

## THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI VÀ QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – CHÂU PHI

*Dinh Thị Thơm\**

### 1. Đặc điểm của thị trường châu Phi

Thị trường châu Phi hiện nay có những đặc điểm cơ bản sau:

1. *Tuy đã có những tiến bộ, nhưng châu Phi vẫn là nền kinh tế chậm phát triển nhất thế giới.* Năm 2001, châu Phi chiếm 13% dân số thế giới, nhưng chỉ chiếm 2% GDP của toàn thế giới. Đến hết năm 2005, dân số châu Phi tăng và chiếm trên 15%, nhưng GDP không tăng. Theo thống kê mới nhất (công bố năm 2006) về GDP/đầu người, châu Phi không có đại diện trong nhóm 50 nước đứng đầu về GDP tính theo đầu người, trong khi có tới 33 nước đứng trong danh sách 50 nước đứng cuối bảng xếp hạng về GDP/người<sup>1</sup>.

2. *Ngoại thương tăng trưởng đáng kể từ thập kỷ 1990.* Theo thống kê mới nhất của WTO, mức tăng trưởng hàng năm của châu Phi:

#### \* Trong trao đổi hàng hoá

*Xuất khẩu:* Tốc độ tăng trưởng từ 6% (thế giới là 5%) giai đoạn 1995-2000 tăng vọt lên mức 23% (thế giới là 17%) vào năm

2003 và tiếp tục tăng mạnh đạt 31% (thế giới là 21%) vào năm 2004;

*Nhập khẩu:* Tốc độ tăng trưởng từ 0%/năm (thế giới là 5%) giai đoạn 1995 - 2000 tăng mạnh đạt 22% (thế giới là 16%) năm 2003 và tăng tiếp lên đạt 25% (thế giới là 21%) vào năm 2004.

#### \* Trong trao đổi dịch vụ

*Xuất khẩu:* từ 3%/năm (thế giới là 5%) giai đoạn 1995-2000 tăng nhanh lên mức 21% vào năm 2004 và tăng tiếp đạt 22% (thế giới là 16%) vào năm 2004;

*Nhập khẩu:* từ 2%/năm (thế giới là 4%) trong giai đoạn 1995-2000 tăng mạnh lên đạt 13% (thế giới là 14%) vào năm 2003 và tiếp tục tăng tới 19% (thế giới là 16%) vào năm 2004<sup>2</sup>.

3. *Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt mức thấp so với tổng giá trị thương mại toàn thế giới mặc dù tốc độ tăng trưởng cao hơn mức thế giới.* Do điểm xuất phát quá thấp nên giá trị tuyệt đối của thương mại châu Phi chỉ chiếm một tỷ trọng rất khiêm tốn trong giá trị trao đổi thế giới. Chẳng hạn, năm 2004, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của châu Phi đạt 228

\* Tiến sĩ, Viện Thông tin Khoa học Xã hội

tỷ USD và tổng kim ngạch nhập khẩu - 207 tỷ USD so với con số tương ứng của thế giới là 8.880 tỷ USD và 9.215 tỷ USD. Trong lĩnh vực dịch vụ, những giá trị đó của châu Phi là 47 tỷ USD và 54 tỷ USD so với giá trị tương ứng của thế giới là 2.100 tỷ USD và 2.081 tỷ USD.

4. *Cơ cấu hàng xuất khẩu chủ yếu vẫn là nhóm hàng khoáng sản và nhiên liệu.* Bởi cho đến nay, chỉ với nguồn tài nguyên phong phú, châu Phi vẫn chưa cải thiện được nền công nghiệp kém phát triển và nền nông nghiệp quá lạc hậu. Năm 2001 nhóm hàng khoáng sản vẫn ở vị trí hàng đầu với giá trị 80,5 tỷ USD, chiếm 57% tổng kim ngạch xuất khẩu của châu lục. Tiếp đến là nhóm sản phẩm chế biến và chế tạo đạt 35,7 tỷ USD, chiếm 25,3% cơ cấu xuất khẩu của châu Phi. Nhóm nông sản đạt 20,7 tỷ USD, chiếm 14,7%. Những mặt hàng xuất khẩu khác không thuộc 3 nhóm trên chỉ đạt 5 tỷ USD.

5. *Cơ cấu nhập khẩu tập trung vào nhóm sản phẩm chế tạo.* Năm 2001, nhập khẩu máy móc thiết bị, sản phẩm điện, điện tử, cơ khí, công nghệ cao, dệt may, dược phẩm, thực phẩm chế biến chiếm vị trí thứ nhất, đạt giá trị 96,3 tỷ USD, tức 70,8% tổng kim ngạch nhập khẩu. Đứng thứ hai là hàng nông sản, trong đó lương thực đạt kim ngạch cao nhất: 20,8 tỷ USD, chiếm tới 15,3%. Xếp sau đó là nhóm khoáng sản nhiên liệu, mà chủ yếu là dầu thô, chiếm tới 11,6%, đạt giá trị 15,8 tỷ USD.

6. *Thị trường châu Phi không đồng đều xét cả về không gian lẫn thời vụ,* bởi giá trị thương mại chủ yếu tập trung ở một số nước như Nam Phi, Ai Cập, Nigêria; riêng Nam Phi đã chiếm tới 20-25% tổng

kim ngạch xuất nhập khẩu của châu Phi. Thêm nữa, nhu cầu nhập khẩu lương thực của châu Phi có năm lên đến mức không nước nào trên thế giới đáp ứng nổi, nhưng có năm lại rất khiêm tốn. Một trong những nguyên nhân chính dẫn tới tình trạng này là do xảy ra những cuộc xung đột nội bộ, chiến tranh. Cũng vì vậy, các nhà nghiên cứu thị trường và bạn hàng hầu như khó có thể dự đoán chính xác được khả năng xuất nhập khẩu hàng năm của châu Phi. Thậm chí có người coi việc buôn bán ở thị trường này như một công cuộc mạo hiểm mà thắng lại là “do trời định”.

7. *Khu vực dịch vụ tăng trưởng khả quan nhưng phân bố không đều.* Tuy mức tăng bình quân đạt 5,1%/năm, từ 18,7 tỷ USD năm 1991 lên 30,9 tỷ USD năm 2001, nhưng châu Phi phụ thuộc gần như hoàn toàn vào diễn biến thương mại dịch vụ thế giới. Thêm nữa, 50% xuất khẩu và 30% nhập khẩu dịch vụ của thị trường này lại thuộc về hai nước Ai Cập và Nam Phi<sup>3</sup>.

