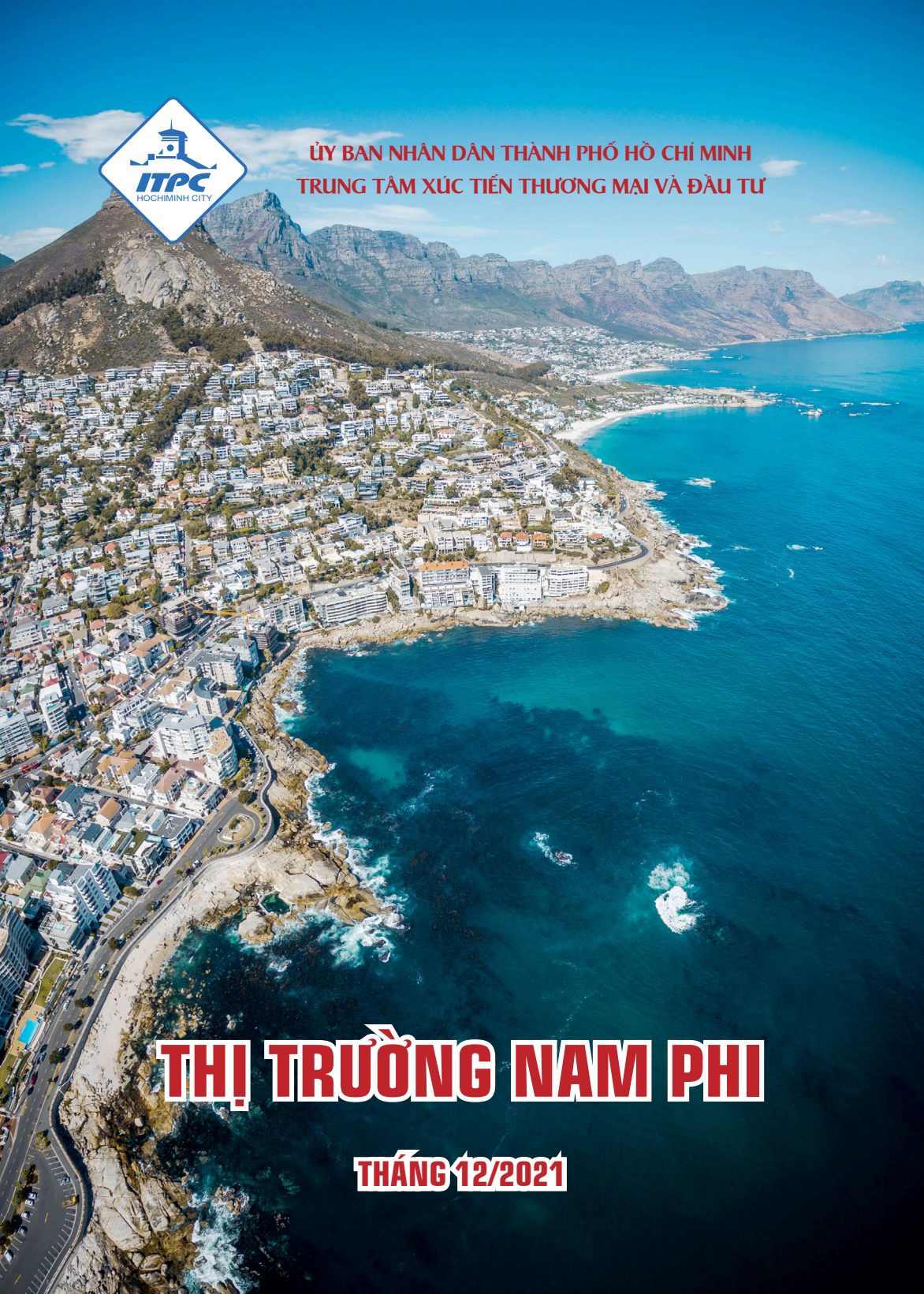


ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

THỊ TRƯỜNG NAM PHI

THÁNG 12/2021

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

05 TỔNG QUAN VỀ NAM PHI

09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NAM PHI

31 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI

45 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI

47 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng, Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 24/GP - XBBT - STTTT, ngày 18/11/2021 của Sở Thông tin Truyền thông Tp.HCM

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Nam Phi và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liện hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức

BỘ CÔNG THƯƠNG

REPUBLIC OF SOUTH AFRICA
HONORARY CONSULATE IN HCMC

THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP

WORLD TRADE ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự Cộng hòa Nam Phi tại Tp Hồ Chí Minh
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG NAM PHI

AFRICA

TỔNG QUAN VỀ NAM PHI

TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG NAM PHI

Tên đầy đủ: Nước Cộng hòa Nam Phi (Republic of South Africa).

Vị trí địa lý: Cộng hoà Nam Phi ở cực Nam châu Phi; đông bắc giáp Mozambique, Zimbabwe, Botswana, Namibia; tây nam giáp Đại Tây Dương; đông nam giáp Ấn Độ Dương.

Diện tích: 1.219.090 km^2, đứng thứ 26 thế giới.

- Đất liền: 1.214.470 km^2;
- Mặt nước: 4.620 km^2.

Vùng biên giới: 5.244 km.

Các quốc gia có biên giới (6): Botswana 1.969 km, Lesotho 1.106 km, Mozambique 496 km, Namibia 1.005 km, Eswatini 438 km, Zimbabwe 230 km.

Đường bờ biển: 2.798 km.

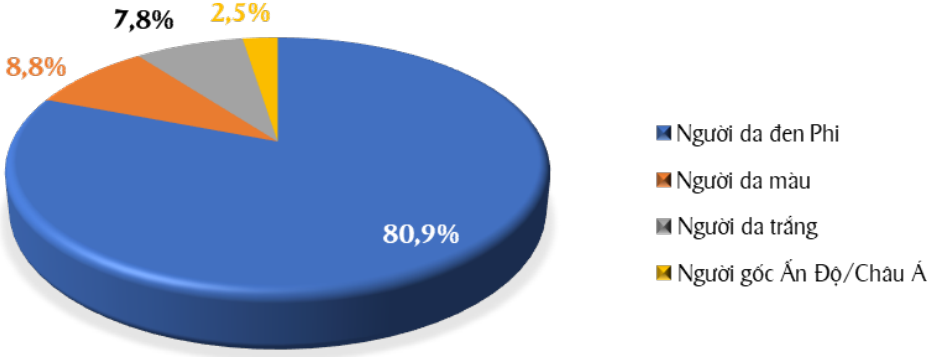
Khí hậu: Ôn hoà, 2 mùa mưa và nắng.

Tài nguyên thiên nhiên: vàng, crom, antimon, than đá, quặng sắt, mangan, niken, phốt phát, thiếc, nguyên tố đất hiếm, uranium, đá quý kim cương, bạch kim, đồng, vanadi, muối, khí thiên nhiên.

Dân số: 56.978.635 (ước tính đến tháng 7 năm 2021), xếp thứ 26 thế giới.

Dân tộc: Người da đen Phi 80,9%, người da màu 8,8%, người da trắng 7,8%, người gốc Ấn Độ/Châu Á 2,5% (ước tính năm 2018).

Cơ cấu dân tộc



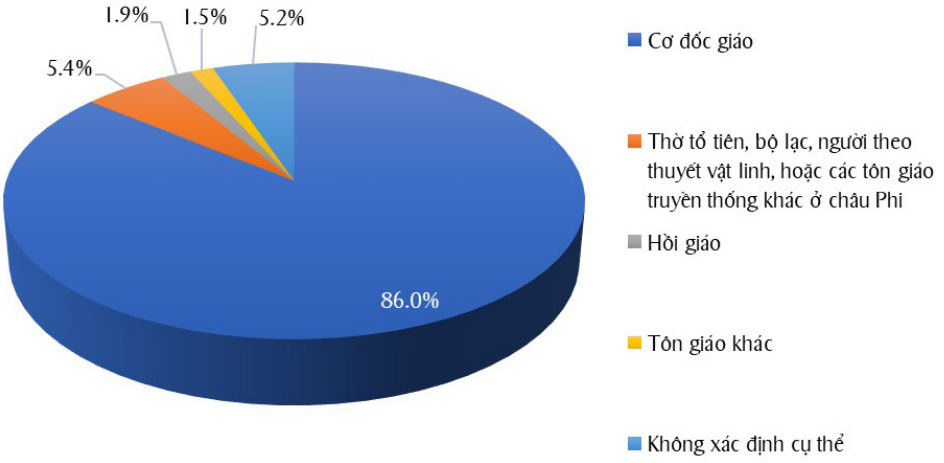
Lưu ý: Từ da màu là một thuật ngữ được sử dụng ở Nam Phi, thuật ngữ này được sử dụng cả trong điều tra dân số quốc gia, để chỉ những người có nguồn gốc tổ tiên chủng tộc hỗn hợp, những người đã phát triển một bản sắc văn hóa riêng biệt trong vài trăm năm.

Ngôn ngữ: 11 ngôn ngữ chính thức bao gồm isiZulu 25,3%, isiXhosa 14,8%, Afrikaans 12,2%, Sepedi 10,1%, Setswana 9,1%, tiếng Anh 8,1%, Sesotho 7,9%, Xitsonga 3,6%, siSwati 2,8%, Tshivenda 2,5%, isiNdebele 1,6%; ngôn ngữ khác (bao gồm các ngôn ngữ Khôi, Nama và San) 2%. (Dữ liệu cập nhật năm 2018).

Tôn giáo: Cơ đốc giáo chiếm tỷ lệ 86%; Những người thờ tổ tiên, bộ lạc, người theo thuyết vật linh, hoặc các tôn giáo truyền thống khác ở châu Phi chiếm tỷ lệ

5,4%; Hồi giáo 1,9%; tôn giáo khác 1,5%, không xác định cụ thể là 5,2% (ước tính năm 2015).

Cơ cấu tôn giáo



Thủ đô: Pretoria (thủ đô hành chính); Cape Town (thủ đô lập pháp); Bloemfontein (thủ đô tư pháp).

Quốc khánh: 27 tháng 4 (1994).

