nếu sử dụng các đại lý (broker) làm dịch vụ thủ tục hải quan, lưu ý sử dụng hãng đại lý có tham gia Automated Broker interface (ABI).VHH

II. THỦ TỤC HẢI QUAN

1. Những vấn đề liên quan đến thủ tục hải quan đối với từng lô hàng

Trước khi làm thủ tục hải quan phải kiểm tra kỹ các vấn đề sau đây (gọi là Checklist):

- Hàng hoá đã được đặt làm ở đâu và bằng vật liệu gì: mô tả hàng hoá đúng chưa, áp thuế đúng chưa, chứng từ và thủ tục làm hải quan đã đầy đủ và đúng chưa?

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

- Trị giá hàng hoá: đã biết giá thực tế phải trả chưa hay là giá dự kiến, có giảm giá hay không, có phải chi thêm khoản nào không, hoa hồng, phí hỗ trợ, thuế tài nguyên có phải trả không, nhà cung cấp có quan hệ thế nào với mình, cuối cùng phải kiểm lại việc đã thông báo chưa và báo thế nào về các vấn đề trên cho hải quan sở tại, đã đúng với quy định của luật pháp chưa.

- Nước xuất xứ/ ký mã hiệu/hạn ngạch. Nước xuất xứ đã đúng chắc chắn chưa, báo hải quan chưa, chứng từ đúng chưa, trên bao bì ghi đúng chưa, đúng quy định của pháp luật chưa, đã đưa ra yêu cầu cho người cung cấp về xuất xứ chưa, kiểm tra lại khi có yêu cầu thay đổi nước xuất xứ và xem người cung cấp làm có đúng không, nếu là hàng may mặc thì có vận chuyển không, có gian lận không, hàng hoá làm ở đâu và bằng vật liệu gì, có cần hạn ngạch không, có đủ các loại chứng từ để xuất trình chưa kể cả giấy chứng nhận xuất xứ?

- Quyền sở hữu trí tuệ, đã nắm chắc là hàng hoá, bao bì và vật liệu có sử dụng nhãn mác hợp pháp chưa, nếu sử dụng nhãn mác đăng ký tại Mỹ thì đã được phép sử dụng chưa, có bản quyền tác giả chưa nếu là sản phẩm âm nhạc hay hội hoạ, đã có chứng từ và thông tin cần thiết chưa?

- Các vấn đề khác: như đã có giấy phép hay chứng nhận của FDA, EPA, DOT, CPSC, FTC,... chưa, hàng hoá có thuộc diện chống phá giá, thuế đối kháng của Bộ Thương mại Hoa Kỳ hay không, hàng có thuộc diện hạn ngạch không, có quyền làm thủ tục hải quan không, khai báo thủ tục nhập cảnh đúng chưa ?

- Hàng dệt may: còn phải kiểm tra thêm các vấn đề sau: người cung cấp hàng có thuộc danh sách do Bộ Tài chính Mỹ công bố theo section 333 của Luật vận dụng Vòng đàm phán Uruguay (19 U.S.C. 1592a) về việc vi phạm điều luật này của Mỹ trong việc gian lận chứng từ, bản quyền, nhãn mác, bao bì

và vận chuyển hàng may mặc, có đủ bằng chứng để tin rằng người bán có đủ khả năng làm ra hàng hoá đó không, người bán đã có quan hệ bao giờ chưa, có đủ hạn ngạch không, có vấn đề gì nghi vấn về khách hàng này không, xuất xứ hàng hoá có gì nghi vấn không, chứng từ về xuất xứ có hợp lệ chưa?

- Đảm bảo các biện pháp an ninh tại nơi sản xuất và trong khi vận chuyển đến nơi giao hàng để không tạo cơ hội cho bọn buôn lậu ma tuý lợi dụng đưa ma tuý vào chuyển hàng của bạn.

2. Người có quyền làm thủ tục nhập khẩu hàng hoá

Người làm thủ tục hải quan phải là người của nhà nhập khẩu, chủ hàng, người nhận hàng hay môi giới hải quan. Cán bộ hải quan không được phép làm thay cho nhà nhập khẩu. Nhà nhập khẩu phải làm giấy uỷ nhiệm cho môi giới (gọi là Customs power of attorney) thì mới hợp pháp. Người hay thể nhân nước ngoài có quyền làm giấy uỷ nhiệm cho môi giới hải quan. Chỉ có công dân Mỹ mới có quyền nhận uỷ nhiệm môi giới hải quan tại Mỹ.

Khi hàng hoá được ghi trên vận đơn “giao theo lệnh..”, thì vận đơn đường biển (đã được người nhận hàng ký hậu) được coi là bằng chứng về quyền được làm thủ tục nhập khẩu hàng hoá. Tương tự đối với vận đơn hàng không (airway bill) dùng cho hàng chở máy bay.

Mọi hàng hoá nhập khẩu vào Hoa Kỳ đều phải làm thủ tục hải quan trừ các lô hàng có trị giá dưới 200 USD.

Những lô hàng có trị giá dưới 1250 USD coi là nhỏ và thủ tục hải quan đòi hỏi đơn giản hơn nhiều các lô hàng lớn. Thủ tục không chính thức (informal entry) đơn giản, chỉ cần vận đơn, hoá đơn và giấy đóng gói.

Nếu trị giá hàng hoá trên 1250 USD thì phải làm thủ tục hải quan chính thức. Thông thường nhà nhập khẩu Hoa Kỳ sử

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

dụng môi giới hải quan để làm thủ tục này. Họ có thể khai báo qua hệ thống ABI (Automated Broker Interface) rồi môi giới hải quan làm tiếp các thủ tục còn lại.

Việc gian lận hải quan bị phạt tiền và phạt tù từ 2 đến 20 năm tùy theo mức độ tội nặng hay nhẹ.

Việc kiểm hoá tại Mỹ làm có đối tượng và có trọng điểm nhưng có thể kiểm hoá bất kể ai, bất kể nước nào và bất kể lúc nào nếu cán bộ hải quan cho là cần thiết.

Thường các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ hay dùng bond để lấy hàng ra ngay trước khi hoàn thành thủ tục hải quan.

- Khi chuyển hàng đến cửa khẩu Hoa Kỳ, người nhập khẩu (có thể là chủ lô hàng, người mua, hoặc đại lý uỷ quyền) sẽ phải điền vào tờ khai hải quan. Hàng hoá nhập khẩu được coi là hợp pháp sau khi được đưa vào trong phạm vi cảng cửa khẩu, được hải quan kiểm tra và thanh khoản và sau khi nộp đủ thuế nhập khẩu.

- Ngoài thủ tục với Hải quan, người nhập khẩu còn phải làm thủ tục với các cơ quan khác tùy theo từng loại hàng hoá. Ví dụ, các mặt hàng chịu sự kiểm soát của Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), cần phải liên hệ với đại diện FDA gần nhất; hoặc các mặt hàng như rượu, thuốc lá, vũ khí, sản phẩm động vật hoang dã (lông, da,...), ô tô, và các hàng hoá do các cơ quan chuyên ngành liên bang quản lý.

- Hàng tiêu dùng nhập vào kho tại cảng đến, hoặc chuyển tải ngoại quan tới cửa khẩu khác thì thủ tục hải quan sẽ được làm tại cảng đến cuối cùng này.

- Hàng đưa vào các khu ngoại quan (foreign trade zone) không làm thủ tục hải quan thông thường mà theo quy định riêng.

Thủ tục hải quan bắt đầu bằng việc điền vào hai loại tờ khai:

- Tờ khai hàng hoá
- Tờ khai để tính thuế và thống kê

Người nhập khẩu ở Hoa Kỳ còn có thể điền 2 tờ khai trên qua internet, qua Automated Broker Interface (ABI) thuộc chương trình Automated Commercial Systems.

3. Các chứng từ phải xuất trình khi làm thủ tục Hải quan

Trong vòng 5 ngày làm việc kể từ ngày hàng đến cảng Hoa Kỳ, phải xuất trình các chứng từ sau cho Hải quan:

- Bản khai nhập khẩu (entry manifest): Customs Form 7533, hoặc đơn xin rút hàng ngay (Application and Special Permit for immediate Delivery, Custom Form 3461), hoặc các mẫu khác theo yêu cầu của Hải quan.
- Bằng chứng về quyền nhập cảnh hàng hoá.
- Hoá đơn thương mại hoặc Pro-forma invoice.
- Packing lists.
- Các chứng từ khác để xác định nguồn gốc hàng hoá.

4. Bản tóm tắt hàng hoá (entry summary)

Sau khi nộp các tờ khai và các tài liệu giao hàng để làm thủ tục nhập khẩu, lô hàng có thể phải kiểm hoá hoặc được miễn kiểm hoá, sau đó được nhận hàng nếu không có vi phạm pháp luật hay vi phạm các quy định khác về hàng nhập khẩu. Bản tóm tắt về hàng hoá sẽ ước tính mức thuế nhập khẩu phải nộp trong vòng 10 ngày làm việc kể từ ngày hoàn tất thủ tục tại Hải quan cửa khẩu.

5. Thủ tục nhận hàng ngay lập tức

Thủ tục này dùng “Đơn xin phép nhận hàng ngay” (Form 3461) lập trước khi hàng tới cảng. Nếu đơn được chấp nhận,

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

hàng sẽ được nhận ngay sau khi đến cảng và một Bản tóm tắt hàng hoá được lập để ước tính thuế.

Các loại hàng hoá sau có thể làm đơn xin nhận hàng ngay:

- Hàng đến từ Canada hoặc Mehicô, nếu được Hải quan chấp nhận.

- Rau quả tươi từ Canada hoặc Mehicô chuyển từ vùng biên giới đến kho người nhập khẩu trong phạm vi cảng.

- Hàng của cơ quan chính phủ Hoa Kỳ.

- Hàng dự hội chợ.

- Hàng thuộc hạn ngạch giảm thuế (Tariff-rate quota), và trong một số trường hợp, hàng thuộc hạn ngạch tuyệt đối (absolute quota).

- Trong một số trường hợp hạn chế, hàng chở từ kho đến kho và phải đưa ra tiêu thụ trong vòng 10 ngày làm việc (working day).

- Các mặt hàng có giấy phép đặc biệt của Hải quan trung ương cho phép giao hàng ngay.

6. Hàng đưa vào kho ngoại quan

Nếu người nhập khẩu muốn hoãn nhận hàng, có thể nhập vào kho ngoại quan trong thời hạn đến 5 năm kể từ ngày nhập kho, và trả phí lưu kho bất cứ lúc nào trong thời gian này hàng có thể được tái xuất mà không phải nộp thuế, hoặc có thể được đưa ra tiêu thụ sau khi đã nộp đủ thuế. Nếu hàng bị tiêu huỷ dưới sự giám sát của hải quan, sẽ không phải nộp thuế.

Trong khi gửi tại kho ngoại quan, hàng hoá có thể được sửa chữa, làm sạch, tuyển chọn lại, đóng gói lại hoặc tái chế thay đổi điều kiện ban đầu, nhưng chưa đến mức sản xuất lại, với mục đích để tái xuất (không phải nộp thuế nhập khẩu) hoặc đưa ra tiêu dùng (sau khi nộp thuế nhập khẩu theo tình

trạng đã tái chế). Các hàng hoá độc hại, thuốc nổ, hàng cấm nhập sẽ không được gửi kho ngoại quan. Xem thêm Khoản 311 Tariff Act (19 U.S.C. 1311).

7. Hàng không hoàn tất thủ tục (hàng bị tạm giữ)

Nếu hàng không thể hoàn tất thủ tục hải quan tại cửa khẩu hoặc tại cảng đến, trong vòng 5 ngày làm việc kể từ ngày đến, hàng sẽ được đưa vào kho tạm giữ của hải quan, với chi phí và rủi ro của người nhập khẩu. Nếu hàng hoá không hoàn tất thủ tục trong vòng 6 tháng có thể bị đưa ra bán đấu giá thanh lý. Hàng độc hại, hàng kém phẩm chất, chất nổ, có thể bị bán thanh lý sớm hơn.

Chi phí lưu kho, chi phí bán, thuế nhập khẩu, thuế doanh thu khi bán và các thuế và chi phí khác sẽ được trừ trong số tiền bán hàng. Số tiền còn thừa sau khi trừ các khoản sẽ được trả cho người đứng tên trên vận đơn, nếu người này xác nhận trong vòng 10 ngày sau khi bán. Người vận chuyển (không phải cảng), sẽ phải thông báo với chủ hàng về lô hàng bị tạm giữ.

8. Thủ tục nhập khẩu hàng bưu điện

Hàng gửi bưu điện thủ tục nhập khẩu thuận lợi hơn hàng gửi đường biển và hàng không:

- Thủ tục hải quan dễ dàng, thuận tiện, không cần trực tiếp làm thủ tục hải quan nếu hàng trị giá thấp hơn 2000USD.

- Thuế nhập khẩu của các kiện hàng trị giá 2000 USD hoặc thấp hơn do người của bưu điện thu hộ.

- Các kiện hàng nhỏ, trị giá thấp gửi qua bưu điện có thể ít chi phí hơn.

- Không phải làm thủ tục hải quan đối với hàng hoá miễn thuế (duty-free) trị giá dưới 2000USD.

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

Các quy định liên ngành hải quan, bưu điện quy định rằng các kiện hàng phải có tờ khai hải quan dán bên ngoài kiện hàng và mô tả chính xác nội dung hàng hoá bên trong. Hàng hoá thương mại phải gửi kèm hoá đơn thương mại dán kèm tờ khai hàng hoá và ghi “gửi kèm hoá đơn” (invoice enclosed).

Các kiện hàng là thư, tài liệu, hàng mẫu phải dán tờ khai mẫu CI, hoặc ghi: “có thể được mở để hải quan kiểm tra trước khi giao hàng” để các nhân viên hải quan có thể mở kiểm tra mà không cần báo cho người nhận. Nhân viên hải quan sẽ làm thủ tục nhập khẩu đối với các bưu kiện trị giá dưới 2000USD, và người đưa thư sẽ giao hàng cho người nhận sau khi thu tiền thuế. Nếu trị giá hàng lớn hơn 2000USD người nhận sẽ được báo đến làm thủ tục hải quan tại cửa khẩu hải quan gần nhất. Ngoài phí bưu điện theo quy định quốc tế, người nhận phải trả phí hải quan 5USD cho mỗi kiện hàng do nhân viên hải quan làm thủ tục khai thuế.

Ghi chú: một số ngoại lệ về giới hạn trị giá bưu kiện đến 250 USD đối với các mặt hàng sau:

- Ví & hàng tương tự khác
- Lòng gia cầm và các sản phẩm từ lòng gia cầm
- Hoa
- Giấy dép
- Lòng thú và các sản phẩm lông thú
- Găng tay
- Túi xách tay
- Các loại mũ đội đầu
- Da và các sản phẩm da
- Va li hành lý
- Đồ trang phục phụ nữ
- Gối đệm
- Đồ nhựa, và các sản phẩm nhựa

- Da thú sống và da thuộc
- Các sản phẩm cao su
- Các mặt hàng dệt và sợi
- Đồ chơi, trò chơi, dụng cụ thể thao
- Đồ trang sức

Nói cách khác, hầu hết hàng các mặt hàng thương mại có giới hạn giá trị bưu kiện 250 USD.

9. Kiểm hoá Hải quan

Việc kiểm hoá của Hải quan nhằm mục đích:

- Xác định trị giá tính thuế nhập khẩu
- Xác định xem hàng có phải ghi tên nước xuất xứ không, hoặc có phải ghi các ký hiệu, nhãn hiệu đặc biệt không và đã phù hợp chưa
- Hàng có thuộc danh mục cấm nhập không
- Hàng có được lập hoá đơn đúng không
- Hàng có giao thừa hoặc thiếu so với hoá đơn không
- Hàng có giấu chất ma tuý không

Một số loại hàng hoá bắt buộc phải kiểm hoá xem có phù hợp với các quy định đặc biệt theo luật pháp không, ví dụ: thực phẩm, đồ uống phải phù hợp quy định của Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA). Việc kiểm tra ma tuý đòi hỏi những biện pháp đặc biệt và có thể phải kiểm hoá cả bên trong và vỏ ngoài kiện hàng, container.

Hàng dệt may được coi là nhóm hàng nhạy cảm (sensitive-trade) và có thể bị kiểm hoá chặt chẽ hơn các mặt hàng khác.

10. Hàng giao thừa hoặc thiếu

Để thuận tiện trong việc kiểm hoá hàng, tránh bỏ sót thuế đối với hàng giao thừa và tránh đánh thuế đối với hàng giao

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

thiếu, hàng hoá cần được đóng gói và ký mã hiệu theo thứ tự kiện hàng phù hợp. Mã số kiện hàng phải được liệt kê trong hoá đơn và Packing list theo thứ tự ghi trên các kiện hàng.

Nếu Hải quan phát hiện thấy có mục hàng cố tình hay vô ý không liệt kê trong kiện hàng do bất kỳ lỗi của ai (người bán, người mua, người vận chuyển, hoặc đại lý) thì có thể bị phạt tiền, hoặc mục hàng đó có thể bị giữ lại hay tịch thu. (Điều 19 U.S.C.1592).

Nếu phát hiện thấy hàng giao thiếu so với hoá đơn, Hải quan có thể xác nhận để không tính thuế số lượng/trọng lượng giao thiếu trong kiện hàng được chỉ định kiểm hoá và việc trừ thuế có thể áp dụng cho toàn bộ lô hàng nếu người nhập khẩu thông báo với cảng để xác định trước khi thanh khoản lô hàng.

11. Hàng hư hỏng tổn thất

Nếu Hải quan kiểm hoá thấy hàng hoàn toàn không còn giá trị thương mại khi đến cảng Hoa Kỳ do bị hư hỏng hay tổn thất thì lô hàng đó được coi là “không phải hàng nhập khẩu (nonimportation) và sẽ không bị đánh thuế. Nếu hàng chỉ bị hỏng hay tổn thất một phần thì chỉ được trừ thuế phần hỏng đó với điều kiện người nhập khẩu phải tách riêng được phần hỏng/tổn thất ra khỏi phần còn tốt, dưới sự giám sát của Hải quan. Nếu lô hàng là rau quả hoặc các hàng dễ bị thối rữa khác, chỉ có thể trừ thuế nếu trong vòng 96 giờ kể từ khi dỡ hàng và trước khi rời cầu cảng, người nhập khẩu phải làm đơn gửi cho Hải quan xin trừ thuế nhập khẩu. Không thể xin miễn trừ thuế đối với hàng một phần bị hư hỏng hoặc mất màu.

12. Trọng lượng bao bì

Thuế nhập khẩu được tính theo trọng lượng tịnh (net). Được phép trừ thuế đối với trọng lượng bao bì (tare). Một số mặt hàng, có thể được tính theo trọng lượng bì tiêu chuẩn theo các biểu quy định của Hải quan.

13. Bao bì hàng hoá phải thuận tiện cho việc làm thủ tục hải quan

Việc bao bì đóng gói sao cho phù hợp vận chuyển cần liên hệ với các đại lý vận tải hoặc các hãng vận chuyển đường bộ, đường biển hay đường hàng không. Bao bì hàng hoá để tiêu dùng sẽ có những quy định ở phần khác. Phần này chỉ liên quan đến bao bì sao cho thuận lợi trong kiểm hoá hải quan.

Để thuận tiện cho việc kiểm hoá và nhanh chóng hoàn tất thủ tục hải quan cần lưu ý:

- Lập hoá đơn hàng hoá theo thứ tự hệ thống hoá.
- Ghi rõ ràng số lượng của từng mục hàng trong từng hộp, thùng, kiện, hoặc trong bao bì đóng gói theo cách nào đó.
- Ghi ký mã hiệu và đánh số trên từng kiện.
- Ghi các ký mã hiệu hoặc số kiện trên hoá đơn theo từng mục hàng có trong kiện.

Nếu chỉ có một loại hàng trong kiện, hoặc các kiện có cùng loại hàng, cùng số lượng và trị giá như nhau, việc kiểm hoá hải quan sẽ đơn giản hơn nhiều. Nếu đóng gói nhiều thứ hàng có nội dung và trị giá khác nhau trong cùng một kiện hàng, khả năng nhầm lẫn sẽ nhiều hơn và nếu việc đánh số không theo hệ thống, thì có thể hải quan buộc phải yêu cầu mở kiểm hoá toàn bộ kiện hàng hoặc toàn bộ lô hàng. Vì vậy cần đóng gói và ký mã hiệu hàng hoá một cách rõ ràng và theo hệ thống.

Cần lưu ý là, nếu có nghi ngờ kiện hàng giấu ma tuý hoặc các mặt hàng phải giám định đặc biệt (thực phẩm, rau, quả,...) việc kiểm hoá có thể mất thời gian hơn và tốn kém hơn các mặt hàng thông thường khác. Việc hợp tác tích cực với hải quan trong thời gian kiểm hoá sẽ giúp cho công việc của hải quan nhanh chóng hơn và do đó việc giải phóng hàng sẽ nhanh hơn.

14. Ký mã hiệu

Ghi tên nước xuất xứ

Luật về hải quan của Hoa Kỳ quy định từng mặt hàng nhập khẩu phải được ghi tại một nơi nhất định, rõ ràng và không phai mờ, theo bản chất của hàng hoá cho phép, tên bằng tiếng Anh nước xuất xứ, nơi sản phẩm đó được chế tạo ra.

Ký mã hiệu hàng hoá

Nếu hàng hoá không được ghi mã hiệu phù hợp tại thời điểm làm thủ tục nhập khẩu, người nhập khẩu phải nộp một khoản thuế ký mã hiệu (marking duty) bằng 10% trị giá hải quan của mặt hàng đó, trừ khi lô hàng đó được tái xuất, tiêu huỷ, hoặc được ghi mã hiệu lại dưới sự giám sát của hải quan, trước khi lô hàng bị thanh lý.

Các yêu cầu đặc biệt về ký mã hiệu

Một số mặt hàng được ký mã hiệu xuất xứ đặc biệt: như các ống thép, gang và phụ kiện đường ống, các phụ kiện và bình chứa khí nén, bằng các cách sau: đột dập ký mã hiệu, đúc khuôn chữ mã hiệu, khắc hoặc chạm bằng acid, điện phân.

Các mặt hàng sau phải ghi rõ nước xuất xứ bằng cách đúc, dập, khắc, hoặc bằng miếng kim loại nhỏ hàn, vận vít hoặc tán đinh: dao, kéo, kìm, dao cạo râu, dụng cụ mổ, dụng cụ phòng thí nghiệm và nghiên cứu khoa học, và các thùng chứa chân không. Các chi tiết linh kiện đồng hồ, v.v.

Không cho phép hàng hoá ghi mã hiệu hàng một cách cố ý tạo cảm giác nhầm lẫn là hàng được sản xuất tại Mỹ, hoặc ở bất kỳ nước ngoài hoặc địa phương nào ngoài nước hoặc địa phương thực sự sản xuất hàng, được nhập khẩu vào bất kỳ cửa khẩu nào ở Hoa Kỳ.

Trong nhiều trường hợp, các chữ: “United States”, hoặc chữ cái “U.S.A.”, hoặc tên bất kỳ thành phố, địa điểm nào ở Hoa Kỳ ghi trên hàng hoặc trên bao bì của mặt hàng nhập khẩu từ nước ngoài, được coi là cố ý tạo nhầm lẫn là hàng sản xuất tại Hoa Kỳ, trừ khi có ghi kèm một cách rõ ràng tên nước xuất xứ của mặt hàng đó. Hàng hoá bị phát hiện như nêu trên sẽ bị thu giữ tại hải quan, và nếu không giao nộp ngay (nếu hàng đã nhận) có thể bị thanh lý hải quan.

Cấm nhập khẩu các hàng ghi mã hiệu, nhãn hiệu có nơi nhận giả, hoặc mô tả giả mạo, kể cả việc dùng những chữ hoặc biểu tượng nhằm giả mạo việc mô tả hàng hoá. Việc bóc, tháo, che phủ hoặc thay đổi các ký hiệu tên nước xuất xứ sau khi nhận hàng sẽ bị xử phạt theo luật hình sự.

III. TÍNH THUẾ HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU

1. Biểu thuế HTS của Hoa Kỳ

Biểu thuế này đăng trong website: www.usitc.gov.

Mọi hàng hoá nhập khẩu vào Hoa Kỳ sẽ bị đánh thuế hay được miễn thuế theo phân loại hàng hoá trong Biểu thuế nhập khẩu HTS của Mỹ (Harmonized Tariff System of the United States).

Theo HTS từng loại hàng hoá được định nghĩa và quy định các thủ tục cần thiết để nhập khẩu khác nhau. HTS được chia làm 22 phần (gọi là Sections) và bao gồm 99 Chương (Chapter), và sau đó phân loại đến 10 chữ số (HTS 10 chữ số). Hải quan cửa khẩu căn cứ theo các mã số này để tra và tính thuế cho các mặt hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ.

Trong Biểu thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ, dùng mã HS để mô tả hàng hoá và tính thuế theo quy định của Cơ quan hải quan thế giới mà hầu hết các nước hiện nay đang áp dụng, trong đó có cả Việt Nam.

2. Thuế quan

Tiền thuế quan phải nộp phụ thuộc vào việc xác định mã HTS, thuế suất và trị giá tính thuế của hàng hóa.

Để xác định chính xác thuế cho mặt hàng của mình, ta cần xác định đúng mô tả hàng hoá và thuế suất áp dụng cho mặt hàng cần tìm. Đối với mặt hàng mới phức tạp đây là công việc khó khăn nên hỏi cơ quan đại lý hải quan tại các địa điểm của khẩu để biết được mặt hàng này áp với thuế suất nào.

Biểu thuế HTS của Hoa Kỳ có 2 cột:

Cột 1: có hai loại thuế suất: tối huệ quốc và ưu đãi được in thành hai cột song song nhau trong Cột 1. Thuế tối huệ quốc dành cho các nước nhóm T gồm các nước thành viên WTO và các nước có thỏa thuận về quy chế tối huệ quốc với Hoa Kỳ. Thuế ưu đãi dành cho các nước có thỏa thuận với Mỹ như: NAFTA, Nhóm Caribê, Do Thái... và thuế GSP dành cho các nước đang phát triển theo tiêu chuẩn của UNCTAD.

Sau đây là các ký hiệu về các loại thuế suất ưu đãi trong Biểu thuế Hoa Kỳ:

A = Generalized System of Preferences (GSP - *Ưu đãi thuế quan phổ cập*).

A* = Certain countries excluded from eligibility for that HTS subheading (*Một số nước nhất định không đủ tư cách hưởng tiểu mục HTS*).

A+ = Only imports from least-developed beneficiary developing countries eligible for GSP under that subheading (*Chỉ hàng nhập khẩu từ những nước hưởng lợi chậm phát triển nhất mới được hưởng GSP theo tiểu mục này*).

B = Automotive Products Trade Act (APTA - *Luật thương mại sản phẩm ô tô*).

C = Agreement on Trade in Civil Aircraft (*Hiệp ước Thương mại về máy bay dân dụng*).

CA = NAFTA for Canada (*NAFTA dành cho Canada*).

E = Caribbean Basin Initiative (CBI - *Sáng kiến vùng Caribe*).

E* = Certain countries or products excluded from CBI eligibility (*Một số nước hoặc sản phẩm nhất định không được hưởng CBI*).

IL = Israel Special Rate (*Tỷ suất đặc biệt Israen*).

J = Andean Trade Preference Act (ATPA - *Luật Ưu đãi Thương mại Andean*).

J* = Certain countries or products excluded from ATPA eligibility (*Một số nước hoặc sản phẩm nhất định không được hưởng ATPA*).

K = Agreement on Trade in Pharmaceutical Products (*Hiệp ước Thương mại về Dược phẩm*).

L = Uruguay Round Concessions on Intermediate Chemicals for Dyes (*Các phiên hợp trong vòng đàm phán Uruguay về hóa chất nhuộm*).

MX = NAFTA for Mexico (*NAFTA cho Mêhicô*).

Cột 2: Thuế không tối huệ quốc: cao hơn nhiều lần so với tối huệ quốc, dành cho các nước không có thoả thuận về tối huệ quốc với Mỹ như: Các nước thuộc diện cấm vận (Cuba, Bắc Triều Tiên, Iraq, Siri) và các nước chưa có tối huệ quốc của Mỹ.

Như vậy biểu thuế HTS có 3 loại thuế suất là: tối huệ quốc, ưu đãi và không tối huệ quốc

Cách thu thuế trong Biểu thuế HTS có mấy dạng sau đây:

- *ad valorem rate* (dạng phổ biến): là một tỷ lệ phần trăm của trị giá hàng (ví dụ 5% trị giá hoá đơn);

- *specific rate*: trị giá cụ thể trên đơn vị số lượng hoặc trọng lượng (ví dụ 5,9 cents trên 1 tá);

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

- *compound rate*: kết hợp cả 2 loại *ad valorem* và *specific rates* (ví dụ 0,7 cents/kg + 10% *ad valorem*).

Trị giá tính thuế: Hầu hết hải quan Mỹ chấp nhận cách tính thuế theo trị giá giao dịch trên cơ sở giá FAS (Free Alongside Ship - Giao hàng dọc mạn tàu). Nếu hàng hoá mua trên cơ sở CIF (Giao hàng, phí bảo hiểm, cước chuyên chở) thì phần chi phí cho bảo hiểm và vận tải sẽ được trừ đi trong trị giá tính thuế của hàng hoá.

