



BỘ CÔNG THƯƠNG - MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY

BÁO CÁO

THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ TƯƠI HOA KỲ



Hà Nội, 2015

Mục lục

I. GIỚI THIỆU CHUNG	5
1.1 Mục đích và phương pháp	5
1.2 Nhóm sản phẩm nghiên cứu	5
II. SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU RAU QUẢ TƯƠI CỦA VIỆT NAM SANG HOA KỲ	7
2.1 Sản xuất.....	7
2.2 Xuất khẩu	9
2.2.1 Mặt hàng rau quả tươi xuất khẩu.....	9
2.2.2 Thị trường xuất khẩu	12
2.3 Đánh giá môi trường cạnh tranh	13
2.4 Xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam sang Hoa Kỳ	14
III. ĐẶC ĐIỂM THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ TƯƠI HOA KỲ	18
3.1 Tiêu thụ	18
3.2 Xu hướng thị trường	19
3.3 Giá cả	21
3.4 Sản xuất và xuất nhập khẩu	24
3.4.1 Sản xuất	24
3.4.2 Xuất nhập khẩu	24
3.5 Tình hình cạnh tranh	26
3.6 Hệ thống phân phối.....	27
IV. CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU TẠI HOA KỲ	30
4.1 Thuế nhập khẩu.....	30
4.1.1. Các loại thuế tại thị trường Hoa Kỳ.....	30
4.1.2 Các mức thuế	31
4.1.3 Một số loại phí khác	32
4.2 Thủ tục nhập khẩu.....	32
4.2.1 Hạn ngạch nhập khẩu.....	32
4.2.2 Thủ tục hải quan	33
Kiểm tra hàng hóa trước khi thông quan	35
4.3 Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm.....	37
4.4 Quy định về bao bì và dán nhãn thực phẩm	43
4.4.1 Quy định về bao bì.....	43
4.4.2 Quy định về dán nhãn thực phẩm	44
V. PHỤ LỤC	46
Phụ lục 1	46
Danh sách một số hội chợ triển lãm chuyên ngành và liên quan tới rau quả tại Hoa Kỳ.....	46
Phụ lục 2	49
Danh sách một số nhà nhập khẩu rau quả tại Hoa Kỳ	49
Phụ lục 3	52
Tài liệu tham khảo	52

Danh mục từ viết tắt

Đvt:	Đơn vị tính
USD:	Đồng đô la Mỹ
WTO:	Tổ chức Thương mại Thế giới
ASEAN:	Hiệp hội các nước Đông Nam Á
EU:	Liên minh Châu Âu
ITC:	Trung tâm Thương mại Thế giới
GAP:	Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt

Danh mục bảng

TT	Tên bảng	Trang
Bảng 1.1	Các mặt hàng rau tươi	6
Bảng 1.2	Các mặt hàng quả tươi	6
Bảng 2.1	Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giai đoạn 2010– 2014	9
Bảng 2.2	Những mặt hàng rau quả tươi xuất khẩu chủ lực của Việt Nam từ năm 2010 đến năm 2014	10
Bảng 2.3	Số liệu thống kê sơ bộ xuất khẩu rau quả 10 tháng đầu năm 2015	12
Bảng 2.4	Nhóm 10 nước xuất khẩu mặt hàng rau quả tươi hàng đầu thế giới	13
Bảng 2.5	Xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam sang Hoa Kỳ	14
Bảng 3.1	Giá rau quả Hoa Kỳ tháng 10 năm 2015	22
Bảng 3.2	Nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ theo quốc gia giai đoạn 2010 -2015	25
Bảng 3.3	Nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ theo sản phẩm giai đoạn 2010 - 2015	25

Danh mục biểu đồ

TT	Tên biểu đồ	Trang
Biểu đồ 3.1	Hệ thống phân phối rau quả tươi Hoa Kỳ	28
Biểu đồ 4.1	Cách ghi ký mã hiệu trên bao bì gỗ	43

I. GIỚI THIỆU CHUNG

1.1 Mục đích và phương pháp

Báo cáo do Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE) – Bộ Công Thương thực hiện nhằm cung cấp thông tin hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng rau quả tươi Việt Nam mong muốn đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ.

Nội dung báo cáo tập trung:

- Đánh giá tình hình sản xuất, xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam và tình hình xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ;
- Cung cấp thông tin cụ thể về đặc điểm thị trường, xu hướng thị trường, tình hình tiêu thụ, giá cả, kênh phân phối, cạnh tranh, sản xuất và xuất/ nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ
- Đánh giá các quy định trong nhập khẩu rau quả tươi của thị trường Hoa Kỳ.

Ngoài Phần I giới thiệu chung, báo cáo có thêm ba phần nội dung chính. Phần II sẽ đánh giá tình hình sản xuất, xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam và tình hình xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ. Tiếp theo, Phần III cung cấp thông tin cụ thể về đặc điểm thị trường, xu hướng thị trường, tình hình tiêu thụ, giá cả, kênh phân phối, tình hình cạnh tranh, sản xuất và xuất/ nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ... Phần IV nêu lên các quy định thị trường như thuế suất nhập khẩu rau quả tươi, thủ tục nhập khẩu, quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm, bao bì đóng gói, nhãn mác và các quy định khác. Ngoài ra, Phần V sẽ cung cấp những nguồn thông tin hữu ích, danh sách một số nhà nhập khẩu rau quả tại Hoa Kỳ và các sự kiện xúc tiến thương mại trong ngành tại Hoa Kỳ để các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có thể tham khảo.

Phương pháp thực hiện báo cáo chủ yếu là thu thập, xử lý các nguồn thông tin đáng tin cậy của các tổ chức kinh tế, các tổ chức xúc tiến thương mại Việt Nam và quốc tế như: Cơ quan đại diện thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ, Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), Cục Xúc tiến thương mại, Tổng cục Hải quan Việt Nam, Hiệp hội rau quả Việt Nam (Vinafruit), Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ... Đặc biệt, các kết quả trong báo cáo được đưa ra trên cơ sở sử dụng phần mềm công cụ nghiên cứu thị trường của cổng thông tin “Bản đồ thương mại – Trade Map” của ITC, có kết hợp với việc thu thập thông tin, ý kiến từ các chuyên gia và các doanh nghiệp thông qua các buổi hội thảo, tọa đàm xúc tiến thương mại.

1.2 Nhóm sản phẩm nghiên cứu

Nhóm sản phẩm rau quả (rau quả tươi và rau quả chế biến) bao gồm tất cả các sản phẩm thuộc Chương 07, Chương 08 và Chương 20 trong Hệ thống phân loại HS. Tuy nhiên, trong khuôn khổ của báo cáo này chỉ nghiên cứu những mặt hàng rau và quả tươi, thuộc một số mã HS trong các Chương 07 và 08, không bao gồm mặt hàng hạt điều (thuộc nhóm các quả hạch ăn được) và các mặt hàng rau quả đã chế biến. Nhóm sản phẩm nghiên cứu được chia thành 02 loại: Rau tươi và Quả tươi, với các mã HS như sau:

Bảng 1.1: Các mặt hàng rau tươi

Mã hàng	Mô tả hàng hoá
0701	Khoai tây, tươi hoặc ướp lạnh
0702	Cà chua, tươi hoặc ướp lạnh
0703	Hành, hành tím, tỏi, tỏi tây, các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh
0704	Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và các loại rau ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh
0705	Rau diếp, xà lách (<i>lactuca sativa</i>) và rau diếp, xà lách xoăn (<i>cichorium spp</i>), tươi hoặc ướp lạnh.
0706	Cà rốt, củ cải, củ cải đỏ làm rau trộn (sa-lát), cần củ, diếp củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh
0707	Dưa chuột và dưa chuột ri, tươi hoặc ướp lạnh
0708	Rau đậu đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh
0709	Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh

Bảng 1.2: Các mặt hàng quả tươi

Mã hàng	Mô tả hàng hoá
0803	Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô
0804	Quả chà là, sung, vâ, dứa, bơ, ổi, xoài và măng cụt, tươi hoặc khô
0805	Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô
0806	Quả nho, tươi hoặc khô
0807	Các loại dưa (kể cả dưa hấu) và đu đủ, tươi
0808	Quả táo, lê và quả mọng qua, tươi
0809	Quả mơ, anh đào, đào (kể cả xuân đào), mận và mận gai, tươi
0810	Quả khác, tươi

II. SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU RAU QUẢ TƯƠI CỦA VIỆT NAM SANG HOA KỲ

2.1 Sản xuất

Việt Nam là quốc gia nằm ở khu vực Đông Nam Á có điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng thuận lợi, với khoảng 70% dân số làm nghề nông và diện tích canh tác rau quả khoảng 1.600.000 ha. Việt Nam có tiềm năng lớn để phát triển sản xuất và xuất khẩu mặt hàng rau quả. Mặt hàng rau quả của Việt Nam được đánh giá là giàu tiềm năng xuất khẩu với các loại sản phẩm nhiệt đới, ngon, quý hiếm và rất đa dạng, đồng thời rau quả cũng là ngành trồng trọt quan trọng trong nông nghiệp Việt Nam từ bao đời nay.

Các sản phẩm rau quả thế mạnh của Việt Nam là xoài, thanh long, vú sữa, nhãn, sầu riêng, chôm chôm, măng cụt và một số loại rau củ. Theo số liệu của Hiệp hội Rau quả Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau củ, trái cây tươi và chế biến sẵn có mức tăng trưởng khá tốt trong những năm gần đây. Kim ngạch xuất khẩu rau quả trong 5 năm qua tăng trưởng ở mức cao, bình quân 26,5% mỗi năm, từ 439 triệu USD năm 2009 lên gần 1,1 tỉ USD vào năm 2013 và đến 2014 đã chạm 1,6 tỉ USD. Trong đó, các thị trường đòi hỏi tiêu chuẩn cao như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Australia... đang mở rộng cửa cho nhiều loại trái cây tươi của Việt Nam.

Trong những năm qua, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu và hướng tới các thị trường tiềm năng như EU, Việt Nam đã và đang áp dụng một số kỹ thuật tiên tiến trong nông nghiệp như hệ thống “Quản lý dịch hại tổng hợp” (IPM), tiêu chuẩn GlobalGap... để trồng các loại trái cây không hạt, trái cây hữu cơ, trái cây có tính chữa bệnh, các loại trái cây được trồng từ giống nhập khẩu. Bên cạnh đó, Việt Nam đã xây dựng nhiều nhà máy chế biến rau quả với thiết bị hiện đại nhập khẩu từ EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản....

Năng lực sản xuất rau quả của Việt Nam

Hiện nay diện tích trồng rau quả của Việt Nam chiếm tỷ lệ lớn trong diện tích đất trồng trọt. Sản lượng rau quả hàng năm đạt khoảng 7 triệu tấn, trong số này chiếm đến 90% là tiêu thụ nội địa, chỉ có khoảng 10% phục vụ xuất khẩu. Tính đến năm 2014, Việt Nam có diện tích gieo trồng rau các loại khoảng 850 nghìn ha, năng suất tính bình quân cho các loại rau nói chung cả nước mới đạt khoảng 18 tấn/ha, sản lượng rau các loại cũng ước đạt 15 triệu tấn.

Diện tích trồng rau quả của nước ta đã tăng lên nhanh chóng trong khoảng 5 năm trở lại đây. Với những lợi thế về điều kiện tự nhiên, khu vực Đồng bằng sông Hồng trở thành vùng sản xuất rau lớn nhất nước, còn khu vực Đồng bằng sông Cửu Long là vùng sản xuất quả chủ yếu của cả nước. Những tỉnh có năng suất đạt cao nhất là Lâm Đồng, Đắk Lắk (Tây Nguyên), Hải Dương, Thái Bình, Hải Phòng (Đồng bằng sông Hồng), Trà Vinh, An Giang, Kiên Giang (Đồng bằng sông Cửu Long), Tp. Hồ Chí Minh, năng suất rau trung bình đạt trên 200 tạ/ha. Tuy nhiên, ngành sản xuất rau quả mới chỉ nhắm đến phục vụ thị trường trong nước.

Sản xuất rau, củ: Cả nước hiện có khoảng 854.000 ha rau các loại, cho sản lượng hàng năm khoảng 14,5 triệu tấn, trong đó Đồng bằng sông Hồng và Đồng bằng sông Cửu Long là hai vùng sản xuất rau lớn nhất nước.

Năng suất, diện tích của một số loại rau củ tính đến hết năm 2014 theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- **Cây ngô:** Diện tích gieo trồng trên cả nước trong năm 2014 đạt 1.178,9 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 44 tạ/ha, sản lượng ước đạt 5,2 triệu tấn; so với năm trước diện tích tăng 8,5 ngàn ha (tương đương 0,7%); năng suất giảm 0,4 tạ/ha (-0,8%), sản lượng giảm 5 ngàn tấn (-0,1%).

- **Cây khoai lang:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 131,7 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 108 tạ/ha, sản lượng ước đạt 14,22 triệu tấn; so với năm trước diện tích giảm 3,3 ngàn ha (tương đương -2,4%), năng suất tăng 7,4 tạ/ha (7,3%) sản lượng giảm 64 ngàn tấn (-4,7%).

- **Cây sắn:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 548,8 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 182,8 tạ/ha, sản lượng ước đạt hơn 10 triệu tấn; so với năm trước diện tích tăng 4,9 ngàn ha (tương đương 0,9%), năng suất tăng 3,4 tạ/ha (1,9%), sản lượng tăng 274 ngàn tấn (2,8%).

- **Cây mía:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 303,6 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 657,9 tạ/ha, sản lượng ước đạt 20 triệu tấn; so với năm trước diện tích giảm 6,8 ngàn ha (tương đương -2,2%); năng suất tăng 9,4 tạ/ha (1,5%), sản lượng giảm gần 155 ngàn tấn (-1,5%).

- **Cây lạc:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 209,2 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 21,8 tạ/ha, sản lượng ước đạt 455,1 ngàn tấn; so với năm trước diện tích giảm 7,2 ngàn ha (tương đương 3,3%); năng suất giảm 1 tạ/ha (-4,3%) sản lượng giảm 36,8 ngàn tấn (-3,8%).

- **Cây đậu tương:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 111,2 ngàn ha, năng suất bình quân đạt 14,3 tạ/ha, sản lượng ước đạt 160 ngàn tấn; so với năm trước diện tích giảm 6 ngàn ha, năng suất giảm 0,1 tạ/ha, sản lượng giảm 9,3 ngàn tấn (-4,5%).

- **Rau các loại:** Diện tích gieo trồng trên cả nước đạt 873 ngàn ha, năng suất bình quân đạt xấp xỉ 175 tạ/ha, sản lượng ước đạt 15,3 triệu tấn; so với năm trước diện tích tăng 25,8 ngàn ha (tương đương 3%); năng suất tăng 2,3 tạ/ha (1,3%), sản lượng tăng gần 650 ngàn tấn (4,4%).