Lịch sử:

Thời kỳ chế độ Apartheid, nhân dân Nam Phi, dưới sự lãnh đạo của Đại hội Dân tộc Phi (ANC) và Đảng Cộng sản Nam Phi đã kiên trì đấu tranh bằng nhiều hình thức khác nhau qua các giai đoạn: 1945-1960, 1961-1970, 1971-1980. Từ thập kỷ 80, phong trào đấu tranh chống chủ nghĩa phân biệt chủng tộc phát triển mạnh mẽ, tập hợp nhiều tầng lớp quần chúng, giới kinh doanh, người da trắng. Trước sức ép quốc tế (cấm vận, trừng phạt kinh tế, cô lập ngoại giao), chính quyền Pretoria của người da trắng buộc phải trả tự do cho các nhà hoạt động chính trị, đi vào đối thoại với các chính đảng đối lập nhằm tìm giải pháp đối với cuộc xung đột.

Ngày 25 tháng 9 năm 2008, Quốc hội Nam Phi chỉ định ông Kgalema Motlanthe làm Tổng thống cho đến khi tổ chức cuộc bầu cử tiếp theo. Ngày 09 tháng 5 năm 2009, ông Jacob Zuma trúng cử trong cuộc tổng tuyển cử toàn quốc. Do hậu quả của việc ông Jacob Zuma từ chức vào ngày 14 tháng 2 năm 2018, sau cuộc bỏ phiếu của Quốc hội vào ngày 15 tháng 2 năm 2018, ông Cyril Ramaphosa đã được lựa chọn là tổng thống tiếp theo của Nam Phi.

Hệ thống pháp luật: Dựa trên hệ thống pháp luật của Hà Lan và Anh.

Thể chế: Cộng hòa đại nghị.

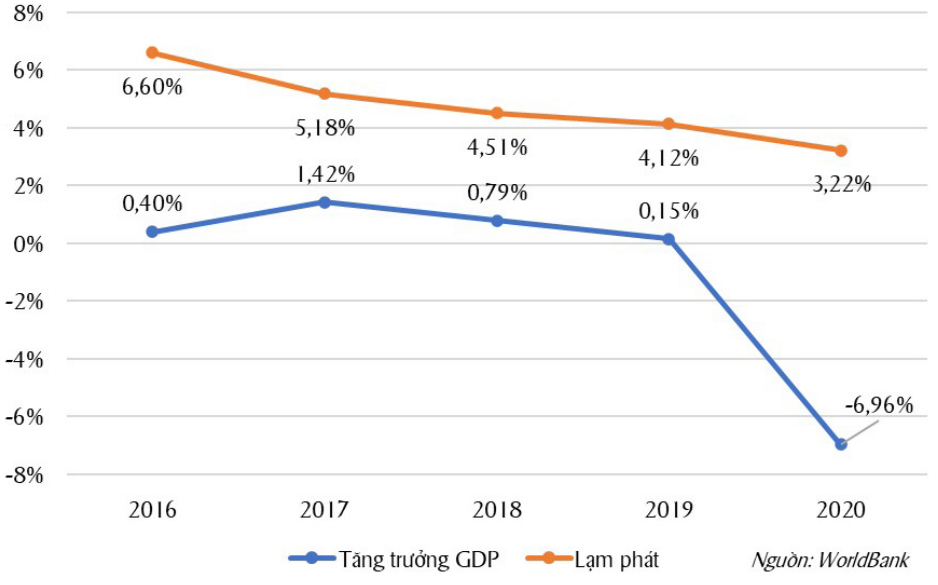
Lãnh đạo cấp cao:

- **Nguyên thủ quốc gia:** Tổng thống Matamela Cyril Ramaphosa (kể từ ngày 15 tháng 02 năm 2018); Phó Tổng thống David Mabuza (ngày 26 tháng 02 năm 2018); lưu ý - tổng thống vừa là nguyên thủ quốc gia vừa là người đứng đầu chính phủ; Jacob ZUMA từ chức tổng thống vào ngày 14 tháng 02 năm 2018.

GDP theo giá hiện hành (theo WorldBank): 301,92 tỷ USD (2020), xếp thứ 40 thế giới.

GNI (thu nhập bình quân đầu người), phương pháp Atlas (theo WorldBank): 5.410 USD/người/năm.

Tỷ lệ tăng trưởng GDP và lạm phát



Nguồn: WorldBank

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NAM PHI

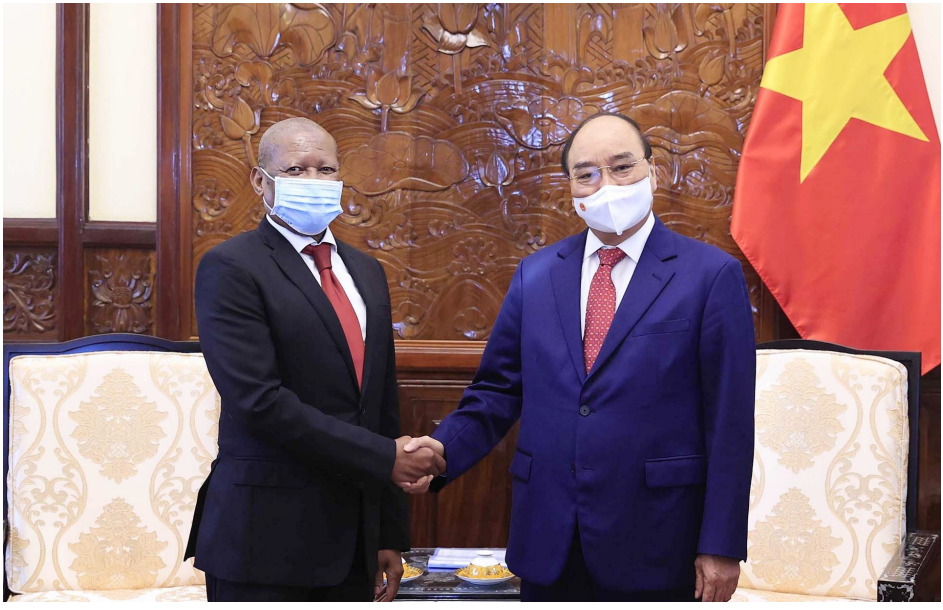
TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Thành phố Johannesburg, Nam Phi

Nam Phi là nước phát triển nhất ở châu Phi và là đầu tàu thúc đẩy sự phát triển mọi mặt của 14 nước trong Cộng đồng Phát triển miền Nam châu Phi (SADC). Nam Phi rất giàu tài nguyên, khoáng sản (vàng, kim cương, platin...), có nền công nghiệp, nông nghiệp tương đối phát triển. Là một quốc gia rất giàu về tài nguyên thiên nhiên, với cơ sở hạ tầng phát triển và tiềm năng tài chính tốt, Nam Phi đã trở thành "cửa ngõ" được ưa chuộng cho việc đầu tư vào khu vực miền Nam châu Phi. Nam Phi hiện là nhà đầu tư nước ngoài trực tiếp lớn nhất tại châu Phi. Công nghiệp khai thác mỏ, chế tạo và thương mại của Nam Phi có thể sánh ngang với các nước ở châu Âu, châu Mỹ và châu Á.

Hàng năm, Nam Phi sản xuất khoảng 4 triệu tấn crôm (chiếm 3/5 lượng giao dịch crôm trên thị trường thế giới), là nước xuất khẩu vàng lớn nhất thế giới (ngành công nghiệp

khai thác vàng đóng góp khoảng 2% tổng sản phẩm quốc nội của Nam Phi), là nước sản xuất rượu vang lớn thứ 4 thế giới. Bên cạnh đó, ngành du lịch Nam Phi tiếp tục đóng vai trò là ngành kinh tế năng động nhất đóng góp vào sự phát triển của kinh tế Nam Phi.



Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc tiếp Đại sứ Cộng hoà Nam Phi Mpetjane Kgaogelo Lekgoro

Nhìn chung, thị trường Nam Phi có tiềm năng lớn và đặc biệt tồn tại hai dạng thị trường tiêu thụ với yêu cầu về chất lượng và giá cả hàng hoá khác nhau, đó là thị trường của người giàu và thị trường của người nghèo, dung lượng của hai thị trường này gần tương đương nhau. Ngoài ra, qua thị trường Nam Phi hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài còn dễ dàng thâm nhập sang các quốc gia miền Nam châu Phi khác, nhất là các nước thuộc Liên minh thuế quan.

Việt Nam và Nam Phi có mối quan hệ truyền thống tốt đẹp trong nhiều năm qua. Mối quan hệ lịch sử truyền thống tốt đẹp nêu trên luôn là nền tảng vững chắc cho sự hợp tác ngày càng mạnh mẽ, đa dạng giữa Việt Nam và Nam Phi, nhất là sau khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1993. Hiện nay, hai nước đã xây dựng được các cơ chế hợp tác song phương quan trọng như Diễn đàn Đối tác liên Chính phủ, Ủy ban hỗn hợp Thương mại, Đối thoại Quốc phòng. Nam Phi được coi là đối tác "hợp tác phát triển" quan trọng bậc nhất tại châu lục của Việt Nam trong nhiều lĩnh vực quan trọng như chính trị, kinh tế - thương mại, ngoại giao, văn hóa, khoa học – công nghệ, môi trường, du lịch. Đánh giá cao tiềm năng phát triển kinh tế, thương mại của Việt Nam, Nam Phi coi Việt Nam là một đối tác quan trọng tại Đông Nam Á. Nam Phi hiện là quốc gia đầu

tiên và cũng là duy nhất hiện nay tại châu Phi mà Việt Nam thiết lập quan hệ "đối tác vì hợp tác và phát triển".

Kinh tế Nam Phi đã có được sự ổn định kinh tế vĩ mô tương đối nhưng đang phải đối mặt với những sóng gió ngày càng mạnh mẽ do đại dịch COVID-19 năm 2020. Nền kinh tế tăng trưởng 0,8% vào năm 2018 và 0,2% lên 350 tỷ USD vào năm 2019. Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 đã dẫn đến việc suy giảm gần 7% xuống còn 302 tỷ USD vào năm 2020; kết quả là GDP bình quân đầu người đã giảm xuống mức của năm 2005. Lạm phát thấp và lãi suất ở mức thấp kỷ lục.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Chi tiêu của Chính phủ: Vốn ngân sách và chi tiêu hoạt động đã bị cắt giảm nghiêm trọng kể từ năm 2016 do thâm hụt kép (ngân sách và hộ gia đình) điều này cho thấy suy giảm kinh tế có thể tăng nhanh trong ngắn hạn. Đây là những thách thức mang tính chu kỳ, cấu trúc và quy định/chính sách trong nền kinh tế. Đồng tiền rand hiện đang phục hồi phản ánh thặng dư tài khoản vãng lai kỷ lục cộng thêm 20 năm nền kinh tế Nam Phi dựa trên xuất khẩu hàng hóa mạnh mẽ và nhập khẩu giảm.