Ngoài ra trong một số trường hợp ngoại lệ khác cũng được tính theo trị giá giao dịch trung bình như:

- Hàng hoá sử dụng hạn chế
- Mua của những đối tác có quan hệ thân thiện như người nhà, công ty con hay mẹ.
- Có thể hỏi môi giới hải quan về một số trường hợp ngoại lệ khác nếu được áp dụng.

Xác định mức thuế:

Sau khi hồ sơ về lô hàng được nộp đủ, hải quan sẽ là người xác định lô hàng thuộc loại thuế nào và mức thuế bao nhiêu.

Người nhập khẩu hoặc người xuất khẩu hàng hoá hoặc các đại lý của họ có thể liên hệ trước với hải quan cảng mà hàng sẽ nhập khẩu vào, hoặc liên hệ cơ quan: National Commodity Specialist Division, ở New York hoặc trụ sở hải quan tại Washington DC để xác định trước mức thuế mặt hàng định nhập.

Để các thông tin về mức thuế do các cơ quan trên trả lời có tính chất chính thức và không thay đổi trước và sau khi hàng nhập khẩu về đến cảng, người nhập khẩu phải cung cấp cho các cơ quan trên các thông tin sau:

- Tên, địa chỉ và các thông tin khác về các bên liên quan (nếu biết) đến lô hàng và mã số của nhà sản xuất lô hàng (nếu biết).

- Tên của cảng (hoặc các cảng) mà hàng sẽ nhập khẩu vào Hoa Kỳ (nếu biết).

- Mô tả quá trình giao dịch nhập khẩu lô hàng từ nước xuất khẩu.

- Bản khai của người nhập khẩu mà theo họ biết, là lô hàng đó không bị treo chờ hải quan hoặc toà án nào thụ lý.

- Bản khai nếu như hàng hoá đó đã được một nhân viên hải quan nào đó cung cấp thông tin về thuế, cho biết tên và trả lời của nhân viên hải quan đó.

- Bản yêu cầu cung cấp thông tin thuế cần gồm các chi tiết sau:

- Bản mô tả đầy đủ về hàng hoá, gửi kèm mẫu, nếu cần, bản vẽ, sơ đồ hoặc catalog minh hoạ.

- Liệt kê chi tiết chi phí vật tư của sản phẩm và dự kiến số lượng theo % (nếu có thể được) của nguyên liệu trong thành phẩm của mặt hàng đó.

- Mô tả công dụng chính của mặt hàng đó theo cách phân loại hàng hoá ở Mỹ.

- Các thông tin về các khía cạnh thương mại, khoa học kỹ thuật của mặt hàng đó.

- Bất cứ thông tin nào khác có ích trong việc xác định thuế mặt hàng đó.

Miễn thuế hoặc miễn tính thuế

Hàng miễn thuế theo các điều kiện được hưởng miễn thuế, được ghi trong cột “Special” thuộc cột 1 và người nhập khẩu phải phải chứng minh mặt hàng nhập khẩu đó được miễn thuế.

Ưu đãi thuế quan phổ cập (Generalized System of Preferences - GSP)

GSP là một chương trình ưu đãi (thực chất là miễn) thuế nhập khẩu (có thuế suất bằng 0) cho nhiều mặt hàng từ các nước đang phát triển, gồm các nước độc lập và các nước và lãnh thổ lệ thuộc, nhằm giúp các nước này phát triển kinh tế qua xuất khẩu. Chương trình này được bắt đầu từ Luật Thương mại 1974 sửa đổi của Mỹ, có hiệu lực từ 1/1/1976, đã gia hạn vài lần, lần cuối gia hạn hiệu lực đến 30/6/1999. Việc gia hạn lại sẽ được Tổng thống ký và công bố sau khi được Quốc hội Mỹ thông qua. Chương trình GSP do USTR điều hành, và Hải quan Hoa Kỳ thực hiện xác định mặt hàng được hưởng GSP.

Hiện có khoảng 4284 mặt hàng khác nhau theo mã thuế HTS của Mỹ được hưởng GSP. Các danh mục này được ký hiệu “A” hoặc “A*” trong cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế. Hàng hoá có các ký hiệu này được phép nhập khẩu miễn thuế vào Hoa Kỳ nếu được nhập trực tiếp từ các nước và lãnh thổ được hưởng GSP. Danh mục các nước được hưởng GSP và danh mục các mặt hàng được hưởng GSP có thể thay đổi trong thời gian hiệu lực của chương trình này.

Theo Luật Thương mại (Trade Act 2000), nhiều mặt hàng: phần lớn thuộc giày dép, dệt may, đồng hồ, một số hàng điện tử, một số sản phẩm kính, thép thường không được hưởng GSP.

Khoảng 140 nước và lãnh thổ đang phát triển được hưởng GSP (Beneficiary Developing Countries - BDC) và có thể bị loại khỏi danh sách bất cứ lúc nào qua xem xét quan hệ thương mại của nước đó với Hoa Kỳ. Một số mặt hàng từ các nước này có thể bị loại ra khỏi danh mục, nếu:

- Mức độ nhập khẩu của mặt hàng đó vượt quá một trị giá USD nhất định.

- Nước đó cung cấp từ 50% trở lên trong tổng nhập khẩu vào Hoa Kỳ.

Các chuyển hàng thương mại cần lập tờ khai hàng GSP, trong đó ghi rõ nước xuất xứ được hưởng GSP và mặt hàng đó có ký hiệu “A” trong biểu thuế nhập khẩu. Mặt hàng được hưởng GSP phải đáp ứng điều kiện:

- Sản xuất tại nước được hưởng GSP: (1) hàng đó hoàn toàn được nuôi, trồng, sản xuất, chế tạo ở nước được hưởng GSP, hoặc (2) về cơ bản được chuyển hoá thành một mặt hàng mới khác tại nước được hưởng GSP.

- Hàng phải được nhập khẩu trực tiếp từ nước được hưởng GSP vào lãnh thổ hải quan của Hoa Kỳ.

- Chi phí hoặc giá trị vật liệu sản xuất tại nước được hưởng GSP và/hoặc chi phí trực tiếp gia công hàng tại nước đó (gồm cả lao động trực tiếp, nhuộm, đúc, dụng cụ, chiết khấu máy móc, R&D, giám định, thử nghiệm...) phải chiếm ít nhất 35% trị giá hàng. Các chi phí kinh doanh, chi phí quản lý, lương lao động gián tiếp, lợi nhuận, chi phí thương mại chung (như bảo hiểm, quảng cáo, lương người bán hàng...) không được coi là chi phí trực tiếp gia công sản phẩm.

Các quy định về thủ tục nhập khẩu hàng GSP có trong Customs Regulations, Section 10.171 - 10.178. Các thông tin về mặt hàng, nước, việc bổ sung, huỷ bỏ danh mục GSP do cơ quan Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) công bố.

Miễn thuế khác

Ngoài ra còn có các loại miễn thuế khác như: miễn thuế một số hàng cá nhân, miễn thuế một số hàng phục vụ khoa học, miễn thuế một số hàng tái nhập khẩu vào Mỹ...

Container, bao bì, thùng chứa không phải nộp thuế

Cơ quan Hải quan sẽ xác định các loại container, bao bì, thùng chứa, hộp... được coi là “dụng cụ vận chuyển quốc tế” và sẽ không phải nộp thuế khi đựng hàng nhập khẩu đưa vào Mỹ.

Các loại thùng chứa chuyên dụng khác nếu muốn được coi là “dụng cụ vận chuyển quốc tế” phải làm đơn gửi cho Hội đồng Hải quan (Commissioner of Customs). Nếu chúng được đưa vào để sử dụng trong nước thì phải làm thủ tục nhập khẩu và phải nộp thuế.

Hàng tạm nhập không phải nộp thuế (temporary free importation)

Tạm nhập có bảo chứng (temporary importation Under Bond - TiB): Các hàng hóa liệt kê dưới đây được nhập khẩu vào Mỹ không phải vì mục đích bán, sẽ được tạm nhập có bảo chứng (under bond), không phải nộp thuế, nhưng phải tái xuất trong vòng 1 năm kể từ ngày nhập. Thông thường sẽ cam kết bảo chứng gấp đôi số tiền thuế ước tính phải nộp. Thời hạn này có thể gia hạn từng năm một, nhưng tổng cộng không quá 3 năm:

1/ Hàng nhập vào Mỹ để sửa chữa, thay đổi, chế biến, gia công (kể cả gia công để trở thành hàng được sản xuất tại Mỹ), HTS Subheading 9813.00.05 với điều kiện phải đảm bảo các điều sau:

+ Không được gia công để thành hàng sản xuất tại Mỹ, nếu: (1) chế biến thành rượu cồn, rượu vang, bia; (2) chế biến thành nước hoa hoặc bất kỳ thứ hàng nào có chứa ethyl alcohol; (3) chế biến sản phẩm từ bột mì.

+ Nếu để gia công thành hàng sản xuất tại Mỹ, trừ các mặt hàng trên, sẽ phải (1) tính toán toàn bộ giá thành với cơ quan hải quan cho tất cả các thành phẩm, phế thải, và cả những hao hụt do việc gia công, chế biến, và (2) tất cả các thành phẩm

phải được xuất khẩu hoặc tiêu hủy dưới sự giám sát của Hải quan trong thời gian tạm nhập.

2/ Các trang phục mẫu của phụ nữ do các nhà sản xuất nhập làm mẫu;

HTS Subheading 9813.00.10.

3/ Các tạp chí, catalog thời trang và ảnh phục vụ giới thiệu hàng và quảng cáo.

HTS 9813.00.15

4/ Hàng mẫu dùng để đặt hàng; các hàng này phải xin quota.

HTS 9813.00.20.

5/ Hàng chỉ dùng để xem xét tái bản hoặc xem xét và tái bản (không kể các bản khuôn in photoengraved); và các đoạn phim hành động phục vụ quảng cáo.

HTS 9813.00.25.

6/ Hàng hóa phục vụ mục đích thử nghiệm, thí nghiệm, kể cả các kế hoạch, quy cách, phác thảo, bản vẽ, ảnh và các loại khác phục vụ thử/thí nghiệm. Nếu các hàng này bị tiêu hủy trong quá trình thử nghiệm, phải có các bằng chứng thỏa đáng.

HTS 9813.00.30.

7/ Ô tô, mô tô, xe đạp, máy bay, bóng thám không, tàu thủy, xe đua và các phương tiện, tương tự khác và các thiết bị liên quan được người nước ngoài tạm đưa vào Mỹ để tham gia các cuộc đua. Giám đốc cảng có thể định ra một khoản bond trong 90 ngày tạm nhập. Sau khi hết thời gian tạm nhập, nếu các phương tiện này không được tái xuất thì sẽ bị tịch thu.

HTS subheading 9813.00.35.

8/ Đầu máy xe lửa và các thiết bị xe lửa được tạm đưa vào Mỹ dùng để giải toả các chương ngại vật, cứu hoả, hoặc sửa

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

chứa khăn cấp đường ray trong phạm vi nước Mỹ hoặc dùng để vận chuyển ngoài các tuyến quốc tế thông thường, khi Bộ trưởng Tài chính thấy rằng việc tạm nhập thiết bị xe lửa của nước ngoài là cần thiết trong trường hợp khẩn cấp.

HTS 9813.00.40

9/ Các thùng chứa khí nén, đầy hoặc rỗng, và các thùng chứa dùng để đựng hàng (kể cả hàng cá nhân, gia dụng), trong khi vận chuyển và có thể dùng lại.

HTS 9813.00.45.

10/ Các thiết bị, dụng cụ chuyên dụng, bộ phận thay thế, sửa chữa, đồ cắm trại do người nước ngoài, hoặc tổ chức của nước ngoài đưa vào dùng trong thời gian ở Mỹ.

HTS 9813.00.50.

11/ Các danh mục thiết kế riêng biệt đưa vào sử dụng tạm trong chế tạo, sản xuất các mặt hàng xuất khẩu.

HTS 9813.00.50.

12/ Súc vật, gia cầm đưa vào Mỹ để nuôi, triển lãm, hoặc tham gia cuộc đua.

HTS 9813.00.60.

13/ Các tác phẩm nghệ thuật, bản vẽ, in ấn, ảnh chụp, máy móc khoa học do các nghệ sĩ chuyên nghiệp, giảng viên hoặc nhà khoa học đưa từ nước ngoài vào Hoa Kỳ để dự triển lãm, minh họa, hoạt động xúc tiến và khuyến khích nghệ thuật, khoa học và công nghiệp.

HTS 9813.00.70

14/ Xe ô tô, khung xe, vỏ và các bộ phận, linh kiện, mặt cắt của các bộ phận ô tô chỉ dùng để trưng bày. Các bộ phận này có thể đưa vào với điều kiện là Bộ Tài chính Mỹ thấy là các nước ngoài có các hàng đó cũng phải cho phép tương tự

đối với các hàng cùng loại của Mỹ. Nếu phía nước ngoài đó đã bỏ điều kiện thuận lợi tương tự cho các mặt hàng đưa từ Mỹ vào, thì phía Mỹ cũng sẽ bỏ huỷ bỏ điều kiện thuận lợi này.

HTS 9813.00.75.

Hoàn thuế (Drawback-Refunds of duties)

Tức là hoàn lại 99% của tất cả các thuế hải quan thông thường và thuế thu nhập đối với các hàng hoá của Hoa Kỳ để khuyến khích hàng xuất khẩu của Hoa Kỳ có thể cạnh tranh ở thị trường nước ngoài.

Có 2 loại hoàn thuế:

- Hoàn thuế trực tiếp: hoàn lại thuế đã trả cho hàng nhập khẩu (vật liệu, phụ kiện...) vào Hoa Kỳ để sử dụng một phần hoặc toàn bộ trong việc sản xuất ra hàng xuất khẩu. Hàng nhập khẩu phải được dùng trong quá trình sản xuất mặt hàng xuất khẩu trong vòng 5 năm kể từ ngày nhập khẩu vào Hoa Kỳ.

- Hoàn thuế trả cho các hàng nhập khẩu khi xuất khẩu các mặt hàng được sản xuất có các vật tư, phụ kiện gồm cả nhập khẩu và hàng trong nước cùng loại và cùng chất lượng (tức là hàng có thể thay thế cho mặt hàng định nhập), mà không phân biệt là trong sản phẩm xuất khẩu có thành phần hàng nhập khẩu hay không. Hàng nhập khẩu và nguồn hàng thay thế trong nước phải được đưa vào quy trình sản xuất trong vòng 3 năm kể từ ngày nhập hàng, và sản phẩm làm ra phải được xuất khẩu trong vòng 5 năm kể từ ngày nhập khẩu nguyên liệu đó.

Tính thuế hàng lẫn loại

Nếu trong kiện hàng có nhiều mặt hàng có các mức thuế khác nhau đóng chung một kiện hoặc để lẫn lộn làm cho nhân

Cấm nung thị trường Hoa Kỳ

viên hải quan khó xác định số lượng và trị giá của từng loại, thì có thể hải quan sẽ tính thuế đồ đồng theo mặt hàng có mức thuế cao nhất trong lô/kiện hàng đó, trừ khi người nhận hàng hoặc đại lý của họ tách được các mặt hàng theo từng loại. Việc tách hàng phải do người nhận hàng làm trong vòng 30 ngày kể từ ngày hàng đến hoặc ngày thông báo của cảng và chịu mọi chi phí.

Tuy nhiên sẽ không bị áp mức thuế cao nhất cho lô hàng lẫn loại nếu người nhận hàng chứng minh được là:

- Phần hàng đó không có giá trị thương mại lắm và chi phí tách hàng sẽ quá cao, hoặc không thể tách hàng trước khi đưa vào gia công chế tạo.
- Việc giao lẫn loại không phải là cố ý trốn thuế.

Khiếu nại thuế

Người nhập khẩu có thể không đồng ý với mức áp thuế của hải quan. Trong trường hợp này người nhập khẩu có thể làm đơn khiếu nại (Custom form 19) và yêu cầu hải quan xem xét lại mức thuế trong vòng 90 ngày sau ngày thanh khoản. Nếu hải quan từ chối xem xét lại, có thể khiếu nại lên chính phủ giải quyết.

Trách nhiệm nộp thuế

Thuế nhập khẩu không cho phép được trả trước từ nước ngoài, kể cả trường hợp gửi quà tặng qua bưu điện.

Thông thường, trách nhiệm nộp thuế nhập khẩu được xác định khi làm các thủ tục nhập khẩu với hải quan. Người hoặc công ty đứng tên làm thủ tục nhập khẩu sẽ có trách nhiệm nộp thuế. Khi hàng nhập vào kho hải quan, trách nhiệm nộp thuế có thể chuyển nhượng cho bất cứ người nào mua và muốn đứng tên nhận sổ hàng hoá đó.

Khi thuê một đại lý làm thủ tục hải quan, người nhập khẩu vẫn có trách nhiệm nộp thuế và trả mọi chi phí hải quan liên quan, nếu chi phí chưa được đại lý trả cho hải quan.

Lệ phí hải quan

Ngoài thuế nhập khẩu, hải quan Hoa Kỳ còn thu các loại phí và thuế sau:

- Thủ tục chính thức (thông thường với trị giá hàng trên 1.250 USD) có mức tối thiểu 21USD và tối đa 400USD mỗi lô hàng, với tỷ lệ tăng có thể đến 0,21% theo trị giá hàng.

- Thủ tục không chính thức (informal - có trị giá lô hàng nhỏ hơn 1250USD), có mức phí từ 2 - 8 USD, tùy theo công sức làm thủ tục và kiểm hoá của nhân viên hải quan.

- Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với một số ít hàng hoá như: rượu, bia.

- Phí cầu cảng: 0,125% trị giá hàng hoá.

Trách nhiệm

Trách nhiệm bảo chứng (bond) đối với các mặt hàng trên chỉ hết khi hàng được tiêu huỷ dưới sự giám sát của hải quan, nếu không tái xuất, trong thời hạn bảo chứng (bond) ban đầu. Tuy nhiên, trường hợp theo mục (6) việc tiêu huỷ không cần sự giám sát của hải quan, nếu hàng bị tiêu huỷ trong quá trình thử nghiệm trong thời hạn bond, hoặc trong bất cứ thời hạn kéo dài hợp pháp nào.

Thẻ ATA (ATA carnet - temporary admission)

Là một chứng chỉ quốc tế dùng tạm nhập khẩu miễn thuế đối với một vài loại mặt hàng. Thẻ ATA có tác dụng đảm bảo trả thuế nhập khẩu trong trường hợp mặt hàng tạm nhập đó không được tái xuất sau thời hạn quy định. Các mặt

Cấm nạo thị trường Hoa Kỳ

hàng áp dụng hạn ngạch sẽ tuân theo các quy định của hạn ngạch, ví dụ hàng dệt may phải có visa hạn ngạch. Thẻ ATA thường có hạn trong 1 năm, và được sử dụng nhiều lần trong 1 năm đó. Hiện nay Hoa Kỳ cấp thẻ ATA tạm nhập các mặt hàng thiết bị chuyên dụng, hàng mẫu thương mại, và vật tư quảng cáo. Các hiệp hội địa phương (local carnet association) thành viên của Phòng Thương mại Quốc tế ICC ở Paris, là người cấp thẻ này cho các hội viên sống tại các địa phương đó. Các hiệp hội này đứng ra bảo lãnh nộp thuế cho hải quan nếu hàng tạm nhập không được tái xuất đúng hạn. Tại Mỹ, US Council thuộc ICC (trụ sở 1212 Ave. of the Americas, New York) được hải quan Mỹ chỉ định là cơ quan cấp và bảo lãnh thẻ ATA. Việt Nam chưa gia nhập hệ thống thẻ ATA quốc tế này.

IV. CÁC YÊU CẦU ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI HÀNG HÓA

1. Hàng nhập khẩu dưới sự quản lý của nhà nước

- Các hàng hóa cấm nhập hoặc hạn chế nhập nhằm bảo vệ kinh tế hoặc bảo vệ an ninh của nước Mỹ, hoặc bảo đảm an toàn, vệ sinh cho người tiêu dùng, bảo tồn thực vật và động vật trong nước.

- Một số hàng hóa phải xin quota hoặc hạn chế theo các hiệp định thương mại song phương và đa phương.

- Nhiều mặt hàng trong số này phải chịu thêm những yêu cầu khác của hải quan và các luật lệ và quy định của các cơ quan chính phủ khác. Các luật lệ và quy định này có thể cấm nhập, giới hạn nhập vào qua một số cửa khẩu nhất định, quy định vận chuyển theo tuyến và nơi lưu kho nhất định, hoặc hạn chế sử dụng, yêu cầu phải xử lý, dán nhãn lại hoặc chế biến lại trước khi được làm thủ tục hải quan và nhận hàng. Các quy

định này áp dụng cho mọi hàng hóa nhập khẩu, kể cả hàng gửi bưu điện và hàng nhập vào khu ngoại quan.

- Người xuất khẩu nước ngoài phải yêu cầu người nhập khẩu ở Mỹ cung cấp đầy đủ các thông tin về bao bì, nhãn hiệu,... và yêu cầu người nhập khẩu đứng ra thu xếp các thủ tục nhập khẩu.

2. Thuế chống phá giá và đối kháng (chống trợ cấp) quy định

Thuế chống phá giá (antidumping duties - ADs): Là thuế đánh vào hàng hoá nhập khẩu để bán ở Hoa Kỳ với giá thấp hơn giá trị đúng của thị trường (fair market value), tức là thấp hơn giá bình thường bán ở nước sản xuất. Thực chất đây là thuế do Bộ Thương mại Hoa Kỳ xác định trong các vụ kiện bán phá giá.

Thuế đối kháng (countervailing duties - CVDs): là khoản thuế đánh vào hàng hoá được hưởng trợ cấp xuất khẩu mà chính phủ nước đó cấp cho người xuất khẩu khi xuất khẩu vào Hoa Kỳ, việc trợ cấp này làm cho giá hàng thấp một cách giả tạo và gây thiệt hại cho người tiêu dùng ở Hoa Kỳ.

Bộ Thương mại Hoa Kỳ là cơ quan có trách nhiệm theo dõi các luật ADs và CVDs và điều tra những tố cáo về việc phá giá hoặc trợ cấp xuất khẩu của các chính phủ nước ngoài. Nếu qua điều tra khẳng định được hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ có việc phá giá hoặc trợ cấp giá, Bộ Thương mại sẽ xác định mức thuế đánh vào hàng nhập khẩu đó.

Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ (ITC) có trách nhiệm xác định những thiệt hại do việc bán phá giá và trợ cấp giá gây ra, do một ngành công nghiệp của Hoa Kỳ có liên quan đến mặt hàng bị tố cáo.

Cơ quan Hải quan Hoa Kỳ có trách nhiệm đánh thuế ADs và CVDs sau khi các mức thuế này được xác định bởi Bộ Thương mại và sau khi được xác nhận bởi ITC.

Hàng năm Bộ Thương mại phải xem xét lại các trường hợp ADs hoặc CVDs, nếu các bên liên quan yêu cầu, để xác định xem các mức thuế ADs và CVDs đã đưa ra có đúng không.

3. Hạn ngạch nhập khẩu (import quota)

Hạn ngạch nhập khẩu ban hành theo luật, chỉ thị hoặc công bố bởi cơ quan có thẩm quyền do luật pháp quy định với mục đích kiểm soát số lượng nhập khẩu mặt hàng nào đó trong một thời gian nhất định.

Phần lớn các quota nhập khẩu do Cục Hải quan Mỹ (US Custom Service) quản lý. Cục trưởng Hải quan (Commissioner of Customs) kiểm soát việc nhập khẩu hàng theo quota, nhưng không có quyền cấp, thay đổi quota.

Chi tiết về quota đối với từng mặt hàng có thể hỏi U.S. Customs Service, office of Trade Compliance.

Quota nhập khẩu của Mỹ có thể chia thành 2 loại:

- **Hạn ngạch thuế quan (Tariff-rate quota):** quy định số lượng của mặt hàng đó được nhập vào với mức thuế giảm trong một thời gian nhất định. Không có hạn chế về số lượng nhập vào đối với mặt hàng này, nhưng số lượng nhiều hơn mức quota cho thời gian đó sẽ bị đánh thuế nhập khẩu cao hơn.

Hầu hết các hạn ngạch này do Tổng thống công bố theo các thoả thuận thương mại phù hợp với luật Trade Agreements Act. Khi hạn ngạch được sử dụng hết, các hải quan cửa khẩu sẽ yêu cầu người nhập khẩu ký quỹ một số tiền ước tính đủ để nộp thuế cho số hàng giao quá số lượng.

- **Hạn ngạch tuyệt đối (Absolute quota):** là hạn ngạch giới hạn về số lượng, tức là số lượng vượt quá hạn ngạch cho

phép sẽ không được nhập vào Mỹ trong thời hạn của quota. Một số quota là áp dụng chung, còn một số thì chỉ áp dụng riêng đối với một số nước. Hàng nhập quá số lượng theo quota sẽ phải tái xuất hoặc lưu kho trong suốt thời hạn của quota, cho đến khi bắt đầu thời hạn quota mới.

Các hàng hóa kê dưới đây khi nhập khẩu vào Mỹ phải có quota:

1) Hạn ngạch thuế quan

- 0404.20.20 Sữa và kem
- 1604.16 Cá trổng (Anchovies)
- 9603 Đũa chổi (Brooms)
- 9901.00.50 Cồn etylic (Ethyl alcohol)
- Chapter 20 Ôliu (Oliver)
- 2008.30.20 quất (satsuma (mandarin))
- 1604.14.20 Cá ngừ (Tuna)
- 9903.52 Thổ cẩm (Upland cotton)
- 9904.70 Lúa mì
- Một số mặt hàng thuộc các nước NAFTA: Mexico, Canada
- Một số mặt hàng theo quy định WTO
- Một số mặt hàng nông sản theo hiệp định US-Israel

2) Hạn ngạch tuyệt đối

- Thức ăn gia súc, có thành phần sữa hoặc các sản phẩm sữa
- Sản phẩm thay thế bơ, có chứa 45% bơ béo theo HTS 2106.90.15, và bơ từ dầu ăn
- Bơ pha trộn, trên 55,5% nhưng không quá 45% trọng lượng là bơ béo
- Phomát, phomát thiên nhiên, làm từ sữa chưa thanh trùng (pasteurized) để thời gian chưa quá 9 tháng

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

- Sữa khô có chứa 5,5% hoặc ít hơn bơ béo
- Sữa khô theo HTS 9904.10.15
- Sôcôla vụn và các sản phẩm liên quan có chứa trên 5,5% trọng lượng là bơ béo
- Sôcôla vụn chứa 5,5% hoặc ít hơn trọng lượng bơ béo
- Cồn ethylic và các sản phẩm dùng chất này trong nhiên liệu nhập từ vùng Caribê và các vùng lãnh thổ phụ thuộc Mỹ, theo HTS 9901.00.50
- Thịt (từ Australia và New Zealand)
- Sữa và kem, dạng lỏng hay đông lạnh, tươi hoặc chua (từ New Zealand)

3) Quota hàng dệt-may (hạn ngạch dệt may)

Hải quan Mỹ kiểm soát việc nhập khẩu bông, len, sợi dệt, tơ lần loại, và các mặt hàng làm từ các sợi lấy từ cây hoặc được sản xuất từ một số nước. Việc kiểm soát quota hàng dệt, may dựa trên những văn bản hướng dẫn của Chủ tịch Ủy ban Hải quan trong quá trình thực hiện các Hiệp định hàng dệt (Textile Agreements). Các thông tin về hạn ngạch dệt may vào mạng Hải quan hoặc Bộ Thương mại Hoa Kỳ (CITA) mục Textile Quota.

4. Hạn ngạch (Visa) dệt may và giấy phép xuất khẩu

Visa dệt may là một ký hậu (endorsement) dưới dạng một tem/dấu (stamp) do một chính phủ nước ngoài đóng trên hoá đơn hoặc trên giấy phép xuất khẩu. Visa được dùng để kiểm soát nhập khẩu các sản phẩm dệt may vào Mỹ và ngăn cấm nhập khẩu hàng hoá trái phép vào Mỹ. Visa có thể dùng cho mặt hàng cần quota hoặc không cần quota. Ngược lại mặt hàng cần quota có thể cần hoặc không cần visa, tùy theo nước xuất xứ.

ELVIS (electronic transmission of visa information): visa điện tử đối với hàng dệt may từ một nước nào đó nhập vào Hoa Kỳ.

Tuỳ theo thoả thuận với từng nước, hầu hết hàng dệt may khi vào Hoa Kỳ phải có thị thực hàng dệt, trừ cat. 300-369, nhằm chống chuyển tải bất hợp pháp và giao hàng sai với hạn ngạch.

“Textile visa” (thị thực hàng dệt) tức là việc đóng dấu vào một hoá đơn hoặc đóng dấu vào một giấy phép kiểm soát xuất khẩu do một cơ quan của chính phủ nước xuất khẩu thực hiện. Visa có thể áp dụng cho hàng nhập vào theo hạn ngạch hoặc ngoài hạn ngạch, hàng theo hạn ngạch có thể cần hoặc không cần Visa tuỳ thuộc vào nước xuất xứ được Hoa Kỳ chấp thuận theo một “thị thực dàn xếp” (visa arrangement) ký với từng nước. Hàng từ các nước chưa có visa arrangement không cần có Visa nhưng sẽ được tính theo hạn ngạch phù hợp.