8. *Thu hút FDI của châu Phi đạt mức thấp nhất thế giới.* Năm 2001, trong số 735,1 tỷ USD FDI toàn cầu chỉ có 17,2 tỷ USD (mức cao nhất mà châu Phi đạt được trong những năm gần đây) đổ vào châu Phi. Lượng FDI phân bố cũng không đều, chủ yếu tập trung vào các nước lớn, có vị trí địa lý thuận lợi, nguồn tài nguyên dồi dào, trình độ phát triển kinh tế tương đối cao. Đầu tư nhiều nhất là các nước EU và G7. Hàn Quốc, Trung Quốc, Xingapo, Malaixia cũng bắt đầu quan tâm bỏ vốn vào châu Phi.

*Quan hệ thương mại của châu Phi với các nước trên thế giới*

Thực tế cho thấy, quan hệ thương mại giữa châu Phi và các nước trên thế giới

diễn ra khá phức tạp, trong đó đan xen nhiều yếu tố quyết định có tính kinh tế và phi kinh tế, thị trường và phi thị trường.

### 1. Quan hệ với EU và các nước Tây Âu.

Quan hệ thương mại giữa châu Phi với EU và các nước Tây Âu đã tồn tại từ lâu đời, chủ yếu dựa trên mối quan hệ chính quốc-thuộc địa. Theo thống kê gần đây, buôn bán với 15 nước EU chiếm khoảng 50% khối lượng thương mại của châu Phi. EU nhập của châu Phi khoáng sản, nhiên liệu, nông sản, đồng thời xuất sang châu Phi những hàng hoá rất đa dạng. Gần đây việc ký kết Công ước Lomé đã tạo điều kiện cho 96% hàng hoá các nước tham gia Công ước (trong đó có 33 nước châu Phi phía Nam Sahara) được hưởng ưu đãi thuế quan khi vào thị trường EU. Bốn nước Bắc Phi là Ai Cập, Ma Rôc, Angiêri và Tuynidi cũng đã ký kết hiệp định hợp tác riêng với EU.

Trong số các nước Tây Âu, Pháp, Anh, Đức, sau đó là Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Italia, Hà Lan và cả các nước Bắc Âu cũng đã mở rộng hoạt động tới châu Phi. Sau khi thâm nhập thị trường châu Phi, mỗi nước dựa theo thế mạnh sản xuất và thương mại của mình, theo địa bàn phù hợp nhất đã triển khai, duy trì hoặc thúc đẩy mạnh mẽ các hoạt động buôn bán với châu lục này.

2. *Quan hệ với Mỹ.* Quan hệ buôn bán của Mỹ với châu Phi vừa có ý nghĩa tự thân, vừa được coi như một yếu tố liên đới trong chính sách bành trướng chung của Mỹ. Năm 1998, Hạ viện Mỹ đã thông qua Đạo luật tăng trưởng và cơ hội giành cho châu Phi (AGOA) cho phép ngày càng nhiều hàng hoá châu Phi tham gia vào thị trường Mỹ cùng với việc Mỹ xoá bỏ thuế nhập khẩu và hạn ngạch, tăng cường đầu

tư, viện trợ, xoá nợ cũ cho châu Phi. Trong khoảng thời gian 1991 – 2001, thương mại Mỹ - châu Phi đạt tốc độ tăng bình quân 4%/năm. Kim ngạch buôn bán lên đến 39,2 tỷ USD. Năm 2003, 14,5% số lượng dầu nhập khẩu của Mỹ là từ châu Phi, và dự tính đến năm 2015 tỷ lệ đó sẽ là 25%. Tuy nhiên, nhập siêu của Mỹ khá lớn: Mỹ nhập từ châu Phi 26,8 tỷ USD và xuất sang đó chỉ có 12,4 tỷ USD.

3. *Quan hệ với Nga và các nước SNG.* Sau chiến tranh lạnh, Liên Xô tan vỡ, Nga và các nước SNG không có chủ trương duy trì các quan hệ với châu Phi vốn được hình thành từ sau đại chiến thế giới thứ hai. Gần đây, chính phủ và tầng lớp chủ doanh nghiệp mới ở Nga lại tìm đến châu Phi. Việc trở lại này được bắt đầu bằng các hoạt động ngoại giao của chính phủ, bằng việc xây dựng những chiến lược kinh doanh rộng lớn hơn của nhiều doanh nghiệp. Quan hệ thương mại cũng bắt đầu được khôi phục ở mức khiêm tốn: Nga xuất khẩu sang châu Phi khoảng 2 tỷ USD và nhập khẩu khoảng 1,5 tỷ USD. Theo ý kiến của nhiều nhà quan sát, xét về thực lực kinh tế và những vấn đề chung phải giải quyết trong quan hệ kinh tế quốc tế, thời gian tới đây, nhất định Nga sẽ có một vai trò đáng kể trong quan hệ buôn bán với châu Phi<sup>4</sup>.

4. *Quan hệ với các nước châu Á.* Buôn bán giữa các nước châu Phi và châu Á tăng trưởng đáng kể trong thập kỷ 1990. xuất khẩu từ châu Phi sang châu Á tăng từ 8,1 tỷ USD năm 1991 lên 20,7 tỷ USD năm 2001, đạt tốc độ tăng trưởng 8,9%/năm. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của châu Á sang châu Phi cũng tăng từ 7,7% lên 14,7%. Trong số các nước châu Á

bạn hàng của châu Phi, nổi bật là Nhật Bản, Trung Quốc và khối ASEAN.

Năm 2001, Nhật Bản xuất khẩu sang châu Phi 3,7 tỷ USD và nhập khẩu 4,5 tỷ USD. Nhật Bản đã đề xuất sáng kiến "Chiến lược phát triển mới cho châu Phi", cung cấp ODA để phát triển thương mại, nguồn nhân lực. Viện trợ ODA của Nhật Bản cho châu Phi hàng năm là từ 1-1,5 tỷ USD.