Quản lý: Các doanh nghiệp nước ngoài ngày càng có nhiều lo ngại về một loạt các yếu tố chính trị, kinh tế và quy định có ảnh hưởng xấu đến môi trường kinh doanh tại Nam Phi. Các yếu tố ảnh hưởng bao gồm các báo cáo về tham nhũng và quản lý yếu kém trong chính phủ, tỷ lệ thất nghiệp tăng cao, tội phạm bạo lực, cơ sở hạ tầng thiếu thốn và cung cấp dịch vụ kém của chính phủ cho các cộng đồng nghèo. Những yếu tố này đã trở nên trầm trọng hơn bởi đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, một số tiến bộ đang được thực hiện trong việc cải cách các Doanh nghiệp Nhà nước (DNNN) vốn bị tác động xấu bởi tham nhũng và quản lý yếu kém. Các chương trình chi tiêu khẩn cấp để khắc phục hậu quả từ đại dịch Covid-19 đã làm tăng tỷ lệ nợ trên GDP vốn đã cao và đặt ra câu hỏi cho nhiều dự án cơ sở hạ tầng phát triển lớn.

Cạnh tranh: Các công ty Việt Nam tham gia vào thị trường này phải cạnh tranh trong một thị trường với sự hiện diện của các doanh nghiệp ở cả châu Âu, châu Á và châu Mỹ. Một hiệp định thương mại giữa SADC và Liên minh Châu Âu cho phép nhiều sản phẩm của Châu Âu vào Nam Phi miễn thuế hoặc với thuế suất thấp. Vương quốc Anh đã ký một thỏa thuận tương tự vào năm ngoái cũng sẽ tác động đến xuất khẩu của Việt Nam.

Tỷ giá hối đoái: Tỷ giá hối đoái đồng đô la biến động tự do có thể làm phức tạp việc lập kế hoạch, đặc biệt là đối với các công ty nhỏ hoặc mới tham gia thị trường. Mặc dù có sẵn bảo hiểm kỳ hạn và đồng rand là một trong những đồng tiền được giao dịch nhiều nhất trên thế giới, nhưng chi phí phản ánh lãi suất có xu hướng cao hơn ở Hoa Kỳ và các thị trường phát triển.

Nội địa hóa: Chính phủ Nam Phi liên tục thay đổi yêu cầu bắt buộc về nội địa hóa công nghiệp đối với các nhà cung cấp nước ngoài vốn thường coi đây là một yếu tố chi phí và rủi ro khi kinh doanh ở Nam Phi.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Nam Phi là nền kinh tế phát triển và tiên tiến nhất châu lục, Nam Phi vẫn mang đến cho các nhà xuất khẩu và nhà đầu tư một nền kinh tế đa dạng và tăng trưởng với các lĩnh vực tài chính và dịch vụ năng động.

Các tiêu chuẩn thương mại nói chung có thể so sánh được với các tiêu chuẩn ở hầu hết các nền kinh tế phát triển; Các nhà đầu tư nước ngoài nhận thấy các tòa án địa phương công bằng và nhất quán, đồng thời các tổ chức được phát triển tốt. Tương tự, đời sống dân chủ được thiết lập tốt với các cuộc bầu cử minh bạch và có cạnh tranh; sự đánh giá cao đối với pháp quyền; một nền báo chí tự do, sôi động và thẳng thắn; công dân duy trì niềm tự hào đáng kể về hiến pháp và môi trường hòa bình được thiết lập hậu phân biệt chủng tộc.

Bất chấp những bất ổn chính trị và kinh tế xã hội đang gia tăng, Nam Phi vẫn là điểm đến phần lớn có lợi cho đầu tư của các nước vì cộng đồng doanh nghiệp năng động có định hướng thị trường cao và là động lực của tăng trưởng kinh tế. Nam Phi mang lại nhiều cơ hội và tiếp tục thu hút các nhà đầu tư đang tìm kiếm một vị trí để tiếp cận phần còn lại của lục địa châu Phi. Các ràng buộc tài khóa ngày càng gia tăng của Chính phủ Nam Phi hiện có thể khiến Chính phủ Nam Phi tạo thuận lợi hơn đối với mô hình Quan hệ Đối tác Công-Tư (PPP) để đảm bảo cung cấp dịch vụ liên tục. IMF đã phê duyệt khoản vay 4,3 tỷ USD cho Nam Phi có thể dẫn đến cải cách thị trường thân thiện với doanh nghiệp và kiểm soát chi tiêu của chính phủ chặt chẽ hơn.

Một số yếu tố có lợi cho các nhà xuất khẩu nước ngoài:

- Các lĩnh vực tài chính, pháp lý và dịch vụ kinh doanh phức tạp;
- Cơ sở hạ tầng giao thông rộng khắp;
- Vị trí của Nam Phi giúp nước này trở thành cửa ngõ để thâm nhập vào các quốc gia và thị trường khác ở Châu Phi cận Sahara.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

Bởi vì thị trường Nam Phi rất phức tạp, việc thâm nhập của các nhà xuất khẩu cần được lên kế hoạch tốt, có cân nhắc các yếu tố sau:

- Mô hình phân phối thu nhập theo nhân khẩu học trong đó 10% dân số kiếm được 45% thu nhập quốc dân (hệ số Gini là 0,61, có nghĩa là càng gần 1, càng có nhiều bất bình đẳng. Bằng 0 cho thấy không có bất bình đẳng);

Thành phố Pretoria, Thủ đô hành chính của Cộng hòa Nam Phi

- Bản chất nhạy cảm với giá của nhu cầu tiêu dùng;
- Tỷ giá hối đoái đồng đô la thả nổi dễ biến động (tỷ giá có xu hướng rất dễ đoán trong trung hạn, nhưng có thể tăng đột biến trong ngắn hạn);
- Mạng lưới cung cấp điện không đáng tin cậy và công suất thấp;
- Vấn đề phân phối, do các trung tâm bán lẻ lớn tập trung ở năm vùng đô thị;
- Các quy tắc bảo vệ người tiêu dùng được phát triển tốt và gần đây, việc thực thi tốt hơn;
- Thành kiến thị trường, người tiêu dùng có tư tưởng thận trọng, có xu hướng gắn bó với các nhà cung cấp mà họ đã biết và do đó đòi hỏi sự quan tâm phát triển thị trường bền vững của doanh nghiệp;
- Vị trí của Nam Phi như một bước đệm để phát triển các cơ hội thị trường ở châu Phi cận Sahara;
- Các biện pháp nội địa hóa như áp đặt hạn ngạch hoặc tăng thuế đối với hàng nhập khẩu và các yêu cầu về nội dung mang tính địa phương để ưu tiên chuỗi cung ứng trong nước;

- Môi trường sáp nhập và mua bán doanh nghiệp ngày càng phức tạp sau khi Luật Cạnh tranh sửa đổi năm 2019;
- Luật bảo mật dữ liệu mới như POPIA.

Tuy nhiên, nhà cung cấp nước ngoài mới gia nhập thị trường sẽ nhận thấy các điều kiện khác biệt rõ rệt khi mạo hiểm lên phía Bắc do hội nhập khu vực còn chậm, ảnh hưởng đến các dịch vụ tài chính, chứng từ thương mại và mạng lưới giao thông đường bộ, đồng thời có thể làm tăng đáng kể rủi ro và chi phí kinh doanh. Cần cân nhắc lựa chọn một trong ba chiến lược thâm nhập rủi ro thấp (đại diện, đại lý hoặc phân phối). Nếu một NTM đang bán cho chính phủ hoặc các tổ chức do chính phủ tài trợ, thì bất kỳ đối tác địa phương nào cũng phải tuân thủ B-BBEE và biết các quy định về mua sắm của địa phương.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ XUẤT NHẬP KHẨU

Đại sứ Hoàng Văn Lợi làm việc với lãnh đạo tỉnh Northern Cape

➢ Hình thức nhập khẩu

Hàng vào Nam Phi có thể đăng ký theo những dạng như sau:

- Nhập khẩu vào SACU (Liên minh hải quan miền Nam châu Phi - Southern African

Customs) đối với những mặt hàng dùng trong gia đình (nộp thuế/hưởng ưu đãi/miễn thuế);

- Nhập khẩu để lưu kho (nợ thuế hoặc để tái xuất);
- Chuyển qua Nam Phi;
- Tạm nhập vào SACU để chế biến sau đó tái xuất.

➢ Thủ tục nhập khẩu

Người nhập khẩu/đại lý cần phải kê khai vào mẫu kê khai hàng nhập khẩu (Bill of Entry). Người nhập khẩu/đại lý chịu trách nhiệm kê khai đầy đủ, toàn bộ và cung cấp tất cả những giấy tờ liên quan Thủ tục hải quan bao gồm: thủ tục chấp nhận và kiểm tra hàng phù hợp với bản kê khai, hóa đơn, vận đơn, giấy chứng nhận xuất xứ, giấy phép nhập khẩu..., kiểm tra hàng để áp thuế và VAT.

Hải quan có thể yêu cầu các chứng từ khác và mẫu hàng

Hải quan sẽ giữ hàng lại để các Bộ ngành liên quan kiểm tra như Bộ Y tế, Nông nghiệp, Công Thương...

➢ Chuyển hàng theo đường bưu điện

Thủ tục đăng ký hải quan do Bưu điện tiến hành thay mặt Cục Thuế quan. Mức thuế nhập khẩu/VAT áp dụng cho những mặt hàng qua đường bưu điện được tính tương đương với hàng hóa khác.

Cảng thông quan được quy định tại 3 điểm: sân bay quốc tế Johannesburg, Cape Town và Durban. Hải quan sẽ cử người tới những địa điểm trên để trợ giúp Bưu điện.

Các mặt hàng có liên quan tới vấn đề sức khỏe thì phải xin giấy phép của Bộ Y tế; một số mặt hàng (có danh sách cụ thể) phải xin giấy phép của Bộ Công Thương.