Tuy nhiên có Visa không có nghĩa là hàng chắc chắn được làm thủ tục nhập vào Hoa Kỳ. Nếu hạn ngạch bị hết hạn (close) trong thời gian vận chuyển (tức là giữa thời gian sau khi hàng đã được đóng dấu Visa ở nước xuất khẩu và thời gian hàng đến Hoa Kỳ), thì người nhập khẩu ở Hoa Kỳ cũng không được làm thủ tục nhận hàng cho đến khi hạn ngạch được bổ sung hoặc gia hạn lại.

Hạn ngạch hoặc các loại giấy phép phải xin từ các cơ quan nhà nước khác:

- Đồng hồ và các linh kiện đồng hồ nhập từ các vùng lãnh thổ thuộc Mỹ (Virgin Island, Samoa, Guam) được miễn thuế sẽ do Bộ Thương mại Mỹ cấp giấy phép nhập khẩu

- Các sản phẩm lấy từ sữa sau phải do Bộ Nông Nghiệp Mỹ cấp quota: Bơ, sữa khô, sữa có bơ khô, pho mát Cheddar, các loại pho mát khác và các sản phẩm thay thế pho mát,...

V. CÁC YÊU CẦU ĐẶC BIỆT KHÁC ĐỐI VỚI TỪNG LOẠI HÀNG HOÁ

Thực chất đây là hàng rào về **tiêu chuẩn kỹ thuật** đối với các mặt hàng cụ thể do các bộ ngành đề ra và yêu cầu hải quan thực hiện kiểm soát tại các cửa khẩu.

Sau đây phân tích theo 19 nhóm mặt hàng:

1. Các mặt hàng nông sản

Pho mát, sữa và sản phẩm sữa

Pho mát và các sản phẩm pho mát phải tuân theo các yêu cầu của Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA) và của Bộ Nông nghiệp Mỹ, và hầu hết phải xin giấy phép nhập khẩu và quota của Vụ Quản lý Đối ngoại (FAS) thuộc Bộ Nông nghiệp Mỹ.

Nhập khẩu sữa và kem phải tuân theo các điều khoản của Luật về Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm (Food, Drug & Cosmetic Act) và Luật về Nhập khẩu sữa (Import Milk Act). Các sản phẩm này chỉ được nhập khẩu bởi những người có giấy phép nhập khẩu do Văn phòng nhãn hiệu thực phẩm (HFS-156), thuộc Trung tâm An toàn Thực phẩm và Dinh dưỡng, thuộc FDA của Bộ Y tế Hoa Kỳ cấp và do Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ cấp.

Trái cây, rau, và hạt các loại

Một số trong các hàng nông sản (kể cả quả tươi: cà chua, vú sữa, xoài, chanh, cam, nho, hạt tiêu, khoai tây, dưa chuột, quả trứng gà, hành khô, quả óc chó, các quả hộp như: nho, mận, ô liu đóng hộp), phải đảm bảo các yêu cầu về nhập khẩu của Mỹ về, chủng loại, kích cỡ, chất lượng và độ chín (7U.S.C.608(e)). Các hàng này phải qua giám định và chứng chỉ giám định phải do Cơ quan Giám định và An toàn Thực

phẩm (Food Safety & inspection Service) thuộc Bộ Nông nghiệp cấp có ghi phù hợp với các điều kiện nhập khẩu. Các thông tin có thể hỏi Agriculture Marketing Service (thuộc Bộ Nông nghiệp).

Các điều kiện hạn chế khác có thể được Cơ quan Giám định Động vật và Thực vật (Animal and Plant Health Inspection Service- APHIS) thuộc Bộ Nông nghiệp áp đặt theo Điều luật về Kiểm dịch Cây ("Plant Quarantine Act"), và Cơ quan FDA (Division of import Operations and Policy (Cơ quan nghiệp vụ và chính sách nhập khẩu) –HFC-170) theo điều luật liên bang "Food, Drug and Cosmetic Act".

Sâu bọ

Sâu bọ sống có hại cho thu hoạch (kể cả rau và ngũ cốc, trái cây, rừng, cây đường phố), trứng và nhộng, kén của các sâu bọ này bị cấm nhập khẩu vào Mỹ, trừ khi cho mục đích nghiên cứu khoa học, theo những quy định riêng của Bộ trưởng Nông nghiệp.

Tất cả các kiện có chứa sâu bọ sống, trứng, kén, nhộng không có hại cho cây cối, mùa màng chỉ được nhập khẩu vào Mỹ nếu có giấy phép của APHIS và không bị Cơ quan Bảo vệ Cá và Động vật hoang dã của Mỹ (FWS) cấm nhập.

Động vật sống

Phải đáp ứng các điều kiện về giám định và cách ly của Cơ quan Giám định Động và thực vật (APHIS) đối với: (1) động vật có móng chẻ: như trâu bò, cừu, hươu, linh dương, lạc đà; (2) Lợn, gồm cả các chủng loài lợn hoang và thịt của chúng; (3) ngựa, lừa, la, ngựa vằn; (4) các sản phẩm phụ từ động vật: da sống, len, lông, xương, các bộ phận cơ thể hoặc chiết xuất (nếu làm thức ăn, thuốc bệnh và mỹ phẩm cho người còn phải tuân theo quản lý của FDA); (5) tinh dịch động vật; (6) cỏ hoặc rơm khô. Các loại trên phải có giấy phép nhập

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

khẩu của APHIS trước khi giao hàng từ nước xuất xứ. Nhập khẩu các động vật phải kèm theo chứng chỉ sức khỏe của chúng, và chỉ được đưa vào qua một số cảng nhất định nơi có các cơ sở kiểm dịch. Tại Key West bang Florida có Trung tâm Nhập khẩu Động vật Harry S. Truman, nằm trên một hòn đảo ngoài biển có các phương tiện đảm bảo an toàn để cách ly kiểm dịch đối với các hàng nhập từ các nước có bệnh lở mồm long móng (foot-and-mouth disease) hoặc các bệnh động vật khác. Động vật từ Canada và Mexico kiểm dịch nhẹ hơn so với từ các nước khác.

Thịt và các sản phẩm thịt

Thịt và các sản phẩm thịt (từ bò, cừu, lợn, dê và ngựa) nhập khẩu vào Mỹ phải tuân theo các quy định của Bộ Nông nghiệp Mỹ và phải qua giám định của Cơ quan Giám định Động vật và Thực vật (APHIS), và của Cơ quan Giám định An toàn Thực phẩm (Food Safety and Inspection Service) của Bộ Nông nghiệp trước khi được làm thủ tục hải quan. Các sản phẩm thịt từ các loại thú động vật khác (kể cả động vật hoang dã) phải tuân theo quy định của APHIS và các điều khoản của Luật Liên bang về Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act (FFD&C Act) dưới sự quản lý của FDA và U.S. Fish & Wildlife Service.

Cây và các sản phẩm từ cây

Việc nhập khẩu phải tuân theo các quy định của Bộ Nông nghiệp và có thể bị hạn chế hoặc cấm. Các sản phẩm này bao gồm cả trái cây, rau, cây trồng, rễ cây, hạt, sợi từ cây kể cả bông và các cây làm chổi, hoa đã cắt, cây mía, một số loại ngũ cốc, gỗ cây, gỗ xẻ, đều cần có giấy phép nhập khẩu. Các thông tin có thể hỏi APHIS. FDA cũng quản lý các loại cây và sản phẩm từ cây nhập khẩu, nhất là trái cây và rau. Việc kiểm tra này nhằm mục tiêu ngăn ngừa các bệnh dịch, sâu bọ nên nếu xử lý chúng hợp lý thì không bị hạn chế nữa. Thí dụ

sấy khô, hun khử trùng, đun nóng ở nhiệt độ quy định, làm đông lạnh v.v...

Gia cầm và các sản phẩm gia cầm

Gia cầm, sống, đông lạnh hoặc đóng hộp, trứng và các sản phẩm trứng phải tuân theo các quy định của APHIS và Cơ quan Giám định An toàn Thực phẩm (Food Safety and Inspection Service) thuộc Bộ Nông nghiệp. Trừ gia cầm sống và sản phẩm gia cầm nhập khẩu qua các cửa khẩu đường bộ từ Canada, nhập khẩu từ tất cả các nước khác đều phải xin giấy phép, và phải có ký hiệu, dán nhãn riêng biệt; và trong một số trường hợp phải có chứng chỉ giám định của nước ngoài.

Gia cầm được định nghĩa là các loài chim đã thuần hóa, sống hoặc giết mổ, như: gà, gà tây, vịt, ngỗng, thiên nga, gà gô, chim bồ câu. Các loài khác (ví dụ: chim cảnh nuôi trong nhà hoặc thương mại, v.v...) và các sản phẩm trứng phải theo các quy định của APHIS và theo các điều khoản của FFD&C Act, dưới sự quản lý của FDA. Các thông tin có thể hỏi cơ quan U.S. Fish & Wildlife Service.

Hạt

Nhập khẩu vào Mỹ hạt rau và hạt cây nông nghiệp và việc sàng tuyển (screening) thực hiện theo quy định của Luật Liên bang về hạt cây trồng 1939 (Federal Seed Act 1939) và các quy định của Cơ quan Thị trường Nông nghiệp (Agricultural Marketing Service) thuộc Bộ Nông nghiệp. Các chuyển hàng đến cửa khẩu phải giám định mẫu.

2. Vũ khí, đạn dược và chất phóng xạ

Vũ khí, đạn, chất nổ và phương tiện chiến tranh

Cấm nhập khẩu vào Hoa Kỳ các hàng hoá này trừ khi có giấy phép của Văn phòng chất Cồn, Thuốc lá và Vũ khí

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

(Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms - BATF) thuộc Bộ Tài chính Hoa Kỳ, và tuân theo các quy định của Bộ này. Việc tạm nhập, chuyển tải và xuất khẩu vũ khí, đạn, chất nổ cũng bị cấm, trừ khi có giấy phép của Văn phòng Kiểm soát Thương mại Quốc phòng (Office of Defense Trade Controls) thuộc Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, hoặc được miễn giấy phép theo điều khoản 22CFR 123.4 và các điều khoản khác của luật 22CFR. Việc xuất khẩu súng có thể hỏi các chuyên viên về xuất khẩu của Bộ Thương mại Hoa Kỳ.

Chất phóng xạ và lò hạt nhân

Các chất phóng xạ (*radioisotopes*), các loại uranium, thorium, plutonium, và các lò trả đũa hạt nhân nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải theo quy định của Ủy ban Quản lý Hạt nhân (Nuclear Regulatory Commission - NRC) cùng với các quy định về nhập khẩu các mặt hàng này của bất kỳ cơ quan nào khác của Mỹ. Việc nhập khẩu các mặt hàng này hoặc các loại hàng có chứa các chất này, phải có giấy phép của NRC.

Các chất phóng xạ (*radioisotopes & radioactive source*) dùng trong y tế còn phải theo các quy định của của luật FFD&C Act, dưới sự quản lý của FDA.

3. Hàng tiêu dùng cần quy định tiết kiệm năng lượng

Đồ điện gia dụng

Theo Luật về Chính sách và Bảo toàn Năng lượng (The Energy Policy and Conservation Act), trên nhãn hiệu hàng hoá phải ghi các tiêu chuẩn về điện và, chỉ tiêu lượng tiêu thụ điện. Văn phòng Mã và Tiêu chuẩn Hàng hoá (Office of Codes and Standards) thuộc Bộ Năng lượng Mỹ quy định các biện pháp thử và tiêu chuẩn năng lượng. Hội đồng thương mại liên bang (Federal Trade Commission) quy định về dán nhãn các mặt hàng này. Luật “The Energy Policy and Convention Act”, áp

dụng cho các mặt hàng sau: (1) tủ lạnh, tủ cấp đông, (2) điều hoà nhiệt độ trong phòng; (3) điều hoà nhiệt độ và sưởi trung tâm; (4) thiết bị sưởi; (5) lò nướng; (6) máy rửa bát; (7) máy giặt; (8) máy sấy quần áo; (9) thiết bị đun, sưởi trực tiếp; (10) thiết bị điện nhà bếp và lò nướng, hút ẩm, máy phun ẩm, ballast đèn ống và các đồ gia dụng khác.

Thiết bị thương mại và công nghiệp

Luật về Chính sách Năng lượng 1992 (Energy Policy Act of 1992 - EPACT) yêu cầu thiết lập các tiêu chuẩn cho một số thiết bị công nghiệp và thương mại. Văn phòng Mã và Tiêu chuẩn Hàng hoá (Office of Codes and Standards) thuộc Bộ Năng lượng Mỹ quy định các biện pháp thử và tiêu chuẩn năng lượng.

EPACT áp dụng cho các thiết bị sau: (1) Thiết bị đồng bộ (package) điều hoà nhiệt độ và sưởi cỡ nhỏ và lớn có mục đích thương mại; (2) máy bơm đồng bộ của thiết bị điều hoà nhiệt độ và sưởi; (3) thiết bị đốt nóng bằng khí trong các lò hơi (furnaces); (4) thiết bị đồng bộ nổi hơi; (5) bình nước nóng; (6) thiết bị nước nóng ngay; (7) thùng nước nóng không đốt bằng lửa; (8) động cơ điện cỡ lớn (1-200 mã lực), giao hàng riêng hoặc lắp đặt trong hệ thống thiết đồng bộ; (9) đèn huỳnh quang 4-foot medium bipin, 2-foot U-shaped, 8-foot slimline, và 8-foot công suất cao; (10) đèn phản xạ.

Ngoài ra EPACT còn quy định các tiêu chuẩn bảo toàn cấp nước cho các thiết bị đường ống nước. Nhập khẩu các sản phẩm trên phải theo các quy định của Bộ Năng lượng và Ủy ban Thương mại Liên bang (Federal Trade Commission).

Hàng tiêu dùng cần quy định an toàn

Các mặt hàng tiêu dùng phải tuân theo các tiêu chuẩn và quy định về an toàn hoặc theo các yêu cầu về nhãn hiệu hoặc

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

về quy định hàng hoá có chất độc hại, và dưới sự quản lý của Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (U.S. Consumer Product Safety Commission - CPSC).

Đồ chơi và các mặt hàng cho trẻ em

Phải theo các quy định của Luật Liên bang về chất Độc hại (Federal Hazardous Substances Act - FHSACT). Đồ chơi hoặc các mặt hàng cho trẻ dưới 3 tuổi không được có các chi tiết nhỏ để trẻ có thể nuốt. Luật Bảo vệ An toàn Trẻ em (The Child Safety Protection Act (điều chỉnh từ FHSACT) và các quy định áp dụng của luật, yêu cầu phải có ghi chú trên nhãn hiệu dán trên đồ chơi đối với trẻ từ 3 tuổi tới 6 tuổi, tránh nuốt những chi tiết nhỏ. Các quy định này cũng áp dụng cho bóng bay, các bóng loại nhỏ (cấm nhập bóng nhỏ cho trẻ dưới 3 tuổi), và đá hoa cương. Đồ chơi chạy điện, trống nhỏ, núm vú giả, cũi trẻ em cũng có các quy định an toàn riêng. CPSC cũng có các quy định về sử dụng vật sắc, nhọn trong đồ chơi và các mặt hàng trẻ em. Trò phóng phi tiêu bị cấm nhập.

Chất chì trong sơn

Sơn và các sản phẩm có phủ lớp bề mặt của hàng tiêu dùng sẽ bị cấm nhập vào Mỹ nếu có tỷ lệ chì trên 0,06%. Việc cấm này cũng áp dụng cho các đồ đạc dùng sơn có trên 0,06% chì. Mặc dù việc cấm này là đối với các “lớp phủ bề mặt” CPSC cũng có thể áp dụng luật FHSACT đối với các vật có chứa tỷ lệ chì cao ở mức gây hại đến sức khoẻ con người.

Xe đạp và mũ xe đạp

Xe đạp sẽ không được nhập vào Mỹ nếu không đáp ứng các quy định theo FHSACT. CPSC cũng đặt ra các tiêu chuẩn bắt buộc đối với mũ xe đạp. Mũ xe đạp nhập khẩu sau 10/3/1999 phải đáp ứng các yêu cầu mới nhất của CPSC về Tiêu chuẩn An toàn mũ xe đạp (Safety Standard for Bicycle Helmet) và phải có chứng chỉ phù hợp.

Pháo hoa

Các quy định của Luật FHSACT đặt ra các yêu cầu về nhãn hiệu và quy cách kỹ thuật cho pháo hoa. Các loại pháo hoa lớn (như bom cherry và M-80) bị cấm bán tiêu dùng. Các vỏ pháo hoa cỡ lớn có thể nhồi thuốc dùng lại cũng bị cấm. Các loại pháo hoa lớn có nhiều ống phóng phải theo các quy định riêng.

Vải dễ cháy

Các loại quần áo từ vải dệt sẽ không được nhập vào Mỹ nếu không phù hợp với tiêu chuẩn chống cháy của Luật về vải dễ cháy (Flamable Fabrics Act). Tiêu chuẩn này áp dụng cho các loại quần áo nói chung, quần áo ngủ trẻ em, đệm (kể cả futon), thảm, tấm trải sàn.

Vật tư nghệ thuật

Vật tư cho nghệ thuật không được nhập vào Mỹ nếu không tuân theo quy định về nhãn hiệu của Luật về chất độc hại trong vật tư nghệ thuật (Labeling of Hazard Art Material Act - LHAMA) 1988, là một luật điều chỉnh từ FHSACT. LHAMA quy định rằng các vật tư nghệ thuật có chứa chất độc hại phải luôn luôn được ghi chú theo tiêu chuẩn ASTM D-4236.

Bật lửa

Các bật lửa thông thường (disposal) và các bật lửa có tính trang sức (novelty) không được nhập vào Mỹ, trừ khi đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn theo Luật An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (Consumer Product Safety Act) trong đó quy định phải đảm bảo trẻ em không sử dụng được. Tất cả các bật lửa dùng gas có thể nạp hoặc không thể nạp lại có trị giá hải quan dưới 2 USD đều được coi là “bật lửa thông thường” và phải theo các tiêu chuẩn này. Các bật lửa trang sức (dùng bất kể nhiên liệu

gì) có âm thanh hoặc hình trang trí hoặc có các chi tiết trang trí dùng cho trẻ dưới 5 tuổi. Các nhà sản xuất phải thử bật lửa, ghi lại và báo kết quả cho CPSC. Khi giao hàng phải có chứng chỉ phù hợp tiêu chuẩn an toàn, hoặc cung cấp các chứng chỉ này cho người phân phối và bán lẻ.

Các quy định và tiêu chuẩn khác

CPSC đã đưa ra một số các tiêu chuẩn về an toàn khác:

- Men kiến trúc (architectural glazing)
- Diêm bằng giấy (Matchbook)
- Ang-ten CB và TV
- Máy cắt cỏ đẩy
- Cầu trượt bể bơi
- Chất cách ly từ vụn gỗ (cellulose insulation)
- Cửa cuốn garage ô tô
- Thùng rác di động (unstable refuse bin)
- Các chất mài mòn dễ cháy (flamable contact adhesive)
- Hợp chất có amiăng (patching compounds with amiang)
- Vật liệu có amiăng (emberizing material with amiang)
- Hoá chất gia dụng
- Cửa tủ lạnh

Luật Chống bao bì độc (Poison Prevention Packaging Act), bảo đảm bao bì an toàn trẻ em đối với một số loại thuốc và hoá chất gia dụng.

4. Hàng điện tử

Các sản phẩm phát xạ, kể cả phát xạ âm thanh

Tivi ống cực catod, lò vi sóng, thiết bị chụp X-quang, thiết bị dùng tia laser, thiết bị siêu âm, thiết bị tia cực tím, CD-ROM, điện thoại di động và không dây và các thiết bị điện tử

khác phải tuân theo luật FFD&C Act (chương V, Mục C về sản phẩm điện tử phát xạ, trước đây gọi là Radiation Control health and Safety Act 1968). Một sản phẩm điện tử (a) có tiêu chuẩn về phóng xạ và (b) được nhập khẩu để bán hoặc sử dụng ở Mỹ chỉ được nhập khẩu nếu đã kê khai (Form FDA 2877 - do Center for devices and Radiological Health, thuộc FDA, cấp) đầy đủ cho từng chuyến nhập khẩu phù hợp với quy định. Người nhập khẩu phải khẳng định rằng (1) Không phải theo tiêu chuẩn (do được sản xuất trước ngày có hiệu lực của tiêu chuẩn Liên bang), hoặc (2) phù hợp với tiêu chuẩn và đã dán nhãn xác nhận phù hợp, hoặc (3) không phù hợp với tiêu chuẩn nhưng chỉ nhập khẩu để nghiên cứu, điều tra, chứng minh hoặc đào tạo, hoặc (4) hiện tại không phù hợp với tiêu chuẩn nhưng sẽ được sửa lại phù hợp.

Các điều khoản của FFD&C Act, Chapter V, Subchapter C – về sản phẩm điện tử phát xạ- được áp dụng cho sản phẩm sản xuất tại Mỹ và nhập khẩu.

Thiết bị, trang bị tần số radio

Radio, máy ghi âm, stereo, Tivi, radio cá nhân hoặc kết hợp và các phương tiện sử dụng tần số radio khác phải tuân theo quy định về tiêu chuẩn phát sóng radio của Ủy ban Thông tin Liên bang (FCC), theo Luật Thông tin 1934 (Communication Act of 1934). Việc nhập khẩu các sản phẩm này có thể phải kèm theo tờ xác nhận của FCC (FCC 740), xác nhận rằng thiết bị, dụng cụ nhập khẩu đó phù hợp, hoặc sẽ được làm phù hợp, hoặc được miễn, với các quy định của FCC.

5. Thực phẩm, thuốc chữa bệnh, mỹ phẩm, và trang thiết bị y tế

Thực phẩm, mỹ phẩm, thuốc chữa bệnh, thiết bị, dụng cụ y tế phải tuân theo các quy định của luật “Federal Food, Drug,

and Cosmetic Act – FFD&C Act”, do cơ quan FDA của Bộ Y tế quản lý. Luật này cấm nhập những mặt hàng giả mạo, sai nhãn hiệu, kể cả hàng chất lượng kém, không đảm bảo an toàn và không đảm bảo vệ sinh. Hàng sai nhãn hiệu (misbanded) bao gồm cả lời viết, thiết kế nhãn, hoặc hình ảnh trên nhãn hiệu là giả hoặc sai, hoặc không cung cấp đủ các thông tin cần thiết. Luật cũng cấm nhập các dược phẩm chưa được FDA duyệt. Các sản phẩm nhập khẩu thuốc FDA quản lý sẽ phải qua giám định tại thời điểm hàng tới cửa khẩu. Các chuyển hàng bị phát hiện không phù hợp với luật và các quy định sẽ bị từ chối nhập cảnh và bị buộc phải làm lại cho phù hợp, hủy hoặc tái xuất khẩu. Với sự cho phép của FDA, người nhập khẩu có thể sửa lại lô hàng chưa phù hợp thành phù hợp nếu xét thấy có thể làm được. bất kỳ sự tuyển lựa lại, tái chế hoặc dán nhãn lại nào phải có sự giám sát của FDA với chi phí của người nhập khẩu.

Nhiều mặt hàng thực phẩm như bánh kẹo, sản phẩm sữa, gia cầm, trứng, thịt, trái cây, hạt, rau còn phải tuân theo các quy định của các cơ quan khác.

Nhiều loại hải sản phải tuân theo các quy định của cơ quan National Marine Fisheries Service (NMFS) thuộc của Cục Quản lý Môi trường Không gian và Biển (National Oceanic and Atmospherre Administration - NOAA) thuộc Bộ Thương mại Hoa Kỳ.

Thuốc sinh học

Sản xuất và nhập khẩu sản phẩm sinh học cho tiêu dùng cho người phải theo các quy định của Luật Dịch vụ Y tế Công cộng (Public Health Service Act). Các nhà sản xuất ở Mỹ và nước ngoài phải xin giấy phép của Mỹ về phương pháp sản xuất và về sản phẩm sẽ sản xuất hoặc nhập khẩu vào Mỹ. Các thông tin có thể hỏi FDA thuộc Bộ Y tế Hoa Kỳ.

Thuốc sinh học cho động vật (thú y) được phải tuân theo Luật về Virút, Huyết thanh, Chất độc (Virus Serum Toxin Act) dưới sự quản lý của Bộ Nông nghiệp. Việc nhập khẩu các virút, huyết thanh, chất độc và các sản phẩm tương tự, các sinh vật và côn trùng gây bệnh (organisms & vectors) dùng trong thú y, sẽ bị cấm trừ khi người nhập khẩu có giấy phép của Bộ Nông nghiệp cho từng sản phẩm cụ thể. Việc nhập khẩu còn phải tuân theo các quy định đặc biệt về nhãn hiệu (labeling).

Vật tư sinh học và các sinh vật gây bệnh (vectors)

Việc nhập khẩu vào Mỹ để bán, đổi, trao đổi các loại virus, huyết thanh y tế (therapeutic serum), chất độc (toxin), chất trị độc (antitoxin), hoặc các sản phẩm tương tự, hoặc arsphenamine hay các sản phẩm chiết xuất từ nó (hoặc bất kỳ hợp chất hữu cơ arsenic hoá trị ba (trivalent) nào), trừ các vật tư dùng cho thí nghiệm trong công trình nghiên cứu, ứng dụng trong phòng ngừa, điều trị, hoặc chữa các bệnh, tật của người, sẽ bị cấm nhập trừ khi các sản phẩm này được bào chế hoặc làm tại các cơ sở có giấy phép sản xuất (không bị treo hoặc đình chỉ) do Bộ trưởng Bộ Y tế Hoa Kỳ cấp. Mẫu của các sản phẩm được cấp giấy phép nhập khẩu của Mỹ phải được gửi kèm theo mỗi chuyến hàng nhập khẩu, để được Giám đốc hải quan của khẩu chuyển cho Giám đốc Trung tâm Đánh giá và Nghiên cứu Sinh học của Mỹ (Maryland, USA).

Việc nhập khẩu còn phải được phép của Trung tâm Kiểm soát và Ngăn ngừa Bệnh tật (Atlanta, USA), thuộc Cơ quan Dịch vụ Sức khoẻ Công cộng (U.S. Public Health Service), cho các chuyến hàng của bất kỳ sinh vật gây bệnh (etiological agent) hoặc côn trùng, động, thực vật gây ra các các bệnh trên người hoặc bất kỳ côn trùng, động, thực vật sống ngoại nhập nào có nguy cơ là một trung gian (vector) gây ra các bệnh trên người.

Các chất ma túy và chất dẫn xuất từ ma túy

Cấm nhập khẩu các chất trong diện kiểm soát, bao gồm ma túy (narcotics, marijuana) và các chất ma túy nguy hiểm khác, trừ khi việc nhập khẩu phù hợp với các quy định của Cơ quan Quản lý Ma túy (Drug Enforcement Administration – Arlington, Virginia, USA) thuộc Bộ Tư pháp Hoa Kỳ. Một số chất trong diện kiểm soát cấm nhập: amphetamines; barbiturates; lá coca và các chất chiết xuất như cocaine; các chất hallucinogenic như LSD, mescaline, peyote, marijuana và các dạng khác của cannabis; opiates bao gồm methadone; thuốc phiện (opium) gồm các chiết xuất từ opium như morphine và heroin; các chất tổng hợp thay thế ma túy và anabolic steroids.

Các dụng cụ thiết bị liên quan đến ma túy

Cấm nhập khẩu hoặc xuất khẩu các dụng cụ, thiết bị này theo như quy định trong Section 863, Title 21 của USC.

Danh mục các dụng cụ này bao gồm: bất cứ thiết bị, sản phẩm, hoặc vật liệu nào được dùng hoặc được thiết kế để sử dụng trong việc sản xuất, pha trộn, chuyển đổi, che giấu, chế biến, đun nấu, tiêm, nuốt vào bụng, hít hoặc bằng các nạo đó đưa vào cơ thể con người các chất trong diện kiểm soát, việc sở hữu các dụng cụ thiết bị này là bất hợp pháp theo như quy định trong Luật về các chất bị kiểm soát (Controlled Substances Act).

Các dụng cụ, thiết bị vật liệu liên quan đến ma túy bao gồm, nhưng không giới hạn, các loại sau:

- các ống điều bằng kim loại, gỗ, nhựa acrylic, kính, đá, nhựa, hoặc gốm, sứ, có hay không có màng lọc, bộ lọc cố định, hoặc các bình lọ kim loại đục lỗ.
- ống điều có nước

- ống điều và dụng cụ pha cacbon
- các mặt nạ chống khói
- cái kẹp đầu thuốc: ví dụ, dùng để giữ các đầu điều thuốc marijuana
- các thìa nhỏ có vạch đo 1/10 cm³ hoặc nhỏ hơn.
- ống điều có bầu
- ống điều pha cacbon
- ống điều chạy điện
- ống điều chạy bằng khí
- ống điều chườm nước đá hoặc lạnh
- giấy cuộn thuốc
- bộ dụng cụ hút cocain

6. Vàng, bạc, tiền tệ và tem

Vàng và bạc

Các điều khoản của Luật National Stamping Act (sửa đổi) (15USC. 291-300), dưới sự quản lý một của Hải quan Mỹ và cơ quan FBI Mỹ. Đồ làm từ vàng và các hợp kim vàng bị cấm nhập vào Mỹ nếu có tỷ lệ vàng thấp hơn 0,003 phần so với tuổi vàng (độ tinh khiết-fineness) kê khai. Đối với đồ làm từ vàng hoặc hợp kim vàng có tuổi vàng thấp, kể cả hợp kim để hàn, tỷ lệ 0,003 được cho phép.