Trung Quốc cũng đang nổi lên là một đối tác có sức phát triển và ảnh hưởng nhanh nhất. Từ những năm 1970-1980 Trung Quốc đã cấp viện trợ, đưa chuyên gia, lao động sang làm việc tại châu Phi. Năm 1997, Trung Quốc đã thành lập Tiểu ban Điều phối công tác kinh tế, mậu dịch, kỹ thuật với châu Phi; năm 2005 trở thành nhà cung cấp số một cho thị trường này về sản phẩm dệt may, đồng thời, trở thành khách hàng lớn thứ hai của châu Phi, đứng sau Mỹ, nhập khẩu dầu lửa, khoáng sản và gỗ. Giai đoạn 2000-2004, khối lượng buôn bán Trung - Phi đã tăng 3 lần, và dự tính đến năm 2010 sẽ tăng gấp 3 lần so với hiện nay. Năm 2005, kim ngạch xuất nhập khẩu của Trung Quốc sang châu Phi đạt xấp xỉ 50 tỷ USD, gấp 10 lần so với năm 1995. Theo nhiều chuyên gia, đạt được tốc độ tăng trưởng nhanh đến vậy là bởi Trung Quốc từ lâu đã áp dụng những đối sách mang tính chiến lược. Chẳng hạn, người ta tính được rằng khoảng 70% viện trợ của Trung Quốc cho châu Phi là để mua hàng hoá và dịch vụ của Trung Quốc. FDI của Trung Quốc vào châu lục này tăng từ 0,3% những năm 1990 lên mức 3,7% vào năm 2004. Trong Hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc - châu Phi vừa khai mạc ngày 4/11/2006 mới đây tại Bắc Kinh với sự có mặt của hơn 40

nguyên thủ và bộ trưởng các nước châu Phi, chủ tịch Ôn Gia Bảo đã tuyên bố xoá nợ phi lãi suất được đáo hạn vào năm 2005 cho những nước nợ nhiều nhất và kém phát triển nhất châu Phi và từ nay đến năm 2009 sẽ tăng gấp đôi số đầu tư cho châu Phi và trước mắt sẽ cho châu lục này vay 5 tỷ USD với lãi suất ưu đãi; chủ tịch kêu gọi tăng cường buôn bán với châu Phi để đạt được 100 tỷ USD vào năm 2010. Ngay tại Hội nghị, Trung quốc đã ký được nhiều thoả thuận với 11 nước châu Phi đạt giá trị 10 tỷ USD.

Đối với các nước ASEAN, châu Phi được xem là thị trường nhiều tiềm năng. Các nước ASEAN đã thực hiện nhiều hình thức thăm dò, khảo sát thị trường châu Phi. Tuy nhiên cho đến nay, giá trị thương mại ASEAN - châu Phi còn quá thấp khi chỉ đạt dưới 1% tổng kim ngạch xuất khẩu của ASEAN.

5. *Quan hệ thương mại trong nội bộ các nước châu Phi.* Sau khi giành được độc lập, các nước châu Phi rất chú trọng đến việc thiết lập các quan hệ trong nội bộ châu lục nhằm duy trì và phát huy chủ quyền độc lập, tăng cường sự đoàn kết nhất trí và sức mạnh toàn diện của châu Phi. Được mở đầu bằng Tổ chức Thống nhất Châu Phi(OAU), hàng loạt tổ chức châu lục, khu vực và vùng liên quan đến mọi lĩnh vực hoạt động, như: chính trị, kinh tế, thương mại, văn hoá, xã hội, đã ra đời. Tuy nhiên, do lịch sử, hoàn cảnh cụ thể và quan điểm nhận thức, có hiện tượng chông chéo các thoả thuận hợp tác giữa 14 tổ chức hợp tác khu vực hiện hành. Hiện tại, mỗi khu vực châu Phi đều có từ 2 tổ chức trở lên: Tây Phi có 3 tổ chức (Cộng đồng Kinh tế các nước Tây Phi - ECOWAS, Liên minh Tiền tệ Kinh tế Tây



Phi - UEMOA, Liên minh Sông Mano-MRU), Trung Phi có 3 tổ chức (Cộng đồng Kinh tế các nước Trung Phi - ECCAS, Cộng đồng Kinh tế và Tiên tệ Trung Phi - CEMAC, Cộng đồng Kinh tế các nước khu vực Hồ Lớn - CEPGL), Đông và Nam Phi có 6 tổ chức (Thị trường chung Đông và Nam Phi - COMESA, Cộng đồng Đông Phi - EAC, Cơ quan phát triển liên chính phủ - IGAD, Ủy ban Ấn Độ Dương-IOC, Cộng đồng Phát triển Miền Nam châu Phi - SADC, Liên minh Thuế quan miền nam châu Phi - SACU) và Bắc Phi có 2 tổ chức (Liên minh Ả Rập Maghreb-UMA, Cộng đồng các nước Xahara Xahen-CENSAD)<sup>5</sup> Trong tổng số 48 nước lục địa, chỉ có 6 nước tham gia vào 1 tổ chức khu vực, trong khi có tới 26 nước tham gia đồng thời 2 tổ chức, 20 nước - 3 tổ chức, 1 nước (Cộng hoà Dân chủ Congo) - 4 tổ chức. Các tổ chức và tập hợp trên đây có những chức năng, mục đích riêng. Chẳng hạn, SACU: thiết lập biểu thuế quan chung và chia sẻ thu nhập từ thuế quan nhập khẩu; COMESA: tự do di chuyển hàng hoá, dịch vụ, vốn và nhân công; UEMOA: các chính sách đồng nhất về thuế và tiền tệ, EAC: xây dựng một liên minh kinh tế siêu khu vực như mô hình EU.

Thực tế cho thấy, hợp tác khu vực trong thời gian qua không đạt được kết quả như các nước châu Phi mong đợi. Bởi thực ra, hoạt động của các tổ chức này có ý nghĩa tinh thần hơn là ý nghĩa thực tế. Ngay cả sự ra đời của Chương trình "Đối tác Mới vì sự Phát triển của Châu Phi" (NEPAD) nhằm đến năm 2015 sẽ giảm 50% số người nghèo, thu hút hàng năm 60 tỷ USD đầu tư nước ngoài, đạt mức tăng trưởng GDP bình quân 7%/năm, đã nhận được sự hưởng ứng của toàn bộ 54 nước châu Phi,

cũng mới chỉ thể hiện được tính tích cực vượt lên của châu lục này.

Hiện nay, Châu Phi đang phải đối mặt với những trở ngại không phải là nhỏ: những mâu thuẫn xung đột nội bộ tiềm tàng, nền kinh tế trình độ thấp, thị trường quy mô nhỏ, cơ cấu xuất khẩu giống nhau, chính sách bảo hộ cao, cơ sở hạ tầng yếu kém, phương thức thanh toán phức tạp. Tuy nhiên với tư cách một thị trường được thế giới xem như một con "sư tử đang ngủ", châu Phi ngày càng tỏ ra có nhiều hứa hẹn, khi mà Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, những thế lực từng có những hỗ trợ kinh tế to lớn cho châu lục này, mới gần đây tiếp tục thể hiện sự quan tâm đặc biệt của mình đối với châu Phi thông qua những cuộc gặp gỡ cấp cao, những tuyên bố xoá nợ, tăng cường viện trợ, đầu tư... Vì vậy, để có thể tiếp cận, thâm nhập và khai thác hiệu quả thị trường này, các doanh nghiệp Việt Nam cần đón nhận một cách tích cực những khó khăn thách thức, tìm cách hoà giải chúng bằng cách ứng xử một cách phù hợp nhất với yêu cầu và nguyện vọng với bản sắc văn hoá của những dân tộc hình thành nên thị trường này.