Cơ quan Hải quan có thể giữ hàng hóa cho đến khi nào họ xét thấy tất cả các luật lệ đã được tuân thủ. Trong một số trường hợp, Hải quan có thể chuyển vụ việc sang một cơ quan khác để xin ý kiến về việc giải phóng hàng.

Sau khi đã tiếp nhận bộ hồ sơ đầy đủ, nếu xét thấy cần thiết, hải quan sẽ tiến hành kiểm tra hàng hóa.

➢ Một số điểm cần lưu ý đối với hàng hóa nhập khẩu vào Nam Phi

*Hàng hóa phải được đóng gói theo tiêu chuẩn xuất khẩu và đảm bảo để vận chuyển theo đường biển/đường hàng không.

*Hàng quà biếu hoặc quà tặng cũng phải chịu thuế nhập khẩu dựa trên giá trị FOB

và phải được đóng gói riêng rẽ.

*Không đóng lẫn hàng đồ uống hay thực phẩm đóng hộp với hàng hóa khác, nếu không sẽ làm chậm quá trình giao nhận hàng tại Hải quan cũng như có thể phát sinh thêm chi phí.

Theo thông lệ của Nam Phi, một đại lý giao nhận thường được thuê để làm các thủ tục cần thiết đối với các lô hàng kinh doanh. Mỗi đại lý vận tải có mã số hải quan của riêng mình. Đồng thời người ta đã thiết lập nên một hệ thống liên lạc qua mạng giữa Hải quan Nam Phi và các công ty giao nhận. Điều này làm giảm thời gian làm thủ tục hải quan xuống còn tối đa 4 ngày làm việc kể từ ngày có đầy đủ chứng từ.

Khi thuê đại lý là hãng tàu hoặc đại lý giao nhận thực hiện các thủ tục nhập khẩu hàng thì cần chú ý thỏa thuận rõ ràng về cước phí tàu biển, máy bay, chi phí bốc dỡ hàng khỏi tàu, máy bay, chi phí làm thủ tục hải quan, chi phí lưu kho, lưu bãi tại kho hải quan và kho của đại lý, chi phí vận chuyên nội địa, chi phí bốc xếp hàng vào kho của mình. Nếu có được tổng chi phí (Total all – in Charge) là tốt nhất.

Cần phải yêu cầu hãng giao nhận cung cấp giấy dự kiến giao hàng để ràng buộc trách nhiệm của họ đối với lô hàng. Đã có trường hợp xảy ra với một số công ty Việt Nam khi sang bên Nam Phi không quy định từ rõ ràng về chi phí vận chuyển và gặp phải tranh chấp không cần thiết. Hãng giao nhận luôn giữ hàng cho đến khi được thanh toán hết số tiền chi phí vận chuyển và đó là một lợi thế của họ. Do đó càng thỏa thuận cụ thể bao nhiêu trước khi gửi hàng càng đỡ xảy ra khả năng tranh chấp về vận tải bấy nhiêu. Hóa đơn thương mại và danh sách hàng phải được lập bằng tiếng Anh.

Các chi tiết về hàng hóa phải được mô tả đầy đủ, tránh việc chỉ đơn thuần nêu tên và nhãn hiệu hàng hóa. Ví dụ, đối với máy móc thì phải ghi thêm một số chi tiết cơ bản về công suất, năm sản xuất từng danh mục, kể cả quà biếu và tờ rơi, sách quảng cáo công ty... cần phải cung cấp giá FOB của số hàng hóa đó bằng USD trên hóa đơn thương mại và danh sách hàng. Không ghi câu "No commercial value" trong hai chứng từ trên.

Nếu là hàng triển lãm thì cần phải ghi rõ câu sau: "the invoiced goods are of ... (country)... origin nad are intended for display purpose only at the exhibition site in ... (place)..., South Africa: (hàng hóa trong hóa đơn có xuất xứ từ (nước) và để phục vụ mục đích trưng bày tại (địa điểm) ở Nam Phi). Trong mọi trường hợp đều phải ghi rõ xuất xứ hàng hóa để hải quan lưu trữ dữ liệu.

Đối với hàng đồ gỗ cần phải ghi rõ thông tin là dùng trên sàn hay để treo tường và chất liệu của sản phẩm.

Cung cấp đầy đủ số liệu cơ bản cho từng kiện hàng nếu trọng lượng và khối lượng không giống nhau.

Hóa đơn Thương mại và Danh sách hàng phải được gửi đến đại lý vận tải biển ít nhất là 7 ngày trước khi hàng tới cảng/sân bay. Điều này đảm bảo việc giao nhận được

đúng thời điểm cần thiết.

Lưu ý: cách tốt nhất đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu là thuê đại lý để làm thủ tục hải quan và vận chyển hàng hóa cho tới kho được yêu cầu.

➢ **Những mặt hàng bị cấm nhập khẩu vào Nam Phi:**

- Ma tuý hoặc thuốc gây nghiện ở bất kỳ hình thức nào.
- Vũ khí không số, dùng trong quân đội và hoàn toàn tự động, chất nổ và pháo.
- Các chất, tài liệu, đồ kích thích và khiêu dâm.
- Các chất, tài liệu, đồ gây phản và kích động.
- Thuốc độc và các chất độc hại khác.
- Thuốc lá với khối lượng nhiều hơn 2kg/1000.
- Những mặt hàng được kinh doanh hoặc nhãn hiệu đăng ký bị vi phạm luật (chẳng hạn như hàng giả).
- Các bản sao chép bất hợp pháp của bất kỳ một tác phẩm nào có bản quyền.
- Các mặt hàng do các nhà tù làm ra.

Với một quá trình và một hàng rào khá nghiêm khắc khi nhập khẩu một mặt hàng vào đất nước Nam Phi, chúng ta cần có thái độ và hành động đúng mực khi tiến hành

Đoàn công tác Đại sứ quán Việt Nam làm việc với Phòng Thương mại và Công nghiệp thành phố Durban (Durban Chamber).

kinh doanh trên đất nước này, nếu không muốn xảy ra những mâu thuẫn và tranh cãi pháp lý về sau.

➢ Giấy phép nhập khẩu

Thành phố Cape Town, Nam Phi

Luật Kiểm soát nhập khẩu và xuất khẩu của Nam Phi năm 1963 cho phép Bộ Thương mại và Công nghiệp nghiêm cấm, hạn chế cũng như kiểm soát hàng nhập khẩu vì lý do an ninh, môi trường và sức khoẻ và đảm bảo quy định kỹ thuật về chất lượng tối thiểu. Trong một vài năm gần đây, danh mục các mặt hàng bị hạn chế nhập khẩu cần phải có giấy phép nhập khẩu đã giảm đi đáng kể, điều này chứng tỏ chính sách của Bộ Thương mại và Công nghiệp (DTI) không bảo vệ các ngành công nghiệp trong nước bằng các rào cản phi thuế quan.

Những mặt hàng cần phải có giấy phép nhập khẩu là cá và các sản phẩm từ cá, hàng đã qua sử dụng, phế liệu, chất thải, tro hoả táng, chất cặn bã, dầu mỏ, hoá chất huỷ hoại tầng ôzôn, vũ khí và đạn dược, thiết bị dùng cho đánh bạc và các nguyên tố hoá học phóng xạ. DTI đang dần huỷ bỏ Giấy phép nhập khẩu thay vào đó là đánh thuế. DTI đang phát triển một hệ thống cung cấp giấy phép tự động và kết nối DTI với hải quan và với những người muốn xin giấy phép nhập khẩu để làm đơn giản hoá quá trình thông

quan và khai báo hải quan. Giấy phép nhập khẩu phải được cấp từ ban lãnh đạo về xuất khẩu và nhập khẩu trước ngày gửi hàng.

CHÍNH SÁCH THUẾ VÀ THUẾ SUẤT

➢ Thuế thu nhập

Nguồn thu thuế trực tiếp chủ yếu của Nam Phi là thuế thu nhập. Các cá nhân bị đánh thuế lũy tiến có thể lên đến 40% trên phần thu nhập bị đánh thuế nếu người đó có thu nhập vượt quá 552.001 rand mỗi năm. Một mức thuế thống nhất được áp dụng cho tất cả các cá nhân bất kể các điều kiện về giới, tình trạng hôn nhân và trẻ em cũng không là ngoại lệ. Thuế thu nhập đánh vào người không phải công dân Nam Phi thì dựa trên nguồn thu nhập. Điều đó có nghĩa tất cả những thu nhập phát sinh từ những nguồn được cho là tạo ra trên đất nước Nam Phi đều phải chịu thuế, bất kể quốc tịch của người có thu nhập. Các công ty trong nước phải chịu một mức thuế thu nhập cố định là 28%. Tuy nhiên, các chi nhánh và văn phòng đại diện của các công ty nước ngoài có công ty mẹ ở ngoài Nam Phi thì phải chịu mức thuế suất là 33%.

➢ Thuế giá trị gia tăng (VAT)

Các chi nhánh của các công ty nước ngoài muốn bán hàng hay cung cấp dịch vụ cần phải đăng kí kinh doanh với cơ quan thuế, trả phí và VAT. Tỷ lệ VAT tiêu chuẩn là 14%. Các mặt hàng xuất khẩu, một số hàng thực phẩm, một số dịch vụ như tài chính, tiền thuê nhà ở, các dịch vụ giao thông công cộng được miễn thuế.

➢ Thuế xuất nhập khẩu

Thuế nhập khẩu của Nam Phi nhìn chung từ 0 đến 45% với một số trường hợp ngoại lệ. Nam Phi đã chiểu theo hệ thống mã thuế HS và thuế hải quan cũng như thuế nhập khẩu được tính trên cơ sở giá trị hải quan (FOB) đối với từng mặt hàng cụ thể. Mức áp thuế như sau:

- 0% đối với sản phẩm và công cụ, thiết bị nông nghiệp, hàng tư liệu sản xuất, hàng hoá là nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, chế biến và lương thực thiết yếu.
- 15% đối với các loại hàng hoá như máy bay, ô tô các loại, các thiết bị đào, xới đất, phần mềm máy tính, máy móc, thiết bị khác...
- 40% đối với các sản phẩm tiêu thụ cao cấp, xa xỉ khác như: Tivi, máy ghi video, máy quay, xem video, đồ cổ, đồ trang sức bằng vàng bạc, đá quý...