Các đồ ghi “sterling” hoặc “sterling silver” cần có ít nhất 0,925 bạc tinh khiết và được phép có 0,004 phần kim loại khác. Các đồ khác làm từ bạc và hợp kim bạc phải có không dưới 0,004 phần thấp hơn tuổi bạc kê khai (fineness). Các đồ ghi “coin” hoặc “coin silver” phải có ít nhất 0,900 phần bạc tinh khiết với tỷ lệ kim loại tạp chất thấp hơn 0,004 phần.

Nếu gửi các đồ vàng hoặc bạc có độ tinh khiết hoặc ghi chất lượng như 14K, sterling, v.v... qua bưu điện hoặc giao

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

hàng giữa các Bang, phải ghi tên người gửi hoặc ghi ký hiệu đã đăng ký kinh doanh bên cạnh ký hiệu độ tinh khiết (fineness) với cùng cỡ chữ như ký hiệu độ tinh khiết. Ký mã hiệu (trademark) và tên không yêu cầu phải ghi khi nhập khẩu, do vậy Hải quan sẽ không có trách nhiệm quản lý trực tiếp theo luật. Thông tin chi tiết cần hỏi Bộ Tư pháp Hoa Kỳ.

Đồ vàng bạc ghi “Phân tích tại Mỹ (United States Assay)” sẽ không được nhập khẩu vào Mỹ. Đồ vàng bạc có phần bên trong được làm hoàn toàn hoặc một phần bằng kim loại khác và mạ phủ hoặc đúc đồ vàng hoặc bạc hoặc hợp kim của vàng, bạc và có ghi độ tinh khiết, thì cũng phải ghi tỷ lệ mạ phủ hoặc đúc vàng, bạc, và trong trường hợp như vậy, không được dùng chữ “sterling” hoặc “coin”.

Mọi hạn chế trong việc mua, giữ, bán, hoặc giao dịch vàng đã bị xoá bỏ từ 31/12/1974, và vàng có thể được nhập khẩu theo những quy định thông thường của Hải quan. Theo Luật Hobby Protection Act, dưới sự quản lý của Văn phòng Bảo vệ Tiêu dùng (Bureau of Consumer Protection) thuộc Ủy ban Thương mại Liên bang (Federal Trade Commission), các đồ vàng bạc làm nhái phải ghi rõ ràng và cố định là “copy”, nếu không tuân theo sẽ bị tịch thu và huỷ bỏ. Các đồng xu không chính thức, bằng vàng, phải ghi tên nước xuất xứ. Nên kèm theo một bản sao chứng chỉ pháp lý về việc phát hành đồng xu đó, hoặc thông báo của chính phủ về việc bảo tồn các đồng xu đó.

Tiền giả

Hàng sao chép hoặc dập khuôn các đồng tiền xu hoặc các chứng khoán của Mỹ hoặc bất cứ nước ngoài nào đều không được nhập khẩu. Việc làm giả các đồng tiền xu đang lưu thông ở Mỹ; làm giả, dập khuôn lại hoặc thay đổi các nghĩa vụ hoặc các chứng khoán của Hoa Kỳ hay của bất kỳ chính phủ nước

ngoài nào; các khuôn in, khuôn đúc, hoặc bất cứ trang thiết bị nào để làm các việc trên, đều bị cấm nhập khẩu.

Phương tiện tiền tệ

Theo Luật Currency and Foreign Transaction Reporting Act (31USC 5311 et seq.), nếu người nào biết việc vận chuyển, sẽ vận chuyển, hoặc đang vận chuyển, trong một lần, trên 10.000 USD tiền tệ, vào hoặc ra từ Hoa Kỳ; hoặc nếu một người nhận, trong một lần, trên 10.000 USD từ hoặc vào một nơi bên ngoài Hoa Kỳ, sẽ phải khai báo về việc vận chuyển này (Mẫu Hải quan 4790) với Hải quan Hoa Kỳ. Phương tiện tiền tệ bao gồm: xu, tiền của Hoa Kỳ và của nước ngoài, séc du lịch (traveller's check) dưới mọi hình thức, séc cá nhân hoặc các loại séc khác, lệnh chi tiền dưới dạng ghi danh hoặc ký hậu không hạn chế; các chứng khoán hoặc cổ phiếu ghi danh. Séc ngân hàng hoặc lệnh chi tiền ghi tên người được trả, nhưng chưa ký hậu hoặc đã ký hậu, sẽ không được coi là "phương tiện tiền tệ". Các quy định của Bộ Tài chính về việc kê khai các phương tiện tiền tệ được nêu ở Luật 31CFR part 103.

7. Thuốc trừ sâu, thuốc độc và các chất gây độc hại

Thuốc trừ sâu

Luật Liên bang về thuốc trừ sâu, thuốc diệt nấm và thuốc diệt động vật gặm nhấm (Federal insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act - FiFRA), sửa đổi 1988, quy định thẩm quyền pháp lý kiểm soát việc nhập khẩu vào Hoa Kỳ thuốc trừ sâu và các dụng cụ liên quan. Tại Section 17(c) của Luật này, các quy định của Hải quan Hoa Kỳ tại 19CFR Part 12.112-12.117 mô tả các thủ tục kiểm soát nhập khẩu thuốc trừ sâu và các dụng cụ liên quan. Trong các thủ tục này, có việc yêu cầu người nhập khẩu phải gửi một thông báo hàng đến (Notice

of Arrival) đã được cơ quan quản lý môi trường EPA phê duyệt trước khi nhập khẩu. Thuốc trừ sâu phải được đăng ký phù hợp với FIFRA, Section 3, nếu không sẽ bị từ chối nhập cảnh vào Mỹ. Các dụng cụ không phải đăng ký, nhưng nhãn hiệu của cả thuốc trừ sâu và dụng cụ phải ghi tên và số đăng ký của cơ sở sản xuất với EPA. Ngoài ra, thuốc trừ sâu và dụng cụ phun thuốc trừ sâu sẽ bị từ chối nhập cảnh nếu bị phát hiện là giả mạo và ghi sai nhãn hiệu, hoặc có thể gây nguy hại cho sức khỏe và môi trường.

Các chất độc

Luật Kiểm soát Độc tố (Toxic Substances Control Act – TSCA), có hiệu lực từ 1-1-1977, điều hành việc sản xuất, nhập khẩu, chế biến, phân phối thương mại, sử dụng hoặc tiêu huỷ bất kỳ hoá chất hoặc hỗn hợp là chất độc theo định nghĩa tại Section 3 của TSCA. Section 3 quy định một số chất bị loại ra khỏi danh mục theo định nghĩa là “hoá chất” dựa trên mục đích sử dụng của nó. Các chất này bao gồm, nhưng không giới hạn, thực phẩm, thuốc bệnh, mỹ phẩm và các thành phần hoạt tính (active ingredients) trong thuốc trừ sâu. Hàng nhập khẩu sẽ không được giải phóng khỏi Hải quan, trừ khi xuất trình các chứng chỉ thích hợp chứng minh rằng việc nhập khẩu “phù hợp” hoặc “không bị kiểm soát” theo TSCA, hoặc nếu đã được xác định là thực phẩm, thuốc, hoặc các thành phần hoạt tính trong thuốc trừ sâu. các thông tin thêm có thể hỏi EPA, TSCA assistance information Service (202-554-1404).

Các chất có hại

Việc nhập khẩu các chất nguy hiểm, chất ăn da, chất ăn mòn nói chung phù hợp với gia dụng, và các chất nguy hại được quản lý theo Luật về Chất nguy hại (Hazardous Substance Act, Luật về Chất độc ăn da (Caustic Poison Act), Luật về Thực phẩm, Dược phẩm & Mỹ phẩm (Food, Drug &

Cosmetic Act – FD&C Act), và Luật An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (Consumer Product Safety Act).

Việc ký mã hiệu, nhãn hiệu, bao bì đóng gói và vận chuyển các vật liệu, chất, chất thải và các thùng chứa các chất nguy hại phải theo các quy định của Văn phòng Vận chuyển Vật liệu nguy hại (Office of Hazardous Material Transportation) thuộc Bộ Giao thông Vận tải Hoa Kỳ. Các chất thải nguy hại là một dạng đặc biệt của chất nguy hại và còn phải theo các quy định của Luật Thu hồi & Bảo tồn Nguyên liệu (Resource Recovery and Conservation Act) trong đó yêu cầu phải có bản kê khai đặc biệt của EPA đối với nhập khẩu và xuất khẩu các chất này.

8. Hàng dệt, len, sản phẩm lông thú

Hàng dệt

Các sản phẩm sợi dệt nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải có tem, ghi mác, mã theo quy định tại Luật “Textile Fiber Products Identification Act”, trừ khi được miễn trừ theo Section 12 của luật này:

- + Tên và tỷ lệ trọng lượng của các thành phần sợi, trừ những trang trí cho phép, lớn hơn 5% trong sản phẩm, theo thứ tự tỷ lệ trọng lượng, các thành phần sợi ghi “sợi khác” hoặc “các sợi khác” được liệt kê cuối cùng. Các thành phần sợi bằng hoặc nhỏ hơn 5% được ghi là “các sợi khác”.

- + Tên hãng sản xuất và tên hoặc số đăng ký do Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC) cấp, của một hoặc nhiều người bán hoặc giao dịch sản phẩm sợi này. Tên nhãn hiệu (trademark) đã được đăng ký tại U.S. States Patent Office có thể được ghi trên nhãn mác thay cho các tên khác, nếu chủ của nhãn hiệu này đã cung cấp một bản sao nhãn hiệu đến FTC trước đó.

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

+ Tên của nước đã gia công hoặc sản xuất.

Để phù hợp với Đạo luật này, các lô hàng có trị giá trên 500 USD phải có hoá đơn thương mại, và phù hợp với quy định về nhãn mác để ghi đủ các thông tin quy định tại Chương 10, ngoài những yêu cầu thông thường khác.

Ngoài những quy định về nhãn mác việc nhập khẩu hàng dệt và các sản phẩm dệt còn phải tuân theo các quy định tại Section 204 của Luật Nông nghiệp 1956 (Agricultural Act of 1956), quy định về hạn ngạch (quota) visa hoặc giấy phép xuất khẩu (của người xuất khẩu) và các quy định về nhập cảnh, kể cả việc kê khai các thành phần sợi.

Các thông tin thêm về luật trên có thể hỏi Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC).

Len

Nhập khẩu hàng len vào Mỹ, trừ thảm, chiếu và các sản phẩm đã được làm từ hơn 20 năm trước khi nhập khẩu, sẽ phải tuân theo các quy định tại luật “Wool Products Labeling Act 1939”:

+ Tỷ lệ trọng lượng các sợi thành phần của sản phẩm len, trừ các thành phần trang trí dưới 5% tổng trọng lượng: phải ghi bao nhiêu % len, len tái chế, các sợi khác không phải len (nếu lớn hơn 5%), và tổng số các sợi khác không phải len.

+ Tỷ lệ tối đa tổng trọng lượng len, các thành phần không phải sợi (nonfibrous), các chất phụ khác.

+ Tên nhà sản xuất hoặc tên người nhập khẩu. Nếu người nhập khẩu đã có số đăng ký do FTC cấp, có thể ghi số đăng ký thay cho tên.

Các lô hàng trị giá trên 500 USD phải có hoá đơn thương mại và phù hợp với quy định về nhãn hiệu (labeling) và ghi đủ các thông số theo quy định tại Chương 10.

Các thông tin thêm về luật này có thể hỏi Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC).

Lông thú

Hàng may mặc bằng lông thú, hoặc một phần bằng lông thú, hoặc lông thú cũ (used) nhập khẩu vào Mỹ, trừ những sản phẩm làm từ lông thú mới có đơn giá nhỏ hơn 7 USD, phải được ghi mác mã theo quy định tại “Fur Products Labeling Act”:

- + Tên người sản xuất hoặc người nhập khẩu. Nếu người nhập khẩu đã có số đăng ký với FTC, có thể ghi số đó thay cho tên.

- + Tên của loài thú lấy lông theo quy định tại Hướng dẫn ghi tên sản phẩm lông thú (Fur Products Name Guide).

- + Ghi chú nếu có sử dụng lông hồng hoặc lông cũ.

- + Ghi rõ nếu lông được tẩy, nhuộm, pha màu nhân tạo.

- + Ghi rõ nếu lông đó gồm toàn bộ hay của các phần cơ thể động vật như chân, đuôi, bụng, v.v...

- + Tên nước xuất xứ của các thành phần lông thú nhập khẩu.

Các lô hàng trị giá trên 500 USD phải có hoá đơn thương mại và phù hợp với quy định về nhãn hiệu (labeling) và ghi đủ các thông số theo quy định tại Chương 10.

Các điều khoản của Luật này áp dụng cho lông thú của Mỹ sản xuất và lông thú nhập khẩu. Các thông tin thêm về luật này có thể hỏi Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC).

9. Nhãn hiệu, thương hiệu, bản quyền

Nhãn hiệu và thương hiệu

Hàng hóa mang nhãn hiệu (trademark) giả sẽ bị tịch thu và tiêu huỷ. Nhãn hiệu giả là nhãn hiệu làm giống, hầu như khó

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

phân biệt so với một nhãn hiệu đã đăng ký. Các nhãn mác hoặc sao chép, bắt chước một nhãn mác đã đăng ký bản quyền và lưu ký tại Hải quan có thể bị thu giữ, tịch thu hoặc tiêu huỷ. Việc nhập khẩu “song song” hoặc thị trường đen (gray market) bị cấm tại những nơi nhãn mác đã được đăng ký với Hải quan. Trong trường hợp này, hàng “gray market” sẽ bị thu giữ và có thể bị tịch thu hoặc tiêu huỷ. Hải quan sẽ bảo hộ các lô hàng mang thương hiệu (trade names) đã lưu ký (recorded) theo các quy định của Hải quan.

Quyền miễn trừ về nhãn mác đối với hàng hoá mang theo người nhập cảnh vào Hoa Kỳ, nếu các hàng này là đồ dùng các nhân, không phải để bán (Luật 19USC 1526(d); 19CFR 148.55).

Bản quyền

Phân 602(a) thuộc Copyright Revision Act năm 1976 quy định rằng việc nhập khẩu vào Mỹ các bản sao chép từ nước ngoài mà không được phép của người có bản quyền là vi phạm luật bản quyền, và sẽ bị bắt giữ và tịch thu. Các bản sao sẽ bị huỷ; tuy nhiên, các hàng hóa này có thể được trả lại nước xuất khẩu nếu chứng minh thỏa đáng cho cơ quan hải quan là hàng không phải cố tình vi phạm. Các chủ sở hữu bản quyền muốn được cơ quan hải quan Mỹ (US Custom Service) bảo vệ quyền lợi cần đăng ký khiếu nại bản quyền với Văn phòng Bản quyền (US Copyright Office) và đăng ký với Hải quan theo các quy định hiện hành.

10. Hoang thú và thú nuôi

Nhập khẩu hoang thú sống

Thú cảnh, chim, cây cảnh hoặc bất kể một phần của chúng, hoặc trứng chim, có thể bị cấm, hạn chế, phải xin phép và kiểm dịch theo quy định của một số cơ quan chính phủ.

Việc nhập khẩu và xuất khẩu hoang thú và các phần cơ thể chúng phải khai báo với Cơ quan Dịch vụ về Cá và Động vật hoang dã (US Fish and Wildlife Service), trừ khi đã được phép miễn khai báo trước khi nhập khẩu.

Nhập, xuất khẩu hoang thú vì mục đích thương mại (trừ một số được miễn) phải xin giấy phép của US Fish and Wildlife Service. Các chủng loài hoang thú, chim hiếm nói chung bị cấm và chỉ được xuất, nhập khẩu nếu được phép của US Fish and Wildlife Service.

Các thú biển và sản phẩm lấy từ chúng phải theo các quy định của Luật Bảo vệ động vật có vú (Marine Mammal Protection Act - MMPA) năm 1972, sửa đổi 1994. Cơ quan dịch vụ nghề cá quốc gia (National Marine Fisheries Service - NMFS) và Cơ quan Dịch vụ về Cá và Động vật hoang dã (US Fish and Wildlife Service) có thẩm quyền thực thi luật MMPA đối với nhập khẩu một số chủng loài hoang thú biển. Một số quy định của luật các loài nguy hiểm (Endangered Species Act) và công ước quốc tế về các loài nguy hiểm (Convention on international Trade in Endangered Species - CITES) có thể được áp dụng. Trước khi nhập khẩu vào Mỹ cần tham khảo hai cơ quan trên.

Một số quy định của NMFS có thể áp dụng cho một số loài được Ủy ban Bảo tồn cá Tuna Đại Tây Dương (International Commission for the Conservation of Atlantic Tuna) liệt kê, ví dụ: cá Tuna xanh Đại Tây Dương.

Một số động vật có vú, chim, bò sát, loài lưỡng cư, cá, ốc sên, hến, côn trùng, hải sản có vỏ giáp xác (tôm, cua, rùa...), nhuyễn thể, các loài không xương hoặc thảo mộc có thể bị cấm nhập cảnh nếu không có giấy phép từ trước của cơ quan quản lý hoang thú của nước ngoài hoặc của US Fish and Wildlife Service, Office of Management Authority.

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

Việc nhập khẩu các hoang thú và các phần cơ thể chúng sẽ bị cấm nếu các hoang thú bị bắt, lấy trộm, chuyên chở hoặc sở hữu bất hợp pháp trái với luật của nước ngoài xuất xứ của chúng.

Nhập khẩu lông hoặc da chim, trừ mục đích khoa học và giáo dục, sẽ bị cấm trừ những trường hợp như nêu trên. Lông hoặc da các loài sau được phép nhập: gà, gà tây, ngỗng, vịt, bồ câu, đà điểu...

Luật Wild Bird Conservation Act (Luật bảo tồn chim hoang dã), có hiệu lực 23/10/1992, chủ yếu đối với các loài chim theo liệt kê của CITES. Hiện nay, nếu nhập khẩu chim sống phải tuân theo các quy định của: đạo luật trên, các quy định của CITES, Endangered Species Act, Migratory Bird Treaty Act, hoặc các quy định khác. giấy phép nhập khẩu do US Fish and Wildlife Service, Office of Management Authority cấp.

Những loài chim sống và phần cơ thể của chúng được bảo vệ theo đạo luật Migratory Bird Treaty Act, chỉ được nhập vào Mỹ cho mục đích khoa học hoặc giáo dục, theo giấy phép của US Fish and Wildlife Service, Office of Migratory Birds tại địa phương người nhập khẩu.

Nhập khẩu chim (chim cảnh, chim di trú...) phải theo các quy định cách ly kiểm dịch của Bộ Nông nghiệp và Sở Y tế Công cộng (Public Health Service). Nơi cách ly phải ở địa điểm trước khi vào cửa khẩu nhập cảnh. Trước khi xuất khẩu phải có chứng chỉ sức khỏe của cơ quan thích hợp.

Ngày 9/6/1989 US Fish and Wildlife Service đã công bố cấm nhập khẩu hầu hết ngà voi châu Phi và các sản phẩm chế tác từ ngà voi, bao gồm cả các lô hàng thương mại, không thương mại và cả hành lý cá nhân. Có thể có ngoại lệ đối với một số đồ cổ hoặc đồ dùng cá nhân. Các thông tin thêm hỏi US Fish and Wildlife Service, Office of Management Authority.

Nhập khẩu chim, mèo, chó, khỉ, rùa theo quy định của Trung tâm Kiểm soát Bệnh thuộc US Public Health Service,

Quarantine Division, Atlanta; của Sở Thú y (Veterinary Service thuộc APHIS, thuộc Bộ Nông nghiệp Mỹ); và của US Fish and Wildlife Service.

11. Các mặt hàng cấm hoặc hạn chế khác

Diêm photpho trắng và vàng, pháo hoa bị cấm theo các hạn chế của Liên bang hoặc tiểu bang, vỏ hạt tiêu, dao bấm và các vé xổ số bị cấm nhập khẩu vào Mỹ.

12. Các hạn chế về kiểm soát tài sản nước ngoài

Văn phòng kiểm soát tài sản nước ngoài thực thi các điều khoản của 31CFR, Chương V, nói chung cấm nhập các hàng hoá có thành phần từ các nước sau: Cuba, Iran, Iraq, Libya, Bắc Triều Tiên và Sudan. Các hạn chế này áp dụng theo nước xuất xứ, bất kể được mua từ nơi nào khác. Ví dụ: thậm chí Iran mua tại Anh bị cấm nhập và Mỹ. Lưu ý: xuất xứ có thể bị áp đặt khi có quan hệ thương mại với các nước bị trừng phạt: ví dụ, đồ trang sức làm tại Mỹ mua ở Iran có thể được coi là xuất xứ Iran nếu nhập khẩu trở lại Mỹ. Quy định trên không áp dụng cho tài liệu thông tin, như sách, báo, catalog, phim, ghi âm, trừ có xuất xứ từ Iraq.

Việc cấp giấy phép nhập khẩu cho các hàng cấp trên rất hiếm khi được giải quyết. Tuy nhiên, khách du lịch nước ngoài có thể mang một số lượng nhỏ theo hành lý để sử dụng cá nhân. Thông tin thêm cần hỏi Office of Foreign Assets Control, Bộ Tài chính Hoa Kỳ.

13. Hàng hoá khiêu dâm, trái đạo đức, kích động nổi loạn và vé xổ số

Điều luật 305, Tariff Act of 1930 (sửa đổi) cấm nhập khẩu bất kỳ sách, bài viết báo, tạp chí, quảng cáo, tranh ảnh có nội

dụng kích động nổi loạn chống Hoa Kỳ, hoặc chống đối luật pháp Hoa Kỳ, hoặc đe dọa cuộc sống, làm hại thân thể bất cứ cá nhân nào ở Hoa Kỳ; hoặc bất kỳ sách, báo, bài viết, tranh ảnh hoặc các hình thức, dụng cụ khiêu dâm, trái đạo đức nào; hoặc các loại thuốc dùng nạo thai bất hợp pháp trừ khi được cơ quan có thẩm quyền (FDA) cho phép hoặc các loại vé xổ số (trừ khi được in ở Canada để dùng ở Mỹ, hoặc trong một số trường hợp xổ số nước ngoài được phép).

14. Dầu mỏ và các sản phẩm dầu mỏ

Nhập khẩu dầu mỏ và các sản phẩm dầu mỏ phải theo yêu cầu của Bộ Năng lượng Mỹ. Không cần giấy phép nhập khẩu, nhưng cần phải có giấy ủy quyền (import authorization) của Bộ Năng lượng Mỹ. Việc nhập khẩu có thể phải nộp một khoản phí cấp giấy phép do Bộ Năng lượng Mỹ quy định. Chi tiết hỏi thêm Bộ Năng lượng.

15. Sản phẩm do tù nhân, do lao động cưỡng bức làm ra

Hàng hoá được sản xuất, khoáng sản, toàn bộ hay một phần do sử dụng tù nhân hoặc lao động cưỡng bức làm ra sẽ bị cấm nhập khẩu vào Hoa Kỳ, theo Customs Regulations (19CFR 12.42) và Tariff Act năm 1930 (19USC 1307).

16. Cạnh tranh không công bằng

Điều luật 337 của Tariff Act, sửa đổi, cấm nhập khẩu hàng hoá trong trường hợp Tổng thống thấy đang hiện hành các biện pháp hoặc hành động cạnh tranh không công bằng. Việc này chủ yếu nhằm vào các hàng hoá có vi phạm bản quyền.

Nếu Uỷ ban Thương mại Quốc tế (ITC) qua điều tra thấy có biện pháp hoặc hành động cạnh tranh không công bằng liên quan đến việc nhập khẩu hàng hoá nào đó, ITC sẽ ban hành lệnh cấm và trong vòng 60 ngày Tổng thống sẽ thông báo việc

phê chuẩn hay không phê chuẩn lệnh này. Sau 60 ngày, nếu Tổng thống không có hành động gì thì lệnh sẽ có hiệu lực. Trong thời gian 60 ngày hoặc cho đến trước khi có hành động của Tổng thống, việc nhập khẩu vẫn được phép tiến hành, nhưng phải theo một bảo chứng (bond) riêng biệt. Nếu Tổng thống thấy rằng hàng hoá không vi phạm Section 337, “bond” sẽ được huỷ bỏ.

Nhập khẩu hàng có mang tiêu đề, chữ viết tắt, ký hiệu, biểu tượng, quốc huy, con dấu (seal) hoặc băng dải của bất kỳ cơ quan nào thuộc Bộ Tài chính, hoặc tương tự, sẽ bị cấm nhập khẩu, trừ khi cơ quan đó đã uỷ quyền cho phép sử dụng 31U.S.C.333(c).

17. Hàng giả cổ (Artifact)/tài sản văn hoá

Việc nhập khẩu các mặt hàng này tuân theo một số luật của Hoa Kỳ, nhất là các đồ vật khảo cổ và dân tộc học. Ví dụ, luật Hoa Kỳ cấm nhập các điêu khắc sao lại thời tiền Columbo và đồ vật từ các nước Trung và Nam châu Mỹ mà không có giấy phép từ một nước thứ ba. Hải quan đã công bố các hạn chế nhập khẩu các đồ vật và hàng giả cổ này.

Luật Liên bang cấm nhập bất cứ mặt hàng là tài sản văn hoá bị đánh cắp từ các bảo tàng, các cơ sở tín ngưỡng, hoặc tượng đài công cộng, trong trường hợp này sẽ áp dụng các điều khoản của chống ăn cắp tài sản quốc gia (U.S. National Stolen Property Act). Thông tin thêm về mục này có thể xem www.usia.gov/education/culprop, hoặc US Customs Service intellectual Property Right Branch.

18. Rượu cồn, bia

Nhập khẩu rượu chưng cất (rượu cồn, rượu vang hoặc bia) vào Hoa Kỳ phải xin phép Văn phòng Rượu, Thuốc lá và Vũ

khí (Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms - BATF) thuộc Bộ Tài chính, ngoài ra phải tuân theo Luật Liên bang về Quản lý Rượu (Federal Alcohol Administration Act). Hải quan Hoa Kỳ sẽ không cho nhập rượu, bia vào bất cứ Bang nào trái với luật của Bang đó và cấm nhập rượu, bia qua đường bưu điện.

- Rượu cồn, rượu vang, bia nhập khẩu phải tuân theo các quy định về bao bì, ký mã hiệu, tên hiệu (brand) và dán nhãn (label) và phải phù hợp quy định 27CFR Part 4 đối với rượu vang đóng chai hoặc thùng, quy định 27 CFR part 7 đối với bia kể cả bia không cồn, quy định 27 CFR part 5 đối với rượu cồn.

- Người nhập khẩu phải xin chứng chỉ phê duyệt BATF cho các nhãn mác dán trên chai rượu, bia nhập khẩu. Chứng chỉ này hoặc ảnh chụp nhãn hiệu phải gửi cho Hải quan trước khi nhận hàng.

- Người nhập khẩu phải tham khảo ý kiến của BATF về các tài liệu giao hàng của người bán nước ngoài, như: C/O, tuổi của rượu,... Rượu vang hoặc rượu mạnh chưng cất nhập từ các nước sau cần phải có chứng chỉ xuất xứ bản gốc: Bungari, Canada, Chilê, Pháp, Đức, Ireland, Jamaica, Mexico, Bồ Đào Nha, Rumani, Tây Ban Nha và Anh.

Trên mỗi chai, kiện hoặc bao bì trực tiếp của rượu cồn chưng cất, rượu vang hoặc bia phải ghi rõ tên nước xuất xứ, để làm thủ tục Hải quan, trừ khi được nhập khẩu từ các nước ngoại lệ quy định ở Chương 29.

- Ngoài ra, nhập khẩu rượu và bia còn phải tuân theo các quy định của cơ quan FDA thuộc Bộ Y tế. Nếu nhập khẩu rượu kèm giỏ đựng chai làm từ vật liệu từ cây phải theo các quy định thực vật của cơ quan APHIS thuộc Bộ Nông nghiệp. Trên nhãn hiệu phải ghi chú: Phụ nữ không uống rượu khi có thai; không uống rượu khi lái xe hoặc vận hành máy; uống rượu có hại cho sức khỏe...

19. Xe cơ giới và tàu thuyền

Ô tô, xe cơ giới và thiết bị chuyên chở

+ **Tiêu chuẩn an toàn:** tất cả các loại xe và thiết bị chuyên chở được nhập khẩu có tuổi thọ dưới 25 năm phải phù hợp với Tiêu chuẩn Liên bang về An toàn Xe động cơ (Federal Motor Vehicle Safety Standards) có hiệu lực vào thời gian xe được chế tạo. Tại cửa khẩu Hải quan các xe nhập khẩu sẽ được kiểm tra qua các bản gốc chứng chỉ của nhà máy sản xuất, được dán trên xe và người nhập khẩu phải kê khai theo một mẫu hải quan riêng (Form HS-7). Các xe tạm nhập, nếu có giấy phép phê duyệt của Bộ Giao thông Vận tải (DOT) thì có thể được miễn kiểm tra, bao gồm các xe mang vào với mục đích nghiên cứu, điều tra, biểu diễn, thử nghiệm hoặc tham gia các cuộc đua. Nhưng vẫn phải làm tờ khai form 3520-1, EPA và form HS-7 của DOT để nộp cho Hải quan khi nhập vào cửa khẩu. Xe của công dân tạm trú người nước ngoài (chính phủ hoặc quân đội nước ngoài) có thể không bị bắt buộc phải phù hợp với các tiêu chuẩn an toàn, xả khí, chống trộm.