## II. Quan hệ thương mại Việt Nam - châu Phi

### 1. Động thái phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - châu Phi

Hoạt động buôn bán Việt Nam - châu Phi đã diễn ra từ lâu, nhưng đặc biệt phát triển nhanh và liên tục trong hơn 10 năm qua. Trong 5 năm gần đây, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường châu Phi đã tăng 4,8 lần: từ 190,1 triệu USD năm 2000, chiếm 0,6% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam, tăng lên đạt 909,5 triệu USD năm 2005,

chiếm 1,3% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam<sup>7</sup>. Việt Nam đã ký kết 15 hiệp định thương mại với các nước Ghinê, Ai Cập, Angiêri, Ghinê xích đạo, Môdambich, Angôla, Libi, Tuynidi, Cộng hoà Nam Phi, Nigiêria, Marôc, Dimbabuê, Tandania, Cộng hoà Côngô, Namibia, trong đó đều có điều khoản dành cho nhau quy chế tối huệ quốc. Các hiệp định này là cơ sở pháp lý để các bên quyết tâm đẩy mạnh hơn nữa quan hệ hợp tác cùng có lợi. Hàng hoá Việt Nam đã có mặt tại 47 thị trường châu Phi với cơ cấu xuất khẩu chủ yếu là gạo, dệt may, giày dép, hạt tiêu, cao su, điện tử, cơ khí, đồ nhựa, bột gia vị... và cơ cấu nhập khẩu chính là hạt điều thô, bông, phân bón, nguyên phụ liệu thuốc lá... Tuy nhiên cho đến nay, do nhiều trở ngại khác nhau, như: khoảng cách quá lớn, thiếu thông tin, thiếu hiểu biết về văn hoá, thói quen, tập quán, xuất khẩu thường phải qua trung gian..., hàng hoá Việt Nam rất khó tiếp cận thị trường nhiều tiềm năng này<sup>8</sup>.

*Về xuất khẩu:* Những năm gần đây, các doanh nghiệp Việt Nam đã tỏ ra chủ động hơn trong việc tìm hiểu và tiếp cận thị trường châu Phi. Việc tham gia những cuộc triển lãm (Saitex tại Nam Phi), hội chợ quốc tế (Alger tại Angiêri, Cariô tại Ai Cập) đã góp phần nâng cao tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi: từ 13,3 triệu USD năm 1991 lên 407,5 triệu USD năm 2004, đạt bình quân 51,7%/năm, cao hơn mức tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước (22%/năm) trong cùng kỳ.

Tuy vậy, nhịp độ buôn bán với thị trường này vẫn thấp nhiều so với thực lực của cả hai bên. Chẳng hạn, những năm 1999-2004 được đánh giá là giai đoạn tăng

trưởng cao và tương đối ổn định của xuất khẩu Việt Nam sang châu Phi thì cũng chỉ đạt bình quân 200 triệu USD/năm, chiếm 1% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và chỉ chiếm 0,1% tổng giá trị nhập khẩu của châu Phi. Thêm nữa, do tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu là nhờ mặt hàng gạo, nên khi xuất khẩu gạo giảm sút sẽ kéo theo sự sụt giảm mạnh của giá trị xuất khẩu, như mức giảm tới 30% của năm 2004 so với năm 2003. Như vậy, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi còn quá nhỏ bé, không phản ánh đúng tiềm năng trao đổi của Việt Nam với các nền kinh tế thuộc châu lục này.

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu thay đổi qua các năm, nhưng không có những thay đổi lớn giữa các nhóm hàng. Trong giai đoạn 2000-2004, hàng nông - lâm sản chiếm trên 50% tổng giá trị xuất khẩu của công nghiệp sang châu Phi; tiếp đó là hàng công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, hàng thuỷ hải sản và khoáng sản. Nhìn chung, trong cơ cấu xuất khẩu, những nhóm hàng chế biến có giá trị gia tăng lớn, hàm lượng vốn và kỹ thuật lớn chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ, trong khi những nhóm hàng có hàm lượng nguyên liệu và lao động lớn, vốn nhỏ (gạo, hàng dệt may, giày dép, hạt tiêu, cao su, cà phê, than đá, rau quả, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm nhựa, hàng điện tử và linh kiện...) chiếm tới 80% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi.

Gạo được coi là mặt hàng chiến lược xâm nhập dễ dàng vào châu Phi trong nhiều năm qua. Đến năm 2001, gạo Việt Nam đã có mặt tại 24 thị trường châu lục này, đạt 106,3 triệu USD, chiếm gần 57% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2004, mặt hàng này tiếp tục tăng và

vẫn giữ vị trí số một với giá trị 249,3 triệu USD, tăng 93% so với năm 2003. Trong những năm tới Việt Nam càng có cơ hội tăng mạnh xuất khẩu gạo vào châu Phi, bởi những lý do sau: 1. Nhu cầu tiêu thụ nông phẩm mà đặc biệt là gạo ở châu Phi lên tới 22,8 tỷ USD/năm; 2. Chiếm 10% thị phần xuất khẩu hiện nay của Việt Nam, châu Phi mới chỉ là nhà nhập khẩu gạo lớn thứ ba của Việt Nam; 3. Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá là hợp lý trong số các nhà cung cấp chính mặt hàng gạo cho châu Phi. Tuy nhiên cho tới nay, gạo của Việt Nam vẫn phải qua khâu trung gian khi vào thị trường này. Chẳng hạn năm 2001, trong tổng số 106,3 triệu USD gạo xuất khẩu sang châu Phi, chỉ có 40 triệu USD – chiếm 37% – là được bán trực tiếp.

Hàng điện tử và linh kiện có tốc độ tăng trưởng lớn nhất trong năm 2004, đạt 35,3 triệu USD tăng 123,2% so với năm 2003. thị trường nhập khẩu chính sản phẩm này là Ai Cập (22,7 triệu USD), Nigêria (4,8 triệu USD), Maroc (2 triệu USD), Ghana (1,4 triệu USD) và Nam Phi (1,2 triệu USD).