Ngoài vùng Đồng bằng sông Hồng và Đồng bằng sông Cửu Long là hai vùng sản xuất rau lớn nhất nước, nhiều vùng rau an toàn đã được phát triển đem lại thu nhập cho người sản xuất và an toàn cho người tiêu dùng như: Hà Nội, Hải Dương, Hải Phòng, An Giang, Lâm Đồng... Các loại rau có khả năng phát triển để cung cấp cho xuất khẩu là cà chua, dưa chuột, đậu, ngô, cải các loại... Các sản phẩm này phát triển mạnh cả về quy mô và sản lượng. Phương thức sản xuất rau theo hướng nông nghiệp công nghệ cao đã được hình thành: sản xuất trong nhà màng, lưới chống côn trùng, sản xuất trong nhà plastic...

Sản xuất quả: Hiện nay diện tích cây ăn quả khoảng 700.000 ha, cho sản lượng hàng năm khoảng 7 triệu tấn quả các loại. Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trồng cây ăn quả lớn nhất cả nước (chiếm trên 50% diện tích và 60% sản lượng trái cây của cả nước). Về cơ

cầu: chuối là loại cây ăn quả có diện tích lớn nhất (chiếm khoảng 19% diện tích), tiếp theo là xoài, vải, chôm chôm, nhãn... Tính đến hết năm 2014, các loại cây ăn quả nhìn chung đều có kết quả thu hoạch khá, đáng chú ý là các loại cây như cam, quýt, xoài, dứa, chuối, nho... là những loại cây tiếp tục mang lại hiệu quả kinh tế khá, ước đạt mức tăng trưởng về sản lượng đều từ 2,5% trở lên.

Trên địa bàn cả nước, đã hình thành các vùng trồng cây ăn quả tập trung, cho sản lượng lớn như mạn Bắc Hà – Lào Cai; cam Vị Xuyên – Hà Giang, bưởi Đoan Hùng – Phú Thọ, vải Lục Ngạn – Bắc Giang, nhãn lồng Hưng Yên... Đã có một số vùng sản xuất quả tập trung như Thanh Long – Bình Thuận, sầu riêng com vàng hạt lép, vú sữa Lò Rèn... của các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long.

2.2 Xuất khẩu

Kể từ khi gia nhập WTO năm 2007, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam có xu hướng tăng mạnh. Hội nhập kinh tế đã tạo điều kiện mở rộng thị trường và là điều kiện tốt cho sản xuất mặt hàng rau quả phát triển.

Bảng 2.1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giai đoạn 2010– 2014

Dvt: nghìn USD

Năm	2010	2011	2012	2013	2014
Giá trị xuất khẩu	642.532	972.632	1.316.891	1.173.085	1.666.963
Tăng trưởng(+/- %)	-10,8%	+51,4%	+34,3%	-10,93%	+42,1%

Nguồn: Trademap - ITC, tháng 11/2015

Rau quả cũng là một trong số các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam. Tuy nhiên, trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, hàng rau quả có kim ngạch rất khiêm tốn. Trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu, hàng rau quả đứng thứ 5, sau gạo, cà phê, hạt điều và hạt tiêu. Điều đó chứng tỏ xuất khẩu rau quả so với các mặt hàng nông sản khác vẫn có rất khiêm tốn. Tuy nhiên, nếu nhìn vào tăng trưởng xuất khẩu qua từng năm, có thể nhận thấy được đây là mặt hàng có nhiều tiềm năng và cơ hội phát triển do nhu cầu của thị trường thế giới đối với sản phẩm của Việt Nam lớn hơn nhiều so với lượng xuất khẩu hiện tại.

Qua số liệu thống kê trên có thể thấy, sản lượng xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam không đồng đều qua các năm. Năm 2011 sau khi tăng trưởng 51,4% thì đến năm 2013 lại giảm 10,93%. Điều này cho thấy các mặt hàng rau quả của Việt Nam còn phụ thuộc vào một số thị trường chủ lực nên không có sự phát triển bền vững.

2.2.1 Mặt hàng rau quả tươi xuất khẩu

Nhìn chung, các loại xuất khẩu chủ yếu của rau quả tươi gồm có: Sản phẩm trái cây tươi: thanh long, dưa hấu, vải, nhãn, xoài, măng cụt, chôm chôm và chuối; Sản phẩm rau tươi: hành, tỏi, cà chua, bắp cải, dưa leo, khoai sọ, đậu dài.

Bảng 2.2: Những mặt hàng rau quả tươi xuất khẩu chủ lực của Việt Nam từ năm 2010 đến năm 2014*Dvt: triệu USD*

HS	Tên sản phẩm	2010	2011	2012	2013	2014
	Tổng XK rau quả tươi của Việt Nam	642.532	972.632	1.316.891	1.173.085	1.666.963
0810	Quả khác, tươi	146.526	182.431	392.115	252.818	729.736
0714	Sắn, củ dong, củ lan, a-ti-sô, khoai	222.666	448.372	585.511	408.190	426.466
2008	Quả hạch, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác	65.389	90.251	72.774	149.892	148.674
0811	Quả và quả hạch (nut), đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất làm ngọt khác	4.326	3.505	14.336	17.960	42.753
0807	Các loại dưa (kể cả dưa hấu) và đu đủ, tươi	111	255	285	436	40.458
0709	Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh	18.169	28.948	36.101	41.489	39.983
2009	Các loại nước ép trái cây và nước rau ép, chưa lên men hoặc chưa pha thêm rượu, đã hoặc chưa pha thêm đường, hoặc chất làm ngọt khác	25.629	18.734	16.617	17.842	36.028
2001	Rau, quả, quả hạch và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic	30.533	24.977	27.657	31.738	35.388
0710	Rau các loại (đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước), đông lạnh	7.829	21.245	17.733	23.602	34.398

2005	Rau khác đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic, không đông lạnh, từ các sản phẩm thuộc nhóm 2006	22.963	21.906	27.907	41.193	32.630
2004	Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 2006	9.698	14.168	15.254	18.555	22.276
0712	Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, hoặc ở dạng bột, nhưng chưa chế biến thêm	6.443	8.548	7.352	8.553	10.338
0711	Rau các loại đã bảo quản tạm thời nhưng không ăn ngay được	15.187	12.336	13.491	14.263	9.894
0805	Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô	3.126	8.486	9.497	8.766	9.326
2003	Nấm và nấm cục, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic	9.780	8.568	9.752	10.442	8.661
0703	Hành, hành tằm, tỏi, tỏi tây, các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh	16.309	31.756	25.448	25.226	6.743
0706	Cà rốt, củ cải, củ dền làm sa-lát, diếp củ, cần củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh.	1.066	937	1.479	1.389	6.298
0803	Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô	1.515	3.630	4.759	4.635	5.282
0704	Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và các loại rau ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh	3.763	4.057	4.764	3.739	3.921

0813	Quả khô trừ các loại thuộc nhóm 0801 đến 0806, hỗn hợp các loại quả hạch (nut) hoặc quả khô thuộc chương 08	5.892	4.396	5.037	11.144	3.605
0708	Rau đậu, đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh	1.477	545	401	1.989	3.037
2007	Mứt, thạch trái cây, mứt từ quả thuộc chi cam quýt, bột nghiền và bột nhào từ quả hoặc quả hạch (nut), thu được từ quá trình đun nấu, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác.	14.916	19.557	13.285	15.231	2.831
0804	Quả chà là, sung, vả, dứa, bơ, ổi, xoài và măng cụt, tươi hoặc khô	2.581	10.862	9.995	53.782	1.983

Nguồn: Trademap - ITC, tháng 11/2015

2.2.2 Thị trường xuất khẩu

Hiện nay các mặt hàng rau quả của Việt Nam đã có mặt trên 40 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó 10 thị trường chủ lực gồm: Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Đài Loan, Hà Lan, Malaysia, Thái Lan, Singapore và Nga.

Bảng 2.3: Số liệu thống kê sơ bộ xuất khẩu rau quả 10 tháng đầu năm 2015

Đơn vị: USD

Thị trường	10T/2015	10T/2014	10T/2015 so với cùng kỳ
Tổng kim ngạch	1.523.760.615	1.260.430.903	+20,89
Trung Quốc	989.674.262	337.642.698	+193,11
Nhật Bản	62.323.621	62.613.227	-0,46
Hàn Quốc	56.525.984	49.086.536	+15,16
Hoa Kỳ	45.034.993	48.440.604	-7,03
Đài Loan	33.679.637	27.804.975	+21,13
Hà Lan	32.959.817	33.117.053	-0,47
Malaysia	30.555.283	25.300.889	+20,77
Thái Lan	25.250.913	26.117.905	-3,32
Singapore	20.838.018	21.634.683	-3,68
Nga	20.454.146	31.457.300	-34,98

Nguồn: Tổng cục Hải quan, tháng 11/2015

Xét từng thị trường đơn lẻ, Trung Quốc vẫn là nước nhập khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam. Trong 10 tháng đầu năm 2015, Trung Quốc đã nhập khẩu rau quả từ Việt Nam với trị giá 989,67 triệu USD, tăng 193% so với cùng kỳ năm 2014, chiếm 64,95 tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Sản phẩm rau quả chính xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là: xoài, chuối, thanh long, chôm chôm...

Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản đạt 62,32 triệu USD, giảm 0,36% so với cùng kỳ năm 2014, xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt 56,53 triệu USD, tăng 15,16%, sang Hoa Kỳ đạt 45,03 triệu USD, giảm 7%. Nhìn chung, hầu hết các thị trường đều có mức tăng trưởng kim ngạch so với cùng kỳ năm 2014. Trong đó, thị trường Campuchia tuy kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 6,23 triệu USD nhưng lại có mức tăng trưởng mạnh nhất đạt 238,76%. Tuy nhiên xuất khẩu rau quả sang các thị trường Indonesia và Ucraina bị sụt giảm với mức giảm lần lượt là 42,44%, 34,98% và 39,36% so với cùng kỳ năm 2014.

2.3 Đánh giá môi trường cạnh tranh

Bảng 2.4: Nhóm 10 nước xuất khẩu mặt hàng rau quả tươi hàng đầu thế giới

Đvt: triệu USD

TT	Nước xuất khẩu	2010	2011	2012	2013	2014
	Thế giới	164.777.736	187.107.440	183.621.886	202.963.998	207.933.997
1	Trung Quốc	5.412.938	18.575.851	17.859.655	19.474.131	19.746.033
2	Tây Ban Nha	14.692.529	15.666.277	16.080.030	18.173.444	18.233.832
3	Hà Lan	14.167.958	16.533.946	15.750.133	17.786.575	17.861.603
4	Hoa Kỳ	13.520.674	15.081.860	15.966.467	16.874.961	17.020.056
5	Mexico	7.357.242	8.510.043	8.346.535	9.712.987	10.340.192
6	Bỉ	8.334.007	9.123.417	8.901.043	10.225.171	9.453.966
7	Italia	8.515.283	9.024.598	8.701.831	9.323.166	9.243.777
8	Canada	4.985.069	5.533.916	5.212.595	6.321.771	6.484.813
9	Pháp	6.006.893	6.560.447	6.156.235	6.733.054	6.449.598
10	Chile	4.657.305	5.363.224	5.446.267	5.943.198	6.203.262

Nguồn: Trademap - ITC, tháng 11/2015

Mặc dù là nước có tiềm năng xuất khẩu các mặt hàng nông sản, nhưng Việt Nam hiện mới chỉ chiếm vị trí rất nhỏ bé trong bức tranh xuất khẩu rau quả nói chung, cũng như rau quả tươi nói riêng của thế giới. Số liệu của ITC cho thấy, xét về mặt hàng rau quả tươi, Việt Nam xếp thứ 28 trong tổng số các nước xuất khẩu trên thế giới.

Chính phủ Việt Nam đã có nhiều chính sách khuyến khích phát triển ngành rau quả như: *Chủ trương chuyển đổi cơ cấu và đa dạng hóa cây trồng*, giảm diện tích trồng lúa năng suất kém chuyển trồng các loại cây lợi ích kinh tế cao, trong đó chủ yếu là cây ăn trái; *Chính sách phát triển kinh tế trang trại* tạo vùng sản xuất trái cây tập trung ở các vùng đất mới như Miền Đông Nam Bộ, Tây Nguyên, vùng núi phía Bắc...; *Chính sách phát triển kinh tế tập thể* trong đó có Hợp tác xã chuyên ngành trái

cây; Chính sách xúc tiến thương mại quốc gia các mặt hàng trọng điểm, trong đó có rau quả tươi và rau quả chế biến...

Ngoài ra, nhiều sự kiện hợp tác quốc tế có ảnh hưởng to lớn đến ngành rau quả Việt Nam như: Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ được ký kết năm 2001 mở ra cơ hội mới cho hàng Việt Nam xâm nhập thị trường Hoa Kỳ; Việt Nam tham gia AFTA trong khối ASEAN, ASEAN và Trung Quốc, ASEAN và Nhật, Hàn Quốc, ASEAN và EU; Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) vào năm 2007 thể hiện sự hội nhập sâu vào thị trường quốc tế với những ưu đãi và cam kết về giảm thuế, miễn thuế... Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi trên, ngành rau quả Việt Nam nói chung cũng còn nhiều những khó khăn và thách thức. Chất lượng rau quả với công nghệ sản xuất, công nghệ bảo quản sau thu hoạch của Việt Nam còn kém. Năng suất sản xuất của Việt Nam ở mức thấp so với các nước trong khu vực và nguồn nguyên liệu còn manh mún, không tập trung. Mặt hàng rau quả của Việt Nam chưa có thương hiệu trên các thị trường nhập khẩu trên thế giới. Các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU... ngày càng đặt ra các tiêu chuẩn khắt khe về kiểm dịch, vệ sinh thực vật.

Trong khi đó, mặt hàng rau quả Việt Nam gặp sự cạnh tranh gay gắt từ các nước trong khu vực. Các nước láng giềng như Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia đã tạo dựng được tên tuổi cho một số sản phẩm rau quả ở thị trường EU. Chẳng hạn Malaysia vào năm 2004 đã chiếm đến 46% lượng nhập khẩu của EU đối với những loại trái cây được ưa chuộng. Thái Lan có thị phần lớn cho các loại đu đủ, quả me, ngô ngọt, măng tây, ớt. Trung Quốc cũng nổi tiếng với sản phẩm lê, hành và nấm.

2.4 Xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam sang Hoa Kỳ

Tính đến tháng 10 năm 2015, sản lượng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ đạt 45,034 triệu USD, giảm 7,03% so với cùng kỳ năm 2014.