+ **Các yêu cầu về khí xả:** Luật về Không khí sạch (The Clean air Act) cấm nhập khẩu bất kỳ ô tô hoặc động cơ xe hơi không phù hợp với các yêu cầu về khí xả do Cơ quan Bảo vệ Môi trường (US Environmental Protection Agency - EPA) quy định, bất kể là xe mới hay cũ. Ngoài xe con, các xe tải, xe chuyên dụng, xe đa dụng, và xe motor... có thể đăng ký để đi lại trên đường công cộng, đều phải đáp ứng các đòi hỏi này.

+ **Nhập khẩu các loại xe Mỹ:** bất kỳ cá nhân nào cũng có thể nhập khẩu trở lại Mỹ các loại xe của Mỹ sản xuất từ 1971 trở lại đây, nhưng phải có nhãn mác dán ở phần động cơ ghi rõ phù hợp với các yêu cầu về khí xả của Mỹ. Các loại xe do Mỹ sản xuất nhập khẩu trở lại Mỹ không phải kiểm tra EPA:

Cấm nang thị trường Hoa Kỳ

- Xe mới, chạy dưới 50 dặm
- Xe cũ trên 20 năm
- Các xe không dùng catalytic converter và oxygen sensor
- Các xe chạy diesel
- Các xe chạy bằng nhiên liệu gasoline và methanol dành riêng cho Mỹ, Canada, Mexico, Nhật, Australia, Đài Loan, và Đảo Grand Bahama.
- Các xe dùng riêng cho Tây Âu và dùng xăng không chì
- Các xe tham gia vào chương trình quốc tế kiểm soát catalytic được EPA phê chuẩn.

+ **Nhập khẩu các loại xe nước ngoài:** các cá nhân không được phép nhập khẩu xe và động cơ của nước ngoài vào Mỹ. Các xe và động cơ xe hơi nước ngoài phải do người nhập khẩu là các công ty thương mại độc lập (Independent Commercial Importer - ICI) có chứng chỉ là người nhập khẩu hợp lệ cho từng loại xe. Các ICI sẽ chịu trách nhiệm làm các chuyển đổi, thử nghiệm và ghi nhãn mác cần thiết, cũng như đảm bảo các điều kiện về khí xả khi bán ở Mỹ.

Các tiêu chuẩn an toàn nhập khẩu tàu thuyền:

Tàu thuyền và các thiết bị liên quan được nhập khẩu vào Mỹ phải phù hợp với các quy định hoặc tiêu chuẩn của Luật Liên bang về An toàn Tàu thuyền (Federal Boat Safety Act of 1971) ban hành năm 1971. Các tàu thuyền này phải có các chứng chỉ phù hợp. Các vỏ tàu cũng phải được gắn số chứng chỉ vỏ tàu. Người nhập khẩu tàu thuyền phải điền tờ khai với Cơ quan Kiểm soát Bờ biển (Coast Guard). Các thông tin thêm hỏi Commandant, US Coast Guard.

- Các tàu được đưa vào Hoa Kỳ để hoạt động thương mại không phải nộp thuế. Các tàu thuyền du lịch do người nước ngoài đưa vào với mục đích du lịch cũng không phải nộp thuế.

Các tàu thuyền do người ở Mỹ (resident) đưa vào để sử dụng hoặc bán phải nộp thuế.

- Những hạn chế sử dụng: Các tàu đóng ở nước ngoài hoặc đăng ký ở nước ngoài có thể được dùng ở Mỹ với mục đích giải trí. Tuy nhiên, luật liên bang cấm các tàu này hoạt động thương mại trên biển, tức là cấm vận chuyển hành khách, hàng hoá giữa các vùng ở Mỹ, kể cả việc cho thuê tàu đánh cá.

VI. CÁC ĐIỀU KHOẢN PHẠT VI PHẠM LUẬT LỆ TRONG THƯƠNG MẠI

Người vi phạm luật pháp về nhập khẩu hàng hóa, kể cả hàng giả sẽ bị phạt tù hoặc phạt tiền. Hàng hóa của người vi phạm có thể bị tịch thu, hoặc tạm giữ để đảm bảo việc nộp phạt.

Luật Mỹ quy định các vi phạm việc kê khai sai lệch với Hải quan Mỹ có thể bị tù tối đa 2 năm, hoặc 5000 USD hoặc cả hai loại cho mỗi lần vi phạm hoặc cố ý tìm cách vi phạm.

Các vi phạm về nhập khẩu hàng hóa trái phép có thể bị xử tù đến 20 năm hoặc phạt tiền đến 500.000 USD, hoặc cả hai, cho mỗi lần vi phạm.

Chương V

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN, THÀNH LẬP DOANH NGHIỆP

I. ĐẶC ĐIỂM LUẬT PHÁP VÀ CÁC CƠ QUAN ĐĂNG KÝ DOANH NGHIỆP

Ở Hoa Kỳ, giống như nhiều vấn đề luật pháp khác, mỗi bang có các luật khác nhau điều chỉnh việc thành lập doanh nghiệp. Việc thành lập doanh nghiệp được tiến hành ở các cấp chính quyền địa phương (quận, bang, thành phố).

Công việc đăng ký/thành lập doanh nghiệp ở mỗi bang do các cơ quan khác nhau phụ trách, ví dụ:

- **Bang California** là các Sở các Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa, Sở Ngoại vụ của Bang:

California Office of Small Business
California Trade and Commerce Agency
801 K Street, Suite 1700, Sacramento, CA 95814
(916) 322-5790 or (916) 324-1295
(800) 303-6600 (recorded information)

California Secretary of State 1500 11th
Street, Suite 345 P.O. Box 944225
Sacramento, CA 95814

CẨM nang thị trường Hoa Kỳ

(916) 657-5448 (Corporations Division)
(916) 653-3365 (Limited Partnerships
Division)
(916) 653-3795 (Limited Liability Company
Unit)
(916) 653-3516 (UCC Division)
California Secretary of State
Trademarks/Service Marks
1500 11th Street
Sacramento, CA 95814
(916) 653-4984

- Washington DC là Văn phòng Phát triển Doanh nghiệp
và Kinh tế, và Ban Doanh nghiệp thuộc Bộ Bảo vệ Người
tiêu dùng

Department of Consumer and Regulatory Affairs
Business Regulation Administration
941 North Capitol Street, NE
Washington, DC 20002
(202) 442-8947 ở Bang Virginia:
Virginia Economic Development Partnership
901 East Byrd Street
P.O. Box 798
Richmond, VA 23218-0798
(804) 371-8100
(804) 371-8112 (Fax)
The State Corporation Commission
P.O. Box 1197
Richmond, Virginia 23218
(The street address for deliveries is SCC,
Tyler Building, 1300 E. Main St.,
Richmond, VA 23219)

(804) 371-9967
(800) 552-7945
(804) 371-8733 (Corporations, LLCs and
partnerships)

- **New York** là Sở Dịch vụ Kinh doanh và Sở Ngoại vụ:

New York City Department of Business Services
110 William Street
New York, NY 10038
(212) 513-6300
(212) 513-6343 (City Business Assistance Program)
(212) 618-8989 (Fax)

Division of Corporations
New York State Department of State
41 State Street
Albany, NY 12231
(518) 473-2492

- **Bang Maryland:**

Business License Information System
(410) 767-0545
E-mail: blis@mdbusiness.state.md.us

Taxpayer Registration Assistance Center
301 West Preston Street, Rm. 206
Baltimore, MD 21201
(410) 767-1313
(800) 492-1751 (Central registration; toll-free from
within Maryland)

State Department of Assessments and Taxation
Corporate Charter Division
301 West Preston Street, Rm. 809
Baltimore, MD 21201

Telephone: (410) 767-1340

- Bang Georgia: SECRETARY OF STATE.

Corporations Division
Georgia Secretary of State
Suite 315, West Tower
2 Martin Luther King, Jr. Drive SE
Atlanta, GA 30334
(404) 656-2817
(404) 657-2248 (Fax)

First Stop Business Information Center
2 Martin Luther King, Jr. Drive SE
Atlanta, GA 30334
(404) 656-7061 or 1-800-656-4558
(404) 657-6380 (Fax)

STATE LICENSES.

Examining Boards Division
Georgia Secretary of State
166 Pryor Street
Atlanta, GA 30303
(404) 656-3900
(404) 651-9532 (Fax)

- Bang Texas:

Texas Department of Economic Development
Office of Small Business
P.O. Box 12728, Capitol Station
Austin, TX 78711
(512) 936-0082 (800) 888-0511 (from within Texas)
(512) 936-0440 (Fax)

SECRETARY OF STATE.

Corporations Section
Texas Secretary of State
P.O. Box 13697
Austin, TX 78711-3697
(512) 463-5555
(512) 463-5709 (Fax)

Việc mở Văn phòng đại diện để kinh doanh ở Hoa Kỳ không giống như ở Việt Nam. Văn phòng đại diện chỉ được làm một số việc hạn chế và không được kinh doanh. Việc thành lập doanh nghiệp còn liên quan đến loại hình visa được cấp và thời hạn được ở Hoa Kỳ làm việc (xem quy chế về visa của Hoa Kỳ trong phần I, chương VI).

II. THỦ TỤC ĐĂNG KÝ VÀ CÔNG CHỨNG GIẤY TỜ

Công ty Việt Nam phải có đầy đủ 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.

Có các giấy tờ kèm theo: xác nhận hoạt động kinh doanh tốt, có hiệu quả do các công ty kiểm toán độc lập, có uy tín cấp, do các ngân hàng có uy tín cấp, do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp (những giấy tờ này do mỗi bang yêu cầu khác nhau).

Mỗi bang có những yêu cầu công chứng giấy tờ khác nhau.

III. LỆ PHÍ NỘP ĐƠN XIN THÀNH LẬP DOANH NGHIỆP

Có bang không thu lệ phí khi nộp đơn: như DC, hoặc 225 USD (New York) nhưng cũng thường phát sinh một số chi phí khác. Tổng lệ phí thường không vượt quá 500USD.

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

CẨM nang thị trường Hoa Kỳ

cầu. Tuy nhiên để tránh những tốn phí thời gian, ai chưa có kinh nghiệm nên 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 mình muốn thành lập công ty. Phí cho công ty luật làm thủ tục lập công ty thường từ vài trăm tới một nghìn đô la.

Thời gian cấp phép kể từ khi nhận hồ sơ hoàn chỉnh khoảng 30 ngày.

IV. HÌNH THỨC THÀNH LẬP CÔNG TY

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.

Việc lựa chọn loại hình doanh nghiệp sẽ ảnh hưởng đến thuế phải nộp sau này. Mỗi bang quy định riêng cho mình các loại thuế công ty và cá nhân phải nộp.

Sau khi thành lập, doanh nghiệp phải khai báo với sở thuế tại địa phương mình đóng trụ sở và phải tuân thủ các quy định về khai báo thuế hàng năm.

V. ĐĂNG KÝ GIỮ TÊN CÔNG TY

Công ty có thể đăng ký giữ tên của công ty mình tại một số bang của Hoa Kỳ (trong lúc công ty thấy chưa tiến hành hoạt động ngay được và phải đăng ký sớm tên công ty của mình, tránh trường hợp có 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.

VI. NỘI DUNG CẤP PHÉP HOẠT ĐỘNG

Theo nội dung kinh doanh của doanh nghiệp tại Việt Nam và theo đơn xin. Doanh nghiệp không được kinh doanh những lĩnh vực không đăng ký.

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.

Những yêu cầu về đăng ký kinh doanh do các bang quy định và công bố danh mục mặt hàng phải có giấy phép kinh doanh mới được hành nghề.

Người nước ngoài đầu tư ở Mỹ chiếm trên 10% cổ phần của công ty phải báo cáo cho Vụ kinh tế Bộ Thương mại và phải tuân thủ pháp luật sau: 22 USC 3101-3108 về thương mại và dịch vụ, 15 CFR 806. Nếu vi phạm quy chế báo cáo sẽ bị phạt từ 2.500-25.000 USD.

Có bang không cho người nước ngoài sở hữu một số loại tài sản cố định như đất đai nông nghiệp, rừng v.v...

VII. TIẾP TỤC THÀNH LẬP CÔNG TY Ở BANG KHÁC

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 Hoa Kỳ từ bang này muốn thành lập công ty/chi nhánh tại một bang khác cũng có những luật lệ riêng áp dụng cho họ).

VIII. THỦ TỤC NHẬP CẢNH CHO THƯƠNG NHÂN

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 gì cụ thể giữa chính phủ hai nước. Visa 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 làm việc thường khó khăn phức tạp về thủ tục, giấy tờ do chính sách quản lý nhập cảnh chung, chính sách quản lý hoạt động và nhân sự của Hoa Kỳ. Thông thường thuê luật sư xin visa phải chi phí rất lớn: từ 1.500 tới 3.000 đôla /1 visa cho việc hoàn thiện hồ sơ xin visa cho tới lúc được visa (phí nộp cho chính quyền chỉ khoảng hơn 100 đô la/ 1 visa).

IX. THUÊ DỊCH VỤ TƯ VẤN LUẬT, THUẾ, MỞ TÀI KHOẢN NGÂN HÀNG VÀ LỆ PHÍ

Như trên đã nêu, 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, vụ việc... tổng chi phí thường khá cao và tùy theo uy tín của các công ty luật và trình độ, thâm niên của chính luật sư 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 là không tính tiền vì coi như làm địa chỉ liên hệ, khi nào có vụ việc phát sinh thì sẽ thoả thuận tính tiền theo vụ việc đó.

Sau khi có giấy phép thành lập thì một số ngành nghề còn phải đăng ký với những cơ quan quản lý chuyên ngành đó, ví dụ kinh doanh được 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 việc thuê kiểm toán viên giống như thuê luật sư, khá tốn kém và có các mức độ làm quyết toán báo cáo tài chính khác nhau và mức tiền thuê cũng sẽ khác nhau để phù hợp với yêu cầu của công ty và giảm tối thiểu các chi phí cần thiết.

X. CHI PHÍ CHO HOẠT ĐỘNG CỦA MỘT CHI NHÁNH / CÔNG TY TẠI HOA KỲ

Việc thành lập doanh nghiệp theo pháp luật quy định không tốn kém lắm, nhưng duy trì hoạt động của một văn phòng công ty tại Hoa Kỳ thì chi phí tương đối cao, gồm các khoản chính sau:

- Tiền thuê văn phòng: văn phòng ở những thành phố trung bình gồm hai phòng làm việc (công trình phụ chung bên ở ngoài hành lang, vị trí tương đối trung tâm giá khoảng 2500 USD/tháng (không có trang thiết bị nội thất).

- Điện thoại, fax, internet: tùy theo hoạt động giao dịch nhiều ít, ở Hoa Kỳ thì các dịch vụ này thuộc loại rẻ nhất thế giới: thuê bao 1 đường điện thoại (tự lắp máy fax không bị phụ

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

phí) là 20 USD/tháng. Thuê bao internet: 22 USD/tháng được dùng 24/24 tiếng và phải có đường điện thoại nữa, như vậy một văn phòng phải có ít nhất 2 đường điện thoại.

- Các loại thiết bị như điện thoại, fax, PC, TV, video... đều rẻ hơn ở Việt Nam (một số thiết bị điện 110V, đơn hệ. Nếu mua 220V hoặc điện thế dải rộng, đa hệ... thì tương đương Việt Nam).

- Ôtô: mua ô tô cũ thì rất rẻ: ví dụ: Toyota camry đã sử dụng 3-4 năm giá khoảng 3000-4000 USD, loại càng cũ thì giá càng rẻ. Phí mua bảo hiểm đắt: khoảng 200-400 USD/tháng và tiền gửi xe tại nhà ở, tại cơ quan khoảng 100-250 USD/tháng tùy vào thành phố.

- Bằng lái ô tô tại Hoa Kỳ rất dễ thi và lệ phí thấp (20 USD cả lý thuyết và lái), nếu có bằng của Việt Nam thì chỉ thi lý thuyết để đổi bằng của Mỹ.

- Tiền xăng tương đương Việt Nam.

- Tiền thuê nhà/tháng: 14.000 USD/năm cho căn hộ có một phòng khách và một phòng ngủ, một phòng tắm, một bếp.

- Lương cán bộ: tối thiểu 10.000 USD/năm không tính tiền thuê văn phòng làm việc và nhà ở.

- 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.

- Tiền đi lại công tác phí trong các bang Hoa Kỳ như tiền vé máy bay lên xuống theo thời điểm và thời gian mua trước lâu hay gần. Mức chênh lệch rất lớn, gấp nhiều lần. 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.

- 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.

- Tổng chi phí cho một văn phòng gồm 1 người, sinh hoạt tiết kiệm theo kiểu Việt Nam ít nhất vào khoảng 35.000USD/năm. Nếu tính đầy đủ thì vào khoảng 50.000USD/năm.

Chương VI

ĐI DU LỊCH, TẬP QUÁN VÀ VĂN HÓA KINH DOANH TẠI HOA KỲ

I. ĐI DU LỊCH TẠI HOA KỲ

Đi du lịch tại Mỹ dưới dạng thông thường là đi thăm hay tham dự Hội chợ triển lãm, gặp các công ty Hoa Kỳ với tư cách là người bán hay mua hàng hoá hay kết hợp cả hai. Đây là công việc khảo sát thị trường ban đầu. Để chuẩn bị cho chuyến đi ta phải làm nhiều việc. Sau đây sẽ liệt kê từng việc phải làm của một du khách.

1. Hộ chiếu

Công dân Việt Nam được cấp 3 loại hộ chiếu khác nhau tùy theo công việc và chức vụ. Hộ chiếu ngoại giao cấp cho các nhà ngoại giao và cán bộ cao cấp (từ Thứ trưởng trở lên). Hộ chiếu công vụ cấp cho người đi công tác theo công vụ. Hộ chiếu phổ thông cấp cho các công dân không thuộc hai dạng trên.

Vào Hoa Kỳ các loại hộ chiếu trên đều có giá trị ngang nhau và không có ưu ái gì dành cho loại nào cả.

2. Visa (thị thực)

Việc đầu tiên phải tiếp cận là vấn đề xin visa vào Hoa Kỳ. Bạn sẽ được cấp Visa nhiều lần trong vòng một năm một và

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

được ra vào Hoa Kỳ nhiều lần tùy theo công việc của mình. Để xin được visa ta phải có giấy mời của đối tác làm việc (nếu bạn đi thăm công ty Mỹ) hoặc giấy mời tham gia hội chợ triển lãm. Bạn có thể lấy visa tại toà Đại sứ Mỹ tại Hà Nội và Lãnh sự quán tại TP. Hồ Chí Minh.

Thủ tục visa xem: website: <http://www.State.gov> / vào mục visas.

Theo luật Di trú Hoa Kỳ, các loại thị thực (visa) nhập cảnh cấp cho người nước ngoài vào Hoa Kỳ có hai dạng: cư trú (permanent resident visa) và không cư trú (non-immigrant visa).

Tùy theo công việc đến Mỹ mà các loại visa không cư trú khác nhau được cấp cho từng đối tượng như sau:

A1 – cấp cho nhà ngoại giao, cán bộ của các đoàn ngoại giao, các tổ chức quốc tế đến làm việc tại Mỹ.

B1 – cấp cho người đến công tác tạm thời như dự hội nghị, hội thảo, đàm phán thăm dò thị trường, và các mục tiêu công việc ngắn hạn khác

B2 – cấp cho khách du lịch

E1 & E2 – cấp cho người đến làm công tác thúc đẩy các hiệp định về đầu tư và thương mại

F1 – cấp cho sinh viên đại học

J1 – cấp cho sinh viên thuộc diện trao đổi văn hoá được USIA thông qua

H-1A – cấp cho y tá đến làm việc ngắn hạn

H-1B – cấp cho người đến làm việc tại Mỹ có chức vụ đặc biệt, có thể cho phép ở Mỹ tới 6 năm

H-2 – cấp cho công nhân lành nghề, không qua 1 năm và phải chứng minh không có người thay thế ở Mỹ

H-3 – cấp cho công nhân học nghề

K – cấp cho con dâu, con rể của người Mỹ

L1 – cấp cho quan chức của các công ty nước ngoài tại Mỹ

O – cấp cho các nhà khoa học

P – cấp cho các nhà nghệ thuật đến biểu diễn tại Mỹ

Q – cấp cho các người đến trao đổi văn hoá

R – cấp cho các nhà hoạt động tôn giáo

Visa cư trú lâu dài có thể cấp cho các đối tượng sau:

- Công nhân có khả năng và sở trường đặc biệt về nghệ thuật khoa học kỹ thuật kinh doanh... đến làm việc cho các công ty siêu quốc gia lớn có nhiều vốn đầu tư vào Mỹ.

- Những người có khả năng chuyên nghiệp và trình độ học vấn cao, đặc biệt trong khoa học, nghệ thuật và kinh doanh.

- Công nhân lành nghề có trình độ đại học.

- Công nhân bình thường.

Nhìn chung loại visa này cấp cho ai có tiền đầu tư nhiều tại Mỹ (từ nửa triệu USD trở lên) hoặc có quan hệ gia đình với người Mỹ.

Để vào Mỹ được nhiều lần cần xin visa nhiều lần. Mỹ thường cấp visa nhiều lần trong một năm.

Nếu xin visa một lần (single) chỉ vào một lần là hết giá trị. Thời gian ở đây không có ý nghĩa gì cả.

Thời gian lưu trú ở Mỹ được 3 tháng đối với các loại visa B1 và B2.

3. Quy chế về ngoại hối của Hoa Kỳ

Nhìn chung các nước đều có quy chế về di chuyển tiền tệ và tài sản.

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

Mỹ không hạn chế số lượng tiền, vốn hay tài sản di chuyển qua biên giới. Các loại phương tiện thanh toán và công cụ tiền tệ khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ với mục đích tiền tệ không thuộc đối tượng nộp thuế và không phải làm thủ tục thanh quản chính thức.

Nếu mang vào hay mang ra khỏi Mỹ dưới 10.000 USD thì không phải khai báo còn nếu trên số này thì phải khai báo cho Hải quan Mỹ theo mẫu 4790.

Nhìn chung, mọi giao dịch về tiền tệ tại Mỹ trên 10.000 USD đều phải khai báo với các cơ quan tài chính.

Các phương tiện được coi là tiền bao gồm cả tiền Mỹ và ngoại tệ dưới dạng tiền mặt, séc, lệnh trả tiền (money order), và công cụ/phương tiện tiền tệ khác. Những loại séc, lệnh trả tiền đích danh có hạn chế chuyển nhượng hay không chuyển nhượng không được coi là công cụ tiền tệ.

Những vấn đề liên quan đến chuyển tiền có thể hỏi Cơ quan Hải quan Hoa Kỳ ở Washington DC 20229, ĐT: 202 964 5607.

4. 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 rất rộng và giao thông công cộng không thuận tiện (do dân chúng 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 (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 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 hay apartment 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 nổi mạng (trung bình khoảng 20 - 30 USD). Khách có thể tiết kiệm bằng cách sử dụng điện thoại di động 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 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 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 có thể cao gấp đôi so với thời điểm 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 đến đông. Những khách sạn phục vụ chủ yếu đối tượng khách đến ở vì công việc (ví dụ như 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) 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 càng rẻ. Tuy nhiên, khi đặt phòng qua trang web hoặc trên mạng Internet cần chú ý các điều kiện quy định trong đó, nhất là trường hợp đã trả một phần hoặc toàn bộ tiền trước, khi hủy 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 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 chọn chỗ ở khu vực này.

Tại một số khách sạn ở Hoa Kỳ, nhất là ở những thành phố đông người như New York hoặc San Francisco, 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.

5. 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 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 2-3 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. 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 chỉ có 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

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

khách còn phải cởi cả áo khoác (kể cả complet), giày, thắt lưng, mũ để đưa qua máy chiếu. Máy tính xách tay có thể phải bật lên 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 nhận mang hộ ai đó thứ gì ra hoặc vào Hoa Kỳ, bạn cũng nên kiểm tra cẩn thận để tránh mang những thứ bị cấm mà mình không biết. Các đồ dùng bằng kim loại nhọn sắc (dao, kéo, bấm móng tay...) không được phép mang theo trong hành lý xách tay.

Nhằm hạn chế một phần nguy cơ không tặc cướp máy để đảm bảo vào các mục tiêu ở thủ đô Washington D.C., cơ quan an toàn hàng không Hoa Kỳ gần đây quy định hành khách trên các chuyến bay cất cánh 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 chuyển 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.

6. 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 D.C...) 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. Thuê xe để tự lái ở Hoa Kỳ rất dễ, 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. Tại một số thành phố khác, giá thuê có thể còn đắt hơn.

Tại những thành phố như Washington D.C., 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, nên taxi có thể đắt đến mức không chịu nổi. Hơn nữa, vậy 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.

7. 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 tiếng đến 1 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.

Hoa Kỳ không có quy định ngày nghỉ thống nhất trong cả nước. Về nguyên tắc, những ngày nghỉ liên bang chỉ áp dụng với thủ đô Washington D.C. 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 ngày thứ Hai để tránh gián đoạn công việc, đồng thời tạo thuận lợi cho sinh hoạt gia đình, nhất là nếu muốn đi nghỉ xa nhà. Tại Hoa Kỳ có 10 ngày nghỉ chính trong năm. Nếu Tết Dương lịch, ngày Quốc khánh, hoặc ngày Nôen 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 Nôen và tuần sau Tết Dương lịch. Nhiều người Mỹ nghỉ làm từ Nôen đến hết Tết Dương lịch, vì vậy họ thường thường bận rộn vào dịp trước và sau đó.

Các ngày nghỉ chính thức ở Mỹ như sau:

- ngày 1/1 Năm mới
- ngày 18/1 Martin Luther King Day
- ngày 15/2 Ngày Tổng thống
- ngày 31/5 Tưởng niệm
- ngày 4/7 Quốc khánh
- ngày 6/9 Lao động
- ngày 11/10 Colombia Day
- ngày 11/11 Cựu chiến binh
- ngày 25/11 Thanks giving Day (Ngày tạ ơn)
- ngày 25/12 Lễ giáng sinh, thông thường họ nghỉ thông
tầm đến hết năm mới luôn

Nếu ngày nghỉ trùng vào ngày cuối tuần thì sẽ nghỉ bù vào ngày làm việc tiếp đó.

Giờ làm việc hàng ngày từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều. Hoa Kỳ có sáu múi giờ là: East Time, Central time, Pacific time, Alaska và Hawaii.

Thông thường hẹn làm việc vào các kỳ nghỉ hè (trong tháng 7 và 8) hay kỳ nghỉ đông (từ 24/12 đến sau Tết dương lịch) là rất khó thu xếp vì người Mỹ thích đi du lịch vào các kỳ nghỉ này.

8. Thời tiết, khí hậu

Có thể nói thời tiết ở Mỹ là loại thuận hòa và ưu ái hơn nhiều nơi khác, mùa hè không nóng quá 37°C và mùa đông không lạnh quá -10°C . Tuy nhiên gió xoáy ở đây làm cho mùa đông thêm lạnh giá. Tuyết rơi không thường xuyên và mùa đông không phải chỉ có tuyết phủ mà có xen lẫn cả cỏ xanh trong mùa đông ngắn ngủi từ tháng 12 đến tháng 2 hàng năm trong nửa phần phía Bắc của Hoa Kỳ là chủ yếu.

Các vùng cận nhiệt đới như tại các bang miền Nam nước Mỹ hay bị các cơn đông hoặc vòi rồng tàn phá ác liệt vào các mùa khác nhau, nhưng về cơ bản nước Mỹ vẫn thuộc vào khu vực ôn hoà và có thể nói được thiên nhiên ưu ái. Mùa hè thường mặc quần soóc, áo cộc tay còn mùa đông thì không cần đến mũ lông áo bành tô, dày lông cao cổ như ở nhiều nước châu Âu.

9. Điện thoại, thư từ và Internet

Cần tìm hiểu cách gọi **điện thoại** ở nước mình đến trước khi sang.

Điều cần chú ý là ở Mỹ gọi điện thoại từ khách sạn là rút tiền qua cửa sổ, khi đến Hoa Kỳ cần mua ngay thẻ điện thoại (Phone Card từ 10-50 USD/chiếc) bán khắp nơi ngay tại sân bay bến cảng, hỏi họ cách dùng và gọi bất cứ đi đâu trong Mỹ và ra nước ngoài. Điện thoại di động của Mỹ khác hệ thống của ta nên không dùng chung được.

Tại Hoa Kỳ mã vùng điện thoại đánh số theo bang và khu vực (gọi là Area Code) gồm 3 số đầu tiên: thí dụ: 202-463-9425 thì 202 là area code của District of Columbia (hay Washington DC). Những bang nhỏ chỉ có 1 code điện thoại nhưng những bang lớn như California, New York có cả trên chục code điện thoại (xem Phụ lục).

Theo bảng mã vùng có thể nhận biết đối phương thuộc vùng nào tại Hoa Kỳ và Canada (Xin lưu ý cách sắp xếp trong bảng là: chúng tôi xếp theo code và xếp theo thứ tự chữ cái tên bang, thành phố hay nước).