Hàng dệt may được xếp thứ ba sau gạo và hàng điện tử là bởi năm 2001, xuất khẩu mặt hàng này tăng xấp xỉ 50% đạt 12,7 triệu USD so với 8,5 triệu USD của năm 2000; năm 2004 tiếp tục tăng mạnh và đạt 15,7 triệu USD. Xuất khẩu hàng dệt may đang chịu cạnh tranh mạnh mẽ cả về chất lượng và giá cả của sản phẩm đến từ Trung Quốc và Ấn Độ. Tuy nhiên, châu Phi vẫn được xem là thị trường tiềm năng của Việt Nam khi nhu cầu hàng dệt may của châu lục này ước tính lên tới 12 tỷ USD/năm, trong khi hàng của Việt Nam mới chỉ chiếm 0,1% thị phần.

Rau quả tăng thực sự ấn tượng giai đoạn 2000-2004: từ 94.343 USD năm 2000 tăng đạt 2 triệu USD năm 2004, tức đạt bình quân 127,46%/năm. Tốc độ tăng trưởng cao và liên tục là cơ sở để Việt Nam tăng mạnh hơn nữa xuất khẩu mặt hàng này vào châu Phi trong thời gian tới.

#### *Cơ cấu thị trường xuất khẩu<sup>9</sup>*

Năm 1991, thông qua chương trình trả nợ chính phủ, Việt Nam mới chỉ xuất khẩu sang Angiêri và Libi với tổng giá trị hàng hoá chiếm tới 90% tổng kim ngạch xuất khẩu vào châu Phi. Đến năm 2004, hàng hoá Việt Nam đã có mặt tại 47 nước. Trong đó nước nhập khẩu nhiều nhất là Xênegan (57,2 triệu USD) và nước nhập khẩu ít nhất là Dimbabuê (15.000 USD). Năm 2005, Nam Phi và Ai Cập, hai thị trường đông dân và có tiềm lực kinh tế lớn nhất, nhì châu phi, đã vươn lên chiếm vị trí hàng đầu. Đây cũng là hai thị trường trọng điểm trong danh sách xúc tiến thương mại năm 2005 của Việt Nam. Nếu tính theo khu vực thì thị trường Tây Phi chiếm giá trị lớn nhất với tỷ trọng 39,1%, tiếp đến là thị trường Đông và Nam Phi - 31,2%, Bắc Phi - 16,7% và Trung Phi - 13% trong 407,5 triệu USD tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi năm 2004.

Khu vực Tây Phi gồm 16 quốc gia (Bênanh, Buôckina Faxô, Capve Verde, Bờ Biển Ngà, Ghana, Ghinê Bitxao, Libêria, Mali, Nigie, Nigêria, Xênegan, Xiêra Lôn, Gambia, Tôgô, Môritani). Với số dân 253,8 triệu người (chiếm 28,6% dân số toàn châu Phi), chiếm 15,3% GDP toàn châu Phi, Tây Phi có mức thu nhập bình quân đầu người là 410 USD/năm. Nigêria, Bờ biển Ngà, Ghana và Xênegan là bốn nền ngoại thương lớn nhất của khu

vực này. Tuy được đánh giá là tương đối mở cửa, nhưng hoạt động thương mại của Tây Phi còn kém phát triển so với các khu vực khác. Chẳng hạn, năm 2003, kim ngạch xuất khẩu của các nước Tây Phi đạt 29,5 tỷ USD, nhập khẩu đạt 23,1 tỷ USD, chiếm tương ứng 20,9% và 17% giá trị xuất khẩu của châu Phi<sup>10</sup>.

Năm 2004, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Tây Phi chiếm 34,2% tổng kim ngạch xuất khẩu sang châu Phi với 159,3 triệu USD (tăng 113% so với năm 2003), trong đó Xênegan là thị trường lớn nhất (36%), tiếp đó là Nigêria (20%), Ghana (19,7%). Trong cơ cấu hàng xuất khẩu vào khu vực này, gạo chiếm gần như tuyệt đối, tới 98% giai đoạn 2001-2004. Riêng năm 2004, giá trị xuất khẩu gạo đạt 118,7 triệu USD, cao su đạt 8,4 triệu USD (chiếm tới 80% lượng cao su Việt Nam vào châu Phi). Ngoài ra, hàng điện tử và linh kiện, dệt may, sản phẩm nhựa cũng có mặt trên thị trường này song với một khối lượng rất khiêm tốn và không ổn định.

Khu vực Đông và Nam Phi gồm 21 nước (Cômô, Ghibuti, Êritơ, Êthiôpia, Kênia, Mađagaxca, Môritani, Xâysen, Xômali, Tandania, Uganda, Bôtsoana, Lêxôthô, Malaui, Môđambich, Nam Phi, Namibia, Xu Đăng, Xoa Dilen, Dambia, Dimbabuê), có 332,1 triệu dân (chiếm 37,7% dân số toàn châu Phi) và chiếm 40,1% GDP của toàn châu Phi vào năm 2003. Trình độ phát triển kinh tế rất khác nhau (chỉ riêng Cộng hoà Nam Phi chiếm tới 2/3 GDP của khu vực) dẫn đến khoảng cách lớn trong thu nhập bình quân đầu người. Chẳng hạn, GDP/người tại 6 nền kinh tế tương đối phát triển là Nam Phi, Bôtsoana, Namibia, Xoa Dilen, Xâysen, Môritani dao động trong khoảng 1.729 USD/năm đến

8.650 USD/năm, so với từ 140 USD/năm – 625 USD/năm tại 6 nền kinh tế kém phát triển nhất là Lêxôthô, Môđambich, Malaui, Dambia, Êritơ, Êthiôpia.

Tuy là thị trường lớn nhất châu Phi, song kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này trong năm 2004 chỉ đạt 127 triệu USD, chiếm 1,2% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang lục địa Đen. Thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam là Nam Phi với tỷ trọng 43,7%, tiếp sau đó là Tandania là 19,6% và Kênia là 16,7%. Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này chủ yếu là gạo: đạt 59% và giày dép 11%.