Bảng 2.5: Xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam sang Hoa Kỳ

Đvt: nghìn USD

HS	Sản phẩm	Việt Nam XK sang Hoa Kỳ	Hoa Kỳ NK từ thế giới			Việt Nam XK ra thế giới		
			2012	2013	2014	2012	2013	2014
0703	Hành tây, hành, hẹ, tỏi, tỏi tây và các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh	365	425.702	538.477	492.688	25.448	25.226	6.743
0704	Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và cây họ bắp cải ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh	39	196.526	264.782	270.070	4.764	3.739	3921
0705	Rau diếp, xà lách, và rau diếp xoăn, tươi hoặc ướp lạnh	0	172.981	203.204	225.998	88	75	294

VIETRADE - Báo cáo thị trường rau quả tươi Hoa Kỳ

0706	Cà rốt, củ cải, củ dền làm sa-lát, diếp củ, cần củ, củ cải ri, và các loại rễ ăn được tương tự hoặc ướp lạnh.	31	96.724	106.300	110.397	1.479	1.389	6.298
0707	Dưa chuột và dưa chuột ri, tươi hoặc ướp lạnh	2	492.071	612.300	631.370	85	2	57
0708	Rau đậu, đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh	239	152.580	178.283	176.664	401	1.989	3.037
0709	Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh	501	2.195.182	2.565.739	2.584.354	36.101	41.489	39.983
0710	Rau các loại (đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước), đông lạnh	3.894	799.558	784.943	835.664	17.733	23.602	34.398
0711	Rau các loại đã bảo quản tạm thời nhưng không ăn ngay được	143	20.375	24.073	23.160	13.491	14.263	9.894
0712	Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, vụn hoặc	144	211.801	233.747	239.367	7.352	8.553	10.338
0713	Các loại rau khô, đã bóc vỏ quả, đã hoặc chưa bóc vỏ hạt hoặc làm vỡ hạt	54	481.967	378.237	421.839	1.292	2.249	1.107
0714	Sắn, củ dong, củ lan, a-ti-sô Jerusalem, khoai lang, và các loại củ và rễ tương tự có hàm lượng tinh bột hoặc inulin cao, tươi, ướp lạnh, đông lạnh hoặc khô, đã hoặc chưa thái lát hoặc làm thành dạng viên, lõi cây cọ sago	622	171.546	192.655	182.325	585.511	408.190	426.466
0803	Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô	549	2.084.355	2.161.116	2.192.007	4.759	4.635	5.282
0804	Quả chà là, sung, vắ, dứa, bơ, ôi, xoài và măng cụt, tươi hoặc	2	1.798.688	2.135.222	2.652.552	9.995	53.782	1.983
0805	Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô	23	500.980	635.883	759.576	9.497	8.766	9.326
0806	Quả nho, tươi hoặc khô	0	1.077.488	1.223.891	1.216.935	1.893	3.356	631
0807	Các loại quả họ dưa (kể cả dưa hấu)	5	555.519	642.052	671.506	285	436	40.458
0808	Quả táo (apple) lê và quả mọng, tươi	0	242.718	327.144	362.322	277	580	403

0809	Quả mơ, anh đào, đào (kể cả xuân đào), mận và mận gai, tươi	0	129.729	133.590	142.092	2	8	1
0810	Quả khác, tươi	9.026	1.433.526	1.503.019	1.780.827	392.115	252.818	729.736
0811	Quả và quả hạch, đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất làm ngọt khác	1.109	625.173	630.814	733.931	14.336	17.960	42.753

Nguồn: Trademap - ITC, tháng 11/2015

Nông sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ khá đa dạng với nhiều chủng loại, nhưng do có sự biến động về thị trường và khối lượng xuất khẩu nên cơ cấu các mặt hàng rau, quả xuất khẩu sang thị trường này đã có sự thay đổi đáng kể. Hoa Kỳ đã tăng nhập khẩu các loại rau, quả tươi và giảm dần các sản phẩm rau, quả đóng hộp. Điển hình là sản lượng các loại rau và quả tươi của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ luôn đạt mức cao nhất so với các loại mặt hàng rau củ khác (rau củ đã qua chế biến). Để đảm bảo đáp ứng được các nhu cầu của thị trường này, doanh nghiệp Việt Nam cần nghiên cứu kỹ các xu hướng về tiêu dùng rau quả trên thị trường này để có chính sách xuất khẩu phù hợp.

Trong nhóm hàng rau quả xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, ngoài thanh long, chôm chôm, mận tây nhãn và vải đã chính thức được thị trường Hoa Kỳ chấp nhận. Dù mới mở cửa cuối năm 2014 nhưng tính đến tháng 4/2015, đã có 02 doanh nghiệp Việt Nam tham gia xuất khẩu nhãn sang thị trường Hoa Kỳ với số lượng 51 tấn, chủ yếu bằng đường hàng không và một số nhỏ bằng đường biển. Dự kiến mỗi năm, Việt Nam có thể xuất khẩu sang Hoa Kỳ khoảng 600 tấn vải và 1.200 tấn nhãn, đóng góp một phần không nhỏ vào kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau quả nói chung. Tuy bị cạnh tranh mạnh với Thái Lan, Mexico, nhưng chôm chôm Việt Nam với lợi thế sản xuất được sản phẩm trái vụ nên từ khi sang được thị trường Hoa Kỳ (tháng 11/2011) đến nay sản lượng chôm chôm luôn ổn định. Thanh long cũng là loại quả mới được thị trường Hoa Kỳ cấp phép sau một thời gian dài mặt hàng này bị phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc. Năm 2014, Việt Nam vẫn xuất khẩu tới 80% sản lượng thanh long sang Trung Quốc chủ yếu qua đường tiểu ngạch, tuy nhiên sau khi được xử lý nhanh bằng chiếu xạ để kéo dài tuổi thọ, thanh long Việt Nam đã xâm nhập được vào thị trường Hoa Kỳ và đang dần khẳng định vị thế của mình tại thị trường này. Đồng thời đây là cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam giảm dần lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc cũng như đảm bảo tăng trưởng bền vững. Việt Nam đang tiếp tục thúc đẩy Cơ quan kiểm dịch động thực vật Hoa Kỳ đẩy nhanh tiến độ thực hiện phân tích nguy cơ dịch hại (PRA) đối với xoài và vú sữa để sớm cho phép 2 loại quả này xuất khẩu vào Hoa Kỳ.

Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ chưa lớn, trong khi vốn đầu tư lớn nên các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Việt Nam không dám mở rộng đầu tư vì còn lo lắng về hiệu quả. Như với quả thanh long, theo tính toán, để xuất sang Hoa Kỳ, tổng quá trình đầu tư cho sản phẩm mất từ 6-8USD/kg, chi phí vận chuyển cũng lớn do xa nên giá thành cao, sản phẩm khó cạnh tranh. Đây cũng là tình hình chung không chỉ với mặt hàng thanh long mà với hầu hết các mặt hàng rau quả

tươi của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong khi Hoa Kỳ là một thị trường tiềm năng cho mặt hàng rau quả Việt Nam, với lượng tiêu thụ bình quân đầu người và sản lượng nhập khẩu hàng năm rất lớn.

III. ĐẶC ĐIỂM THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ TƯƠI HOA KỲ

3.1 Tiêu thụ

Sau giai đoạn tăng trưởng đến năm 2009, tiêu thụ rau quả tính theo đầu người năm 2014 tại Hoa Kỳ giảm 7% trong 5 năm vừa qua, trong đó đặc biệt là suy giảm tiêu thụ về rau quả (-7%) và nước trái cây (-14%). Nếu không tính nước trái cây, tốc độ suy giảm rau quả chỉ còn 2% trong 5 năm vừa qua. Trái cây đã tăng trưởng trong một số phân đoạn thị trường theo dân số, đặc biệt là trẻ em ở các lứa tuổi và người lớn từ 18-44 tuổi. Ngoài ra, nguồn cung trái cây tươi tăng trưởng 4% trong 5 năm vừa qua và nguồn cung rau quả tươi không có sự tăng trưởng nhiều nhưng rau quả đóng hộp đã suy giảm 13% trong giai đoạn này. Rau quả từ cây trồng tại gia đình cũng suy giảm.

Những hành vi dẫn đến suy giảm trong tiêu thụ rau quả tươi

Suy giảm trong tiêu thụ rau quả tươi là do 2 hành vi chính sau đây: bữa ăn tối dùng ít rau quả hơn và bữa ăn sáng dùng ít trái cây hơn. Những mặt hàng chủ yếu như nước cam, salad, ngô và hạt đậu được tiêu thụ ít đã dẫn đến sự suy giảm này. Salad được dùng ít hơn dẫn đến suy giảm trong tiêu thụ rau quả như dưa chuột và cà chua.

Rau quả từ lâu đã bị tác động của việc thay đổi cách dùng trong các bữa ăn tối. Người Mỹ thường có thói quen tìm kiếm sự tiện dụng trong các bữa ăn tối và một trong những cách đó là đưa ít các món ăn thêm vào bữa tối của mình. Và họ cũng đang dùng ít thành phần thức ăn hơn cho bữa tối. Điều này cùng với sự tăng trưởng đều đặn của lựa chọn tiện dụng như món chính ăn ngay hoặc để đông lạnh dẫn đến sự suy giảm của tiêu thụ rau quả tươi.

Sự suy giảm của nước trái cây tươi 100% là do một số yếu tố. Một trong những yếu tố đó là việc quan tâm đến tiêu dùng thực phẩm có tỷ lệ các bon thấp và sự cạnh tranh ngày càng tăng của các loại nước uống khác như nước khoáng có mùi vị. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ cũng khuyến khích người dân tiêu thụ ít đồ uống có đường hơn và người tiêu thụ không có chủ ý đưa nước trái cây 100% vào dạng đồ uống này.

Tuy vậy, mặc dù có sự suy giảm, rau quả vẫn là nền tảng của chế độ ăn kiêng của người Mỹ. Trên thực tế, rau quả là 4 trong số 5 loại món ăn thêm trong các bữa ăn tối tại nhà và trái cây là đồ ăn vặt thứ 2 sau bánh kẹo.

Tiêu thụ trái cây gia tăng từ bữa ăn sáng và đồ ăn vặt

Trái cây đã có sự tăng trưởng từ các bữa ăn sáng bởi bữa sáng liên quan nhiều hơn đến sức khỏe và trái cây các loại đã được dùng cho ăn sáng. Ví dụ như quả berry và chuối được người tiêu dùng yêu thích sử dụng vì tính linh hoạt trong sử dụng và được dùng cùng với sữa chua và ngũ cốc. Trái cây cũng là một trong hai đồ ăn vặt được dùng hàng ngày và đang tăng lên, đặc biệt là ăn vặt buổi sáng.

Sự chuyển đổi về lứa tuổi trong việc tiêu thụ rau quả và trái cây

So với năm 2009, người tiêu dùng trẻ hơn dùng nhiều rau quả và trái cây hơn trong khi hầu hết các lứa tuổi khác đang tiêu thụ ít rau quả và trái cây hơn. Cụ thể như sau:

- Trẻ em ở tất cả lứa tuổi tiêu dùng nhiều trái cây hơn và đang gia tăng ở các bữa ăn. Quả berry, chuối, táo và cam dẫn đầu sự tăng trưởng này.
- Người lớn từ 18 tuổi đến 44 tuổi đang ăn nhiều trái cây hơn vào bữa sáng, đặc biệt là berry và chuối.
- Phụ nữ làm việc ở nhà và phụ nữ theo phong cách gia đình truyền thống có sự gia tăng lớn về tiêu thụ trái cây trong 5 năm vừa qua.
- Người Mỹ gốc Phi, gốc Tây Ban Nha và những người ở vùng Trung Tây Bắc, miền núi và bờ biển Thái Bình Dương ăn nhiều trái cây hơn cũng như những hộ gia đình với thu nhập hàng năm hoặc từ 20.000 – 40.000 USD hoặc nhiều hơn 60.000 USD.

Tiêu thụ rau quả của người cao tuổi giảm dần, mặc dù vẫn ở mức nhiều nhất

Với tốc độ suy giảm 2 chữ số trong tiêu thụ rau quả ở người lớn trên 45 tuổi và nhất là những người trên 65 tuổi, vốn là những người tiêu dùng nhiều rau quả nhất, sự suy giảm tiêu thụ của người cao tuổi thể hiện ở những điểm sau:

- Tiêu thụ trái cây giảm do sự suy giảm trong tất cả các bữa ăn chính, đặc biệt là ăn trưa và ăn tối, ít người ăn một cách tự nhiên và ít người ăn các món như là món tráng miệng. Sự suy giảm lớn nhất xảy ra đối với chuối và một số loại hoa quả khác.
- Một lượng lớn người tiêu thụ rau quả đã suy giảm, nhất là trong các bữa ăn tối. Rau diếp và các loại rau để làm salad như cà chua đã suy giảm nhiều nhất, sau đó là hành, khoai tây và các loại rau tổng hợp khác. Tiêu thụ rau trong bữa trưa cũng suy giảm mặc dù rau ăn dùng vào buổi sáng tăng nhẹ.

Một trong những lý do của tình trạng trên có thể là đối với người già (trên 50 tuổi), bữa ăn tối của họ đã thay đổi. Người Mỹ ít chuẩn bị đĩa ăn chính chứa nhiều protein hơn. Thay vào đó, người ta chọn bữa ăn tổng hợp chung như pizza hay sandwich. Điều này tác động đến việc sử dụng các món ăn phụ trong đó rau thường chiếm phần lớn nhất. Sự thay đổi này cùng với xu hướng chung về việc đơn giản hóa bữa ăn tối (ít món ăn phụ và tráng miệng hơn) đã dẫn dắt xu hướng suy giảm của những người tiêu thụ nhiều tuổi.

3.2 Xu hướng thị trường

Tiêu thụ rau quả dự kiến tăng trưởng khoảng 4% trong 5 năm tới hoặc với tốc độ tương ứng với tốc độ tăng dân số xét về mặt cơ học, kết quả là tiêu thụ đầu người sẽ là khá thấp trong thời gian tới.

Mặt hàng rau quả dự kiến sẽ có lợi nhiều hơn từ dân số già do người tiêu dùng nhiều tuổi ưa dùng rau quả nhiều hơn do mối quan ngại nhiều hơn về sức khỏe và những điều kiện về y tế chặt chẽ hơn. Rau quả cần được phát triển mạnh hơn chứ không chỉ theo tốc độ tăng trưởng dân số. Tuy nhiên, nếu những hành vi tiêu dùng hiện tại của những người tiêu dùng trên 50 tuổi không có sự thay đổi hoặc cải thiện thì tốc độ tăng trưởng rau quả nhiều khả năng sẽ không đạt được như dự kiến ban đầu. Điều này là do người nhiều tuổi hiện tiêu dùng ít rau quả hơn so với những người đồng niên cách nay 10 năm. Tiêu dùng trái cây, không kể nước ép hoa quả, dự kiến sẽ tăng trưởng 9% trong vòng 5 năm tới trong khi rau quả tươi sẽ tăng với tốc độ 8%. Tuy vậy, vẫn có tốc độ tăng trưởng tích cực đối với tiêu thụ rau quả của những người dưới 40 tuổi và được kỳ vọng là sẽ tạo ra tương lai dài hạn cho tiêu thụ rau quả. Nhóm người này đang tiêu thụ nhiều rau quả hơn những

người đồng niên một thập niên trước đây. Xét trên tổng thể, đối với lĩnh vực rau quả, tốc độ tăng trưởng tích cực và tốc độ tăng trưởng tiêu cực của 2 nhóm tiêu dùng nói trên bù đắp lẫn nhau, dẫn đến tình huống là tốc độ tăng dân số sẽ là nhân tố chính tác động đến tốc độ tăng 4% dự kiến trong 5 năm tới. Hay nói cách khác, lượng dân số gia tăng sẽ dẫn đến lượng tiêu thụ rau quả tăng lên.