Thư từ: địa chỉ trong thư từ ghi theo thứ tự thống nhất cho toàn nước Mỹ là: số nhà, tên đường phố, khu phố, số phòng, thành phố, bang, mã số bưu điện (zip code) thí dụ: trong địa chỉ sau của Sứ quán ta tại Washington:

Business Address: 1233 20th ST. NW, Suite 400, Washington, DC 20036

Số nhà là 1233, đường phố 20, khu North West, Phòng 400, thành phố Washington, đặc khu District Columbia, Code bưu điện 20036.

Xin lưu ý ở nước Mỹ có nhiều tên thành phố ở các bang trùng hợp nhau là chuyện thường tình.

Internet là phương tiện thay thế nhiều phương tiện viễn thông khác nên nếu ta có máy tính xách tay mang đi theo thì có thể dùng Internet để giao tiếp tốt. Cần tìm hiểu cách sử dụng tại nước sở tại và có thể nhờ số của một người ở nước sở tại để vào Internet. Tại các ga hàng không đều có nối mạng cho khách dùng và có thể tự động trả tiền bằng thẻ tín dụng. Ở Mỹ, Internet tính tiền theo mức thuê bao cố định hàng tháng (cả tiền điện thoại và tiền mạng) khoảng 30 USD/tháng cho mỗi thứ. Khách sạn và sân bay có tính tiền nhưng không đắt lắm, chỉ ngang với điện thoại đường dài trong nước Mỹ. Tốt nhất nên hỏi khách sạn trước khi sử dụng để khỏi bị bất chợt.

Cách vào Internet ở nơi mới đến có hướng dẫn trong các phần mềm của AOL và MSN rất cụ thể và dễ sử dụng.

Trong cuối sách có chi tiết về mã điện thoại của các bang ở Mỹ và Canada cũng như mã các nước khi cần gọi phải cần đến chúng khi ta set up internet (xem mục Telephone code).

Nếu bạn ở vùng/hay bang nào thì phải biết area code của vùng/hay bang đó thì mới nạp được số điện thoại nối với Internet.

Trong các phần mềm của người cung cấp dịch vụ Internet đều có các phần setup hay sign.on cứ mở ra sẽ có bảng hướng dẫn cụ thể từng bước truy cập. Máy tính sẽ tự download các số điện thoại của nhà cung cấp Internet cho bạn sử dụng.

10. Mang hàng mẫu theo người

Hàng mẫu và quảng cáo thường cho phép mang vào miễn thuế và phải chứng minh được cho Hải quan thấy đó là hàng mẫu. Thí dụ: khi mang quần áo làm mẫu thì chỉ cần in trên lưng áo chữ Sample bằng mực không phai là được hải quan Mỹ công nhận ngay. Có thể đặt bond và có chứng từ như ATA Carnet cũng có thể được phép tạm nhập không phải nộp thuế hải quan.

Có một số trường hợp được nhập khẩu miễn thuế không cần chứng từ nếu người mang hàng đã có đơn yêu cầu cho các cơ quan chính quyền trung ương cho phép nhập trong một thời gian ngắn mấy tháng.

Hàng đưa vào tham dự triển lãm hội chợ thuê vận chuyển riêng thì người tổ chức hội chợ sẽ thu xếp với Hải quan khi hàng đến đích.

11. Chuẩn bị cho chuyến công tác

Có nhiều việc và nhiều khía cạnh phải chuẩn bị là:

Mặt hàng:

- Cần liệt kê tất cả các loại hàng hoá cần tìm thị trường hay khách hàng và có tìm hiểu kỹ về các mặt liên quan đến mặt hàng đó.

- Vạch rõ mục tiêu cho từng mặt hàng, điều kiện buôn bán và các vấn đề liên quan đến buôn bán.

- Tính khả năng ngắn và dài hạn cung ứng mặt hàng, tính toán nhiều phương án khác nhau để cho khách hàng lựa chọn.

- Nắm vững các chính sách của Chính phủ theo từng mặt hàng cụ thể như hạn ngạch, giấy phép, các hạn chế của Chính phủ v.v...

- Nắm các điều kiện buôn bán quốc tế, các chi phí phát sinh trong và ngoài hợp đồng.

Về khách hàng:

- Cần tìm được một số đối tác cơ bản trước khi sang và hẹn lịch làm việc cụ thể ngày giờ.

- Dự kiến một số khách ngoài kế hoạch ở một vài nơi khác.

- Kế hoạch thăm quan và làm việc cụ thể phải phối hợp trước một cách hài hoà và càng chuẩn xác càng tốt.

- Đặt trước khách sạn hay nơi cư trú khác và vé máy bay trước có ngày tháng khớp với lịch làm việc và thăm quan. Lưu ý là nếu bạn đặt khách sạn hay mua vé máy bay sát với ngày sử dụng thì giá có thể đắt hơn rất nhiều so với đặt trước. Chỉ cần có thể tin dụng là có thể làm được mọi việc trên mạng.

II. TẬP QUÁN VÀ VĂN HÓA KINH DOANH Ở 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. Phần này nhằm 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 quốc gia có diện tích lớn thứ ba 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 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.

1. Cách viết họ tên

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

Phụ nữ Mỹ khi lấy chồng sẽ 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.

2. 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., Ms. hoặc Dr. và tiếp theo là họ. Ví dụ, Mr. Clinton. Đây là cách xưng hô chính thức.

- Có thể gọi tên riêng khi được gợi ý trước hoặc sau khi đã có quan hệ thân mật. Đây là cách xưng hô không chính thức hay thân mật.

- Không gọi tên riêng (trừ khi được gợi ý trước) 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 có thể gọi tên riêng.

- Đối với quân nhân hoặc cảnh sát, nên gọi theo 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”.

3. 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, dùng số liệu để chứng minh cho các luận điểm của mình. Họ muốn giành 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 ngần 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 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.

4. 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 hỏi 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 bạn nên tránh những chủ đề này, trừ khi 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.

5. 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 tay 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.

6. 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 phải chuẩn bị rất kỹ các câu hỏi và nội dung cần tư vấn, và đi thẳng vào vấn đề để tiết kiệm tối đa thời gian sử dụng luật sư, tức là tiết kiệm chi phí cho chính mình.

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

7. Ngôn ngữ và văn hóa

Tại Hoa Kỳ, hầu hết chỉ dùng tiếng Anh, ngoài ra có một số ít dùng tiếng Tây Ban Nha. Tuy nhiên tại đây có đủ các dân tộc trên thế giới họ vẫn hay thích dùng tiếng của mình để giao dịch.

Văn hóa cũng rất hợp chủng, đủ các dân tộc trên thế giới, nhưng người Mỹ có cách giao tiếp thống nhất với nhau là thực dụng và chỉ quan tâm đến kết quả công việc ít để ý đến các lễ nghi như người châu Á. Rất ít khi họ đi đón khách nhiệt tình như ta, lễ tân của họ theo kiểu công nghiệp (tự phục vụ) hơn là kiểu truyền thống như ta (không có cán bộ lễ tân riêng để phục vụ tiếp khách). Đồ uống để tiếp khách họ thường bày ngay trong phòng tiếp và khách tự động lấy dùng.

Với những chuyến đầu tiên sang Hoa Kỳ, ta thường bị những cú sốc mà người Mỹ gọi là “Cultural Shock” (có thể dịch là choáng ngợp về văn hóa) do nền văn hóa Đông Tây khác nhau tạo ra. Nhưng sau thời gian tiếp cận thì sự “choáng ngợp” này sẽ dần biến mất để lại trong ta một cách thức tiếp cận nền văn minh phương Tây tại xứ Hợp chủng quốc này.

8. Gặp gỡ làm việc

Người Mỹ muốn biết trước nội dung cuộc gặp, vai trò và quyền hạn, 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 đến 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. Tại các thành phố lớn thường xảy ra ùn tắc giao thông thì có thể cho phép sớm muộn đôi chút song không nhiều. Nếu không may bị muộn 10-15 phút thì nên gọi điện

thoại báo trước và xin lỗi, và nếu có thể, cho biết lý do. Nhiều thành phố ở Hoa Kỳ rất rộng, đi từ địa điểm này đến địa điểm khác có khi mất hàng giờ. Do vậy, khi sắp xếp các cuộc gặp cần 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 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 ngắt 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

cám ơn và tranh thủ nhắc lại những vấn đề mà hai bên đã bàn hoặc thỏa thuận.

9. 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 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. Tại một số công sở, do người ra vào đông 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.

10. 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 bên 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 complet sẫm màu và cà vạt. Mùa hè, mùa xuân hoặc những dịp không trang trọng lắm có thể complet sáng màu. Doanh nhân nữ cũng thường mặc complet 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. Hàng tuần, công sở có một ngày được mặc thường phục. Thông thường là vào thứ Sáu hàng tuần. Mặc dù nhìn chung người Mỹ không cầu kỳ trong ăn mặc nhưng nếu một doanh nhân đến giao dịch mặc một bộ complet quá cũ và hoặc nhàu nhĩ chắc chắn sẽ tạo ấn tượng ban đầu không hay đối với đối tác.

11. 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 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 cơ quan ở Hoa Kỳ hầu như không có người tiếp tân riêng như thường thấy ở các cơ quan 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 ăn trưa vừa thảo luận công việc tại nhà hàng hoặc ngay tại công sở của họ.

12. Đối xử bình đẳng với phụ nữ

Khoảng trên 60% phụ nữ Mỹ đi làm. Số phụ nữ đảm nhiệm những chức vụ quan trọng trong kinh doanh mặc dù vẫn còn ít,

song đang tăng lên. Ở Hoa Kỳ vẫn chưa hết sự phân biệt đối xử giữa nam và nữ. Tuy nhiên, phụ nữ có cương vị cao trong các cơ quan hoặc công ty nhiều hơn, và họ có quyền lực hơn so với ở các nơi khác trên thế giới. Phụ nữ 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 phạt 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.

13. Đối xử bình đẳng với những người khác chủng tộc

Hoa Kỳ là một quốc gia 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 tình trạng 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 sự 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).

14. Mời cơm làm việc

Tập quán quan trọng của người Mỹ là tranh thủ thời gian ăn sáng, trưa hoặc tối để 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 rất 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. Tại những bữa tiệc ngồi lớn đông người, thường 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.

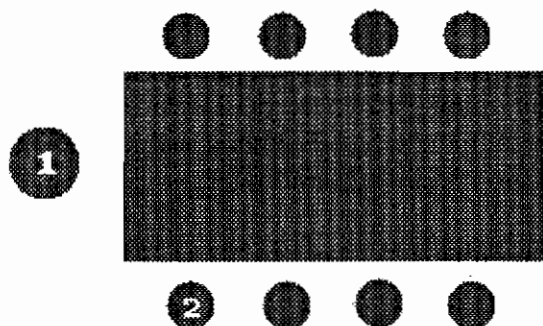
15. Vị trí ngồi khi tiếp khách

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 ở 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).

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.

Sơ đồ vị trí ngồi trong các cuộc tiếp xã giao



16. 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.

17. Cấm hút thuốc

Ở Hoa Kỳ, ngày càng có nhiều nơi cấm hút thuốc. 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 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 buổi làm việc dài, thường có bố trí giờ giải lao để những người hút thuốc ra ngoài hút thuốc, nếu không, bạn có thể chủ động xin phép tạm nghỉ để ra ngoài hút thuốc.

18. 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 thực thi công việc. Những món quà có giá trị từ 50 USD trở lên 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 cao cấp nước ngoài, bên chủ thường hỏi trước xem bên khách có mang quà tặng hay không để họ chuẩn bị quà 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, 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.

19. Luật chống tham nhũng ở nước ngoài của Hoa Kỳ

Các cuộc điều tra do Ủy ban Chứng khoán và Ngoại hối Hoa Kỳ (SEC) tiến hành vào giữa những năm 1970 cho thấy trên 400 công ty Hoa Kỳ thừa nhận đã trả các khoản tiền bất hợp pháp lên đến trên 300 triệu USD cho các quan chức, 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 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 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, ủy 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 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 công việc thường lệ của chính phủ thì 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 quy 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 sung 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.

20. 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 hay 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 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 nào chưa trả lời được thì hẹn trả lời sau.

21. Cho tiền phục vụ (tip)

Ở Hoa Kỳ có tập quán cho tiền phục (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 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 hóa 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 tùy ý, tức là nếu phục vụ 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

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

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.

Chương VII

HỆ THỐNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TẠI HOA KỲ

I. BỘ MÁY XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA CHÍNH PHỦ

Công tác xúc tiến thương mại ở Hoa Kỳ do nhiều cơ quan Chính phủ cũng như tư nhân tiến hành. Ủy ban Xúc tiến Thương mại do Bộ trưởng Thương mại Hoa Kỳ lãnh đạo là cơ quan chỉ huy và phối hợp chung. Mục tiêu của cơ quan này là đề ra chiến lược chung và đặt mục tiêu chung cho hoạt động xúc tiến thương mại là nâng cao sức cạnh tranh cho hàng hoá của Hoa Kỳ.

Thành phần của Ủy ban Xúc tiến Thương mại (Trade Promotion Coordinating Committee - TPCC) gồm có các cơ quan sau đây: Bộ Thương mại; Eximbank; Vụ doanh nghiệp nhỏ; OPIC; TDA (Trade and Development Agency); Bộ Ngoại giao (State Department); Bộ Tài chính (Treasury); Bộ Nông nghiệp; Nội vụ, Lao động, Quốc phòng, Hội đồng Tư vấn Kinh tế (Council of Economic Advisers); Bộ Năng lượng, USIA, Hội đồng Kinh tế (National Economic Council); Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR); Ủy ban Ngân sách, Bộ Môi trường, Bộ Giao thông Vận tải, USAID.

II. CÁC CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ THƯƠNG MẠI CỦA CHÍNH PHỦ

Các cơ quan Chính phủ Hoa Kỳ có các chương trình khác nhau nhằm hỗ trợ cho các công ty thâm nhập thị trường nước ngoài được công bố công khai trên mạng của Vụ Thương mại quốc tế thuộc Bộ Thương mại Hoa Kỳ là: <http://www.ita.doc.gov>

III. CÁC CƠ QUAN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA CHÍNH PHỦ VÀ PHI CHÍNH PHỦ

Cơ quan đầu não chỉ đạo hệ thống xúc tiến thương mại ở Hoa Kỳ là Bộ Thương mại đứng đầu là Vụ Thương mại quốc tế ITA:

Trade Information Center, International Trade
Administration (ITA)
U.S. Department of Commerce, Washington, DC 20230
Phone: 1-800-USA-TRADE, Fax: (202) 482-4473
Email: TIC@ita.doc.gov
Contact the Webmaster at TICwebmaster@ita.doc.gov

Nhiều cơ quan Chính phủ Hoa Kỳ có chân rết tại các địa bàn khác nhau để làm công tác xúc tiến thương mại.

Website: <http://tradeinfo.doc.gov/ticwebsite/NED.NSF/50>
sẽ cho danh sách các cơ quan như dưới đây rồi nháy vào mũi tên bên trái sẽ cho ra các địa phương có các tổ chức xúc tiến thương mại ở đó.

- Agriculture (Nông nghiệp)
- Bureau of Export Administration (BXA - Văn phòng quản lý xuất khẩu)

- Commerce Department - International Trade Administration (Bộ Thương mại)
- Customs (Hải quan)
- Export Legal Assistance Network (ELAN - Mạng lưới thúc đẩy xuất khẩu hợp pháp)
- Federal Trade Commission (FTC - Ủy ban Thương mại Liên bang)
- Foreign Trade Zone (FTZ - Khu vực ngoại thương)
- Government Printing Office (GPO - Cục in ấn của chính phủ)
- Marine Fisheries (Nghề cá biển)
- Minority/Women Business Development (Dân thiểu số/Cục kinh doanh của phụ nữ)
- Other Local Organizations (Các tổ chức địa phương khác)
- Port Authorities (Cơ quan quản lý cảng)
- Small Business Administration (SBA - Quản lý doanh nghiệp nhỏ)
- Small Business Development Centers (SBDC - Trung tâm phát triển doanh nghiệp nhỏ)
- State Trade Office (Văn phòng thương mại quốc gia)
- Trade Centers (Các trung tâm thương mại)
- Trade Finance (Trung tâm tài chính)
- US Agency for International Development (USAID - Cục phát triển quốc tế)

IV. TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

Ở Hoa Kỳ, các Trung tâm thương mại được hình thành tại nhiều thành phố lớn do tư nhân và cơ quan chính quyền địa phương đầu tư xây dựng cho các công ty thuê làm trụ sở và

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

làm nơi giao dịch thương mại. Các sự kiện về thương mại phần lớn được tiến hành tại các trung tâm này. Sau đây là địa chỉ và phương tiện liên lạc với các trung tâm trên toàn nước Mỹ xin giới thiệu để tiện liên lạc:

- * **World Trade Center Anchorage**
1007 West 3rd Ave. Suite 200
Anchorage, Alaska 99501 USA
Phone 1.907.2787233
Fax 1.907.2782982
Email info@wtcak.org
Web <http://www.wtcak.org>

- * **World Trade Center Atlanta**
SunTrust Plaza
Lower Lobby - Suite 100
303 Peachtree Street, N.E.
Atlanta, Georgia 30308-3235 USA
Phone 1.404.8801550
Fax 1.404.8801555
Email wtcatl@mindspring.com
Web <http://www.wtcatlanta.com/>

- * **World Trade Center Baja California Greater Tijuana**
P.O.Box 210395
Chula Vista, CA 91921 USA
Phone 1.619.2164351
Fax 1.619.2164351
Email [wtcbc@home.com](mailto:wtcbbc@home.com)
Web <http://www.wtcbbc.org>

- * **World Trade Center Baltimore**
The World Trade Center, Suite 232
Baltimore, Maryland 21202 USA
Phone 1.410.5760022

fax 1.410.5760751

Email menzies@wtci.org

Web <http://www.wtci.org>

- * **World Trade Center Boston**
164 Northern Avenue
Executive Offices - Suite 50
Boston, Massachusettes 02210-2004 USA
Phone 1.617.3855000
Fax 1.617.3855033
Email info@wtcb.com
Web <http://www.wtcb.com>

- * **World Trade Center Bridgeport**
330 Water Street
Bridgeport, Connecticut 06604 USA
Phone 1.203.336-5353
Fax 1.203.331-9959
Email NickCwta@aol.com
Web <http://www.imex.com/cwta.html>

- * **World Trade Center Buffalo Niagara**
300 Main Place Tower
Buffalo, NY 14202
Phone 1.716.8527160
Fax 1.716.8522761
Email hsinnott@wtcbn.org
Web <http://www.wtcbn.org>

- * **World Trade Center Charleston**
385 Meeting Street, Suite 102
Charleston, SC 29403 USA
Phone 1.843.5774080
Fax 1.843.5776003
Email info@scwtc.org
Web <http://www.scwtc.org>

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

- * **World Trade Center Chattanooga**
535 Chestnut Street, Suite 212
Chattanooga, TN 37402 USA
Phone 1.423.7524316
Fax 1.423.2659751
Email info@twtc.org
Web <http://www.twtc.org>

- * **World Trade Center Chicago**
200 World Trade Center
Suite #1540
Chicago, Illinois 60654 USA
Phone 1.312.4670550
Fax 1.312.4670615
Email info@wtcc.org
Web <http://www.wtcc.org>

- * **World Trade Center Cleveland**
Tower City Center
50 Public Square, Suite 200
Cleveland, Ohio 44113-2291 USA
Phone 1.216.5922447
Fax 1.216.6876788
Email wtcc@wtccleveland.org
Web <http://www.wtccleveland.org>

- * **World Trade Center Dallas Fort Worth**
12377 Merit Drive, Suite 1700
Dallas, Texas 75251
Phone 1.972.7883050
Fax 1.972.7883096
Email catherine.hughes@hillwood.com

- * **World Trade Center Denver**
1625 Broadway, Suite 680
Denver, Colorado 80202 USA

Phone 1.303.5925760
Fax 1.303.5925228
Email wtcdenver@worldnet.att.net
Web <http://www.wtcdn.com>

76 * **World Trade Center Detroit Windsor**

1251 Fort Street
Trenton, Michigan 48183 USA
Phone 1.734.4792345
Fax 1.734.4795733
Email email@wtcdw.com
Web <http://www.wtcdw.com>

* **World Trade Center Fort Lauderdale**

200 East Las Olas Boulevard, Suite 100
Fort Lauderdale, Florida 33301 USA
Phone 1.954.7619797
Fax 1.954.7619990
Email mail@worldtradefl.com
Web <http://www.worldtradefl.com>

* **World Trade Center Great Plains**

231 S Phillips Ave. Suite 450
Sioux Falls, SD 57104
Phone 1.605.3322641
Fax 1.605.7310043
Email rfwmanag@yahoo.com

* **World Trade Center Greenville Spartanburg**

315 Old Boiling Springs Road
Greer, South Carolina 29650 USA
Phone 1.864.2978600
Fax 1.864.2978606

* **World Trade Center Halifax**

PO Box 955

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

1800 Argyle St., Suite 511
Halifax, Nova Scotia, Canada B3J 2V9
Phone 1.902.4211302181
Fax 1.902.4208308
Email baasvan@wtcchmc.com
Web <http://www.tradecentrelimited.com/acwtc>

- * **World Trade Center Honolulu**
Business Development & Marketing Division
250 South Hotel Street, 5th Floor
Honolulu, Hawaii 96813
Phone 1.808.5872750
Fax 1.808.5862589
Email dling@dbedt.hawaii.gov
Web <http://www.hawaii.gov/dbedt/>

- * **World Trade Center Houston**
1200 Smith, Suite. 700
Houston, Texas 77002 USA
Phone 1.713.8443637
Fax 1.713.8440237
Email pfoley@houston.org
Web <http://www.houston.org>

- * **World Trade Center Hudson Valley**
20 Airport Center Drive
New Windsor, NY 12553
Phone 1.845.5673670
Fax 1.845.5673671
Email betsy@hvwtc.org
Web <http://www.hvwtc.org>

- * **World Trade Center Indianapolis**
54 Monument Circle, Suite 250
Indianapolis, Indiana 46204 U.S.A.
Phone 1.317.7568102

Fax 1.317.7568122
Email gzoeller@imaweb.com
Web <http://www.imaweb.com>

- * **World Trade Center Jacksonville**
3 Independent Drive
Jacksonville, Florida 32202 USA
Phone 1.904.3666658
Fax 1.904.3536343
Email jemsle-korn@jacksonvillechamber.org
Web <http://www.expandinjax.com>

- * **World Trade Center Kansas City**
2600 Commerce Tower
911 Main Street
Kansas City, MO 64105 U.S.A.
Phone 1.816.3745483
Fax 1.816.2217440
Email pyle@kcchamber.com
Web <http://www.kansaswtc.org>

- * **World Trade Center Las Vegas**
901 East Desert Inn Road
Las Vegas, Nevada 89109
Phone 1.702.3695750
Fax 1.702.7377094
Email wtc@wtcnevada.com
Web <http://www.wtcnevada.com>

- * **World Trade Center Lexington**
1600 World Trade Center
333 West Vine Street
Lexington, Kentucky 40507-1639 USA
Phone 1.859.2583139
Fax 1.859.2330658
Email admin@kwtc.org

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

Web <http://www.kwtc.org>

- * **World Trade Center Long Beach**
One World Trade Center Suite 295
Long Beach, CA 90831-0295
Phone 1.562.4957070
Fax 1.562.4957071
Email info@wtcanet.org
Web <http://www.wtcanet.org>

- * **World Trade Center Los Angeles**
350 South Figueroa, Suite 172
Los Angeles, CA 90071
Phone 1.213.6801888
Fax 1.213.6801878
Email info@wtcanet.org
Web <http://www.wtcanet.org>

- * **World Trade Center McAllen**
Neuhaus Tower, Suite 401
200 South Tenth Street
McAllen, Texas 78501-4850
Phone 1.956.6861982
Fax 1.956.6181982
Email info@rgv.net
Web <http://www.rgv.net>

- * **World Trade Center Memphis**
c/o Arkansas Diagnostic Center
P.O. Box 55130
Little Rock, AR 72215-5130
Phone 1.501.227-7688
Fax 1.501.225-2930

- * **World Trade Center Miami**
777 NW 72 Avenue MB#3BB65
Miami, Florida 33126-3009

Phone 1.305.8717910
Fax 1.305.8717904
Email info@worldtrade.org
Web <http://www.worldtrade.org>

* **World Trade Center New Orleans**

2 Canal Street, Suite 2900
New Orleans, Louisiana 70130
Phone 1.504.5291601
Fax 1.504.5291691
Email wtc-info@wtc-no.org
Web <http://www.wtc-no.org>

* **World Trade Center New York**

One World Trade Center
Suite 7701
New York, New York 10048 U. S. A.
Phone 1.212.4322700
Fax 1.212.4880064
Email janet@wtca.org

* **World Trade Center Norfolk**

600 World Trade Center
Norfolk, Virginia 23510 USA
Phone 1.757.6838000
Fax 1.757.6832897
Web <http://www.vaports.com>

* **World Trade Center Orange County Irvine**

30151 Tomas Street
Rancho Santa Margarita, CA 92688-2125
Phone 1.949.6350202
Fax 1.949.8584898
Email johnc@wtca-oc.org
Web <http://www.wtca-oc.org>

CẨM nang thị trường Hoa Kỳ

- * **World Trade Center Orlando**
201 S. Orange Avenue, Suite 1070
Orlando, Florida 32801
Phone 01.407.6491899
Fax 01.407.6491486
Email wtcor@gdi.net
Web <http://www.worldtradecenterorlando.org>

- * **World Trade Center Palm Beach**
1555 Palm Beach Lakes Blvd. Suite 1501
West Palm Beach, Florida 33401
Phone 1.561.7121443
Fax 1.561.7121445
Email sturner@wtcpalmbeach.com
Web <http://www.wtcpalmbeach.com>

- * **World Trade Center Philadelphia**
Carl Marks & Co., Inc.
135 East 57th street
New York, New York 10022 USA
Phone 1.212.9098400
Fax 1.212.9802631

- * **World Trade Center Pittsburgh**
Regional Enterprise Tower Suite 1750
425 Sixth Avenue
Pittsburgh, Pennsylvania 15219 USA
Phone 1.412.2273180
Fax 1.412.2273188
Email lorin@wtcpa.org
Web <http://www.wtcpa.org>

- * **World Trade Center Portland**
One World Trade Center
121 SW Salmon Street, Suite 250
Portland, OR 97204 USA

Phone 1.503.4648888
Fax 1.503.4648880
Email wtcpd@pgn.com
Web <http://www.wtcpd.com/>

- * **World Trade Center Providence**
World Trade Center Rhode Island
Chafee Center for International Business
1150 Douglas Pike
Smithfield, RI 02917 USA
Phone 1.401.2326409
Fax 1.401.2326416
Email ebarr@bryant.edu
Web <http://www.rieac.org>
- * **World Trade Center Raleigh Durham**
Two Hannover Square Suite 1200
Raleigh, North Carolina 27601
Phone 01.919.9197430177
Fax 01.919.9197430188
Email wtcnc@wtcnc.org
Web <http://www.wtcnc.org>
- * **World Trade Center Sacramento**
917 7th Street
Sacramento, California 95814 USA
Phone 1.916.4479827
Fax 1.916.4432672
Email information@norcalwtc.org
Web <http://www.norcalwtc.org>
- * **World Trade Center San Antonio**
118 Broadway Ste.324
San Antonio, Texas 78205 USA
Phone 1.210.9787600
Fax 1.210.9787610

Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ

Email wtcsa@newpro.net
Web <http://www.newpro.net/~wtcsa>

* **World Trade Center San Diego**

1250 Sixth Avenue, Suite 100
San Diego, California 92101 USA
Phone 1.619.6150868
Fax 1.619.6150876
Email wtc@sdwtc.org
Web <http://www.sdwtc.org>

* **World Trade Center San Francisco**

Bay Area World Trade Center
530 Water Street, Suite 740
Oakland, CA 94607
Phone 1.510.2515900
Fax 1.510.2515902
Email info@bawtc.com
Web <http://www.bawtc.com>

* **World Trade Center Seattle**

Columbia Hospitality
2200 Alaskan Way Suite 410
Seattle, Washington 98121 USA
Phone 1.206.4415144
Fax 1.206.3740410
Email info@wtcseattle.com
Web <http://www.wtcseattle.com>

* **World Trade Center Tacoma**

3600 Port of Tacoma Road
Suite 309
Tacoma, Washington 98424 USA
Phone 1.253.3839474
Fax 1.253.9260384
Email info@wtcta.org

Web <http://www.wtcta.org>

* **World Trade Center Tampa Bay**

1101 Channelside Drive
Tampa, Florida 33602 USA

Phone 1.813.8643000

Fax 1.813.8643100

Email info@wtctampa.com

Web <http://www.wtctampa.com>

* **World Trade Center Washington DC**

1300 Pennsylvania Avenue, NW
Suite M-1100

Washington, DC 20004 USA

Phone 1.202.4184224

Fax 1.202.4184238

Email hosethc@urbanretail.com

Web <http://www.itcdc.com>

* **World Trade Center Washington Dulles Airport AF**

245 Davis Avenue, SW
Leesburg, VA 20175 USA

Phone 1.703.7792014

Fax 1.703.7798611

Email runde@usa.net

* **World Trade Center Wichita**

350 West Douglas Avenue
Wichita, Kansas 67202-2970 USA

Phone 1.316.2623232

Fax 1.316.2623585

Email mail@kansaswtc.org

Web <http://www.kansaswtc.org>

* **World Trade Center Wilmington DE**

831 Washington Street Suite 100

Wilmington, Delaware 19801 USA

Phone 1.302.6567905

Fax 1.302.6567956

Email wtcde@dca.net

Web <http://www.wtcde.com>

VI. HỘI CHỢ TRIỂN LÃM, QUẢNG CÁO VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Hội chợ triển lãm

Các doanh nghiệp cần giúp đỡ trong việc tham gia các hội chợ có thể liên hệ trực tiếp với Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ hoặc Trung tâm Xúc tiến Thương mại tại New York.