Khu vực Bắc Phi gồm 5 quốc gia (Ai Cập, Libi, Tuynidy, Angiêri và Maroc) có số dân khoảng 140,4 triệu người (chiếm 17% dân số châu Phi). Năm 2003, thu nhập bình quân đầu người của khu vực này đạt 1.717 USD, cao gấp 2 lần so với mức bình quân của châu lục. Hàng hoá nhập khẩu hàng năm vào khu vực này lên tới trên 50 tỷ USD chiếm 1/3 tổng kim ngạch nhập khẩu của châu Phi-chủ yếu đến từ EU, Mỹ, Nhật, Trung Quốc và các nước vùng Vịnh. Hiện nay, do Ai Cập vẫn duy trì chế độ bảo hộ nền công nghiệp trong nước, nên mức thuế nhập khẩu bình quân 22,5% của khu vực này là cao nhất châu Phi.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Bắc Phi tăng mạnh trong giai đoạn 2001-2004 với mức bình quân 20%/năm tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi, trong đó thị trường Ai Cập chiếm tới 57% và Angiêri –29%. Riêng năm 2004 Bắc Phi nhập khẩu tới 68 triệu USD, trong đó chủ yếu là gạo (tới 50%). Những năm gần đây, xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện bắt đầu tăng nhanh. Đến



năm 2004, mặt hàng này đã vượt lên dẫn đầu với tỷ trọng 36,4% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (chiếm tới khoảng 70% mặt hàng xuất khẩu này của Việt Nam sang châu Phi). Ai Cập là khách hàng số một khi nhập tới 22,7 triệu USD. Năm 2004, Bắc Phi còn tiêu thụ tới 50% kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam (đạt giá trị 1,1 triệu USD, tăng 53% so với năm 2003, 85% hạt tiêu và 57% cà phê.

Khu vực Trung Phi gồm 11 nước (Angôla, Burundi, Camerun, Cộng hoà Trung Phi, Sat, Côngô, Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Côngô, Ghinê Xích đạo, Gabông, Ruanda, Xao Tôme & Principê) có số dân 107,6 triệu người, chiếm 12% dân số toàn châu Phi. Ngoài Camerun có nền kinh tế lớn nhất khu vực với tổng thu nhập chiếm tới 32,2% GDP Trung Phi, chỉ có Ghinê Xích đạo và Gabông là hai quốc gia có GDP/người đạt tương ứng 5.849 USD và 4.336 USD nhờ có nguồn tài nguyên phong phú. Còn lại đều là những nước nghèo nhất châu Phi tập trung ở khu vực này với tổng thu nhập chỉ chiếm 5,8% GDP của Châu Phi và thu nhập bình quân chỉ đạt 355 USD/người.

Mức độ mở cửa của Trung Phi tương đối lớn so với các khu vực khác khi có tới 9/11 nước tham gia WTO. Song do tình hình chính trị bất ổn, đặc biệt tại vùng Hồ Lớn, và thời tiết không thuận lợi nên hầu hết các nền kinh tế ở khu vực này rất kém phát triển và phụ thuộc nặng nề vào nhập khẩu. Hàng năm, các nước này nhập tới hơn 10 tỷ USD hàng hoá, trong đó chủ yếu là lương thực và hàng tiêu dùng thiết yếu.

Xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Phi chỉ chiếm 17% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào châu lục này. Tuy đã

đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn so với năm 2003 (tăng 31,8%), xuất khẩu năm 2004 cũng chỉ đạt xấp xỉ 53 triệu USD, trong đó gạo chiếm tới 60-70%; dệt may, hàng điện tử và linh kiện, sản phẩm nhựa chỉ chiếm số lượng nhỏ. Angôla là thị trường Trung Phi lớn nhất của Việt Nam với trên 70% tổng giá trị hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang trung Phi. Tiếp đến là Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Côngô và Camerun, mỗi nước chiếm khoảng 10%.

## 2. Đánh giá quan hệ thương mại Việt Nam - châu Phi

Những phân tích nêu trên cho thấy, quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam-châu Phi vốn được hình thành trên cơ sở quan hệ chính trị gắn bó truyền thống, đang diễn biến tích cực với những kết quả đáng ghi nhận.

1. Giai đoạn 2000-2005, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng trung bình 36,08%/năm và Việt Nam luôn xuất siêu. Tốc độ tăng trưởng này cao hơn nhiều so với tốc độ tăng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam cùng thời kỳ. Thêm nữa, thặng dư ngoại thương trên thị trường này tuy nhỏ, song cũng phần nào bù đắp cho số thiếu hụt cán cân thương mại Việt Nam những năm qua.

2. Thặng dư thương mại của Việt Nam đang giảm dần từ 239,8% giai đoạn 1992-1995 giảm xuống đạt 184,14% giai đoạn 1996-2000 và giảm còn 147,78% giai đoạn 2001-2005. Xu hướng này giúp cho hàng xuất khẩu của Việt Nam có thể tiếp cận với những thị trường đang duy trì chế độ bảo hộ sản xuất trong nước luôn có thái độ kỳ thị đối với các nước xuất khẩu hàng hoá giá rẻ có nhiều lợi thế so sánh.

3. Thị trường xuất khẩu được mở rộng ra 47/54 quốc gia so với 3 quốc gia vào năm 1991 không chỉ khẳng định tính đúng đắn của đường lối mở rộng cửa ra thế giới của chính phủ Việt Nam, mà điều quan trọng hơn là chứng minh thành quả to lớn thu được từ những nỗ lực của Việt Nam trong việc xâm nhập thị trường mới lạ này.

4. Cơ cấu hàng hoá xuất nhập khẩu thay đổi nhiều. Ngoài mặt hàng gạo luôn chiếm vị trí chủ đạo, các nhóm hàng dệt may, giày dép, hạt tiêu, cao su và từ năm 2000, là nhóm hàng điện-điện tử, máy móc, cơ khí, đồ nhựa, than đá đã có mặt và tạo được chỗ đứng trên thị trường này. Cũng như việc đa dạng hoá thị trường, đa dạng hoá cơ cấu xuất nhập khẩu giúp cho Việt Nam chủ động trong chiến lược tiếp cận và mở rộng thị trường cũng như chiến lược sản xuất các mặt hàng mà Việt Nam đang có lợi thế.

Tuy nhiên, cho đến nay vẫn còn những trở ngại không nhỏ đối với quá trình đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường tiềm năng này.

*Thứ nhất*, quan hệ thương mại phát triển chậm hơn quan hệ chính trị, ngoại giao. Thực tế cho thấy, Việt Nam vẫn chưa có nhiều giải pháp tích cực để có thể tận dụng và phát huy mối quan hệ truyền thống tốt đẹp trong quá trình đàm phán, ký kết hợp đồng buôn bán với thị trường tiềm năng này.

*Thứ hai*, hàng hoá xuất nhập khẩu đơn điệu, đa phần là sản phẩm thô, nông sản chưa qua chế biến. Điều này dẫn tới nguy cơ làm giảm tính cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam so với sản phẩm tương tự của các nước khác như Trung Quốc, Xingapo,

Thái Lan, Malaixia cũng đang xem châu Phi là thị trường xuất khẩu trọng điểm của mình.