Tiêu thụ trái cây, không bao gồm nước hoa quả ép, dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ 9% trong 5 năm tới trong khi đó, tiêu thụ rau quả tươi dự kiến sẽ có tốc độ 8%.

Một số điểm cần lưu ý trong xu hướng tiêu thụ rau quả của Hoa Kỳ

Liên quan đến người già

Trong khi các bà mẹ và trẻ em có sự tăng trưởng tích cực về tiêu thụ rau quả, tỷ lệ người già (trên 50 tuổi) dùng rau quả suy giảm trong 5 năm vừa qua. Lợi ích về sức khỏe của rau quả là một điểm quan trọng nhưng có một số yêu cầu là rau quả không đáp ứng được nhu cầu về sức khỏe và tiêu dùng hàng ngày của họ. Những người già có những cách khác ngoài sử dụng rau quả để đáp ứng nhu cầu về sức khỏe của họ. Xu hướng về đơn giản hóa các bữa ăn trong 30 năm qua đã làm suy giảm lượng tiêu thụ rau quả trong các bữa ăn tối của họ.

Quan hệ đối tác

Tiêu thụ rau quả liên quan đến thực phẩm chính đang suy giảm. Tuy nhiên, xu hướng suy giảm này lại là một cơ hội cho những công ty marketing kết nối với những công ty chế biến những thực phẩm chính có chứa rau quả như món khai vị có chứa thịt bò và thịt lợn, salad và món ăn Ý. Ví dụ như sữa chua là mặt hàng tự nhiên gắn liền với các loại quả. Rau và một số loại trái cây rất phù hợp với pizza. Rất nhiều loại rau có thể đưa vào sandwich có thịt lợn và các món ăn Mêhicô.

Yếu tố giá cả

Người tiêu dùng thường hay chú ý đến giá cả của rau quả nhưng lại quên mất là liên quan đến những lựa chọn khác khi rau quả là lựa chọn tốt cho những người xem xét ngân sách của mình. Vì hầu hết rau quả được tiêu thụ tại gia đình, điều quan trọng cần ghi nhớ là giá cả của bữa ăn chuẩn bị tại gia chỉ bằng 1/3 chi phí một bữa ăn trung bình ở ngoài nhà hàng. Những công ty marketing và giáo dục có thể khuyến khích người tiêu dùng nhạy cảm về giá cả ăn ở nhà nhiều hơn cách thức mua bữa ăn chuẩn bị sẵn như thế nào và những mặt hàng tiện lợi khác ở siêu thị và rẻ hơn ăn ở ngoài.

Cơ hội ở ăn ngoài, nhà hàng

Khoảng 10% lượng rau và 2% lượng trái cây được tiêu thụ ở nhà hàng. Điều này có nghĩa là trong khi những cửa hàng rau quả và nấu ăn ở nhà là nơi tiêu thụ lớn nhất về rau quả trong phong cách ăn kiêng của người Mỹ thì tồn tại cơ hội cho tăng trưởng tiêu thụ rau quả ở các nhà hàng. Do xu hướng ăn uống ngoài gia đình trên đà suy giảm kể từ năm 1999, cần phải tìm những cơ hội cho tăng trưởng rau quả đối với ăn uống ngoài gia đình. Trong số những nguồn ăn uống ngoài gia đình thì 64% số cá nhân có thói quen ăn ở những cửa hàng ăn nhanh trong thời gian 2 tuần/tháng. Những địa điểm ăn uống ngoài gia đình (Applebee's, Golden Corral, Bob Evans...), những nhà hàng cao cấp (Olive Garden, Red Lobster, Outback Steakhouse...) và những cửa hàng tiện lợi khác (7-Eleven,

Sheetz, WaWa, Casey's...). Yếu tố quan trọng nhất để gia tăng tiêu thụ rau quả là tăng cường hơn nữa ở những cửa hàng ăn nhanh.

3.3. Giá cả

Hội nhập sâu hơn vào thị trường thế giới là xu hướng dài hạn của thị trường rau quả Hoa Kỳ khi phần nhập khẩu trong tổng cung tăng lên đều đặn. Từ năm 2010 đến năm 2013, trên 25% lượng rau tươi và đông lạnh là từ nguồn nhập khẩu. Đồng thời, thị trường thế giới cũng quan trọng đối với Hoa Kỳ khi xuất khẩu rau tươi và rau đông lạnh, tính theo tỷ lệ của thu hoạch vẫn ở mức ổn định là 7% và 8%.

Cục Thống kê Nông nghiệp quốc gia Hoa Kỳ, thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) vừa đưa ra giá ước tính đối với nhiều mặt hàng nông nghiệp, trong đó có rau quả được bán tại thị trường Hoa Kỳ vào tháng 9 và tháng 10 năm 2015 trong bảng dưới đây (có so sánh với thời điểm cùng kỳ năm 2014). Trong bảng này, giá cả năm 2011 được lấy làm mốc so sánh để xem xét sự biến động về giá cả đối với những mặt hàng rau quả trên thị trường Hoa Kỳ.

Bảng 3.1: Giá rau quả Hoa Kỳ tháng 10 năm 2015

Hàng nguyên liệu thô	Năm 201 - Giá cơ bản	Tháng 10 năm 2014	Tháng 9 năm 2015	Tháng 10 năm 2015
Thu hoạch mùa vụ				
Đậu trắng Áo dollars/cwt	19,50	(D)	(D)	26,30
Lúa mạch,tất cảdollars/giạ	4,79	5,24	5,49	5,54
Thức ăn.....dollars/giạ	4,59	3,13	3,25	2,98
Ủ mạch nha..... dollars/giạ	4,83	5,76	5,73	5,78
Đậu hạt, khô ăn được . dollars/cwt	34,60	32,20	27,30	27,30
Hạt cải dầu..... dollars/cwt	23,10	15,80	15,10	14,80
Đậu hạt, các loại..... dollars/cwt	35,70	26,00	28,70	26,60
Loại lớn.....dollars/cwt	39,20	29,70	29,40	27,20
Loại nhỏ..... dollars/cwt	23,40	21,00	23,50	22,90
Ngô dollars/giạ	6,02	3,57	3,68	3,67
Bông, cao nguyên.... dollars/pound	0,880	0,645	0,603	0,578
Hạt bông..... dollars/tấn	131,00	201,00	203,00	235,00
Hạt lanh.....dollars/giạ	14,20	11,50	9,07	8,59
Cỏ khô, tất cả, bó..... dollars/tấn	159,00	171,00	145,00	146,00
Cỏ linh lăng..... dollars/tấn	176,00	193,00	157,00	156,00
Loại khác. dollars/tấn	119,00	128,00	119,00	124,00
Hạt đậu lăng..... dollars/cwt	27,50	23,70	28,40	29,40
Yến mạchdollars/giạ	3,42	3,16	2,03	2,20
Lạc.....dollars/pound	0,252	0,210	0,201	0,187
Đậu hạt, loại khô.....dollars/cwt	13,60	11,00	12,40	10,90
Khoai tây dollars/cwt	9,78	7,30	7,45	7,23
Gạo các loại..... dollars/cwt	13,70	14,00	11,60	12,30
Hạt dài..... dollars/cwt	12,30	12,90	10,90	11,50
Hạt vừa và ngắn..... dollars/cwt	18,40	18,70	15,70	14,90
Hạt lúa miến..... dollars/cwt	10,70	6,26	7,36	6,26
Đậu tương..... dollars/giạ	12,50	9,97	9,05	8,81
Hương dương.....dollars/giạ	29,00	21,70	25,20	18,60
Lúa mì hạt dẻo.....dollars/giạ	7,44	5,71	4,72	4,87
Loại mùa xuân..... dollars/giạ	6,93	5,65	4,64	4,79
Loại cứng đỏ mùa đông..... dollars/giạ	9,22	8,48	6,36	6,56
Loại khác mùa xuân.dollars/giạ	8,33	5,57	4,68	4,80
Loại cứng đỏ mùa đôngdollars/giạ	7,07	5,48	4,35	4,46
Loại mềm đỏ mùa đôngdollars/giạ	6,77	4,95	4,31	4,55
Loại mùa xuân đỏ cứng dollars/giạ	8,38	5,53	4,63	4,74
Loại trắng dollars/giạ	6,58	6,15	5,49	5,62
Trái cây				
Cam quýt, loại tương tự				
Bưởi dollars/hộp	7,47	12,33	7,64	13,79

VIETRADE - Báo cáo thị trường rau quả Hoa Kỳ

Chanh dollars/hộp	12,30	38,47	31,02	36,18
Cam dollars/hộp	8,16	13,82	14,80	15,28
Bưởi lai quýt..... dollars/hộp	3,50	(S)	(S)	(S)
Tangerines và mandarins.....dollars/hộp	15,30	(D)	(S)	(S)
Không phải Cam quýt, loại tươi	0,325	0,402	0,430	0,414
Táo 1 dollars/pound	628,00	1,530,00	1,490,00	1,510,00
Nho 1 dollars/tấn	507,00	(S)	828,00	(S)
Quả đào 1 dollars/tấn	559,00	696,00	708,00	744,00
Quả lê 1 dollars/tấn	104,00	112,00	71,30	100,00
Dâu tây dollars/cwt				
Rau tươi 1				
Măng tây..... dollars/cwt	37.50	(NA)	(NA)	(S)
Đậu hạt, snap 2.dollars/cwt	69.00	63.10	(D)	(D)
Cải bông xanh.. dollars/cwt	41.60	34.60	57.10	58.10
Dưa đỏ 2 dollars/cwt	16.50	36.10	27.70	22.30
Cà rốt dollars/cwt	30.80	26.90	30.40	31.30
Súp lơ dollars/cwt	47.00	43.20	55.50	68.60
Cần tây dollars/cwt	22.50	16.90	22.70	28.00
Ngô ngọt dollars/cwt	30.70	42.20	32.30	47.90
Dưa chuột 2 dollars/cwt	18.70	37.00	33.00	(D)
Rau diếp dollars/cwt	24.30	33.40	48.90	34.40
Hành 3 dollars/cwt	11.90	10.30	11.80	12.50
Khoai tây dollars/cwt	51.20	54.60		0.972

(D) Không nêu để tránh dùng dữ liệu cho hoạt động riêng lẻ.

(S) Không đủ dữ liệu báo cáo để xác lập dự đoán.

1 Tương ứng mức thu đóng gói tại trang trại đối với California, Michigan, New York (chỉ có táo), và Washington (táo, đào và lê). Giá bán tại các tiểu bang khác.

*Cwt: 100 pound cân nặng

* dollar: USD

Nguồn: Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Thống kê Nông nghiệp quốc gia

3.4 Sản xuất và xuất nhập khẩu

3.4.1 Sản xuất

Năm 2014, Hoa Kỳ đã sản xuất khoảng 36,8 tỷ pound (khoảng 572,3 nghìn tấn) rau tươi (chưa kể khoai tây, khoai lang và nấm) đạt giá trị khoảng 10 tỷ USD. Ba sản phẩm có khối lượng sản xuất cao nhất bao gồm hành tây, xà lách và cà chua, chiếm tới 40% tổng sản lượng rau tươi. Khối lượng sản xuất của các sản phẩm hành tây, cà chua, cà rốt, cải bắp, cần tây, rau diếp lấy lá, hạt tiêu và bí ngô đều tăng lên trong năm qua. Ngược lại, sản lượng một số sản phẩm rau tươi như ngô ngọt, dưa chuột, đậu cô ve... giảm do diện tích trồng giảm.

Xét về giá trị sản xuất, ba sản phẩm có giá trị cao nhất bao gồm cà chua, rau diếp và hành tây, chiếm tổng cộng 32% tổng giá trị sản xuất và có giá trị sản xuất tương ứng là 1,1 tỷ USD, 1,1 tỷ USD và 934 triệu USD. Mặc dù xảy ra tình trạng hạn hán và thiếu nước, California vẫn tiếp tục là bang có sản lượng rau tươi cao nhất của Hoa Kỳ, chiếm tới 54% tổng khối lượng sản xuất và 61% về mặt giá trị.

Trong số các loại quả, năm 2015, dự đoán sản lượng táo đạt khoảng 10,2 tỷ pound (khoảng 158,6 nghìn tấn), giảm khoảng 11% so với năm 2014 (11,4 tỷ pound). Sản lượng lê đạt khoảng 1,47 tỷ pound (khoảng 22,9 nghìn tấn), giảm 12% so với năm trước. Sản lượng lê của năm nay đạt mức thấp nhất kể từ năm 1984. Sản lượng nho năm 2015 dự đoán đạt 16,1 tỷ pound (khoảng 250,4 nghìn tấn), tăng 4% so với năm 2014. Mặc dù liên tục gặp hạn hán, sản lượng của bang California vẫn được dự đoán tăng 6% do điều kiện trồng trọt thuận lợi. Quả việt quất dự đoán đạt 841 triệu pound (khoảng 13,1 nghìn tấn), tăng nhẹ so với năm trước nhưng tăng 5% so với mức trung bình của 5 năm trước.

Hoa Kỳ sản xuất được một số loại quả nhiệt đới. Tuy nhiên, sản lượng sản xuất ra rất nhỏ, không đáng kể và không đáp ứng được nhu cầu trong nước về các loại quả nhiệt đới.

3.4.2 Xuất nhập khẩu

Trong những năm qua, Hoa Kỳ liên tục nhập siêu rau quả. Năm 2015, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ dự đoán nước này tiếp tục nhập siêu. Theo số liệu dự báo mới nhất của cơ quan này, năm tài chính 2015 (từ tháng 10/2014 đến hết tháng 9/2015), giá trị xuất khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ sẽ đạt mức 7,9 tỷ USD, tăng 6,4% so với giá trị xuất khẩu của năm tài chính 2014 (7,42 tỷ USD). Với mức này, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Hoa Kỳ cho năm tài chính 2015 sẽ đạt mức kỷ lục.

Trong số các đối tác xuất khẩu rau quả của Hoa Kỳ, Canada và Mexico là những nước nhập khẩu lớn nhất. Năm tài chính 2014, giá trị xuất khẩu dâu tươi của Hoa Kỳ sang Canada đạt khoảng 600 triệu USD, cao nhất trong số các nước xuất khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ. Kim ngạch xuất khẩu rau diếp của Hoa Kỳ sang nước này đạt 400 triệu USD, trong khi kim ngạch xuất khẩu nho và táo đạt khoảng 200 triệu USD.

Sản phẩm xuất khẩu sang Mexico có giá trị cao nhất là táo, đạt khoảng 257 triệu USD trong năm tài chính 2014.

Đối với thị trường Châu Á, xuất khẩu các sản phẩm rau quả tươi của Hoa Kỳ vẫn chưa tiếp cận được thị trường này do những bất lợi trong khâu vận chuyển.