Tham gia hội chợ tại Hoa Kỳ

Trung bày hàng mẫu và quảng bá tại hội chợ là biện pháp xúc tiến thương mại phổ thông nhất mà các chính phủ và doanh nghiệp thường thực hiện. Hội chợ chuyên ngành là nơi tập trung nhất để các doanh nghiệp khảo sát nhu cầu và cạnh tranh của thị trường, và tìm kiếm bạn hàng. Thông qua các hội chợ chuyên ngành, các doanh nghiệp có thể cảm nhận được thị trường cần gì, xu hướng phát triển của thị trường, đối thủ cạnh tranh của mình là ai và khả năng cạnh tranh của họ đến đâu. Hội chợ chuyên ngành là nơi hội tụ giữa người mua và kẻ bán cùng ngành; do vậy, sẽ là nơi lý tưởng để giới thiệu sản phẩm, kiểm nghiệm phản ứng của thị trường đối với sản phẩm, và gặp gỡ đối tác, kể cả những đối tác chưa có quan hệ từ trước.

Khi đến hội chợ cần trang trí gian hàng cho phù hợp, thuê người làm hay tự làm, ăn mặc cho thích hợp, bố trí người trực tại gian hàng hay đi thăm các gian hàng bạn trong hội chợ, gặp gỡ khách hàng, ghi chép thông tin về khách hàng, ký hợp đồng

tại chỗ nếu có khách yêu cầu hay nhận đơn đặt hàng (ở Mỹ không cho bán hàng tại quầy).

Tại các hội chợ ở Mỹ, khách bán buôn và bán lẻ thường đến đặt hàng rồi gửi hàng cho họ sau. Những người đến thường mua số lượng nhỏ so với nhà nhập khẩu. Các công ty lớn, siêu quốc gia, các công ty bách hóa lớn không tham gia mấy các loại hội chợ ngành hàng tại Mỹ. Tham gia hội chợ đa số là các công ty nhỏ có mặt hàng mới muốn tìm khách hàng mới có khả năng chấp nhận giá cao.

Chi phí trưng bày và quảng bá tại hội chợ ở nước ngoài nói chung và tại Hoa Kỳ nói riêng rất cao. Chi phí trưng bày một gian hàng tiêu chuẩn (3 x 3m) tại một hội chợ ở Hoa Kỳ theo tiêu chuẩn quốc tế ít nhất cũng khoảng 13.000-15.000 USD (gồm tiền thuê gian hàng và thiết bị, thiết kế dàn dựng, tiền hàng mẫu, chi phí vận chuyển hàng mẫu trước và sau hội chợ, và tiền đi lại, ăn, ở của một đại diện...). Mặt khác, trưng bày tại hội chợ nếu chuẩn bị và tiến hành không chu đáo hoặc không chuyên nghiệp không những sẽ tốn kém mà còn có thể gây ấn tượng xấu đối với khách hàng và rất khó khắc phục sau này. Do vậy, các doanh nghiệp thường phải nghiên cứu rất kỹ thị trường trước khi quyết định có tham gia trưng bày tại hội chợ hay không, nếu có thì hội chợ nào là phù hợp nhất, và tại đó nên tập trung trưng bày những mặt hàng gì.

Lựa chọn hội chợ tham gia

Hàng năm, ở Hoa Kỳ có tới hàng nghìn hội chợ thương mại với quy mô to nhỏ khác nhau được tổ chức ở các bang. Tất cả các hội chợ ở Hoa Kỳ đều do các công ty hội chợ tư nhân tổ chức. Những thông tin về hội chợ được đăng tải trên các trang web của các công ty tổ chức hội chợ. Nhìn chung, các hội chợ chuyên ngành đã tồn tại nhiều năm và được tổ chức thường kỳ hàng năm (mỗi năm một hoặc nhiều lần tại cùng

một địa điểm, cùng một thành phố hoặc ở các thành phố khác nhau) đều là những hội chợ có uy tín.

Những công ty làm ăn lâu dài tại Hoa Kỳ thường tiến hành khảo sát rất kỹ (kể cả cử đại diện đến thăm trực tiếp) các hội chợ liên quan để lựa chọn hội chợ phù hợp. Một khi đã quyết định tham gia trưng bày tại hội chợ nào đó, họ thường tham gia đều đặn nhiều năm, không những để giới thiệu các sản phẩm mới và tiếp cận với khách hàng mới mà còn là dịp để gặp gỡ các khách hàng quen nhằm củng cố và tăng cường mối quan hệ. Chính vì thế, các công ty lần đầu tham gia trưng bày tại hội chợ ở Hoa Kỳ sẽ rất khó thuê, và thường phải xếp hàng nhiều năm mới thuê được gian hàng ở các hội chợ có uy tín vì ban tổ chức thường ưu tiên cho các khách hàng quen đã tham gia nhiều năm.

Chúng tôi sẽ giới thiệu tóm tắt tại phần Phụ lục một số hội chợ lớn và có uy tín trong một số lĩnh vực mà các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm.

Lựa chọn hàng mẫu trưng bày

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thị trường, tại mỗi hội chợ, các doanh nghiệp thường chỉ tập trung trưng bày một số ít mặt hàng có triển vọng tiêu thụ tại thị trường mục tiêu, chứ không trưng bày tràn lan tất cả những gì họ đang sản xuất hoặc tiêu thụ trên các thị trường khác.

Mặt khác, phần lớn hàng xuất khẩu công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp của các doanh nghiệp thuần Việt Nam hiện nay là hàng gia công hoặc sản xuất theo đề tài/mẫu mã của người mua nước ngoài. Mục đích Việt Nam tham gia trưng bày tại các hội chợ tại nước ngoài, hiện nay, chủ yếu nhằm giới thiệu khả năng sản xuất để thu hút người mua nước ngoài đặt hàng theo đề tài/mẫu mã của họ, hơn là giới thiệu đề tài/mẫu mã của ta để họ lựa chọn.

Do vậy, các doanh nghiệp Việt Nam tham gia trưng bày tại các hội chợ tại Hoa Kỳ không cần trưng bày quá nhiều hàng mẫu. Thay vào đó, yêu cầu quan trọng nhất là phải trưng bày những mẫu hàng phù hợp với xu hướng tiêu dùng chung của thị trường và đại diện được cho khả năng sản xuất của mình về loại sản phẩm, độ tinh xảo, chất lượng, kiểu dáng, nguyên liệu... Hàng mẫu trưng bày có thể là hàng đang sản xuất và tiêu thụ trong nước và các thị trường hoặc thậm chí được thiết kế và sản xuất mới hoàn toàn theo yêu cầu của thị trường Hoa Kỳ.

Catalogue, quà tặng và các tài liệu quảng bá

Catalogue (ở dạng in và/hoặc đĩa mềm) được thiết kế và in ấn một cách chuyên nghiệp sẽ góp phần giới thiệu bổ sung hiệu quả sự phong phong phú và đa dạng sản phẩm của công ty. Ngoài hàng mẫu trưng bày, công ty nên mang thêm một số hàng mẫu (không trưng bày) trên đó có tên, logo và địa chỉ giao dịch của công ty để tặng cho khách hàng quan tâm, tạo thuận lợi cho khách hàng liên hệ khi có nhu cầu.

Thiết kế và dàn dựng gian hàng

Có lẽ do hạn hẹp về tài chính hoặc nhận thức chưa hết tầm quan trọng của việc thiết kế và dàn dựng gian hàng, nên hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam thường “tự biên tự diễn” hoặc thuê các nhà thiết kế chuyên nghiệp trong nước thiết kế và dàn dựng gian hàng tại các hội chợ ở nước ngoài. Tự biên tự diễn thiết kế và dàn dựng cộng với không đủ thiết bị và nhất là ánh sáng làm cho các gian hàng không có sức thu hút hoặc thậm chí tạo ra ấn tượng về sự không chuyên nghiệp, nghèo nàn và lạc hậu. Các nhà thiết kế chuyên nghiệp trong nước cũng có những hạn chế nhất định. Có thể họ chưa một lần đến thăm hội chợ nên không thể hình dung được toàn cảnh và không nắm được “gu” của hội chợ để có thể thiết kế và dàn dựng những gian hàng phù hợp nhất và “bắt mắt”.

Hoa Kỳ là một thị trường mới đối với Việt Nam. Tham gia các hội chợ tại Hoa Kỳ hiện nay chủ yếu là nhằm xây dựng hình ảnh thị trường Việt Nam, do vậy, việc đầu tư kinh phí thuê thiết kế và dàn dựng gian hàng một cách chuyên nghiệp (kể cả thuê công ty thiết kế và dàn dựng sở tại) là một việc đáng làm.

Quảng bá về việc tham gia hội chợ

Do mới tham gia và/hoặc bị hạn chế về kinh phí, và/hoặc thuê gian hàng muộn, nên các gian hàng của các doanh nghiệp Việt Nam thường được bố trí ở những vị trí không thuận lợi cho thu hút khách đến thăm. Hơn nữa, các doanh nghiệp Việt Nam tham gia trưng bày ở các hội chợ nước ngoài thường ít quan tâm đến việc quảng bá sự có mặt của mình tại hội chợ. Do vậy, nhiều khách đến thăm hội chợ không biết có gian hàng Việt Nam để chủ động đến thăm và giao dịch.

Để có thể thu hút được nhiều khách đến thăm và giao dịch, các gian hàng Việt Nam cần tập trung vào một khu vực và kinh phí hỗ trợ xúc tiến thương mại của nhà nước cần dành một phần để quảng bá sự có mặt của Việt Nam tại hội chợ. Một trong những cách quảng bá có hiệu quả là đăng tin và/hoặc quảng cáo trên danh bạ hội chợ hoặc các tạp chí chuyên ngành gắn với hội chợ.

Thành công của các doanh nghiệp Việt Nam tham gia trưng bày tại Hội chợ đồ gỗ tại thành phố High Point, bang Bắc Carolina hồi tháng 4 năm 2004 một phần là nhờ làm tốt công tác quảng bá về sự tham gia của Việt Nam tại hội chợ. Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ đã tiếp cận được với Tạp chí chuyên ngành về đồ gỗ *Furniture Today* của Hoa Kỳ để đăng tin trước khi diễn ra hội chợ, quảng bá về tiềm năng xuất khẩu của ngành đồ gỗ Việt Nam và sự tham gia lần đầu tiên của các doanh nghiệp Việt Nam tại hội chợ.

Một số điểm cần chú ý khác

Tất cả các hội chợ thương mại ở Hoa Kỳ đều dành cho giới doanh nghiệp đến thăm và giao dịch chứ không mở cửa cho công chúng. Khách vào thăm hội chợ, nếu chưa có thẻ ra vào, thì phải đến khu vực đón tiếp khách (Reception) của ban tổ chức hội chợ để làm thẻ, và phải xuất trình thẻ tại cửa ra vào khu trưng bày. Một số hội chợ có thu phí vào cửa. Phí này được thu một lần khi cấp thẻ ra vào. Nếu khách đăng ký và trả tiền sớm thì thẻ ra vào sẽ được gửi đến trước. Trong trường hợp này, phí vào cửa thường rẻ hơn (thậm chí rẻ bằng nửa) phí thu và làm thẻ ngay tại hội chợ. Để giữ bí mật kinh doanh (sản phẩm mới, mẫu mã mới...) và tránh mất thời gian tiếp khách vô ích, có hội chợ hoặc gian hàng (ví dụ như hội chợ về giày dép tại Las Vegas) chỉ mở cửa tiếp đại diện của các công ty mua hàng. Tại các hội chợ này, khách đến giao dịch phải có hẹn trước hoặc phải chứng minh được mình là người mua thực thụ thì mới có cơ hội được vào thăm gian hàng và tiếp xúc với đại diện các công ty trưng bày.

Hầu hết các hội chợ ở Hoa Kỳ đều không cho phép bán lẻ hàng hóa tại hội chợ. Chủ gian hàng có trách nhiệm vận chuyển hết hàng mẫu cũng như vật liệu và thiết bị dàn dựng gian hàng do mình tự mang đến ra khỏi khu hội chợ sau khi kết thúc hội chợ. Chủ gian hàng sẽ bị phạt tiền ít nhất là bằng chi phí vận chuyển và thanh lý nếu để lại hàng hóa và vật tư tại gian hàng sau khi kết thúc hội chợ.

Cần phải phân định rõ về trách nhiệm và chi phí vận chuyển hàng mẫu, thiết bị và vật tư trưng bày từ kho của hội chợ đến gian hàng. Tại một số hội chợ, trách nhiệm và chi phí này thuộc về công ty tổ chức hội chợ và đã được tính vào giá thuê gian hàng. Tuy nhiên, cũng có hội chợ quy định trách nhiệm và chi phí này thuộc về bên gian hàng. Trong trường hợp này, bên thuê gian hàng cũng phải làm rõ với ban tổ chức xem mình có được phép làm hoặc thuê dịch vụ bên ngoài làm

hay không bắt buộc phải thuê dịch vụ do ban tổ chức hội chợ chỉ định. Thực tế đã có doanh nghiệp tự vận chuyển một số hàng mẫu từ kho đến gian hàng song vẫn phải trả chi phí vì theo quy định của hội chợ, bên thuê gian hàng bắt buộc phải thuê dịch vụ vận chuyển của ban tổ chức chỉ định.

Tìm kiếm các Hội chợ triển lãm trên mạng Internet:

Chung: <http://www.internettradeshowslist.com>

Theo ngành hàng:

May mặc: www.GLMSHows.com, www.bobin.com,
www.ClickTex.com

Dày dép: www.footwearnews.com

Quà tặng: www.GLMSHows.com

Đồ trang sức: www.diamond-key.com

Hải sản: www.seafood.com

Nhựa: tradeshows@socplas.org

2. Quảng cáo

Quảng cáo là một trong phương tiện chủ yếu trong tiếp cận thị trường Hoa Kỳ. Hầu hết các báo chí, truyền hình, phát thanh, Internet, bưu điện, viễn thông, thể thao, nghệ thuật, phát hành v.v... đều làm kinh doanh quảng cáo.

Có thể nói nghề quảng cáo là một trong nghề đông đảo người làm ở Mỹ. Bằng quảng cáo, nhiều Công ty khổng lồ, mẫu mực đã thành đạt như: Coca Cola, Pepsi, McDonald, Wal-Mart, K-Mart, Macy và Microsoft, AOL, Amazon v.v...

Hình thức quảng cáo rất phong phú và đa dạng, từ các hình thức đại chúng phổ biến nhất như: đăng tải trên báo chí, các chương trình truyền thanh và truyền hình, đến các hình thức chuyên nghiệp như: phát hành các directories (trang vàng, sách trắng, hướng dẫn tiêu dùng, sách ngành nghề) ở

nhiều quy mô khác nhau (quận, huyện, thành phố, bang, liên bang, bộ ngành, hiệp hội, công ty v.v...). Các catalogue và áp phích quảng cáo cỡ nhỏ như các bì thư có tờ rơi gửi cùng với báo chí và đường bưu điện được phân phát đến từng gia đình và đi tận các hang cùng ngõ hẻm.

3. Thương mại điện tử

Ngày nay Internet là một phương tiện quảng cáo hàng đầu, hầu hết các công ty đều dùng hình thức này vì các trang website là những phương tiện ít tốn kém nhất và có hiệu quả cao.

Hầu hết các hãng Internet đều có mục mua sắm với đủ loại hàng hoá. Bán hàng trên mạng sẽ dần thay thế việc bán hàng tại các cửa hàng và làm cho chi phí lưu thông giảm đi một cách rõ rệt. Các hãng lớn đang cạnh tranh nhau quyết liệt trên phương diện này và nhiều hãng đã sáp nhập lại cũng chỉ vì để sử dụng bán hàng trên mạng.

Ngày nay người ta dùng Internet để làm rất nhiều việc như: mua sắm tài sản, thuê nhà, thuê xe, sửa nhà, mua vé tàu xe, mua sách vở, đọc báo, trao đổi thư từ, mua hàng hoá, đi thư viện, trao đổi thông tin, nói chuyện với nhau, tỏ tình, tranh luận, chơi các loại trò chơi, đánh bạc, học tập, nghiên cứu khoa học, chữa bệnh, trả tiền, thu tiền... Các website B2B (Business to business) đang nối mạng toàn cầu sẵn sàng phục vụ kinh doanh quốc tế.

Công nghệ thông tin phát triển nhanh đã làm thay đổi các đối tượng kinh doanh trong nhiều lĩnh vực có tính truyền thống và đã thương mại hoá những ngành có tính chất xã hội cao như báo chí, văn hoá phẩm, truyền hình, phát thanh và các phương tiện thông tin đại chúng khác, cả điện thoại cũng có thể dùng qua Internet (VOIP).

Không xa nữa các phương tiện truyền hình, Internet, điện thoại, báo chí, xuất bản sẽ sáp nhập trong cùng một hệ thống

truyền thông thống nhất giảm chi phí rất lớn cho xã hội và mang lại sự tiện lợi lớn cho người tiêu dùng.

Mặt khác, khi công nghệ phát triển làm giảm giá thành chuyển tải thông tin sẽ ra đời một ngành mới đó là việc mua bán thông tin trên mạng mang lại hiệu quả cao hơn nhiều lần so với việc bán dịch vụ truyền tải thông tin. Đây là một định hướng chiến lược quan trọng của mỗi quốc gia, không nên để mắc sai lầm trong chương trình phát triển mang tính chiến lược.

PHỤ LỤC

MỘT SỐ THÔNG TIN VÀ ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH CHO VIỆC KINH DOANH Ở HOA KỲ

PHỤ LỤC 1 - CÁC BANG Ở HOA KỲ

BANG	THỦ PHỦ	Dân số (triệu người)	Thứ tự (theo DS)	Diện tích* (1000 dặm ²)	Thứ tự (theo DT)	Thuế (%)
1. Alabama	Montgomery	3,5	21	51,6	29	4
2. Alaska	Juneau	0,3	50	586,4	1	No
3. Arizona	Phoenix	1,8	33	113,9	6	5
4. Arkansas	Little Rock	1,9	32	53,1	7	4,625
5. California	Sacramento	20	1	158,69	3	6
6. Colorado	Denver	2,2	30	104,25	8	3
7. Connecticut	Hartford	3,05	24	5	48	6
8. Delaware	Dover	0,6	46	2,06	49	No
9. District of Colombia	Washington	0,8	-	0,068	-	5,75
10. Florida	Tallahassee	6,8	9	58,56	22	6
11. Georgia	Atlanta	4,6	15	58,88	21	4
12. Hawaii	Honolulu	0,8	40	6,45	47	4
13. Idaho	Boise	0,7	42	83,56	13	5
14. Illinois	Springfield	11,11	5	56,4	24	6,25
15. Indiana	Indianapolis	5,19	11	36,29	38	5
16. Iowa	Des Moines	2,82	25	56,29	25	5
17. Kansas	Topeka	2,24	28	82,26	14	4,9
18. Kentucky	Frankfort	3,22	23	40,39	37	6
19. Louisiana	Baton Rouge	3,64	20	48,52	31	4
20. Maine	Augusta	0,99	38	33,22	39	5
21. Maryland	Annapolis	4	18	10,58	42	5
22. Massachusetts	Boston	5,69	10	8,26	45	5
23. Michigan	Lansing	9	7	58,22	23	6
24. Minnesota	St. Paul	3,8	19	84,07	12	6,5
25. Mississippi	Jackson	2,2	29	47,72	32	4,225
26. Missouri	Jefferson City	4,68	13	69,69	19	7

BANG	THỦ PHỦ	Dân số (triệu người)	Thứ tự (theo DS)	Diện tích* (1000 dặm ²)	Thứ tự (theo DT)	Thuế (%)
27. Montana	Helena	0,7	43	147,14	4	No
28. Nebraska	Lincoln	1,48	35	77,23	15	4,5
29. Nevada	Carson City	0,49	47	110,54	7	6,5
30. New Hampshire	Concord	0,74	41	9,3	44	No
31. New Jersey	Trenton	10,02	8	7,84	46	6
32. New Mexico	Santa Fe	7,2	37	121,67	5	5
33. New York	Albany	18,24	2	49,58	30	4
34. North Carolina	Raleigh	5,08	12	52,59	28	4
35. North Dakota	Bismarck	0,62	45	70,66	17	5
36. Ohio	Columbus	10,65	6	42,22	35	5
37. Oklahoma	Ocean City	2,56	27	69,92	18	4,5
38. Oregon	Salem	2,1	31	96,98	10	No
39. Pennsylvania	Harrisburg	11,8	3	45,33	33	6
40. Rhode Island	Providence	0,95	39	1,21	50	7
41. South Carolina	Columbia	2,6	26	31,06	40	5
42. South Dacota	Pirre	0,7	44	77,05	16	4
43. Tennessee	Nashville	4	17	42,24	34	6
44. Texas	Austin	11,2	4	267,34	2	6,25
45. Utah	Salt Lake	1,06	36	84,92	11	4,75
46. Vermont	Montpelier	0,5	48	9,61	43	5
47. Virginia	Richmond	4,65	14	40,81	36	3,5
48. Washington	Tacoma	3,41	22	68,19	20	5,75
49. West Virginia	Charleston	1,75	34	24,18	41	6
50. Wisconsin	Madison	4,42	16	56,15	26	5
51. Wyoming	Cheyenne	0,33	49	97,91	9	4
Total		290,0		3.616,10		

* 1 dặm vuông (đơn vị Hoa Kỳ) = 2,7 km² ; 1 dặm = 1,6 km

PHỤ LỤC 2

CÁC CƠ QUAN CỦA CHÍNH PHỦ HOA KỲ

Các cơ quan Chính Phủ liên quan đến các chính sách thương mại.

Thuộc Văn phòng Tổng Thống:

United States Trade Representative (USTR - Đại diện thương mại Hoa Kỳ)

600 17th Street, N.W.

Washington, DC 20508

United States of America

Phone: Toll Free: 1-888-473-USTR (8787)

Những câu hỏi về thông tin cần quan hệ trực tiếp
contactustr@ustr.gov.

Website: www.ustr.gov

Các bộ ngành:

1. U.S. Department of Agriculture (USDA - Bộ Nông nghiệp)

Agricultural Marketing Service

Washington, DC 20250

Tel. (202) 720-8998

www.ams.usda.gov

Animal and Plant Health Inspection Service

(APHIS - Cơ quan Dịch vụ Kiểm định Y tế về Động vật và Thực vật)

**Động vật: USDA-APHIS-VS . Veterinary Services
(Cơ quan dịch vụ thú y)**

4700 River Road
Riverdale, MD 20737-1231
Tel. (301) 734-7885

**Thực vật: Plant Protection and Quarantine (PPQ -
Bảo vệ và cách ly thực vật)**

4700 River Road , Unit 133
Riverdale, MD 207371231
Tel. (301) 734-8896
www.aphis.usda.gov

Food Safety and Inspection Service

(Cơ quan dịch vụ và kiểm tra an toàn lương thực)
Import Inspection Division (Ban thanh tra nhập khẩu)
106 South 15th Street
Omaha, NE 68102
Tel. (402) 221-7400

Foreign Agricultural Service

(FAS - Cơ quan dịch vụ nông nghiệp nước ngoài)
Room 5531-S
Washington, D.C. 20250-1000
Tel. (202) 720-2916
Fax (202) 720-6556
www.usda.gov

2. Department of Commerce (DOC - Bộ Thương mại)

Exporter Counseling Division

14th Street & Pennsylvania Ave., N.W.
Washington, DC 20230
Tel. (202) 482-4811
www.bxa.doc.gov

National Marine Fisheries Service
(NMFS - Cơ quan dịch vụ nghề cá quốc gia)

Headquarters
National Oceanic and Atmospheric Administration
(Quản lý quốc gia về đại dương và khí quyển)
1315 East-West Highway
Silver Spring, MD 20910
Tel. (301) 713-2289

NMFS Southwest Region (Khu vực Tây Nam)
Protected Species Management Division (Ban quản lý
các dự án cần bảo vệ)
501 West Ocean Blvd.
Long Beach, CA 90802-4213
Tel. (562) 980-4019
www.kingfish.ssp.nms.gov

- 3. Federal Communications Commission**
(FCC - Ủy ban Viễn thông Quốc gia)
Enforcement Division (Ban cưỡng chế)
Investigations Branch, Imports (Bộ phận điều tra, nhập
khẩu)
1919 M Street, NW
Washington, DC 20554
Tel. (202) 418-1170

Office of Engineering and Technology (Văn phòng thiết
bị và công nghệ)
Washington, DC 20554
Tel. (202) 418-2470
www.fcc.gov

- 4. U.S. Consumer Product Safety Commission**
(CPSC - Ủy ban An toàn Sản phẩm với người tiêu dùng)
Office of Compliance

Washington, DC 20207
Tel. (202) 504-0400
www.cpssc.gov

Environmental Protection Agency (Ban bảo vệ môi trường)
Hazardous Materials Hotline (chất nguy hiểm, đường dây nóng) 1-800-424-9346
TSCA Assistance Information Service (Dịch vụ thông tin hỗ trợ) Tel. (202) 554-1404
Motor Vehicles Investigation/Imports Section (Điều tra về động cơ xe cộ / Phòng nhập khẩu)
(6405-J) Washington, D.C. 20460
Tel. (202) 564-9660

5. U.S. Department of Health and Human Services - Bộ Y tế và Dịch vụ Y tế

Food and Drug Administration
(FDA - Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm)
5600 Fishers Lane
Rockville, MD 20857
Tel. (301) 443-1544
Website: <http://www.fda.gov>

Center for Food Safety and Applied Nutrition
(CFSAN - Trung tâm An toàn Thực phẩm và Dinh dưỡng)
Office of Food Labeling (HFS156)
200 "C" St., NW
Washington, DC 20204
Tel. (202) 205-5233
Office of Seafood

Washington, DC 20204
Tel. (202) 418-3150
Center for Biologics Evaluation and Research (Trung tâm Đánh giá và Nghiên cứu về Sinh vật)
1401 Rockville Pike
Suite 200 North
Rockville, MD 20852
Tel. (301) 827-6201

Center for Devices and Radiological Health (Trung tâm Phương pháp và Chăm lo sức khỏe bằng tia Xquang)
Rockville, MD 20850
Tel. (301) 594-4692

Division of Import Operations and Policy (Vụ nghiệp vụ nhập khẩu và chính sách)
(HFC170)
5600 Fishers Lane
Rockville, MD 20857
Tel. (301) 443-6553
Fax (301) 594-0413
www.fda.gov

U.S. Public Health Service (Dịch vụ Y tế Công cộng Hoa Kỳ)
Centers for Disease Control and Prevention (CDC - Trung tâm Kiểm tra và Ngăn ngừa bệnh tật)
Office of Health and Safety (Văn phòng Sức khỏe và An toàn)
1600 Clifton Road
Atlanta, Georgia 30333
Tel. (404) 639-3235
www.cdc.gov

Washington, DC 20207
Tel. (202) 504-0400
www.cpsc.gov

Environmental Protection Agency (Ban bảo vệ môi trường)
Hazardous Materials Hotline (chất nguy hiểm, đường dây nóng) 1-800-424-9346
TSCA Assistance Information Service (Dịch vụ thông tin hỗ trợ) Tel. (202) 554-1404
Motor Vehicles Investigation/Imports Section (Điều tra về động cơ xe cộ / Phòng nhập khẩu)
(6405-J) Washington, D.C. 20460
Tel. (202) 564-9660

5. U.S. Department of Health and Human Services - Bộ Y tế và Dịch vụ Y tế

Food and Drug Administration
(FDA - Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm)
5600 Fishers Lane
Rockville. MD 20857
Tel. (301) 443-1544
Website: <http://www.fda.gov>

Center for Food Safety and Applied Nutrition
(CFSAN - Trung tâm An toàn Thực phẩm và Dinh dưỡng)
Office of Food Labeling (HFS156)
200 "C" St., NW
Washington, DC 20204
Tel. (202) 205-5233
Office of Seafood

Washington, DC 20204

Tel. (202) 418-3150

Center for Biologics Evaluation and Research (Trung tâm Đánh giá và Nghiên cứu về Sinh vật)

1401 Rockville Pike

Suite 200 North

Rockville, MD 20852

Tel. (301) 827-6201

Center for Devices and Radiological Health (Trung tâm Phương pháp và Chăm lo sức khỏe bằng tia Xquang)

Rockville, MD 20850

Tel. (301) 594-4692

**Division of Import Operations and Policy
(Vụ nghiệp vụ nhập khẩu và chính sách)
(HFC170)**

5600 Fishers Lane

Rockville, MD 20857

Tel. (301) 443-6553

Fax (301) 594-0413

www.fda.gov

U.S. Public Health Service

(Dịch vụ Y tế Công cộng Hoa Kỳ)

**Centers for Disease Control and Prevention (CDC -
Trung tâm Kiểm tra và Ngăn ngừa bệnh tật)**

Office of Health and Safety (Văn phòng Sức khỏe và An toàn)