*Thứ ba*, giá trị trao đổi Việt Nam-châu Phi còn quá thấp, chưa tương xứng với thực lực của cả hai bên. Năm 2005, giá trị hàng hoá trao đổi với châu Phi chỉ chiếm 1,3% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam, trong đó, xuất khẩu chiếm 2% tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu chiếm 0,7% tổng kim ngạch nhập khẩu. Chiếm chưa đến 1% tổng nhu cầu nhập khẩu của châu Phi, Việt Nam sẽ phải nỗ lực nhiều hơn nữa để có thể tăng nhanh cả khối lượng lẫn giá trị trao đổi với thị trường sẽ đạt 1 tỷ người tiêu dùng vào năm 2010.

*Thứ tư*, hoạt động xuất nhập khẩu với thị trường châu Phi được xem là tiềm năng này lại thường có hiệu quả thấp, bởi lẽ, phần lớn là hàng hoá trao đổi giá trị thấp (do chủ yếu là nguyên liệu, sản phẩm thô chưa qua chế biến hoặc là sản phẩm có hàm lượng nguyên liệu, lao động cao), trong khi chi phí vận tải rất cao (do khoảng cách lớn), lợi nhuận thu về thấp (do phải chia sẻ với nước trung gian để vào được thị trường này) và khả năng đáp ứng nhu cầu chậm (do thông tin thiếu chính xác, không cập nhật).

*Thứ năm*, khả năng gặp nhiều rủi ro là rất lớn khi tham gia thị trường này. Kết quả hoạt động những năm qua cho thấy, xuất nhập khẩu Việt Nam - châu Phi vẫn còn ở dạng sơ khai, phổ biến là hình thức hàng đổi hàng, buôn bán qua trung gian; điều kiện thanh toán không thuận lợi, chỉ có thể sử dụng phương thức mở L/C với những quốc gia có hệ thống ngân hàng tương đối hiện đại, khả năng tài chính dồi

dào hoặc có cơ quan thương vụ với Việt Nam, như Nam Phi, Ai Cập; ngoài ra còn là nạn trộm cướp và bất ổn chính trị ở nhiều quốc gia.

*Thứ sáu*, tính bất cập, thiếu minh bạch, phi hiệu quả của nhiều chính sách của Việt Nam và các quốc gia châu Phi trong điều kiện chưa tạo lập được môi trường pháp lý thuận lợi cho quan hệ thương mại, đã gây xáo trộn, tranh chấp và tác động tiêu cực đối với thị trường. Vụ việc tàu Cần Giờ bị giữ lại Tandania là một ví dụ điển hình.

Đó là những vấn đề chính được đặt ra để chính phủ và các doanh nghiệp Việt Nam nỗ lực hơn nữa trong việc tìm những giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá nhằm duy trì, mở rộng và tham gia ngày càng sâu vào hiệu quả vào thị trường này. Tuy nhiên, những khó khăn nêu trên chỉ có tính nhất thời, không ảnh hưởng lớn và ngày càng giảm khi Việt Nam gia nhập WTO. Gần đây nhất, trong Hội nghị các tham tán Việt Nam ở nước ngoài vừa được tổ chức vào hai ngày 23, 24/1/2007 tại Hà Nội, những giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá Việt Nam ra thế giới trong những năm tới, trong đó, châu Phi được nhắc đến với tư cách một thị trường còn mới mẻ, cũng đã gợi mở phần nào cho các doanh nghiệp những cách thức tiếp cận cũng như những phương cách hành động thích ứng đối với thị trường tiềm năng này.

### **3. Một số giải pháp thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam - châu Phi**

Trên cơ sở định hướng chung của chính phủ Việt Nam về hoạt động xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2010, kết quả thực tế của quan hệ thương mại Việt Nam - châu Phi

thời gian qua cùng những nhu cầu của doanh nghiệp Việt Nam muốn tiếp cận và tham gia sâu rộng vào thị trường mới mẻ này, có thể nêu ra một số giải pháp sau.

#### *a. Về phương diện vĩ mô*

*Xác lập chiến lược mậu dịch trung hạn và dài hạn:*

Việc chính phủ Việt Nam thông qua "Chương trình hành động quốc gia thúc đẩy quan hệ Việt Nam - châu Phi giai đoạn 2004 - 2010" đã khẳng định tiềm năng của thị trường châu Phi về nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, về nhu cầu đa dạng đối với các mặt hàng xuất khẩu chất lượng vừa phải mà Việt Nam đang có thế mạnh. Chương trình hành động này cần được xem là cơ sở cho việc xây dựng không chỉ các chiến lược mậu dịch trung hạn và dài hạn của chính phủ Việt Nam đối với thị trường châu Phi, mà cả chiến lược sản xuất kinh doanh xuất khẩu của những doanh nghiệp đang có dự định vào thị trường này, một khi xác định được rằng những điều kiện thuận lợi mà châu Phi đưa lại là cơ hội để gia tăng nhanh lợi nhuận cho doanh nghiệp mình. Những chính sách, biện pháp được đưa ra từ các chiến lược này sẽ là công cụ hỗ trợ tích cực cho việc nâng cao tính cạnh tranh cũng như khả năng tiếp cận và thâm nhập nhanh của hàng hoá Việt Nam vào các nước châu Phi.

*Khuyến khích và đẩy mạnh các hình thức, chương trình hợp tác ba bên:*

Việc thực hiện chương trình hợp tác ba bên giữa Việt Nam - FAO - châu Phi những năm qua đã mở ra cho Việt Nam một phương thức tiếp cận hiệu quả thị trường này. Đây có thể được xem là một hướng thâm nhập thích hợp nhất đối với

Việt Nam. Với kinh nghiệm trao đổi chuyên gia những năm trước đây, và đặc biệt là kinh nghiệm về chương trình hợp tác ba bên giữa Việt Nam - FAO - Xênegan được chính phủ Xênegan đánh giá cao, hy vọng đây là một hướng tiếp cận mới khả thi mà chính phủ Việt Nam có thể khai thác. Việc thiết lập các mối quan hệ tương tự nhằm tận dụng sự hỗ trợ về tài chính của bên thứ ba, kết hợp với việc tổ chức, sử dụng kiến thức và lao động của Việt Nam vào các tác nghiệp của bên nhận viện trợ, sẽ mang lại lợi ích cho các bên tham gia chương trình. Cũng từ đây, Việt Nam có thể mở rộng thêm địa bàn tác nghiệp cho doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện còn thiếu kinh nghiệm thâm nhập vào vùng đất xa xôi này. Do vậy, Việt Nam cần có những chuẩn bị tốt cho việc thực thi kế hoạch, khi nhiều chính phủ châu Phi ngoài Xênegan đang đề nghị Việt Nam tham gia giúp đỡ theo phương thức hợp tác ba bên.