QUY ĐỊNH VỀ BAO BÌ, NHÃN MÁC

*Hàng hoá phải được đóng gói theo tiêu chuẩn xuất khẩu và đảm bảo đi biển/ hàng không.

*Hàng quà biếu hoặc quà kỷ niệm cũng phải chịu thuế nhập khẩu dựa trên giá trị FOB và phải được đóng gói riêng rẽ.

*Không đóng lẫn hàng đồ uống hay thực phẩm đóng hộp lẫn vào với hàng hoá khác. Nếu không sẽ làm chậm quá trình giao nhận hàng tại Hải quan cũng như cũng có thể phát sinh thêm chi phí.

CÁC KÊNH PHÂN PHỐI VÀ BÁN HÀNG CHỦ YẾU TẠI NAM PHI

➢ Hệ thống phân phối tại Nam Phi

Các nhà phân phối nước ngoài có rất nhiều hình thức phân phối và bán hàng tại Nam Phi, từ các nhà phân phối, văn phòng đại diện, phân phối hàng hóa thông qua các nhà bán buôn hoặc bán lẻ, hoặc phân phối trực tiếp đến các cửa hàng hoặc thành lập các chi nhánh riêng.

- **Bán buôn:** Hầu hết các hàng hóa nhập khẩu vào Nam Phi (từ nguyên vật liệu dùng cho sản xuất công nghiệp đến hàng tiêu dùng... đòi hỏi phải có kho chứa hàng) đều thông qua các nhà bán buôn tại nước này.
- **Bán lẻ cho doanh nghiệp:** Nhiều mặt hàng xuất khẩu vào Nam Phi nhằm phục vụ hoạt động của các tập đoàn, cửa hàng bách hóa, các chuỗi cửa hàng... có chức năng như nhà bán buôn hay kho hàng sẽ thông qua hệ thống bán lẻ dành cho doanh nghiệp.
- **Bán lẻ cho người tiêu dùng:** Tại Nam Phi, hệ thống bán lẻ vô cùng đa dạng với đầy đủ các hình thức như: đại lý, cửa hàng chuyên dụng (chỉ có một mặt hàng như quần áo, đồ điện, đồ nội thất...), cửa hàng độc quyền, chuỗi cửa hàng (bách hóa, quần áo, đồ vệ sinh, hàng gia dụng...), cửa hàng bách hóa, cửa hàng bán hàng tồn kho, các cửa hàng hợp tác xã phục vụ khu vực nông thôn. Khoảng 90% các cửa hàng này là do các doanh nghiệp nội địa thành lập và vận hành.
- **Nhượng quyền thương mại:** Hình thức nhượng quyền thương mại phát triển mạnh mẽ và bền vững tại Nam Phi. Khoảng 30% các cửa hàng nhượng quyền thương mại tại Nam Phi tập trung và cung ứng dịch vụ, không phân phối thực phẩm. Chủ yếu là các ngành dịch vụ về nhà ở, văn phòng và dịch vụ gia đình như cửa hàng ô tô, nhà hàng, dịch vụ y tế, giáo dục và đào tạo...
- **Các đại lý dịch vụ sau bán hàng:** Tại Nam Phi cũng có những đại lý sau bán hàng

chính thức đối với các sản phẩm có tính kỹ thuật. Đây có thể là những đại lý không nhập khẩu hoặc tiếp thị sản phẩm mà để đảm bảo việc kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng khi sử dụng các sản phẩm này, tăng cường tính cạnh tranh khi phân phối các sản phẩm này trên thị trường.

Những sản phẩm xuất khẩu mà Việt Nam có lợi thế khi vào thị trường Nam Phi. (Nguồn Bộ Công Thương)

- **Nhà môi giới:** Đây là những cá nhân, có quyền đại diện cho bộ phận tư vấn, giới thiệu sản phẩm, bán hàng cho công ty mà họ ký hợp đồng làm nhà môi giới chính thức. Những cá nhân này được hưởng hoa hồng từ công ty đã ký hợp đồng.
- **Nhà phân phối:** Các nhà phân phối sẽ thu mua và trữ kho các sản phẩm. Họ thường được cấp quyền hoạt động, bán hàng tại một số khu vực hoặc cho các khu vực khách hàng riêng biệt. Hợp đồng đối với các nhà phân phối tương tự như với môi giới, chỉ khác ở giá cả, vận chuyển.

➢ Một số lưu ý khi lựa chọn nhà môi giới/phân phối tại Nam Phi

- Cần lựa chọn nhà môi giới/phân phối am hiểu thị trường. Các công ty tại Nam Phi thường thiết lập các phương thức mua hàng khác nhau giữa các ngành.
- Cần cân nhắc khi phân phối hàng hóa trên phạm vi quốc gia. Nam Phi là đất nước rộng lớn với 9 tỉnh thành. Nếu có ý định mở rộng phạm vi ra các tỉnh thì doanh

nghiệp cần cân nhắc đến việc đặt, ký hợp đồng với các nhà môi giới/phân phối tại các thành phố lớn như Johannesburg, Cape Town, Port Elizabeth và Durban.

- Nam Phi cũng là cửa ngõ, trung tâm thương mại tại khu vực phía Nam châu Phi. Nhiều hàng hóa đi qua nước này có thể mở rộng phạm vi thâm nhập vào các thị trường lân cận. Vì vậy, doanh nghiệp cũng cần cân nhắc liệu có cho phép các nhà môi giới/phân phối của mình tại Nam Phi đại diện mình để kinh doanh tại các thị trường lân cận hay không.

➢ Một số chuỗi bán buôn/bán lẻ chủ yếu tại Nam Phi

□ Mặt hàng thực phẩm và tạp hóa

Thị trường bán lẻ thực phẩm tại Nam Phi có tính tập trung cao với 05 nhà cung cấp chính, chiếm 60% thị phần bán lẻ tại nước này, bao gồm: Shoprite, Pick n Pay, Spar, Woolworths và Walmart's Cambridge Foods.

□ Hàng hóa tổng hợp

Một số tập đoàn bán lẻ các hàng hóa tổng hợp lớn tại Nam Phi có thể kể đến như:

- MassMart (đồ điện tử, thực phẩm, rượu và đồ uống, đồ thể thao, vật liệu xây dựng, mỹ phẩm...) với doanh số 6,5 tỷ USD/năm cùng các hệ thống cửa hàng nổi tiếng như Game, Dion Wired, Makro, Builders Warehouse, Builders Express, Builders Trade Deport, CBW, Jumbo Cash and Carry, Cambridge Food và the Shield Buying Group...

Nhà bán lẻ lớn nhất Nam Phi Shoprite

➢ Văn hóa kinh doanh

Nam Phi là một quốc gia nhiều dân tộc với các nền văn hóa khác nhau, vì vậy tùy theo từng nơi một số phong tục có thể khác nhưng nhìn chung người Nam Phi khá thoải mái và thân mật trong môi trường kinh doanh. Khi bắt đầu một mối quan hệ mới với đối tác nên bắt đầu nói chuyện về những thứ xung quanh họ như hỏi thăm sức khỏe, gia đình... đi thẳng vào vấn đề kinh doanh có thể bị đánh giá là người thô lỗ.

Nói chung, người Nam Phi là những người nói thẳng và thường nói to nhưng họ lại rất biết nói cái gì, nói như thế nào và đang nói với ai. Họ biết được điều gì có thể làm người khác không cảm thấy hài lòng. Cách thức giao tiếp phụ thuộc rất nhiều vào cấp độ của mối quan hệ. Càng thân thiết, họ càng cởi mở và thật lòng. Người Nam Phi thích các buổi trò chuyện và thường nói về rất nhiều chủ đề khác nhau, họ cũng ưa thích các môn thể thao, du lịch và thường tự hào về thành phố của mình, đây có thể là gợi ý để bắt đầu một mối quan hệ với thương nhân Nam Phi.

Đối với khoảng cách cá nhân, người dân Nam Phi hướng theo cách mà người châu Âu vẫn thường làm, nghĩa là khi nói chuyện họ thường giữ một khoảng cách nhất định. Không giống như văn hóa của người Nam Mỹ và người Ả rập, họ không ưa việc chạm vào người hay những việc làm tương tự.

Trước khi muốn gặp đối tác Nam Phi bạn nên hẹn trước. Sẽ rất khó khăn cho bạn để lên lịch những cuộc hẹn trong khoảng thời gian giữa tháng 12 và tháng 1 hay 2 tuần trước và sau ngày lễ Phục Sinh vì đây là những mùa nghĩ lễ chủ yếu trong năm. Những buổi gặp mặt ban đầu thường là để xây dựng các mối quan hệ. Hầu hết các cuộc họp được bắt đầu với những câu chuyện nhỏ và được chuyển sang chủ đề kinh doanh một cách nhanh chóng. Nếu có thể, hãy gửi cho đối tác của bạn một bản chương trình nghị sự trước cuộc gặp mặt để đối tác của bạn biết rõ những vấn đề gì mà bạn muốn giải quyết. Nếu thực hiện một bài thuyết trình, hãy nhớ làm cho nó thật rõ ràng. Những quyết định kinh doanh được đưa ra dựa trên những con số và dẫn chứng, chứ không phải cảm tính hay một thứ gì đó vô hình. Hãy đưa những biểu đồ, số liệu, dẫn chứng vào bài thuyết trình của bạn. Phần lớn các công ty dùng tiếng Anh trong giao tiếp.

➢ Giao tiếp ban đầu

Sử dụng trung gian giới thiệu bạn với đối tác sẽ là một lợi thế nhưng không phải là điều quyết định sự thành công khi kinh doanh tại Nam Phi. Việc đàm phán có thể thực hiện theo cá nhân hoặc theo nhóm. Tuy nhiên, khi tiến hành đàm phán theo nhóm thì

mỗi thành viên chịu trách nhiệm từng mảng việc riêng. Lưu ý với người Nam Phi da đen, tránh thay đổi bất kỳ thành viên nào trong đội vì việc này có thể khiến cho quá trình đàm phán phải bắt đầu lại từ đầu. Người Nam Phi rất coi trọng việc lãnh đạo doanh nghiệp bạn tham dự buổi gặp gỡ đầu tiên. Tuy nhiên, không nhất thiết họ phải tham dự tất cả các buổi họp tiếp theo.