Về nhập khẩu, năm tài chính 2015, nhập khẩu quả tươi của Hoa Kỳ sẽ đạt tổng giá trị nhập khẩu khoảng 10,3 tỷ USD, tăng 8,9% so với năm 2014 và 23% so với năm 2013. Nhập khẩu rau tươi được dự báo đạt mức 7,1 tỷ USD, tăng 7% so với năm 2014 và 8% so với năm 2013. Sản phẩm rau quả tươi có giá trị nhập khẩu cao nhất năm 2014 là cà chua từ Mexico, đạt khoảng 1,6 tỷ USD, tăng 1% so với năm 2013. Kim ngạch nhập khẩu quả bơ từ Mexico tăng đột biến về giá trị trong năm tài chính 2014, tăng từ 920 triệu USD lên 1,23 tỷ USD.

Bảng 3.2: Nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ theo quốc gia giai đoạn 2010 -2015

Dvt: nghìn USD

Quốc gia	2010	2011	2012	2013	2014	9 tháng 2015
Mexico	6.002.349	6.545.641	6.914.877	7.844.173	8.563.814	7.287.598
Chile	1.413.743	1.355.830	1.254.591	1.580.021	1.543.125	1.730.280
Canada	1.140.578	1.229.502	1.229.178	1.412.530	1.413.240	1.139.787
Guatemala	645.626	867.902	923.784	1.004.172	1.078.749	1.028.583
Costa Rica	810.620	830.798	853.533	899.832	985.058	747.596
Peru	344.825	417.582	446.117	541.702	716.478	647.280
Ecuador	467.642	502.418	449.671	449.671	437.962	402.456
Honduras	238.758	258.323	279.470	303.497	307.124	338.065
Colombia	268.237	209.356	247.221	260.388	224.209	184.226
Trung Quốc	134.238	119.710	158.181	208.864	155.493	128.996

Nguồn: Trademap, 11/2015

Bảng 3.3: Nhập khẩu rau quả tươi của Hoa Kỳ theo sản phẩm giai đoạn 2010 - 2015

Dvt: nghìn USD

Mã HS	Mô tả sản phẩm	2010	2011	2012	2013	2014	9 tháng 2015
0804	Quả chà là, sung, vâ, dứa, bơ, ôi, xoài và măng cụt, tươi hoặc khô.	1.413.902	1.780.915	1.798.688	2.135.222	2.652.552	2.331.422
0709	Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh.	1.985.658	2.002.834	2.195.182	2.565.739	2.584.354	2.103.562
0803	Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô.	1.788.977	1.984.868	2.084.355	2.161.116	2.192.007	1.964.663
0702	Cà chua, tươi hoặc ướp lạnh.	1.798.238	2.137.870	1.867.605	1.979.770	1.960.938	1.551.208
0810	Quả khác, tươi.	1.046.058	1.156.373	1.433.526	1.503.019	1.780.827	1.507.415
0806	Quả nhỏ, tươi hoặc khô.	1.318.487	1.066.600	1.077.488	1.223.891	1.216.935	1.406.554
0805	Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô.	502.249	515.509	500.980	635.883	759.576	753.487
0807	Các loại quả họ dưa (kể cả dưa hấu) và đu đủ, tươi.	566.026	541.113	555.519	642.052	671.506	671.432
0707	Dưa chuột và dưa chuột ri, tươi hoặc ướp lạnh.	370.028	386.871	492.071	612.300	631.370	468.652
0703	Hành tây, hành, họ,	409.850	398.081	425.702	538.477	492.688	443.726

VIETRADE - Báo cáo thị trường rau quả Hoa Kỳ

	tỏi, tỏi tây và các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh.						
0808	Quả táo (apple), lê và quả mọng, tươi.	252.106	229.385	242.718	327.144	362.322	357.559
0704	Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và cây họ bắp cải ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh.	173.899	217.275	196.526	264.782	270.070	266.293
0705	Rau diếp, xà lách (Lactuca sativa) và rau diếp xoăn (Cichorium spp.), tươi hoặc ướp lạnh.	141.639	175.707	172.981	203.204	225.998	189.131
0708	Rau đậu, đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh.	139.255	142.513	152.580	178.283	176.664	142.871
0701	Khoai tây, tươi hoặc ướp lạnh.	132.126	176.613	133.717	140.869	169.265	117.273
0809	Quả mơ, anh đào, đào (kể cả xuân đào), mận và mận gai, tươi.	171.609	162.644	129.729	133.590	142.092	177.026
0706	Cà rốt, củ cải, củ dền làm sa- lát, diếp củ, cần củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh.	72.273	107.474	96.724	106.300	110.397	97.293

Nguồn: Trademap, 11/2015

3.5 Tình hình cạnh tranh

Mặc dù là nước có ngành nông nghiệp rất phát triển, được hưởng sự quan tâm của Chính phủ trong việc đầu tư phát triển ngành, khoa học công nghệ và kỹ thuật trồng, thu hoạch tiên tiến nhưng trong những năm gần đây, Hoa Kỳ liên tục nhập siêu rau quả. Nguyên nhân của việc nhập siêu này là do mức tiêu thụ rau quả ngày càng tăng tại Hoa Kỳ, sự đa dạng về cơ cấu dân số kéo theo sự đa dạng về tập quán tiêu thụ thực phẩm (ví dụ, người gốc Á vẫn giữ thói quen tiêu thụ rau quả nhiệt đới)... Ngoài ra, do thị trường mở và môi trường cạnh tranh khiến cho nhiều nông sản nội địa của Hoa Kỳ không có đủ khả năng cạnh tranh với rau quả nhập khẩu từ các nước khác về giá. Như vậy, mặc dù ngành nông sản Hoa Kỳ rất phát triển, sản phẩm rất đa dạng nhưng doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam vẫn có thể phát huy lợi thế cạnh tranh về giá cả do chi phí sản xuất thấp hơn.

Tuy nhiên, với sự tăng cường các biện pháp bảo hộ cho nông sản nội địa của Hoa Kỳ, xuất khẩu rau quả tươi sang Hoa Kỳ đang gặp nhiều khó khăn. Các loại rau quả, đậu đỗ... cũng đã được hưởng cơ chế bảo hộ đối với nông sản. Ngoài ra, Hoa Kỳ ngày càng áp dụng nhiều hàng rào kỹ thuật đối với thực phẩm nói chung và rau quả nói riêng. Các sản phẩm rau quả

tươi của Việt Nam muốn xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ cần đảm bảo đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, thực hiện chiếu xạ trước khi xuất khẩu, gây tốn kém, tốn thời gian và tăng chi phí đối với sản phẩm xuất khẩu.

Trong số các nước xuất khẩu rau quả hàng đầu vào Hoa Kỳ, có các nước trong khu vực Châu Mỹ (Canada, Chile, Mexico), và một số nước trong khu vực Châu Á như Nhật Bản và Trung Quốc. Các nước trong khu vực Châu Mỹ có lợi thế gần về mặt địa lý, tuy nhiên, cơ cấu rau quả xuất khẩu không giống với các mặt hàng rau quả Việt Nam xuất khẩu (chủ yếu là rau quả nhiệt đới). Đối với Nhật Bản, do những bất lợi từ sau thảm họa động đất và sóng thần đầu năm 2011 và những lo ngại về hậu quả nhiễm phóng xạ trên dây chuyền thực phẩm và nguồn nước, Hoa Kỳ đã có những hạn chế trong việc nhập khẩu các sản phẩm rau quả từ Nhật Bản. Mặc dù Hoa Kỳ không áp dụng chính sách cụ thể hạn chế nhập khẩu rau quả từ Nhật Bản, nhưng bản thân người tiêu dùng Hoa Kỳ lo ngại về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm đối với rau quả nhập từ Nhật Bản nên mức tiêu thụ chậm. Đối với rau quả nhập khẩu từ Trung Quốc, người tiêu dùng Hoa Kỳ cũng có những mối lo ngại đối với vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm. Một số sản phẩm đã bị phát hiện có mức độ nhiễm độc ở mức đáng báo động.

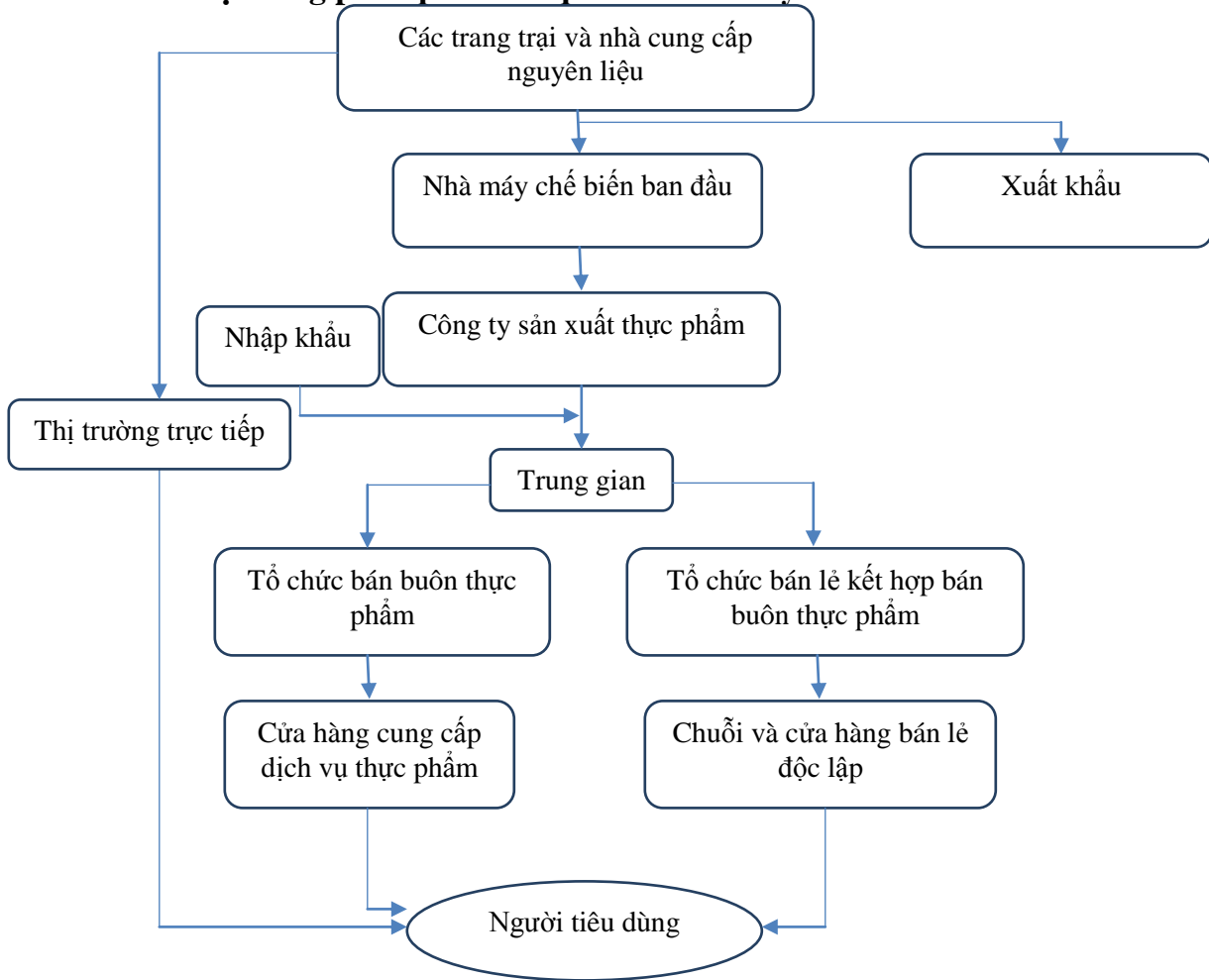
Trong khi đó, một số loại quả tươi của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ như thanh long, bòn bon, dứa, chôm chôm... được người tiêu dùng Hoa Kỳ ưa thích. Bên cạnh đó, ngoài những mặt hàng xuất khẩu truyền thống như thanh long và chôm chôm, từ ngày 6/10/2014, Hoa Kỳ đã chính thức cấp phép nhập khẩu cho nhãn và vải của Việt Nam.

Như vậy, cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm rau quả tươi của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ rất lớn. Các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam cần nhanh chóng vượt qua những điều kiện khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm của thị trường này. Quan trọng hơn, cũng cần phải có một chiến lược xuất khẩu rau quả lâu dài đối với thị trường Hoa Kỳ.

3.6 Hệ thống phân phối

Hệ thống phân phối rau quả (nằm trong hệ thống phân phối thực phẩm) của Hoa Kỳ tương đối phức tạp. Có rất nhiều thành phần tham gia vào hệ thống phân phối này (bao gồm cả các thành phần trung gian) – từ trồng trọt, sản xuất, vận chuyển, phân phối, thị trường và bán hàng. Hệ thống phân phối rau quả tươi tại Hoa Kỳ được mô tả trong biểu đồ dưới đây.

Biểu đồ 3.1: Hệ thống phân phối rau quả tươi Hoa Kỳ



Sản xuất nông nghiệp

Ngành sản xuất nông nghiệp của Hoa Kỳ bao gồm việc trồng trọt các loại cây, nấm và các loại rau. Ngày nay, ngành nông nghiệp của Hoa Kỳ có độ tập trung hóa cao. Các nông trang quy mô lớn chiếm khoảng 10% số lượng các nông trang nhưng đóng góp tới hai phần ba sản lượng nông sản.

Nhà máy chế biến

Khâu này chuyển đổi các sản phẩm nông sản sang các sản phẩm dùng làm nguyên liệu cho các sản phẩm thực phẩm khác hoặc cho tiêu dùng cuối cùng. Ngành thực phẩm là một trong những ngành sản xuất lớn nhất của Hoa Kỳ, chiếm tới 10% tổng sản lượng hàng hóa sản xuất ra.

Trung gian kinh doanh thực phẩm

Các đơn vị trung gian này hoạt động như đại diện của các nhà sản xuất và tạo thuận lợi cho việc kinh doanh giữa nhà sản xuất và nhà bán lẻ. Đôi khi, việc các công ty sản xuất của Hoa Kỳ sử dụng các đơn vị trung gian thế này sẽ tiết kiệm về chi phí hơn việc trả lương cho nhân

viên kinh doanh của công ty. Khách hàng của họ bao gồm cả các cửa hàng bán lẻ và bán buôn độc lập hoặc theo chuỗi. Mức hoa hồng của họ dao động trong khoảng từ 3 đến 5%.

Các công ty bán buôn thực phẩm

Có hai loại hình công ty bán buôn thực phẩm:

- Các nhà bán buôn: mua và bán lại các loại thực phẩm, có thể chế biến thêm để phân phối, đóng gói để vận chuyển và chuyển đến cho khách hàng như các siêu thị, các cửa hàng dịch vụ thực phẩm hoặc thị trường xuất khẩu
- Các chi nhánh và văn phòng kinh doanh của các nhà sản xuất: chiếm khoảng hơn 20% tổng doanh thu bán buôn thực phẩm. Thông thường họ hoạt động độc lập với các nhà máy sản xuất và chỉ tập trung vào hoạt động marketing.

Các công ty bán buôn cũng có thể được phân loại tùy thuộc vào loại thực phẩm mà họ kinh doanh.