#### *b. Về phương diện vi mô*

*\* Xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh:*

Hiện nay, các lĩnh vực mà châu Phi đang cần được đầu tư là nông nghiệp, y tế, thủy sản, giáo dục, công nghiệp vừa và nhỏ... những ngành sử dụng nhiều lao động và nguyên liệu tại chỗ. Đây thực sự là cơ hội tốt cho doanh nghiệp Việt Nam đang có ý định đầu tư vào những thị trường này. Thông qua đó, doanh nghiệp Việt Nam còn có thể tận dụng được những ưu đãi của Mỹ và EU dành cho châu Phi trong một số ngành mà Việt Nam có thể mạnh. Vì vậy, doanh nghiệp cần sớm xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh trong những lĩnh vực đang được hưởng lợi

thế đó, như: nông nghiệp (sản xuất nông nghiệp, chế biến nông sản), công nghiệp chế tạo, chế biến (cáp quang, điện tử, đồ điện gia dụng, hàng tiêu dùng, hàng dệt may, dược phẩm, phim ảnh, in ấn và xuất bản, thực phẩm và đồ uống, cơ khí nông nghiệp), xây dựng (vật liệu xây dựng, xây dựng công trình), dịch vụ (ăn uống, may mặc, sửa chữa nhỏ, cửa hàng bán lẻ).

#### *\* Tăng cường vốn*

Trong điều kiện hiện nay, những doanh nghiệp Việt Nam có nhu cầu thâm nhập vào thị trường châu Phi đều phải tập trung đầu tư cho nghiên cứu thị trường, thuê kho ngoại quan hoặc mở chi nhánh công ty, đổi mới thiết bị, đầu tư công nghệ hiện đại, thực hiện chuẩn hoá và kiểm tra chất lượng, đa dạng hoá chủng loại sản phẩm, xây dựng thương hiệu, liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh xuất khẩu. Tuy nhiên, có một điều chắc chắn là những chi phí phát sinh khi tham gia thị trường mới này sẽ lớn hơn nhiều so với khi tác nghiệp ở các thị trường truyền thống. Điều này thực sự là trở ngại lớn đối với doanh nghiệp. Vì vậy, ngoài những hình thức gọi vốn thông qua phát hành cổ phiếu, thông qua vốn góp từ các mối quan hệ họ hàng, bạn bè, tái đầu tư bằng lợi nhuận sau thuế, doanh nghiệp rất cần vay tín dụng của nhà nước với chính sách thông thoáng hơn. Chẳng hạn, việc nhà nước cho vay tín dụng khối lượng lớn đối với vốn lưu động sẽ giúp doanh nghiệp giải quyết phần nào khó khăn về vốn bị đọng quá lâu ở hàng hoá vào thị trường châu Phi (doanh nghiệp xuất khẩu chỉ được thanh toán khi phía nhập khẩu bán hết hàng).

#### *\* Nâng cao chất lượng nhân lực*

Việc đào tạo, nâng cao trình độ, năng lực của nguồn nhân lực là công tác phải được quan tâm hàng đầu của mọi doanh nghiệp. Trước hết doanh nghiệp cần tập trung nâng cao trình độ của nhân lực về năng lực kinh doanh trong môi trường quốc tế, về khả năng quản lý và điều hành doanh nghiệp; khả năng nắm vững những nguyên tắc, tập quán, thói quen, nghệ thuật kinh doanh mang tính đặc thù của thị trường này; khả năng hiểu sâu nền văn hoá bản địa, tín ngưỡng, phong tục tập quán... những yếu tố chi phối khá lớn hành vi cũng như xu hướng tiêu dùng của cư dân thị trường này; khả năng sử dụng thông thạo tiếng Anh, tiếng Pháp, đặc biệt là tiếng Ả-rập, để có thể trực tiếp giao dịch và ký kết các hợp đồng kinh tế, tránh những hiểu lầm đáng tiếc...

### **Chú thích**

<sup>1</sup> B. DIDOT, S.CORDELLIER, LUCIE CHABROL – Sdd, tr. 586 - 590

<sup>2</sup> B. DIDOT, S.CORDELLIER, LUCIE CHABROL – Sdd, tr. 586 - 590

<sup>3</sup> Nguyễn Đức Thương, "Giải pháp phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam với một số nước châu Phi" đề tài cấp bộ, Bộ Thương mại, 2003, tr.12-13

<sup>4</sup> Nguyễn Đức Thương, Sdd, tr. 16

<sup>5</sup> Doãn Thị Phương Mai, Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường châu Phi, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, 2005, 98tr, tr. 15

<sup>6</sup> Bộ ngoại giao-. Bđd

<sup>7</sup> Thương mại hàng hoá Việt Nam-châu Phi. Thực trạng và triển vọng

<sup>8</sup> Doãn Thị Phương, Sdd

<sup>9</sup> Doãn Thị Phương Mai, Sách đã dẫn

<sup>10</sup> Trần Mạnh, Vài nét về thị trường gao châu Phi và Nam Phi, Vụ Châu Phi Tây Nam Á, Bộ Thương mại, Hà Nội, 2004

### **Tài liệu tham khảo**

1. Các nước châu Phi, trong cuốn Các nước trên thế giới, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1990, tr.225-340

2. B.DIDIOT, s. CORDELLIER, LUCIE CHABROL (đồng chủ biên)- L'Etat du monde 2006 - Annuaire économique-gesopolitique mondial, Nxb La Découverte, Paris, 2006.

3. Paul Benkimoun-38,6 triệu người trên thế giới sống với SIDA,, Le Monde, ngày 13,14/8/2006, tr,9

4. Trung tâm việc làm quốc tế - Việc làm cho châu Phi, Thông báo báo chí do văn phòng quốc tế và Chương trình Phát triển của Liên Hiệp Quốc phát ngày 8/12/1997. tr.1-2.

5. MEDIAOBS, L'Observateur, Paris, 2006, Tr.10-232

6. Nguyễn Đức Thương- "Giải pháp phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam với một số nước châu Phi", Đề tài cấp Bộ, Bộ Thương mại, 2003, tr.12-13.

7. Doãn Thị Phương Mai- Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường châu Phi, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, 2005, 98tr, tr.15.

8. Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - châu Phi, Các báo cáo tham luận tại Hội thảo "Hợp tác phát triển thương mại, đầu tư Việt Nam - châu Phi", Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hà Nội, năm 2004.

9. Trần Mạnh- Vài nét về thị trường gao châu Phi và Nam Phi, Vụ Châu Phi Tây Nam Á, Bộ Thương mại, Hà Nội, 2004.

10. <http://vietnamnet.vn>