Bạn cần phải lên lịch hẹn với đối tác càng sớm càng tốt. Tuy nhiên, nếu bạn đã từng hợp tác với họ một lần thì bạn có thể thông báo gấp trước một hai ngày. Người Nam Phi luôn muốn biết về người họ sẽ gặp gỡ, nên trước khi buổi họp diễn ra, bạn phải cung cấp thông tin chi tiết về chức danh, vị trí và trách nhiệm của những thành viên tham dự của bên bạn cũng như những đề xuất và chương trình dự kiến của buổi họp. Việc thống nhất trước chương trình họp sẽ rất có lợi cho bạn trong quá trình đàm phán vì người Nam Phi rất ít khi thay đổi so với kế hoạch họ đã đề ra. Họ rất coi trọng vấn đề giờ giấc vì thế bạn không nên để họ chờ quá từ 5 đến 10 phút. Tuy nhiên, không nên biểu lộ sự tức giận nếu bạn phải chờ đợi vì điều đó có thể làm cho hình ảnh của bạn bị xấu đi.

➢ Cách xưng hô

Người Nam Phi sắp xếp họ tên theo thứ tự như sau: đầu tiên là tên gọi sau đó là đến họ. Hãy thêm Mr./Mrs./Miss vào trước. Nếu đối tác có chức danh về học vấn, hãy sử dụng thay cho họ tên. Hãy chờ đối tác đồng ý và đề nghị bạn gọi họ bằng tên gọi. Những cái bắt tay dứt khoát mạnh mẽ có thể giúp bạn rất nhiều trong lần đầu gặp mặt đối tác. Nam giới nên để phụ nữ chủ động bắt tay.

Khi gặp nhau lần đầu tiên và sử dụng tiếng Anh để làm quen, người Nam Phi hay xưng hô ngay bằng tên gọi, thậm chí cả khi nói chuyện lần đầu tiên với nhau bằng điện thoại cũng có thể như vậy. Cho nên bạn nên tự giới thiệu mình bằng cả họ và tên, sau đó nếu thấy đối tác người Nam Phi xưng hô bằng tên nào thì bạn làm theo.

Chào hỏi thường ngắn và đơn giản. Nam giới bắt tay nhau ngắn nhưng chặt. Người da đen chào nhau bằng cái bắt tay và hai lần ngửa bàn tay đập vào nhau. Đối với phụ nữ không nhất thiết phải như vậy, nhiều khi chỉ gật đầu chào là đủ.

Sau khi chào hỏi thường là cuộc trò chuyện ngắn. Chủ đề thích hợp nhất là thời tiết, khen ngợi cơ ngơi của chủ nhà, cám ơn về tình mến khách, sau đó trao danh thiếp và bắt đầu trao đổi công chuyện cụ thể.

Trước khi buổi họp diễn ra nếu nuốn biết về người họ sẽ gặp gỡ, bạn phải cung cấp thông tin chi tiết về chức danh, vị trí và trách nhiệm của những thành viên tham dự của bên bạn cũng như những đề xuất và chương trình dự kiến của buổi họp. Việc thống nhất trước chương trình họp sẽ rất có lợi cho bạn trong quá trình đàm phán vì người Nam Phi rất ít khi thay đổi so với kế hoạch họ đã đề ra. Họ rất coi trọng vấn đề giờ giấc vì thế bạn

không nên để họ chờ quá từ 5 đến 10 phút. Tuy nhiên, không nên biểu lộ sự tức giận nếu bạn phải chờ đợi vì điều đó có thể làm cho hình ảnh của bạn bị xấu đi.

➢ Sử dụng danh thiếp

Tại Nam Phi việc trao đổi danh thiếp không phải là một bước quan trọng nhưng đó là cách tốt nhất để cung cấp đầy đủ thông tin về bạn. Và việc này nên làm sau khi

Thành phố Cape Town, Nam Phi

buổi gặp mặt kết thúc hơn là lúc mới bắt đầu. Danh thiếp của bạn nên được in bằng Tiếng Anh. Hãy ghi học vị của bạn vào danh thiếp và hãy chắc rằng nó sẽ nói lên được sự chuyên nghiệp của bạn đặc biệt khi bạn có quyền đưa ra quyết định ngay lập tức. Hãy đưa danh thiếp của bạn cho tất cả những người có mặt trong buổi gặp mặt. Nếu một ai đó không đưa danh thiếp cho bạn tức là họ không muốn làm ăn với bạn. Khi nhận danh thiếp, bạn nên cười và nhìn đối tác, sau đó dành một vài giây để đọc nội dung. Tiếp theo, khi ngồi vào bàn, đặt danh thiếp ở vị trí trước mặt. Trước khi đàm phán buổi họp thường mở đầu bằng những câu chuyện ngắn ngoài lề để hai bên có thể bắt đầu làm quen. Việc này rất có ý nghĩa đặc biệt với người Nam Phi gốc châu Âu và người Nam Phi da đen.

➢ Trang phục trong kinh doanh

Người Nam Phi coi ô tô là biểu hiện của phong cách và tầm cỡ

Người Nam Phi coi ô tô là biểu hiện của phong cách và tầm cỡ. Nếu bạn sử dụng ô tô từ loại trung bình trở xuống thì rất nên tránh nói chuyện với người Nam Phi về ô tô. Doanh nhân người Nam Phi mặc trang phục tùy theo lĩnh vực hoạt động và chức vụ, cho nên trông họ rất đa dạng. Nữ doanh nhân người Nam Phi thường ăn mặc rất mốt và họ rất chuộng thời trang của nước Anh. Nam doanh nhân ăn mặc khá bảo thủ với áo trắng dài tay, đeo caravat và mặc comple sẫm màu. Tuy nhiên, nếu là lần đầu tiên gặp gỡ, bạn nên ăn mặc chỉnh tề và trang trọng. Đàn ông nên mặc comple tối màu. Phụ nữ nên mặc vét hoặc váy với màu sắc trang nhã.

➢ Quan niệm về thời gian trong kinh doanh

Tính đúng giờ được người Nam Phi nhìn nhận tùy theo ý nghĩa của sự kiện. Nếu đến để làm việc với đối tác người Nam Phi thì bạn nên đến đúng giờ hẹn, còn nếu là lời mời đến nhà riêng hoặc trong dịp nghỉ cuối tuần thì việc chậm trễ vài tiếng đồng hồ cũng là chuyện thường. Nếu người Nam Phi đề cập đến một khoảng thời gian dài thì thường đó không phải là lời hứa hay cam kết chắc chắn.

➢ Cách tặng quà cho đối tác

Người Nam Phi thường tặng quà nhau vào ngày sinh nhật hoặc Lễ Giáng Sinh. Khi được đối tác mời đến nhà, bạn hãy mang tặng họ hoa, chocolate ngon hoặc một chai rượu Nam Phi. Nên gói quà cẩn thận. Người Nam Phi thường có thói quen mở quà khi được tặng. Tặng quà đắt tiền không phải là thông lệ ở Nam Phi. Tuy nhiên, tùy theo mức độ quan hệ mà các đối tác có thể tặng quà cho nhau, chủ yếu để làm kỷ niệm chứ không vì giá trị sử dụng thực tiễn.

➢ Xây dựng mối quan hệ và sự tôn trọng từ đối tác

Xây dựng mối quan hệ bền vững và đáng tin cậy rất quan trọng đối với người Nam Phi. Mặc dù vậy, đây cũng không phải là điều kiện kiên quyết trong lần đầu hợp tác. Điều mà đối tác Nam Phi mong muốn là tìm hiểu bạn và công ty rõ hơn. Người Nam Phi gốc châu Âu và người Nam Phi da đen coi trọng việc xây dựng mối quan hệ hơn và thường mong chờ một giao kèo trước khi đi đến thỏa thuận cuối cùng. Mặc dù con người nơi đây thường chú trọng đến các kết quả trong ngắn hạn hơn là các mục tiêu dài hạn, nhưng họ cũng muốn xây dựng một mối quan hệ lâu dài hơn là đưa ra một quyết định nhanh chóng. Việc có được sự tin tưởng và một mối quan hệ bền vững đòi hỏi bạn phải mất khá nhiều thời gian vì người Nam Phi khá cẩn trọng trong việc hợp tác làm ăn với người nước ngoài. Bạn cần phải chú trọng tới các lợi ích lâu dài và cố gắng xây dựng được mối quan hệ kinh doanh vững chắc.

Trong văn hoá kinh doanh của Nam Phi, thái độ kính trọng người khác tuỳ thuộc vào học vấn của người đó. Những người Nam Phi gốc Anh chú trọng vào địa vị và cấp bậc trong khi những người khác lại quan tâm về kiến thức và tài năng cá nhân. Việc ngưỡng mộ một người nào đó còn phụ thuộc vào việc người đó có thật thà và đáng tin hay không?

➢ Cách đàm phán trong kinh doanh tại Nam Phi

□ Trước khi đàm phán

Buổi họp thường mở đầu bằng những câu chuyện ngắn ngoài lề để hai bên có thể bắt đầu làm quen. Việc này rất có ý nghĩa đặc biệt với người Nam Phi gốc châu Âu và người Nam Phi da đen. Tính hài hước cũng được đánh giá cao nhưng hãy nhớ rằng sự hài hước của người Nam Phi thường khô khan và hơi thô. Người ta rất hiếm khi nói về cuộc sống đời tư trong suốt cuộc gặp mặt vì thế bạn không nên quan tâm đến gia đình và tình trạng hôn nhân của họ. Các cuộc gặp mặt thường diễn ra trong không khí trang trọng đặc biệt là trong lần đầu gây dựng mối quan hệ kinh doanh.

Nếu như cuộc gặp mặt đầu tiên có mục đích để tạo lập mối quan hệ các nhân và tìm hiểu xem đối tác có đáng tin cậy hay không thì các cuộc gặp tiếp theo sẽ tập trung vào công việc kinh doanh. Người Nam Phi rất hiếm khi đưa ra quyết định ngay trong buổi gặp gỡ đầu tiên.

Bạn nên có bài trình bày giới thiệu về doanh nghiệp mình với đối tác nhưng phải thật đơn giản và không quá cầu kỳ trong thiết kế hình chiếu, thật ngắn gọn và tập trung vào vấn đề. Người Nam Phi thường không dễ bị ấn tượng bởi những bài thuyết trình với những hình ảnh lạ. Không nhất thiết phải dịch một bộ tài liệu sang tiếng bản địa.