Các cửa hàng bán lẻ thực phẩm

Vì các cửa hàng bán lẻ thực phẩm bao gồm cả các siêu thị, chúng được phân chia ra rất nhiều loại khác nhau. Về cơ bản, có thể phân biệt hệ thống các cửa hàng bán lẻ thực phẩm tại Hoa Kỳ thành ba kênh chính: truyền thống, phi truyền thống và cửa hàng tiện ích. Các siêu thị truyền thống chiếm khoảng 40% doanh số bán lẻ thực phẩm nhưng đang mất dần thị phần. Loại hình ngày càng phổ biến trên thị trường Hoa Kỳ là các dạng phi truyền thống, đang có xu hướng lớn hơn và hướng đến giá cả như: các đại siêu thị (supercenter), các cửa hàng tiện ích, các câu lạc bộ bán buôn, các cửa hàng dược phẩm và cửa hàng đồng giá (bán giá một USD – dollar store).

Các cửa hàng cung cấp dịch vụ thực phẩm

Các cửa hàng này chuẩn bị và cung cấp các loại thực phẩm. Loại hình này chiếm tới hơn 50% tổng chi tiêu về thực phẩm, cao hơn so với các cửa hàng bán lẻ. Loại hình này cũng có sự phân hóa rõ rệt từ nhiều thập kỷ trước, thường được chia thành hai loại: thương mại chiếm khoảng 80% (như các nhà hàng) và phi thương mại hoặc các viện, trường (như các trường học, các doanh trại quân đội...).

Thị trường trực tiếp

Những năm gần đây, người tiêu dùng đặc biệt quan tâm tới các loại thực phẩm nội địa. Khoảng một nửa thực phẩm nội địa được tiêu thụ thông qua các cửa hàng bán lẻ và các cửa hàng dịch vụ thực phẩm và một nửa được cung cấp trực tiếp cho người tiêu dùng thông qua các chợ truyền thống của nông dân, hình thức tự hái/ thu hoạch tại vườn (U-pick) hay các chương trình hỗ trợ nông nghiệp của cộng đồng.

IV. CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU TẠI HOA KỲ

4.1 Thuế nhập khẩu

4.1.1. Các loại thuế tại thị trường Hoa Kỳ

Hệ thống thuế quan của Hoa Kỳ là Biểu thuế quan hài hoà của Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (Harmonized Tariff Schedule - HTS). Được chính thức thông qua ngày 1 tháng 1 năm 1989, hệ thống này được xây dựng dựa trên Hệ thống Mô tả hàng hoá và Mã số Hài hoà của Hội đồng Hợp tác Hải quan, một tổ chức liên chính phủ có trụ sở tại Brúc-xen. Được coi là hệ thống hài hoà, hệ thống thuế quan này được hầu hết các quốc gia thương mại lớn sử dụng.

Hầu hết các loại thuế quan của Hoa Kỳ đánh theo tỷ lệ trên giá trị - tức là mức thuế được xác định bằng một tỷ lệ phần trăm trên giá trị hàng nhập khẩu. Một số hàng nhập khẩu, thường là nông sản và các loại hàng chế biến khác, là đối tượng chịu "thuế theo số lượng" - đó là một loại thuế ấn định đối với một số lượng nhất định. Một số sản phẩm phải chịu thuế gộp, loại kết hợp thuế theo tỷ lệ trên giá trị và thuế theo số lượng. Một số các trường hợp gần như đặc biệt phải chịu các mức thuế khác, áp dụng theo Luật thuế chống trợ cấp, Luật thuế chống bán phá giá.

Thuế theo trị giá

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

Thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng

Một số hàng hóa, chủ yếu là nông sản và hàng sơ chế phải chịu thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng. Loại thuế này chiếm khoảng 12% số dòng thuế trong biểu thuế HTS của Hoa Kỳ.

Thuế gộp

Một số hàng hóa phải chịu gộp cả thuế theo giá trị và thuế theo số lượng. Hàng phải chịu thuế gộp thường là hàng nông sản.

Thuế theo hạn ngạch

Một số loại hàng hóa phải chịu thuế hạn ngạch. Hàng hóa nhập khẩu nằm trong phạm vi hạn ngạch cho phép được hưởng mức thuế thấp hơn, trong khi đó hàng nhập vượt quá hạn ngạch phải chịu mức thuế cao hơn nhiều và có hệ quả như cấm nhập khẩu.

Thuế theo thời vụ

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

Thuế leo thang

Một đặc điểm nữa của hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ là áp dụng thuế suất leo thang, nghĩa là hàng càng chế biến sâu thì thuế suất nhập khẩu càng cao.

4.1.2 Các mức thuế

Mức thuế tối huệ quốc (MFN), hay còn gọi là mức thuế dành cho các nước có quan hệ thương mại bình thường (NTR), được áp dụng với những nước thành viên Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và những nước tuy chưa phải là thành viên WTO nhưng đã ký hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ. Hàng hoá của các nước thuộc diện đối xử tối huệ quốc sẽ chịu các mức thuế như nhau khi vào Hoa Kỳ. Khi Hoa Kỳ giảm, loại bỏ, hoặc thay đổi một loại thuế quan, thì sự thay đổi đó được áp dụng bình đẳng với tất cả các quốc gia được hưởng MFN. Hàng nhập khẩu từ các nước không có MFN (Non-MFN) sẽ phải chịu mức thuế cao hơn rất nhiều.

Việt Nam được hưởng mức thuế MFN của Hoa Kỳ. Mức thuế MFN được ghi trong cột “General” của cột 1 trong biểu thuế nhập khẩu (HTS) của Hoa Kỳ. Mức thuế Non-MFN được ghi trong cột 2 của biểu thuế HTS của Hoa Kỳ.

Ngoài ra, Hoa Kỳ còn áp dụng các mức thuế ưu đãi khác (không áp dụng đối với Việt Nam) như:

Mức thuế áp dụng với Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA): Mức thuế này được ghi ở cột “Special” của cột 1 trong biểu thuế HTS trong đó (CA) là ký hiệu dành cho Canada và (MX) là ký hiệu dành cho Mêxicô;

Chế độ ưu đãi độ thuế quan phổ cập (Generalized System of Preferences - GSP): Mức thuế ưu đãi GSP được ghi ở cột “Special” của cột 1 trong biểu thuế HTS và có ký hiệu là A và A+, trong đó A+ có nghĩa là mặt hàng này nếu được nhập quá nhiều vào Hoa Kỳ từ một nước thì nước đó sẽ bị mất ưu đãi GSP đối với mặt hàng đó;

Sáng kiến Khu vực Lòng chảo Caribê (Caribbean Basin Initiative - CBI): Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là E và E+, trong đó E+ có ý nghĩa tương tự như A+.

Luật ưu đãi thương mại Andean (Andean Trade Preference Act - ATPA): Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là J và J+, trong đó J+ có ý nghĩa tương tự như A+ và E+.

Luật Hỗ trợ Phát triển Châu Phi (African Growth and Opportunity Act - AGOA): Mức thuế ưu đãi theo Luật này được ghi ở cột “Special” thuộc cột 1 của biểu thuế HTS và có ký hiệu là D.

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

Tham khảo cụ thể các mức thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ tại địa chỉ: <http://www.usitc.gov>

4.1.3 Một số loại phí khác

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

Lệ phí sử dụng các phương tiện vận chuyển

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

Phí gia công hàng hóa (MPF: Merchandise processing fees)

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

Phí sửa chữa cảng biển HMT

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

4.2 Thủ tục nhập khẩu

4.2.1 Hạn ngạch nhập khẩu

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

Hạn ngạch do chính phủ Hoa Kỳ áp đặt nhằm kiểm soát số lượng hàng hóa thâm nhập vào Hoa Kỳ, nhằm vào việc bảo vệ quyền lợi của một số các thành phần sản xuất nào đó, và được phản ánh qua các đạo luật của Quốc hội Hoa Kỳ. Có hai loại hạn ngạch, loại: Hạn ngạch tuyệt đối (absolute quota) và loại Hạn ngạch thuế quan (tariff-rate quota).

Hạn ngạch tuyệt đối

Hạn ngạch tuyệt đối là loại tính trên số lượng cho phép nhập hàng năm. Nếu số lượng nhập đã vượt chỉ tiêu thì hàng nhập phải tái xuất ra khỏi Hoa Kỳ hoặc đưa vào kho hải quan kho để tái xuất đi nước khác hoặc chờ cho đến khi có hạn ngạch mới.

Hạn ngạch thuế quan

Hạn ngạch thuế quan cho phép một số lượng nào đó hàng hóa nhất định trong một thời gian nào đó với một mức thuế suất giảm (reduced rate). Phần hàng vượt quá chỉ tiêu có thể được nhập nhưng phải chịu với thuế suất cao hơn thuế suất đối với số hàng trong hạn ngạch.

4.2.2 Thủ tục hải quan

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

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

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

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

- *Hồ sơ đăng ký thông quan hàng nhập khẩu cần xuất trình tới Hải quan Hoa Kỳ bao gồm:
- Tờ khai hải quan (mẫu số 7533) hoặc mẫu đơn xin xuất hàng đặc biệt (số 3461), hoặc đơn xuất hàng của Hải quan.
 - Đơn xác nhận được ủy quyền tiến hành thủ tục thông quan.
 - Hóa đơn thương mại hoặc hóa đơn chiếu lệ (trong trường hợp không có hóa đơn thương mại)
 - Vận đơn
 - Phiếu đóng gói hàng
 - Giấy chứng nhận xuất xứ
 - Thông tin liên hệ
 - Bảo lãnh thanh toán (bond) với Hải quan Hoa Kỳ về việc chi trả các loại thuế và tiền phạt phát sinh khi thông quan hàng hóa
 - Các chứng từ cần thiết khác

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

Hàng xin thông quan nhanh

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

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

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

Hàng lưu kho hải quan

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

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

Hàng nhập khẩu vô thừa nhận

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

Số tiền thu được khi bán đấu giá sẽ được khấu trừ vào tiền phí lưu kho, thuế... Phần còn lại sẽ được hoàn trả lại cho chủ sở hữu nếu người chủ lô hàng nộp đơn khiếu nại trong vòng 10 ngày sau khi hàng được bán ra. Nếu hàng hóa được ước lượng khi phát mãi không mang lại đủ tổng chi phí trang trải những khoản thuế và tiền lưu kho..., hàng sẽ được quyết định cho tiêu huỷ.

Kiểm tra hàng hóa trước khi thông quan

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

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

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

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

Hàng hóa sai biệt (excess goods and shortages)

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

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

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

Sự thiệt hại hoặc giảm giá trị hàng hóa

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

Khi sự hư hại chỉ ảnh hưởng đến một phần trọng lượng hàng thì thuế nhập khẩu chỉ áp dụng đối với số hàng còn nguyên vẹn, số hàng hư hỏng sẽ được miễn thuế. Những mặt hàng như: trái cây, rau quả, bồn hoa tươi... chỉ được giảm thuế sau khi hàng được bốc dỡ từ cảng. Tuy nhiên, chủ sở hữu lô hàng phải xin khấu trừ khoản thuế đối với hàng bị hư hỏng trong thời hạn 96 giờ trước khi di chuyển hàng đi nơi khác.

Hoá đơn thương mại

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

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

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

Nội dung hóa đơn

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

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

được miễn phí hay trên cơ sở thuê mướn hay phải trả tiền riêng? Nếu phải trả tiền riêng thì gửi kèm hóa đơn.

Hóa đơn riêng

Mỗi chuyên hàng giao từ một người giao hàng đến một người nhận hàng cần một hóa đơn riêng.

Hàng giao ghép

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

Giao hàng nhiều chuyên

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

Một số lưu ý đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam

Hầu hết các hợp đồng xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ hiện nay là theo điều kiện FOB hoặc CF hoặc CIF, do đó trách nhiệm nộp thuế nhập khẩu thuộc về các doanh nghiệp nhập khẩu Hoa Kỳ. Tuy nhiên, do cách xác định trị giá hải quan để áp thuế nhập khẩu như nêu trên, nên người xuất khẩu cần cẩn thận trong khâu lập chứng từ giao hàng, nhất là hóa đơn thương mại để tránh phiền toái hoặc phát sinh phí tổn không đáng có cho người nhập khẩu và đôi khi cho cả bản thân người xuất khẩu. Mặc dù đơn giá và tổng trị giá trên hóa đơn có thể vẫn ghi theo giá C&F hoặc CIF để phù hợp với hợp đồng mua bán ngoại thương, song số tiền cước phí vận tải quốc tế và phí bảo hiểm vẫn phải được thể hiện trên hóa đơn. Ngoài ra, các thông tin khác như chi phí vận tải nội địa, đóng gói, xây lắp, phí tài chính, phí bản quyền hoặc lixăng, trị giá trợ giúp... cũng có thể phải được ghi rõ trên hóa đơn.

4.3 Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm

Tại Hoa Kỳ, việc quản lý nhập khẩu thực phẩm do một số tổ chức chịu trách nhiệm. Chính phủ Hoa Kỳ đã ban hành một số luật và quy định để đảm bảo an toàn thực phẩm. Ngoài những quy định khắt khe, sự an toàn và lành mạnh của các sản phẩm thực phẩm, Hoa Kỳ còn bảo vệ thông qua những hệ thống giấy phép trước khi sản phẩm vào thị trường, thực hành sản xuất theo tiêu chuẩn bắt buộc, kiểm tra và lấy mẫu ngẫu nhiên và định kỳ. Các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm được áp dụng như nhau đối với các sản phẩm sản xuất trong nước và sản phẩm nhập khẩu.

Một số quy định liên quan trong lĩnh vực thực phẩm:

- Hệ thống Đăng ký liên bang gồm 2 luật: Luật Đăng ký Liên bang (Federal Register Act) và Luật Thủ tục hành chính (Administrative Procedure Act).

- Các luật và quy định theo sự quản lý của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ, thuộc Bộ Y tế và Dịch vụ chăm sóc sức khỏe (DHHS) và Tổ chức Dịch vụ Sức khỏe Cộng đồng (PHS) gồm:

- + Luật Liên bang Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm
- + Luật Hiện đại hóa An toàn Thực phẩm (FSMA)
- + Luật Dán nhãn và Đóng gói, Luật Thực phẩm và Dược phẩm sạch
- + Luật Bảo vệ Chất lượng Thực phẩm
- + Luật Đào tạo và Dán nhãn sản phẩm dinh dưỡng
- + Hệ thống Phân tích mối nguy và Điểm kiểm soát tới hạn (Hazard Analysis Critical Control Points – HACCP)
- + Thực hành Sản xuất tốt (Good Manufacturing Practices – GMP)

Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm

Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) chịu trách nhiệm kiểm soát vấn đề an toàn vệ sinh đối với thực phẩm nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Cơ quan này sử dụng các công cụ để phát hiện những mối nguy hại hiện có hoặc có nguy cơ phát sinh và thực hiện những hành động cần thiết để bảo vệ sự an toàn và sức khỏe cộng đồng. Với nỗ lực và trách nhiệm của mình, FDA đã ban hành rất nhiều các quy định, hướng dẫn về an toàn vệ sinh thực phẩm.