1600 Clifton Road

Atlanta, Georgia 30333

Tel. (404) 639-3235

www.cdc.gov

6. **U.S. Department of Energy (Bộ Năng lượng Hoa Kỳ)**
Office of Codes and Standards (Văn phòng Điều luật và Tiêu chuẩn)
Washington, DC 20585
Tel. (202) 586-9127
www.eren.doe.gov

7. **U.S. Department of the Interior (Bộ Nội vụ Hoa Kỳ)**
Fish and Wildlife Service (FWS - Dịch vụ về Cá và Thú hoang)
Office of Management Authority (Văn phòng cơ quan quản lý)
4401 N. Fairfax Drive
Arlington, VA 22203
Tel. (703) or (800) 358-2104
www.fws.gov

8. **U.S. Department of Justice (Bộ Tư pháp Hoa Kỳ)**
Drug Enforcement Administration (Phòng cưỡng chế ma túy)
700 Army-Navy Drive
Arlington VA 22202
Tel. (202) 307-7977
Fax (202) 307-7965
www.usdoj.gov/dea

9. **Nuclear Regulatory Commission (NRC - Hội đồng điều chỉnh nguyên tử)**
Office of International Programs (Văn phòng các chương trình quốc tế)
One White Flint North (Vùng đá lửa trắng phía Bắc)
11555 Rockville Pike
Rockville, MD 20852
Tel. (301) 415-7000

10. Federal Trade Commission (FTC - Ủy ban Thương mại Liên bang)

Bureau of Consumer Protection (Văn phòng bảo vệ người tiêu dùng)

Washington, DC 20580

Tel. (202) 326-2996 Division of Enforcement (Ban cưỡng chế)

Washington, DC 20580

Tel. (202) 326-2996

www.ftc.gov

11. International Trade Commission (ITC - Ủy ban Thương mại Quốc tế)

500 "E" Street, SW

Washington, DC 20436

Tel. (202) 205-2000

www.usitc.gov

12. U.S. Department of State (DOS - Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ)

Office of Defense Trade Controls (Văn phòng bảo vệ kiểm tra thương mại)

PM/DTC, Room 200, SA-6

Bureau of Political/Military Affairs (Văn phòng hoạt động chính trị/quân sự)

Washington, DC 20522-0602

Tel. (703) 875-6644

www.pmdtc.org

13. U.S. Department of Transportation (DOT - Bộ Giao thông Vận tải Hoa Kỳ)

National Highway Traffic Safety Administration (Ban quản lý an toàn lưu thông quốc lộ)

Office of Vehicle Safety Compliance (NEF-32) (Văn phòng bảo đảm an toàn xe cộ)

400 7th Street SW
Washington, DC 20590
Tel. 1-800-424-9393
Fax (202) 366-1024
www.nhtsa.dot.gov
Boating Standards Branch (Ngành tiêu chuẩn tàu thuyền)
U.S. Coast Guard (Bảo vệ bờ biển Hoa Kỳ)
Commandant (G-NAB-6)
Washington, DC 20593
Tel. (202) 276-0985
Office of Hazardous Materials (Văn phòng các chất
nguy hiểm)
400 7th Street SW
Washington, DC 20590-0001
Tel. (202) 366-4488

**14. U.S. Department of the Treasury (US Treas. - Bộ Tài
chính Hoa Kỳ)**

**Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms (ATF -
Văn phòng về Rượu, Thuốc lá và Súng ngắn)**

Washington, DC 20226
Tel. (202) 927-7920 (vũ khí và đạn dược)
(202) 927-8110 (đồ uống có cồn)
www.atf.treas.gov

**U.S. Customs Service (USCS - Tổng cục Hải quan
Hoa Kỳ)**

Office of Regulations and Rulings (Văn phòng quy tắc
và điều lệ)

1300 Pennsylvania Avenue NW
Washington, DC 20229
Tel. (202) 927-0760

**National Import Specialist Division (Bộ phận chuyên
gia nhập khẩu quốc gia)**

6 World Trade Center
New York, NY 10048

Tel. (212) 466-5618
Fax (212) 466-5830
Office of Foreign Assets Control (Văn phòng kiểm tra tài sản nước ngoài)
1500 Pennsylvania Avenue NW
Washington, DC 20220
Tel. (202) 622-2500
Fax (202) 622-1657 U.S. Secret Service
Washington, DC 20223
Tel. (202) 435-5708
www.tre.gov/treasury/bureaus/usss
www.treas.gov/treasury/services/fac

15. Environmental Protection Agency (EPA - Cơ quan Bảo vệ Môi trường)

401 M ST. SW.
Washington DC 20460
Fax: (202) 233 9660
Website: <http://www.epa.gov>

16. US Government Printing Office (GPO - Văn phòng xuất bản của Chính phủ)

Tel: (202) 512 2250
Website: <http://www.access.gpo.gov>

PHỤ LỤC 3

MỘT SỐ HỘI CHỢ LỚN Ở HOA KỲ

Tại Hoa Kỳ hàng năm tổ chức hàng ngàn cuộc triển lãm hàng hóa theo ngành như: thủy sản, may mặc, giày dép, quà tặng, đồ trang sức, thực phẩm, nhà hàng và khách sạn, xây dựng... quay vòng quanh năm và rải khắp nước Mỹ tại các thành phố lớn như New York, Dallas, Los Angeles, San Francisco, Seattle, Atlanta, Boston, Chicargo, Washington...

Để tham gia Hội chợ, triển lãm cần phải chuẩn bị trước một số vấn đề:

Nghiên cứu loại hình thích hợp với mình, đề ra mục tiêu tham gia, tìm hiểu những mặt mạnh, mặt hạn chế của nó, tính các chi phí và các mối quan hệ với ban tổ chức hội chợ, tìm hỏi danh sách các công ty tham gia triển lãm hàng, các công ty đến thăm hội chợ, nước ngoài có tham gia không hay chỉ có công ty trong nước, quy mô hội chợ lớn hay nhỏ, hội chợ dành cho công chúng phổ thông hay chuyên nghiệp...

Tìm một số người đã có kinh nghiệm hay đã tham gia hội chợ này để xin thông tin và để chuẩn bị các khâu cần thiết như: thu xếp hàng hóa tham gia hội chợ, thuê gian hàng, chuẩn bị tài liệu giới thiệu, nội dung đàm phán với khách đến thăm, catalog, danh thiếp (card visit), tổ chức hội thảo, chiêu đãi, quà tặng...

Hội chợ quốc tế hàng may mặc tại Las Vegas (Magic Show)

Đây là hội chợ lớn nhất Hoa Kỳ về quần áo và phụ kiện may mặc. Hội chợ này được tổ chức mỗi năm 2 lần vào

khoảng tháng 2 và tháng 8. Hội chợ gồm 4 khu chuyên ngành: Magic (quần áo nam), Wwdmagic (quần áo nữ), Magic Kids (quần áo trẻ em), The Edge (quần áo thời trang trẻ). Thường xuyên có khoảng 3.000 công ty Hoa Kỳ và các nước trưng bày trên 5.000 nhãn hiệu quần áo. Trang web: **www.magiconline.com** có đầy đủ thông tin về hội chợ này.

Hội chợ quốc tế về giày dép tại Las Vegas (WSA Show)

Đây là hội chợ lớn nhất Hoa Kỳ về giày dép, túi cặp, đồ đựng hành lý... do Hiệp hội Giày Thế giới (World Shoe Association) tổ chức mỗi năm 2 lần vào khoảng tháng 2 và tháng 8. Khoảng 1.000 công ty trưng bày hầu hết các nhãn hiệu giày, dép nổi tiếng trên thế giới và có khoảng 26.000 khách tham hội chợ. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có trên trang web: **www.wsashow.com**

Hội chợ giày thời trang New York (FFANY New York Shoe expo)

Hội chợ này do Hiệp hội giày dép thời trang New York (Fashion Footwear Association of New York), tổ chức mỗi năm 4 lần vào đầu tháng 2, tháng 6, tháng 8, và tháng 12. Hội chợ này quy mô nhỏ hơn hội chợ WSA Show Las Vegas, và có khoảng 800 nhãn hiệu giày dép thời trang nam, nữ, trẻ em được trưng bày. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có trên trang web: **www.ffany.org/nyse.html**

Hội chợ quà tặng tại New York (New York International Gift Fair)

Hội chợ lớn nhất Hoa Kỳ về mặt hàng quà tặng, thủ công mỹ nghệ, hàng trang trí trong nhà. Được tổ chức mỗi năm 2 lần vào tháng 2 và tháng 8 tại Jacob K. Javits Convention Center.

Diện tích trưng bày 611405 sqf (khoảng 5,7 hecta), có khoảng 2.900 công ty trưng bày hàng với gần 45.000 người tham dự. Thông tin về hội chợ có tại địa chỉ: <http://www.nyigf.com>

Hội chợ quà tặng tại San Francisco (San Francisco International Gift Fair)

Hội chợ này được tổ chức mỗi năm 2 lần vào tháng 2, và tháng 7 hoặc tháng 8 tại San Francisco. Với 3.100 gian hàng, thường có khoảng 1.900 công ty từ các nước trưng bày tại hội chợ. Trung bình khoảng 25.000 người mua hàng từ 12.000 cửa hàng trên nước Mỹ đến thăm quan hội chợ và mua hàng. Thông tin đầy đủ của hội chợ có tại trang web: <http://www.sfigf.com>

Hội chợ quốc tế về thủy sản tại Boston (International Boston Seafood Show)

Đây là hội chợ lớn nhất Hoa Kỳ về thủy sản đông lạnh và chế biến, và thiết bị ngành thủy sản. Hội chợ này được tổ chức hàng năm vào tháng 3. Khoảng 750 công ty chế biến, xuất nhập khẩu, phân phối, và các siêu thị ở Hoa Kỳ và các nước trưng bày. Thông tin về hội chợ này có trên trang web: www.bostonseafood.com

Hội chợ quốc tế về thủy sản tại Bờ Tây (The International West Coast Seafood)

Đây là hội chợ được tổ chức tại Long Beach, Los Angeles hàng năm vào tháng 11. Hàng trưng bày gồm thủy sản đông lạnh và chế biến và thiết bị ngành thủy sản. Khoảng 300 công ty chế biến, xuất nhập khẩu phân phối và các siêu thị ở Hoa Kỳ và các nước tham gia trưng bày. Trên trang web: <http://www.westcoastseafood.com/> có đầy đủ thông tin về hội chợ này.

Hội chợ quốc tế về đồ gia dụng trong nhà (The International Home Furnishings Market)

Hội chợ này được tổ chức mỗi năm 2 lần vào tháng 4 và tháng 10 tại thành phố High Point, Bang Bắc Carolina. Đây là hội chợ lớn nhất về đồ nội thất trên thế giới. Với diện tích 11,5 triệu fít vuông (tương đương với 106,8 hecta) gồm 188 toà nhà, hàng năm có khoảng 3.000 công ty trưng bày tại hội chợ, và thu hút khoảng 70.000 – 80.000 người thăm. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có tại các trang web:

<http://www.mmart.com/highpoint>;

<http://www.highpointmarket.org>

Hội chợ quốc tế về đồ gỗ và đồ đạc ngoài trời (The International Casual Furniture & Accessories Market)

Hội chợ này được tổ chức vào tháng 9 hàng năm tại thành phố Chicago. Hàng năm có khoảng 350 công ty tham gia trưng bày tại hội chợ này. Khách đến thăm hội chợ chủ yếu là các cửa hàng bán lẻ đồ gỗ ngoài trời của Hoa Kỳ. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có tại trang web:

<http://www.merchandisemart.com/casualmarket>

Hội chợ đồ nội thất và trang trí trong nhà tại Las Vegas

Với diện tích trưng bày là 7,5 triệu fít vuông (tương đương với khoảng 70 hecta), hội chợ đồ nội thất trong nhà lần đầu tiên được tổ chức ở Las Vegas vào tháng 7/2005, sẽ là hội chợ về đồ nội thất lớn nhất ở Bờ Tây Hoa Kỳ. Hơn 75% trong số 200 tập đoàn bán lẻ đồ gỗ và gia dụng hàng đầu của Mỹ đã đăng ký trưng bày tại hội chợ. Hơn 85% cho biết họ sẽ tham dự hội chợ này thay cho hội chợ đồ gỗ tại San Francisco. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có tại trang web:

<http://www.lasvegasmarket.com>

Hội chợ đồ nội thất tại San Francisco

Đây là hội chợ đồ gỗ truyền thống ở khu vực Bờ Tây được tổ chức mỗi năm 2 lần vào tháng 1 và tháng 7, có diện tích trưng bày là 1 triệu fít vuông (khoảng 9,3 hecta), với 300 phòng trưng bày hơn 1.000 loại sản phẩm đồ nội thất. Thông tin đầy đủ về hội chợ này có tại trang web: <http://www.sfmart.com>

Hội chợ máy chế biến gỗ và cung cấp đồ gia dụng Mỹ (The International Woodworking Machinery & Furniture Supply Fair USD)

Hội chợ này được tổ chức tại thành phố Atlanta là một trong những hội chợ lớn nhất thế giới về chế biến gỗ, các loại nguyên liệu cho công nghiệp chế biến gỗ, các sản phẩm ván sàn, công nghiệp bọc, nhồi ghế, đệm... Với diện tích trưng bày 834.000 fít vuông (khoảng 7,8 hecta), hàng năm có khoảng 1.330 công ty trưng bày, 25.000 khách mua hàng trong tổng số 43.000 người thăm quan hội chợ. Thông tin về hội chợ có thể truy cập tại địa chỉ: <http://www.iwf2004.com>

Hội chợ thực phẩm siêu thị tại Chicago (The FMI Chicago Show)

Đây là hội chợ lớn nhất Hoa Kỳ về hàng thực phẩm siêu thị, được tổ chức mỗi năm 1 lần vào tháng 5 tại thành phố Chicago. Khoảng 1.000 công ty trưng bày hàng thực phẩm đông lạnh và chế biến, rau quả các loại, các công ty cung cấp thiết bị chế biến thực phẩm và thiết bị bán hàng trong siêu thị. Thông tin về hội chợ này có tại trang web: www.fmi.org

PHỤ LỤC 4
CƠ QUAN ĐẠI DIỆN NƯỚC NGOÀI
CỦA VIỆT NAM TẠI HOA KỲ

(số liệu 10/2005)

Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ

Đại sứ: Nguyễn Tâm Chiến
Địa chỉ: 1233 20th ST NW, Suite 400, Washington,
DC 20036
ĐT: (202) 861-0737 / ext. 246
(202) 861-5841
Fax: (202) 861-1297 ; (202) 861-0917
Website: <http://www.vietnamembassy-usa.org>

Phái đoàn Việt Nam tại Liên hợp quốc

Đại sứ: Lê Lương Minh
Địa chỉ: 866, UN Plaza, 4th Floor, Suite 435, NY,
NY 10017
ĐT: (212) 644-0594
Fax: (212) 644-5732

Lãnh sự quán Việt Nam tại San Francisco

Tổng lãnh sự: Trần Tuấn Anh
Địa chỉ: 1700 California ST. Suite 430. San
Francisco, CA 94109
ĐT: (415) 922-1707
Fax: (415) 922-1848

Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ

Địa chỉ: 1730 M Street, N.W., Suite 501,
Washington D.C., 20036
Fax: 202 - 463 9439
E-mail: vinatrade@vietnam-ustrade.org
Website: www.vietnam-ustrade.org

Các cán bộ Thương vụ:

Ông Nguyễn Duy Khiên

Tham tán Thương mại
(Phụ trách chung)
Tel: 202 - 463 9425
E-mail: ndkhen@vietnam-ustrade.org

Bà Nguyễn Ngọc Lan

Tùy viên Thương Mại
(Phụ trách ngành hàng dệt may và giày dép)
Tel: 202 - 463 9426
E-mail: nnlan@vietnam-ustrade.org

Ông Trần Duy Đông

Tùy viên Thương mại
(Phụ trách ngành hàng đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ)
Tel: 202 - 463 9428
E-mail: tddong@vietnam-ustrade.org

Ông Đỗ Xuân Vinh

Tuỳ viên Thương Mại
(Phụ trách ngành hàng nông, lâm, thủy sản và thực phẩm)
Tel: 202 - 463 9419
E-mail: vinhdo@vietnam-ustrade.org

Chi nhánh Thương vụ tại San Francisco:

Vietnam Trade Office in San Francisco

E-mail: vinatrade-sf@vietnam-ustrade.org

Cán bộ chi nhánh:

Ông Trần Quốc Tuấn

Trưởng chi nhánh

E-mail: tqtuan@vietnam-ustrade.org

Trung tâm Thương mại Việt Nam tại New York:

Vietrade New York

7 West 36 Street, # 600, New York, N.Y., 10018

Tel: (212) 868-2686, Fax: (212) 868-2687

E-mail: vietrade-newyork@vietrade.gov.vn

Các cán bộ Trung tâm:

Ông Lê Xuân Dương

Giám đốc Trung tâm

E-mail: lxduong@vietrade.gov.vn

Ông Nguyễn Mạnh Hùng

Cán bộ Trung tâm

E-mail: hung@vietrade.gov.vn

PHỤ LỤC 5
CODE ĐIỆN THOẠI CARD CỦA MỸ VÀ CANADA
XẾP THEO MÃ VÙNG

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
201	Jersey City NJ	606	Lexington KY
202	DC	607	Binghamton NY
203	New Haven CT	608	Madison WI
205	Birmingham AL	609	Atlantic City NJ
206	Seattle WA	609	Trenton NJ
207	Maine	610	Allentown PA
208	Idaho	610	Vallay Forge PA
209	Fresno CA	612	Minneapolis MN
210	San Antonio TX	613	St Paul MN
212	Manhattan NY	614	Columbus OH
213	Los Angeles CA	615	Nashville TN
214	Dallas TX	616	Battle Creek MI
215	Philadelphia PA	616	Grand Rapids MI
216	Cleveland OH	617	Boston MA
217	Springfield IL	618	Cairo IL
218	Duluth MN	619	San Diego CA
219	Gary IN	630	Evanston IL
240	Bethesda MD	630	Melrose Pk IL
240	Rockville MD	630	Oak Brook IL
240	Frederick MD	701	North Docota
301	Bethesda MD	702	Nevada

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
301	Frederick MD	703	Alexandria VA
301	Rockville MD	703	Arlington VA
302	Delaware	704	Charlotte NC.
303	Denver CO	706	Columbus GA
304	West Virginia	707	Santa Rosa CA
305	Miami FL	708	Evanston IL
307	Wyoming	708	Melrose Pk IL
308	North Platte NE	712	Siuox City IA
309	Peoria IL	713	Houston TX
310	Santa Monica CA	714	Anaheim CA
312	Chicago IL	715	Eau Claire WI
313	Detroit MI	716	Buffalo NY
314	St Louis MO	716	Niagara Falls NY
315	Syracuse NY	717	Hurrisburg PA
316	Dodge City KS	717	Scranton PA
317	Indianapolis IN	718	Bronx NY
318	Shreveport LA	718	Brooklyn NY
319	Cedar Rapids IA	718	Queens NY
320	St Cloud MN	718	Staten Island NY
330	Akron OH	719	Pueblo CO
334	Montgomery AL	732	Freehold NJ
352	Citrus Springs FL	757	Norfolk VA
360	Olympia WA	757	Virginia Beach VA
401	Rhode Island	770	Decatur GA
402	Lincoln NE	773	Chicago IL
404	Atlanta GA	781	Revere MA

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
405	Oklahoma City OK	787	Puerto Rico
406	Montana	801	Utah
407	Orlando FL	802	Vermont
408	San Jose CA	803	Columbia SC
409	Beaumont TX	804	Lynchburg VA
410	Annapolis MD	804	Richmond VA
410	Baltimore MD	805	Bakersfield CA
410	Salisbury MD	806	Amarrillo TX
412	Pittsburgh PA	808	Hawaii
412	Uniontown PA	810	Flint MI
413	Springfield MA	812	Evansville IN
414	Green Bay WI	813	Tampa FL
415	San Fransisco CA	814	Altoona PA
417	Springfield MO	815	Rockford IL
419	Toledo OH	816	Kansas City MO
423	Chattanooga TN	817	Fort Worth TX
443	Annapolis MD	818	Burbank CA
443	Baltimore MD	847	Evanston IL
443	Salisbury MD	860	Hartford CT
501	Arkansas	864	Greenville SC
502	Frankfort KY	901	Memphis TN
503	Portland OR	903	Tyler TX
504	Baton Rouge LA	904	Tallahassee FL
504	New Orleans LA	906	Sault Ste. Marie MI
505	New Mexico	907	Alaska

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
507	Rochester MN	908	Elizabeth NJ
508	Plymouth MA	910	Reverside CA
509	Spokane WA	912	Savannah GA
510	Oakland CA	913	Kansas City KS
512	Austin TX	913	Topeka KS
513	Cincinnati OH	914	Mt Vernon NY
515	Des Moines IA	914	White Plains NY
516	Hempstead NY	915	El Paso TX
517	Lansing MI	916	Sacramento CA
518	Albany NY	917	Bronx NY
518	Schenectady NY	917	Brooklyn NY
520	Tucson AZ	917	Manhattan NY
530	Reading CA	917	Queens NY
540	Roanoke VA	917	Staten Island, NY
540	Winchester VA	918	Tulsa OK
541	Eugene OR	919	Raleigh NC
561	Boca Raton FL	931	Clarksville TN
562	Long Beach CA	937	Dayton OH
573	Jefferson City MO	941	Osprey FL
601	Mississippi	954	Ft. Lauderdale FL
602	Phoenix AZ	970	Aspen CO
603	New Hampshire	972	Carrollton TX
605	South Dacota	973	Newark NJ
		978	Danvers MA

CODE ĐIỆN THOẠI CARD CỦA MỸ VÀ CANADA
XẾP THEO TÊN

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
330	Akron OH	804	Lynchburg VA
907	Alaska	608	Madison WI
518	Albany NY	207	Maine
703	Alexandria VA	212	Manhattan NY
610	Allentown PA	917	Manhattan NY
814	Altoona PA	630	Melrose Pk IL
806	Amarrillo TX	708	Melrose Pk IL
714	Anaheim CA	901	Memphis TN
410	Annapolis MD	305	Miami FL
443	Annapolis MD	612	Minneapolis MN
501	Arkansas	601	Mississippi
703	Arlington VA	406	Montana
970	Aspen CO	334	Montgomery AL
404	Atlanta GA	914	Mt Vernon NY
609	Atlantic City NJ	615	Nashville TN
512	Austin TX	702	Nevada
805	Bakersfield CA	603	New Hampshire
410	Baltimore MD	203	New Haven CT
443	Baltimore MD	505	New Mexico
504	Baton Rouge LA	504	New Orleans LA
616	Battle Creek MI	973	Newark NJ

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
409	Beaumont TX	716	Niagara Falls NY
240	Bethesda MD	757	Norfolk VA
301	Bethesda MD	701	North Docota
607	Binghamton NY	308	North Platte NE
205	Birmingham AL	630	Oak Brook IL
561	Boca Raton FL	510	Oakland CA
617	Boston MA	405	Oklahoma City OK
718	Bronx NY	360	Olympia WA
917	Bronx NY	407	Orlando FL
718	Brooklyn NY	941	Osprey FL
917	Brooklyn NY	309	Peoria IL
716	Buffalo NY	215	Philadelphia PA
818	Burbank CA	602	Phoenix AZ
618	Cairo IL	412	Pittsburgh PA
972	Carrollton TX	508	Plymouth MA
319	Cedar Rapids IA	503	Portland OR
704	Charlotte NC.	719	Pueblo CO
423	Chattanooga TN	787	Puerto Rico
312	Chicago IL	718	Queens NY
773	Chicago IL	917	Queens NY
513	Cincinnati OH	919	Raleigh NC
352	Citrus Springs FL	530	Reading CA
931	Clarksville TN	781	Revere MA
216	Cleveland OH	910	Reverside CA

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
803	Columbia SC	401	Rhode Island
706	Columbus GA	804	Richmond VA
614	Columbus OH	540	Roanoke VA
214	Dallas TX	507	Rochester MN
978	Danvers MA	815	Rockford IL
937	Dayton OH	240	Rockville MD
202	DC	301	Rockville MD
770	Decatur GA	916	Sacramento CA
302	Delaware	410	Salisbury MD
303	Denver CO	443	Salisbury MD
515	Des Moines IA	210	San Antonio TX
313	Detroit MI	619	San Diego CA
316	Dodge City KS	415	San Fransisco CA
218	Duluth MN	408	San Jose CA
715	Eau Claire WI	310	Santa Monica CA
915	El Paso TX	707	Santa Rosa CA
908	Elizabeth NJ	906	Sault Ste. Marie MI
541	Eugene OR	912	Savannah GA
630	Evanston IL	518	Schenectady NY
708	Evanston IL	717	Scranton PA
847	Evanston IL	206	Seattle WA
812	Evansville IN	318	Shreveport LA
810	Flint MI	712	Siuox City IA
817	Fort Worth TX	605	South Dacota

Mã vùng	Tên thành phố và địa phương	Mã vùng	Tên thành phố và địa phương
502	Frankfort KY	509	Spokane WA
240	Frederick MD	217	Springfield IL
301	Frederick MD	413	Springfield MA
732	Freehold NJ	417	Springfield MO
209	Fresno CA	320	St Cloud MN
954	Ft. Lauderdale FL	314	St Louis MO
219	Gary IN	613	St Paul MN
616	Grand Rapids MI	718	Staten Island NY
414	Green Bay WI	917	Staten Island, NY
864	Greenville SC	315	Syracuse NY
860	Hartford CT	904	Tallahassee FL
808	Hawaii	813	Tampa FL
516	Hempstead NY	419	Toledo OH
713	Houston TX	913	Topeka KS
717	Hurrisburg PA	609	Trenton NJ
208	Idaho	520	Tucson AZ
317	Indianapolis IN	918	Tulsa OK
573	Jefferson City MO	903	Tyler TX
201	Jersey City NJ	412	Uniontown PA
913	Kansas City KS	801	Utah
816	Kansas City MO	610	Vallay Forge PA
517	Lansing MI	802	Vermont
606	Lexington KY	757	Virginia Beach VA
402	Lincoln NE	304	West Virginia
562	Long Beach CA	914	White Plains NY
213	Los Angeles CA	540	Winchester VA
		307	Wyoming

PHỤ LỤC 6

TOP WEB SITES HỮU ÍCH CHO XUẤT NHẬP KHẨU

<http://www.Business-in-vietnam.com>, Runckel & Associates in Portland, OR

<http://www.Customs.ustreas.gov>, Tìm kiếm về hải quan thuế quan

<http://www.Digilead.com>, Có thể chào bán và mua hàng qua Internet

<http://www.fly.com.cn>, Tư vấn thương mại quốc tế của Trung Quốc

<http://www.forwarders.com>, Thuê tàu và giao nhận vận tải của các nước

<http://www.gii.org>, Ủy ban Thông tin Thế giới

<http://www.ginfo.net>, Thông tin thương mại quốc tế về mọi lĩnh vực

<http://www.gpo.gov>, Ban in ấn của Chính Phủ Hoa Kỳ

<http://www.house.gov>, Hạ Viện Hoa Kỳ

<http://www.iccwbo.org>, Phòng Thương mại Thế giới

<http://www.iebb.com>, của Browning Trade Compass

<http://www.ifc.org>, Công ty Tài chính Thế giới

<http://www.imf.org>, Quỹ Tiền tệ Quốc tế

<http://www.industrysearch.com>, Tìm kiếm về ngành công nghiệp Hoa Kỳ

<http://www.itu.ch>, Liên đoàn Viễn Thông quốc tế

<http://www.jetro.org>, Xúc tiến thương mại Nhật Bản

<http://www.jsishipping.com>, Đại lý vận tải quốc tế

<http://www.kotra.or.kr>, Xúc tiến thương mại Hàn Quốc

<http://www.liffe.com>, Thị trường giao dịch hàng hoá London
<http://www.loc.gov>, Thư viện Quốc hội Hoa Kỳ
<http://www.miga.org>, Bảo đảm đầu tư quốc tế
<http://www.miti.gov.jp>, Bộ Thương mại Nhật Bản
<http://www.ourworld.compuserve.com>, Thông tin về chính phủ TTTM, PTM, SQ.
<http://www.pierspub.com>, Tìm kiếm tên các Công ty XNK của Hoa Kỳ
<http://www.Pmdtc.org>, Cơ quan kiểm soát XK vũ khí của Hoa Kỳ
<http://www.Senate.gov>, Thượng viện Hoa Kỳ
<http://www.tradecompass.com>, Website của Công ty Trade Compass
<http://www.tradeezone.com>, Công ty tư vấn nông sản của Achentina
<http://www.ttnet.net>, Mua bán và vận tải quốc tế, của Đài Loan
<http://www.usitc.gov>, Hội đồng Thương mại quốc tế Hoa Kỳ
<http://www.USpto.gov>, Cơ quan bản quyền Hoa Kỳ
<http://www.websiteasia.com>, T-Union-Asia
<http://www.whitehouse.gov>, Nhà Trắng -TTg Hoa Kỳ
<http://www.who.org>, Tổ chức Y tế Thế giới
<http://www.wipo.org>, Tổ chức Sở hữu trí tuệ Thế giới
<http://www.worldbank.org>, Ngân hàng Thế giới
<http://www.worldbid.com>, Chào mua và bán của Mỹ
<http://www.worldtariff.com>, Về biểu thuế của các nước
<http://www.wto.org>, Tổ chức Thương mại Thế giới