□ Trong khi đàm phán

Thái độ và phong cách - Phương thức tiếp cận đàm phán ở Nam Phi phụ thuộc vào văn hoá của đối tác. Với người Nam Phi gốc Âu, cách đàm phán tốt nhất là sử dụng liên tiếp việc thương thảo giá phân phối. Họ có thể khá tranh đua và chỉ miễn cưỡng đồng ý với sự thoả hiệp trừ phi đó là lựa chọn duy nhất để việc thoả thuận này không đi vào bế tắc. Ngược lại người Nam Phi gốc Anh và người da đen thì lại coi đàm phán như một mắt xích trong quá trình giải quyết vấn đề. Người Nam Phi gốc Anh sẵn sàng thỏa hiệp khi cần thiết để hai bên có thể đạt đến một thỏa thuận; còn người Nam Phi da đen lại có thói quen tận dụng các mối quan hệ để giải quyết bất đồng. Họ cũng có thể quan tâm nhiều hơn đến lợi ích lâu dài của mối quan hệ làm ăn hơn những nhóm dân tộc khác.

Đối với tất cả các nhóm người Nam Phi, người mua luôn ở vị trí cao hơn nhưng cả hai bên đều có trách nhiệm để đi đến thỏa thuận cuối cùng. Người Nam Phi tin vào nguyên tắc "đôi bên cùng có lợi" và mong muốn bạn đáp lại sự trân trọng và lòng tin tuởng của họ. Bạn nên tránh những cuộc đối đầu và nên duy trì thái độ hợp tác lịch sự.

Chia sẻ thông tin - Các doanh nhân Nam Phi có thể dành nhiều thời gian để thu thập thông tin và thảo luận chi tiết trước khi bước vào vòng thương thảo. Hầu hết các doanh nhân đều tin rằng việc chia sẻ thông tin là cách để xây dựng sự tin tưởng giữa hai bên. Điều đó có nghĩa là không phải họ sẵn sàng chia sẻ mọi thông tin mà bạn muốn biết trong suốt cuộc đàm phán. Tuy nhiên, các cuộc đàm phán sẽ trở nên khó khăn nếu một trong hai bên có ý định giấu thông tin với đối tác.

□ Thời gian cho buổi đàm phán

Rất khó có thể dự đoán việc đàm phán của bạn ở Nam Phi kéo dài trong bao lâu. Những công ty truyền thống thì thường rất chậm chạp, họ dành nhiều thời gian cho việc thu thập thông tin, mặc cả và đưa ra quyết định. Cố gắng để đẩy nhanh tiến độ có thể phản tác dụng vì thế hãy bình tĩnh và chấp nhận mất nhiều thời gian. Mặt khác, người Nam Phi cũng rất dứt khoát và quả quyết vì thế bạn có thể rút ngắn thời gian đàm phán nhưng chỉ khi bạn chiếm được lòng tin của họ.

➢ Ai là người đưa ra quyết định

Người Nam Phi thường làm việc theo cấp bậc và họ luôn tuân thủ theo tôn ti trật tự. Những người có quyền ra quyết định thường là những người lãnh đạo cao cấp của công ty – những người luôn đưa lợi ích của cả công ty lên hàng đầu. Nếu người đưa ra quyết định ở phía bạn chưa phải là người có vị trí cao nhất thì đối tác Nam Phi sẽ yêu cầu bạn phải điều chỉnh và điều này sẽ tốn thêm khá nhiều thời gian.

➢ Cách thỏa thuận và ký kết hợp đồng

Lên lịch các buổi họp ngắn cũng là một cách hiệu quả để hai bên hiểu nhau và đưa ra những thỏa thuận chung. Tuy nhiên, bạn nên lưu ý với người Nam Phi da đen, việc bắt tay và thỏa thuận bằng miệng có thể được coi là điều kiện ràng buộc cả hai bên.

Cuộc làm việc giữa đoàn công tác Đại sứ quán Việt Nam tại Nam Phi và đại diện Sở Công thương và Đầu tư KwaZulu-Natal (TIKZN).

Xác minh nhiều lần những thỏa thuận đạt được là cách tốt nhất để hai bên tránh được những hiểu lầm nhưng luôn giữ thái độ linh hoạt và không quá nhấn mạnh vào việc phải cam kết mọi điều bằng văn bản. Tương tự, luôn thực hiện theo đúng cam kết của mình cho dù đó là cam kết bằng miệng hay bằng văn bản. Nếu bị coi là "một công ty

thất hứa" thì bạn sẽ rất khó có thể tiếp tục kinh doanh tại Nam Phi cho dù về sau có cố gắng nỗ lực thế nào.

Văn bản hợp đồng có thể được soạn thảo theo nhiều phong cách khác nhau, từ rất đơn giản đến rất chi tiết. Hãy cố gắng đưa ra những điều khoản rõ ràng và có lợi cho cả hai bên vì đây chính là yếu tố thu hút được sự quan tâm của đối tác. Việc ký kết hợp đồng tại Nam Phi chỉ mang tính hình thức vì họ cho rằng lòng tin và việc thực hiện đúng cam kết mới chính là điều quan trọng trong kinh doanh.

Bạn nên tham khảo ý kiến tư vấn của chuyên gia luật trước khi ký kết hợp đồng. Người Nam Phi không thích giải quyết tranh chấp tại Tòa án nhưng họ cũng không ngần ngại nếu phải làm điều đó nếu cần thiết. Tuy nhiên, bạn không nên đưa chuyên gia tư vấn luật của bạn đến buổi đàm phán vì đó sẽ là biểu hiện của việc bạn không tin tưởng đối tác.

TIỀN TỆ

Đơn vị tiền tệ của Nam Phi là Đồng rand (ZAR)

Tỷ giá:

1 ZAR = 0,065 USD (ngày 05/11/2021)

1 ZAR = 1.483,05 VNĐ (ngày 05/11/2021)

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA NAM PHI

Nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ - Chủ tịch quốc hội Vương Đình Huệ tham dự Tọa đàm Thương mại và Đầu tư Việt Nam – Nam Phi tại Sandton, Johannesburg

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì Nam Phi đứng thứ 37 về xuất khẩu và 39 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Nam Phi đứng thứ 62 về xuất khẩu và 55 về nhập khẩu.

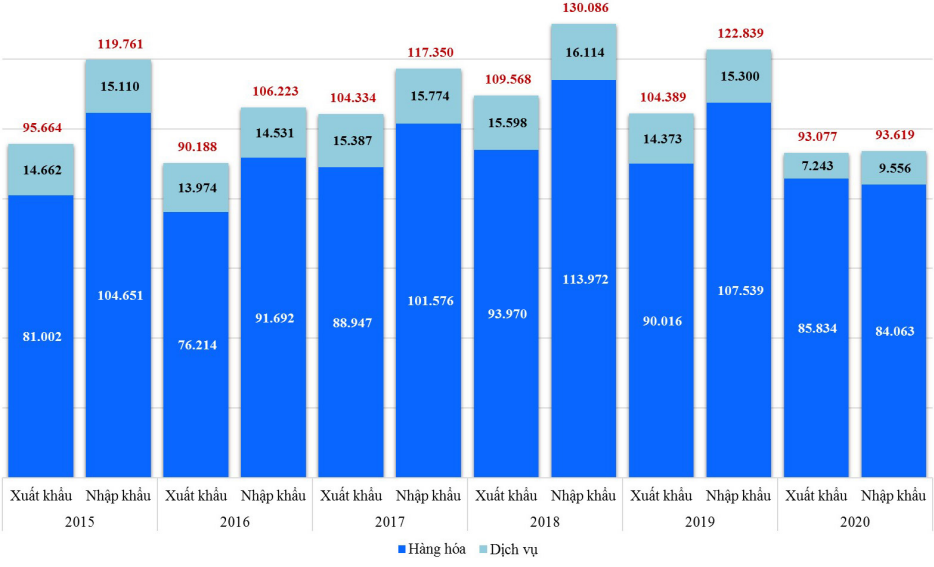
Chỉ số tự do kinh tế của Nam Phi là 59,7, trở thành nền kinh tế tự do thứ 99 trong năm 2021. Chỉ số này đã tăng 0,9 điểm, chủ yếu do sự cải thiện về hiệu lực tư pháp. Nam Phi xếp thứ 9 trong số 47 quốc gia ở khu vực châu Phi hạ Sahara, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực nhưng thấp hơn so với thế giới. (Nguồn: Heritage)

Nam Phi là một nước có thu nhập trung bình và là thị trường mới nổi với nguồn tài nguyên thiên nhiên dồi dào; các ngành như: tài chính, luật pháp, thông tin liên lạc, năng lượng, vận tải phát triển tốt; và một sàn giao dịch chứng khoán lớn nhất châu Phi nằm trong top 20 của thế giới.

Tăng trưởng kinh tế đã giảm tốc trong những năm gần đây, xuống còn khoảng 0,7% vào năm 2017. Tỷ lệ thất nghiệp, nghèo đói và bất bình đẳng thuộc hàng cao nhất thế giới vẫn đang là thách thức. Tỷ lệ thất nghiệp chính thức chiếm khoảng 27% lực lượng lao động. Mặc dù cơ sở hạ tầng hiện đại của đất nước hỗ trợ phân phối hàng hóa tương đối hiệu quả đến các trung tâm đô thị lớn trong toàn khu vực, nhưng nguồn cung điện không ổn định làm tăng trưởng chậm lại. Eskom, công ty điện lực nhà nước, đang xây dựng ba nhà máy điện mới và cài đặt các chương trình quản lý nhu cầu điện năng để cải thiện độ tin cậy của lưới điện nhưng đã vướng phải cáo buộc quản lý yếu kém, tham nhũng và phải đối mặt với gánh nợ ngày càng cao.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Nam Phi giai đoạn 2015 - 2020

ĐVT: triệu USD (Nguồn: WTO)



Chính sách kinh tế của Nam Phi tập trung vào việc kiểm soát lạm phát; tuy nhiên, quốc gia này phải đối mặt với những hạn chế về cơ cấu làm tăng trưởng kinh tế chậm theo, chẳng hạn như thiếu hụt kỹ năng nghề, giảm khả năng cạnh tranh toàn cầu và tình trạng nghỉ việc thường xuyên do đình công. Chính phủ phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng từ các khu vực bầu cử thành thị đòi cải thiện việc cung cấp dịch vụ cơ bản cho các khu vực thu nhập thấp, tăng trưởng việc làm và cung cấp giáo dục đại học với mức phí phải chăng. Các cuộc đấu đá nội bộ giữa các đảng cầm quyền của Nam Phi và sự biến động của đồng rand có nguy cơ ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Các nhà đầu tư quốc