Luật hiện đại hóa An toàn thực phẩm (FSMA)

Luật hiện đại hóa An toàn thực phẩm (FSMA), do Tổng thống Hoa Kỳ Barack Obama chính thức ký ban hành ngày 4/1/2011, sửa đổi Luật Liên bang về Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm liên quan đến an toàn chuỗi cung cấp thực phẩm. Luật mới được thực hiện theo 4 nguyên tắc: ngăn ngừa, tăng cường kiểm tra, đảm bảo tính an toàn cho thực phẩm và tăng cường quan hệ đối tác. FSMA mở rộng quyền quản lý của FDA về các thủ tục an toàn thực phẩm trong nước và quốc tế trong sản xuất, chế biến, đóng gói, bảo quản và vận chuyển thực phẩm.

Theo Luật mới này, FDA có thể đình chỉ đăng ký của các cơ sở sản xuất thực phẩm, có hiệu lực ngăn cản việc xuất khẩu sang Hoa Kỳ của bất kỳ doanh nghiệp nước ngoài nào. FDA có thể bất ngờ, ngẫu nhiên kiểm tra mẫu hàng của bất kỳ doanh nghiệp nào xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Trong quá trình thanh tra, FDA đặc biệt quan tâm tới các lĩnh vực vệ sinh như an toàn nguồn nước; điều kiện vệ sinh của các bề mặt tiếp xúc với thực phẩm; duy trì nơi vệ sinh tay và các phòng vệ sinh; việc ghi nhãn, lưu trữ hàng hóa và việc sử dụng các hóa chất độc hại...

Những sửa đổi bổ sung cho bộ luật trước đây (1938) đã mang lại cho FSMA một số nội dung mới, tạo ra những thay đổi quan trọng đối với hệ thống sản xuất và phân phối thực phẩm; đặt ra những yêu cầu rộng hơn với các nhà máy sản xuất, chế biến, đóng gói và phân phối thực phẩm, cho phép FDA Mỹ có quyền lực thi hành trên phạm vi rộng lớn. Những thay đổi trong quy định của FDA trong Luật FSMA mới sẽ ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu hàng hoá của các nhà xuất khẩu nước ngoài vào thị trường Hoa Kỳ.

Luật FSMA mới có những nội dung tác động đến các cơ sở thực phẩm, thí dụ như: bắt đầu từ năm 2012, các cơ sở thực phẩm phải đăng ký lại với FDA 2 năm một lần, việc đăng ký lại sẽ phải thực hiện trong quý 4 những năm chẵn; Các cơ sở ở ngoài Hoa Kỳ tiếp tục phải chỉ định một đại diện tại Hoa Kỳ để FDA liên lạc theo Luật Chống khủng bố sinh học 2002; Công ty có cơ sở thực phẩm phải được FDA thanh tra khi có yêu cầu; Các cơ sở thực phẩm phải xây dựng kế hoạch phân tích mối nguy, kiểm soát phòng ngừa và các biện pháp khắc phục, những hồ sơ này phải luôn có sẵn để phục vụ cho việc thanh tra của FDA; Các cơ sở thực phẩm bắt buộc phải áp dụng các biện pháp kiểm soát phòng ngừa từ tháng 7/2012; bắt buộc thực hiện tiêu chuẩn an toàn sản xuất từ tháng 1/2013...

Luật FSMA mới cho phép đình chỉ đăng ký của một cơ sở sản xuất thực phẩm. Việc đình chỉ đó có mục đích ngăn cản việc đưa vào Hoa Kỳ những hàng hoá không đảm bảo an toàn an toàn thực phẩm. Chỉ khi được FDA xác nhận rằng những nguyên nhân đã được khắc phục và không gây hậu quả cho sức khoẻ của con người về sau này việc đình chỉ mới bị gỡ bỏ.

Luật cũng cho phép FDA chủ động lưu giữ hàng thực phẩm tại cửa khẩu trong 30 ngày mà không cần phải chờ có bằng chứng xác nhận, nếu họ nghi ngờ sản phẩm lẫn tạp chất, khuẩn E-coli, Salmonella... hoặc ghi nhãn sai, khuyến cáo không phù hợp và không khai báo thông tin điện tử theo yêu cầu. Việc kiểm tra hay tái kiểm tra cơ sở thực phẩm của FDA và việc lưu giữ hàng tại cửa khẩu sẽ gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động kinh doanh của công ty hay nhà xuất khẩu nước ngoài vì phải tự chi trả mọi chi phí cho những trường hợp đó.

Cũng theo Luật FSMA mới, FDA xây dựng chương trình tăng cường kiểm tra các cơ sở thực phẩm ở nước ngoài như sau: 2011- thực hiện 600 chuyến thanh tra; năm 2012: 1.200 chuyến; năm 2013: 2.400 chuyến; năm 2014: 4.800 chuyến; 2015: 9.600 chuyến; 2016: 19.200 chuyến.

Các quy định kiểm soát an toàn thực phẩm đối với hàng rau quả của Hoa Kỳ rất nghiêm ngặt theo nguyên tắc Hệ thống Phân tích mối nguy và Điểm kiểm soát tới hạn (HACCP) và Thực hành Sản xuất tốt (Good Manufacturing Practices – GMP). Hoa Kỳ không yêu cầu các lô hàng thực phẩm nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải có chứng thư vệ sinh (Health Certificate), nhưng đề cao trách nhiệm của nhà sản xuất trong áp dụng HACCP, kiểm soát tốt điều kiện sản xuất.

Hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn (HACCP)

Đây là hệ thống kiểm soát chất lượng sản phẩm dựa trên nguyên tắc phân tích và xác định các nguy cơ và điểm kiểm soát tới hạn, nhằm đảm bảo an toàn vệ sinh và ngăn chặn từ xa tất cả các mối nguy hiểm tiềm ẩn về sinh học, hoá học và lý học trong tất cả các công đoạn sản xuất/ chế biến thực phẩm nói chung. HACCP thực hiện đưa vào bộ Luật về Thực Phẩm (Food Code) của Hoa Kỳ, do FDA giám sát việc thi hành và áp dụng cho nhiều mặt hàng thực phẩm khác, trước mắt là cho chế biến nước hoa quả. Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ cũng thiết lập hệ thống HACCP cho các nhà máy chế biến thịt và gia cầm (là những mặt hàng do Bộ này quản lý, các thực phẩm khác do FDA quản lý) và đã áp dụng từ 1/1/1999).

HACCP được xây dựng trên cơ sở các quy định về an toàn, vệ sinh áp dụng trên thế giới: Goods Manufacturing Practice (GMP), Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP)... Muốn xây dựng hệ thống HACCP cơ sở sản xuất phải có đầy đủ các điều kiện sản xuất gồm nhà xưởng, kho, dây chuyền thiết bị, môi trường sản xuất, và con người theo các quy chuẩn của GMP, SSOP trong đó đặc biệt chú trọng giám sát an toàn vệ sinh qua kiểm tra các hồ sơ vận hành, kiểm tra việc sửa chữa, điều chỉnh khi các giới hạn bị vi phạm, giám sát chặt chẽ vệ sinh sản xuất và vệ sinh cá nhân của công nhân trong tất cả các khâu sản xuất, chế biến.

Cơ chế kiểm soát “từ xa” của HACCP tập trung trên 7 nguyên tắc cơ bản:

- Phân tích mối nguy và các biện pháp phòng ngừa
- Xác định điểm kiểm soát tới hạn (critical control points)
- Xây dựng danh mục các công đoạn chế biến có thể xảy ra các mối nguy đáng kể và mô tả các biện pháp phòng ngừa
- Thiết lập các điểm tới hạn và giới hạn tới hạn liên quan đến mỗi điểm kiểm soát tới hạn
- Giám sát các điểm kiểm soát tới hạn, thiết lập các thủ tục sử dụng kết quả giám sát để hiệu chỉnh và duy trì quá trình kiểm soát.
- Thực hiện sửa chữa/điều chỉnh cần thiết khi thấy giới hạn tới hạn bị vi phạm
- Lưu trữ hồ sơ để chứng thực việc thực hiện HACCP và các thủ tục thẩm tra quá trình thực hiện HACCP.

Thông tin về HACCP có thể tìm trong website của Trung tâm an toàn thực phẩm và dinh dưỡng (Center for Safety and Applied Nutrition): <http://vm.cfsan.fda.gov>, trong phần “HACCP”, hoặc cơ sở dữ liệu của USDA & FDA HACCP: <http://www.nal.usda.gov>.

Theo Bộ luật Liên bang Hoa Kỳ 21 CFR, chỉ có các doanh nghiệp nước ngoài nào đã thực hiện theo chương trình HACCP có hiệu quả mới được xuất khẩu thực phẩm vào thị trường Hoa Kỳ. Đây là một hệ thống quản lý chất lượng mang tính phòng ngừa nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm và chất lượng thực phẩm thông qua việc phân tích những mối nguy và thực hiện các biện pháp kiểm soát tại các điểm kiểm soát tới hạn. HACCP nhấn mạnh tính nhất thiết phải kiểm soát dây chuyền công nghệ sản xuất để đảm bảo an toàn, vệ sinh cho sản phẩm thay vì kiểm soát sản phẩm cuối cùng.

Để được phép đưa hàng thực phẩm vào Hoa Kỳ, doanh nghiệp xuất khẩu phải tự mình hoặc thông qua nhà nhập khẩu gửi kế hoạch, chương trình HACCP tới FDA. FDA xem xét khi cần sẽ kiểm tra và sẽ chỉ cấp phép cho những doanh nghiệp đạt yêu cầu theo kết luận của FDA.

FDA kiểm tra từng lô hàng nhập khẩu. Nếu phát hiện có lô hàng không đảm bảo an toàn, vệ sinh thực phẩm hoặc có các vi phạm khác, lô hàng sẽ bị FDA từ chối nhập khẩu, bị gửi trả về nước hoặc tiêu hủy tại chỗ với chi phí do doanh nghiệp chịu; đồng thời, tên doanh nghiệp sẽ bị đưa lên mạng Internet ở chế độ “Cảnh báo nhanh” (Detention). 5 lô hàng tiếp theo của doanh nghiệp này sẽ bị tự động giữ ở cảng nhập để kiểm tra theo chế độ tự động. Chỉ sau khi

cả 5 lô hàng đó đều đảm bảo an toàn, vệ sinh và doanh nghiệp làm đơn đề nghị, FDA mới xoá tên doanh nghiệp đó ra khỏi danh sách “Cảnh báo nhanh”.

Nếu nước xuất khẩu thực phẩm sang Hoa Kỳ đã ký được Bản ghi nhớ (MOU) với FDA, cơ quan có thẩm quyền cao nhất về kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm của nước xuất khẩu sẽ tự chỉ định các doanh nghiệp được đưa thực phẩm vào Hoa Kỳ mà không cần trình kế hoạch, chương trình HACCP.

Thực hành Sản xuất tốt (GMP)

Các nhà chế biến các loại thực phẩm được bán tại Hoa Kỳ cần phải thực hiện theo chương trình Thực hành Sản xuất tốt (GMP). Những quy định này chỉ rõ các nhà chế biến và phân phối phải lưu tâm tới việc giữ cho thực phẩm sạch và an toàn trong quá trình sản xuất, đóng gói và vận chuyển. Các quy định của GMP được nêu trong Các quy định Liên bang về Mã Hoa Kỳ.

Thông tin chi tiết, có thể tham khảo tại trang web: <http://www.access.gpo.gov>

Quy định về dư lượng hóa chất và các chất gây ô nhiễm

Cục Bảo vệ Môi trường Hoa Kỳ (EPA) thiết lập các tiêu chuẩn (dung sai) cho việc sử dụng hóa chất trong sản xuất các sản phẩm thực phẩm. Quy định về các mức tiêu chuẩn về sử dụng hóa chất được áp dụng đối với tất cả các sản phẩm dùng cho con người và động vật được sản xuất tại Hoa Kỳ hoặc đưa vào thị trường Hoa Kỳ.

Các nhà sản xuất thực phẩm chỉ được sử dụng những hóa chất đã được đăng ký sử dụng trên một sản phẩm cụ thể hoặc nhóm các sản phẩm được nêu cụ thể và theo chỉ dẫn trên nhãn hóa chất. Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) và Tổ chức Dịch vụ Kiểm tra và An toàn Thực phẩm (FSIS) thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) sẽ kiểm tra việc tuân thủ các quy định của EPA về dư lượng hóa chất trong các sản phẩm thực phẩm được đưa vào thị trường Hoa Kỳ. FDA và FSIS thẩm tra các mức dư lượng hóa chất không an toàn trong thực phẩm.

Điều kiện vệ sinh

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

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

Các mức xử lý đối với thực phẩm có khuyết tật

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

Dư lượng thuốc trừ sâu trong các nông sản thô

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

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

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

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

thông trên thị trường này, là dựa trên các dữ liệu khoa học do các nhà sản xuất cung cấp và được các nhà khoa học của Chính phủ Hoa Kỳ xem xét và chấp thuận.

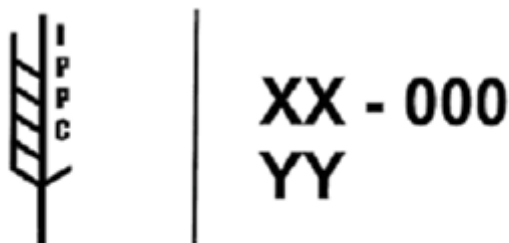
Các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất và muốn xuất khẩu sang Hoa Kỳ những mặt hàng thực phẩm đóng hộp có hàm lượng axit thấp và thực phẩm axit hóa phải và nên đăng ký sớm với FDA. Việc đăng ký này không những đảm bảo về mặt pháp lý hàng được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ mà còn là hình thức để giới thiệu cơ sở với người nhập khẩu Hoa Kỳ. Vì như đã nói ở trên, các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ có thể yêu cầu FDA cung cấp danh sách các cơ sở nước ngoài đã đăng ký với FDA để họ liên hệ hoặc có căn cứ để ký hợp đồng nhập khẩu

4.4 Quy định về bao bì và dán nhãn thực phẩm

4.4.1 Quy định về bao bì

Quy định của Hoa Kỳ đối với bao bì bằng gỗ đóng gói hàng nhập khẩu (wood packaging materials – WPM) đã có hiệu lực từ ngày 16/9/2005. Kể từ ngày 5/7/2006, tất cả hàng hóa có bao bì gỗ không đúng qui định đều không được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ, trừ những trường hợp giám đốc cảng xét thấy có thể tách riêng hàng hóa khỏi bao bì gỗ vi phạm như đã qui định. Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ yêu cầu gỗ dùng làm bao bì sử dụng trong thương mại quốc tế hoặc phải được xử lý nhiệt tới nhiệt độ tối thiểu cho gỗ là 56 độ C trong khoảng thời gian tối thiểu là 30 phút hoặc được hun trùng bằng metyl bromua khoảng 16 tiếng. Ngoài ra, bao bì bằng gỗ phải có ký hiệu logo của Công ước bảo vệ cây trồng quốc tế (IPPC) và mã 2 chữ cái theo qui định của Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế (ISO) đối với nước đã xử lý gỗ bao bì. Ký mã hiệu cũng phải bao gồm cả số riêng mà tổ chức bảo vệ thực vật quốc gia cấp cho công ty chịu trách nhiệm đảm bảo WPM được xử lý đúng qui định, cùng với chữ viết tắt HT (heat treatment) hoặc MB (metyl bromua). Không cần phải có giấy chứng nhận xử lý.

Biểu đồ 4.1: Cách ghi ký mã hiệu trên bao bì gỗ



XX represents the ISO country code.

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

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

XX là mã nước 2 chữ cái theo qui ước của tổ chức ISO

000 là mã số riêng do tổ chức bảo vệ thực vật quốc gia cấp cho cơ sở xử lý gỗ
YY hoặc là HT hoặc là MB

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

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

4.4.2 Quy định về dán nhãn thực phẩm

Các quy định chung về nhãn mác hàng hóa

Theo Luật Liên bang về Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm, nhãn hàng thực phẩm cần phải nêu những thông tin cụ thể, ở những vị trí có thể nhìn rõ và với những nội dung mà người tiêu dùng thông thường có thể đọc và hiểu. Các thông tin cụ thể liên quan tới kích cỡ chữ, vị trí... được nêu trong các quy định của FDA (21 CFR 101), trong đó bao gồm cả những yêu cầu theo Luật Liên bang về Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm và Luật Nhãn mác và Đóng gói.

Thông tin trên nhãn hàng

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

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

Thông tin về dinh dưỡng

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

Tên sản phẩm

Tên thông thường của sản phẩm phải được xuất hiện trên diện tích chính của nhãn mác, in đậm và theo những dòng song song với đáy bao bì. Hình thức của sản phẩm cũng phải được nêu rõ, trừ trường hợp có ảnh sản phẩm hoặc sản phẩm có thể nhìn được qua container. Nếu sản phẩm được quy định theo tiêu chuẩn, cần sử dụng tên sản phẩm đã được định rõ trong bộ tiêu chuẩn đó.

Trọng lượng tịnh

Cần nêu chính xác trọng lượng thực tế của thực phẩm có trong bao bì. Đơn vị tính trọng lượng tính theo pound, gallon, hệ mét cũng được sử dụng và phải ghi bằng tiếng Anh. Số

lượng thành phần sản phẩm phải được ghi ở phần chính trên nhãn mác, theo những dòng song song với đáy bao bì. Nếu diện tích trình bày nhãn mác của bao bì lớn hơn 5 inch vuông, diện tích ghi số lượng thành phần sản phẩm phải thấp hơn 30% nhãn mác. Phần ghi này phải theo kích cỡ chữ tùy thuộc theo diện tích phần trình bày của nhãn mác và phải tách rời so với những thông tin khác.

Tên, địa chỉ, thành phố, nước của nhà sản xuất, nhà đóng gói hoặc nhà phân phối

Thông tin này có thể được ghi ở phần trình bày chính của nhãn mác hoặc ở phần khác. Nếu sản phẩm không phải được sản xuất bởi cá nhân hoặc công ty có tên trong nhãn mác, thì cần ghi rõ: “Manufactured for”, “Distributed by” hoặc cụm từ có ý nghĩa tương tự.

Nguyên liệu

Cần liệt kê danh sách nguyên liệu thực phẩm với tên thông thường và theo thứ tự trọng lượng. Nếu nguyên liệu đó có chứa 2 hoặc nhiều hơn các nguyên liệu phụ khác, thì nguyên liệu phụ cũng phải được liệt kê trong ngoặc đơn theo tên gọi thông thường và theo thứ tự giảm dần về trọng lượng. Phụ gia và chất tạo màu thực phẩm: cũng phải được liệt kê giống như phần nguyên liệu.

Thông tin về nhãn dinh dưỡng

Theo Luật Đào tạo và Nhãn mác dinh dưỡng (NLEA), nhãn dinh dưỡng phải được nêu trong nhãn mác thực phẩm hoặc đi kèm với nhãn mác. FDA quy định một mẫu thống nhất bao gồm cả cỡ khẩu phần, số lượng khẩu phần/container và thành phần dinh dưỡng của thực phẩm trong một khẩu phần, bao gồm số lượng của mỗi chất dinh dưỡng trong tổng số 11 chất dinh dưỡng được nêu rõ như calo, đường, sodium.

Có thể tham khảo Hướng dẫn nhãn mác thực phẩm của FDA tại địa chỉ: <http://www.fda.gov>.

Hoặc liên hệ:

The Division of Compliance and Enforcement (HFS-810)

Office of Nutritional Products, Labeling and Dietary Supplements

Food and Drug Administration, 200 C Street, S.W. Washington, D.C. 20204

Tel: (202) 205-5229

V. PHỤ LỤC

Phụ lục 1

Danh sách một số hội chợ triển lãm chuyên ngành và liên quan tới rau quả tại Hoa Kỳ

Hội chợ Nông nghiệp Amarillo

Thời gian: 01.12.2015 - 03.12.2015

Địa điểm: Trung tâm triển lãm **Amarillo Civic** - 401 South Buchanan Street 79105 Amarillo, Texas, USA

Nội dung trưng bày: Các loại mặt hàng nông nghiệp trong đó có rau củ quả, thực phẩm

Đơn vị tổ chức: IDEAg Group LLC. - 1501 E Woodfield Road, Suite 300W/ 60173 Schaumburg, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (0)847 9692915

Email: IDEAg@IDEAgGroup.com

Website: www.ideaggroup.com

Hội chợ đặc sản thực phẩm & đồ uống San Francisco

Thời gian: 17.01.2016 - 19.01.2016

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị **Moscone** - 747 Howard Street. 94103 San Francisco, California, USA

Nội dung trưng bày: Các loại đồ uống, thực phẩm, rau quả, cà phê...

Đơn vị tổ chức: Specialty Food Ass.

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (6)46 8780132 - Fax: +1 (6)46 8780232

Email: ksackett@speccialtyfood.com

Website: www.specialtyfood.com

Triển lãm Nông nghiệp địa phương

Thời gian: 03.02.2016 - 05.02.2016

Địa điểm: North Carolina State Fairgrounds – 1025 Blue Ridge Rd. 27607 Raleigh, North Carolina, USA

Nội dung trưng bày: Các loại mặt hàng nông nghiệp trong đó có rau củ quả, thực phẩm...

Đơn vị tổ chức: Southern Shows Inc - 810 Baxter Street, 28236 Charlotte, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (0)704 3766594 - Fax: +1 (0)704 3766345

Website: <http://www.tradefairdates.com/Southern-Farm-Show-M7922/Raleigh.html>;

<https://southernshows.com/>

Triển lãm Nông nghiệp mùa xuân nhà và sân vườn Charlotte

Thời gian: 26.02.2016 - 28.02.2016

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị Charlotte - 501 South College Street, 28202 Charlotte, North Carolina, USA

Nội dung trưng bày: Đa ngành, chủ yếu là các mặt hàng sản về nông nghiệp trong đó có rau củ quả

Đơn vị tổ chức: Southern Shows Inc - 810 Baxter Street, 28236 Charlotte, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (0)704 3766594 - Fax: +1 (0)704 3766345

Website: <https://southernshows.com/sss>

Triển lãm quốc tế nhà hàng & dịch vụ ăn uống New York

Thời gian: 06.03.2016 - 08.03.2016

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị Jacob K. Javits – 655 West 34th Street; 10001 New York City, New York, USA

Nội dung trưng bày: Thực phẩm, rau quả và đồ uống...

Đơn vị tổ chức: Reed Exhibitions USA - 383 Main Avenue, CT 06851 Norwalk, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (2)03 8404800 - Fax: +1 (2)03 8405805

Email: info@reedexpo.it

Website: <http://www.internationalrestaurantny.com/Content/16.htm>

Triển lãm Vườn & Hoa Boston

Thời gian: 16.03.2016 - 20.03.2016

Địa điểm: Trung tâm thương mại thế giới Seaport - 200 Seaport Blvd, Boston, MA02210 Boston, Massachusetts, USA

Nội dung trưng bày: Hoa và rau quả...

Đơn vị tổ chức: Paragon Group, Inc.

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (7)81 2375533 - Fax: +1 (7)81 2370407

Email: gedgar@paragonexpo.com

Website: www.bostonflowershow.com; www.paragonexpo.com

Hội chợ triển lãm thực phẩm Hoa Kỳ tại Chicago

Thời gian: 21.05.2016 - 24.05.2016

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị **McCormick Place** - 2301 S Dr Martin Luther King Jr Dr 60616 Chicago, Illinois, USA

Nội dung trưng bày: Thực phẩm, đồ uống & rau quả

Đơn vị tổ chức: Naylor, LLC - 5950 NW 1st Place, FL 32607 Gainesville, USA

Thông tin liên lạc: Fax: +1 (3)52 3313525

Website: www.nasdatradeshow.com; www.naylor.com

Triển lãm quốc tế ngành công nghiệp đồ uống Chicago

Thời gian: 21.06.2016 - 23.06.2016

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị **McCormick Place** - 2301 S Dr Martin Luther King Jr Dr 60616 Chicago, Illinois, USA

Nội dung trưng bày: Thực phẩm, đồ uống & rau quả

Đơn vị tổ chức: NürnbergMesse North America Inc - 400 Interstate North Parkway, Suite 710

GA 30339 Atlanta, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (7)70 6185830 - Fax: +1 (7)70 6185831

Website: www.interbev.com; www.nuernbergmesse-north-america.com

Hội chợ triển lãm thực phẩm mùa hè New York

Thời gian: Tháng 6 hàng năm

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị Jacob K. Javits – 655 West 34th Street; 10001 New York City, New York, USA

Nội dung trưng bày: Thực phẩm & đồ uống, trong đó rau quả...

Đơn vị tổ chức: Specialty Food Ass.

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (6)46 8780132 - Fax: +1 (6)46 8780232

Email: ksackett@speccialtyfood.com

Website: www.specialtyfood.com

Hội chợ thương mại ngành thực phẩm chế biến Chicago

Thời gian: Tháng 9 hàng năm

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị **McCormick Place** - 2301 S Dr Martin Luther King Jr Dr 60616 Chicago, Illinois, USA

Nội dung trưng bày: Thực phẩm & đồ uống, trong đó rau quả...

Đơn vị tổ chức: Food Processing Suppliers Ass - 1451 Dolley Madison Blvd, Suite 101 VA 22101 McLean, USA

Thông tin liên lạc: Tel: +1 (7)03 7612600

Email: info@fpsa.org

Website: www.fpsa.org; www.myprocessexpo.com

Phụ lục 2

Danh sách một số nhà nhập khẩu rau quả tại Hoa Kỳ

Apb, Inc.

City: Los Angeles

Website: <http://www.tavillasales.com>

Phone: +1 213 622-4435

Fax: +1 213 622-0004

Executives: Bill Bolgos (Owner / Proprietor)

Caruso Inc.

City: Cincinnati

Website: <http://www.carusofoods.com>

Phone: +1 513 860-9200

Century Farms International

City: Medley

Website: <http://www.centuryfarms.net>

Phone: +1 305 436-7971

Fax: +1 305 436-7968

Executives: Alina Iglesias (President / Chairman)

Curry & Company, Inc.

City: Brooks

Website: <http://www.curryandco.com>

Phone: +1 503 393-6033

Fax: +1 503 393-6085

Executives: Matt Curry (President / Chairman)

D'Arrigo Bros. Co. of New York, Inc.

City: Bronx

Website: <http://www.darrigony.com>

Phone: +1 718 991-5900

Fax: +1 718 960-0544

Executives: Paul D'Arrigo (President / Chairman)

Mario Camacho Foods, LLC

City: Plant City

Website: <http://www.acamacho-usa.com>

Phone: +1 813 305-4534

Fax: +1 813 305-4546

Executives: Brett A Milligan

Maurice A Auerbach Inc

City: South Hackensack

Website: <http://www.auerpak.com>

Phone: +1 201 807-9292

Fax: +1 201 807-9596

Executives: Paul Auerbach

Muranaka Farm

City: Moorpark

Website: <http://www.muranakafarm.com>

Phone: +1 805 529-6692

Fax: +1 805 529-8681

Executives: Harry Muranaka (CEO)

New York Export Co. Inc.

City: Beacon

Website: <http://www.newyorkexport.com>

Phone: +1 845 831-7770

Fax: +1 914 423-1732

Executives: Zachary Schulman (President / Chairman)

Oneonta Trading Corporation

City: Wenatchee

Website: <http://www.oneonta.com>

Phone: +1 509 663-2631

Fax: +1 509 662-0612

Executives: Dalton Thomas (President / Chairman)

P D F Inc

City: Carson

Website: <http://www.fpdffruit.com>

Phone: +1 310 884-3000

Executives: Joseph Balcom (President / Chairman)

Pacific Coast Fruit Co

City: Portland

Website: <http://www.pcfruit.com>

Phone: +1 503 234-6411

Fax: +1 503 234-0072

Executives: Emil Nemarnik (CEO)

Pacific Harbor Trading

City: Gig Harbor

Website: <http://www.pacificharbortrading.com>

Phone: +1 253 853-6582

Fax: +1 253 853-5041

Executives: Chad Hasting (Export Manager)

Progressive Produce Corporation

City: Los Angeles

Website: <http://www.progressiveproduce.com>

Phone: +1 323 890-8100

Fax: +1 323 890-8113

Executives: Jim Leimkuhler

Stellar Distributing, Inc.

City: Madera

Website: <http://www.stellardistributing.com>

Phone: +1 559 275-8400

Executives: Paul Catania JR (President / Chairman)

The Horton Fruit Co Inc

City: Louisville

Website: <http://www.hortonfruit.com>

Phone: +1 502 969-1371

Fax: +1 502 964-1515

Executives: Albert C Horton (CEO)

Umina Bros Inc

City: Los Angeles

Website: <http://www.umina.com>

Phone: +1 213 622-9206

Fax: +1 213 622-0708

Executives: Richard Flamminio (President / Chairman)

Vanguard International, Inc.

City: Issaquah

Website: <http://www.vanguard-international.com>

Phone: +1 425 557-8250

Fax: +1 425 557-8260

Executives: Craig Stauffer (Vice President / Vice Chairman)

Western Mixers, Inc.

City: Los Angeles

Website: <http://www.nutsite.com>

Phone: +1 323 344-5270

Fax: +1 323 344-5282

Executives: Dave Bolstad (President / Chairman)

Phụ lục 3

Tài liệu tham khảo

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – <http://www.mard.gov.vn>

Tổng cục Hải quan Việt Nam – <http://www.customs.gov.vn>

Hiệp hội rau quả Việt Nam – <http://www.vinafruit.com>

Bản đồ thương mại, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – <http://trademap.org>

Bản đồ tiếp cận thị trường, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – <http://www.macmap.org/>

Nguồn tin Euromonitor – <http://www.portal.euromonitor.com>

Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ – <http://www.usda.gov>

“A Guide for New Manufacturers: Food Distribution Channel Overview”, Trung tâm phát minh thực phẩm, Đại học bang Oregon

“The US Food Distribution System: Concepts and Evolution”, Viện Quản lý và Kinh tế ứng dụng Dyson, Đại học Cornell

Cục Xúc tiến thương mại – <http://www.vietrade.gov.vn>