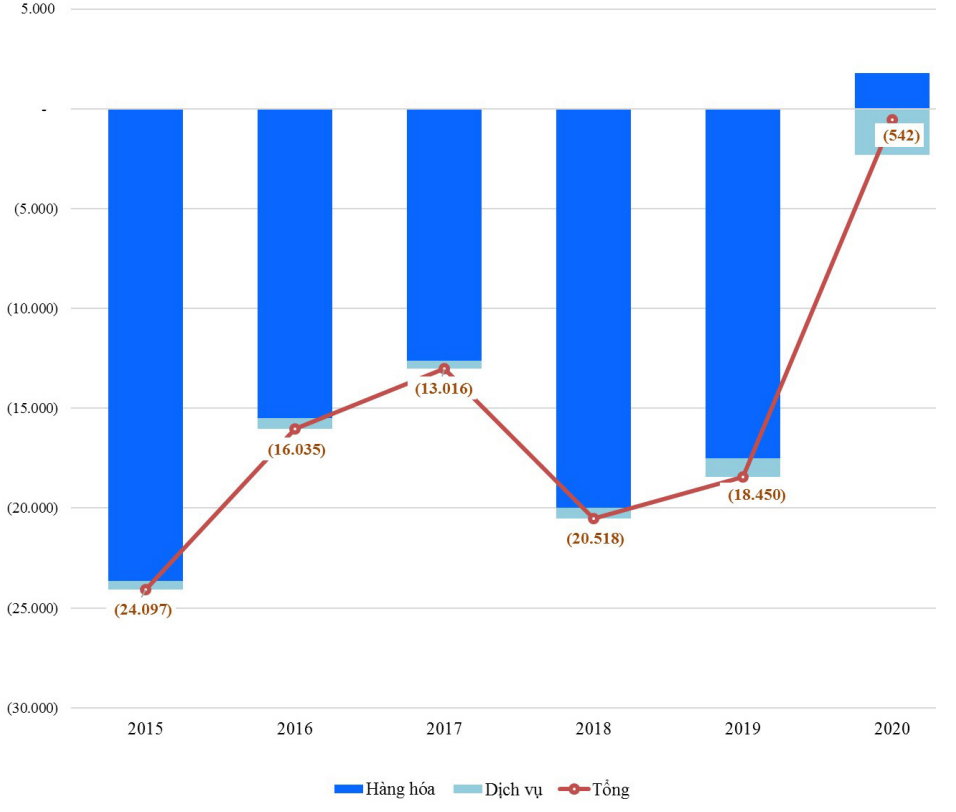
tế lo ngại về sự ổn định kinh tế lâu dài của đất nước; vào cuối năm 2016, hầu hết các cơ quan xếp hạng tín dụng quốc tế lớn đều hạ nợ quốc tế của Nam Phi xuống trạng thái trái phiếu rác. (Nguồn: CIA)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Nam Phi năm 2020 đạt 85,83 tỷ USD và nhập khẩu đạt 84,06 tỷ USD, thặng dư 1,77 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Nam Phi xuất khẩu 7,24 tỷ USD, nhập khẩu đạt 9,56 tỷ USD, thâm hụt gần 2,31 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Nam Phi thâm hụt mạnh trong suốt giai đoạn 2015 - 2019 vì cả hai cán cân dịch vụ và hàng hóa đều bị thâm hụt, trong đó thâm hụt hàng hóa là nhiều hơn. Từ năm 2015 đến năm 2019, tổng cán cân thương mại của Nam Phi thâm hụt nhiều nhất vào năm 2015 (24,1 tỷ USD) và ít nhất vào năm 2017 (13,02 tỷ USD). Riêng năm 2020, cán cân thương mại của Nam Phi dù vẫn bị thâm hụt 542 triệu USD, nhưng đã cải thiện hơn so với các năm trước vì cán cân hàng hóa đã chuyển sang trạng thái thặng dư.

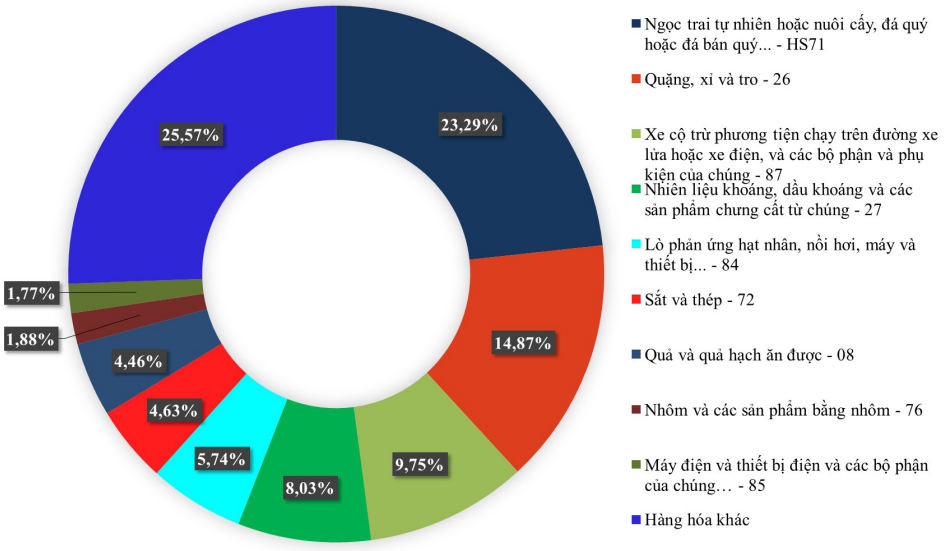
Cán cân thương mại của Nam Phi giai đoạn 2015 – 2020

ĐVT: triệu USD (Nguồn: WTO)



Năm 2020, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Nam Phi được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Nam Phi năm 2020



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Nam Phi bao gồm:

1. Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, đá quý hoặc đá bán quý... (chiếm 23,29% tổng lượng xuất khẩu).

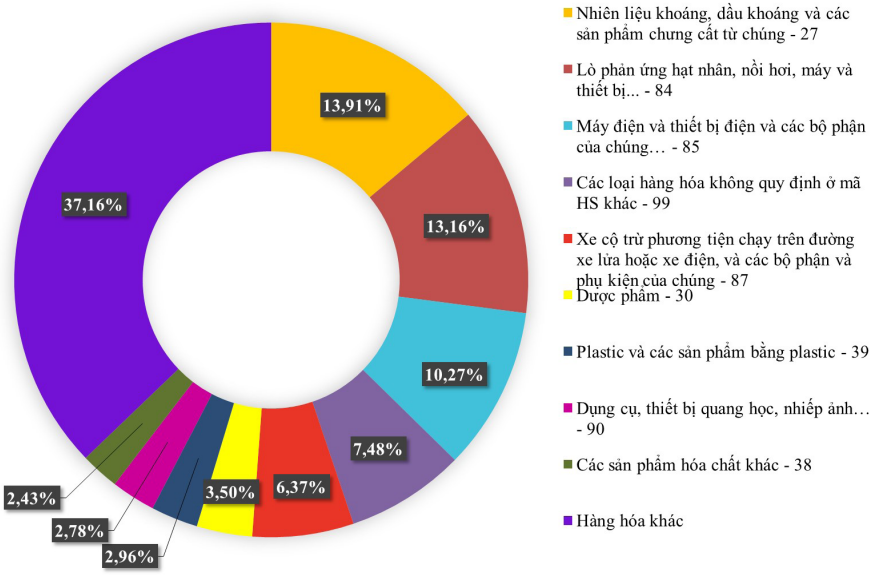
2. Quặng, xỉ và tro (chiếm 14,87% tổng lượng xuất khẩu).

3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng (chiếm 9,75% tổng lượng xuất khẩu).

4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng (chiếm 8,03% tổng lượng xuất khẩu).

5. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị... (chiếm 5,74% tổng lượng xuất khẩu).

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Nam Phi năm 2020



Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Nam Phi nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng (chiếm 13,91% tổng lượng xuất khẩu).

2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 13,16% tổng lượng xuất khẩu).

3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng... (chiếm 10,27% tổng lượng xuất khẩu).

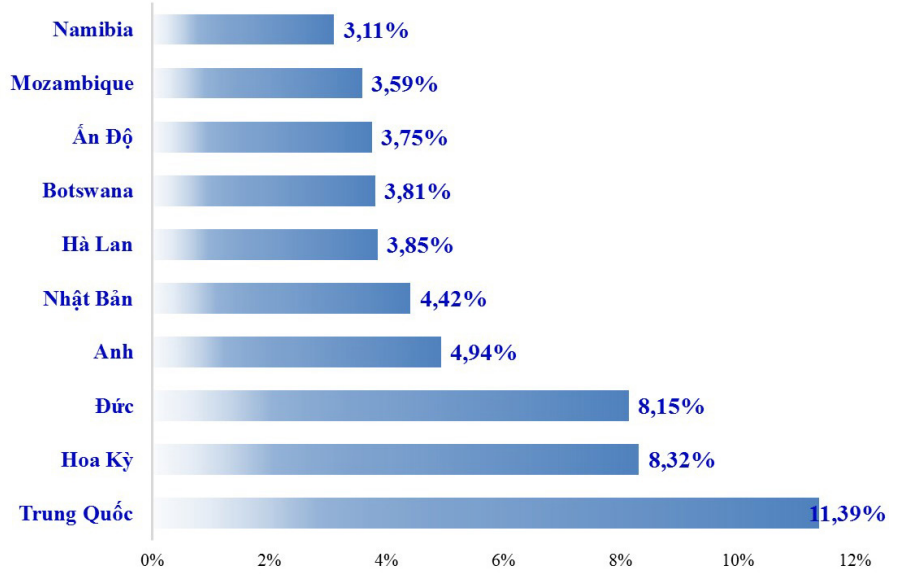
4. Các loại hàng hóa không quy định ở mã HS khác (chiếm 7,48% tổng lượng xuất khẩu).

5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng (chiếm 6,37% tổng lượng xuất khẩu).

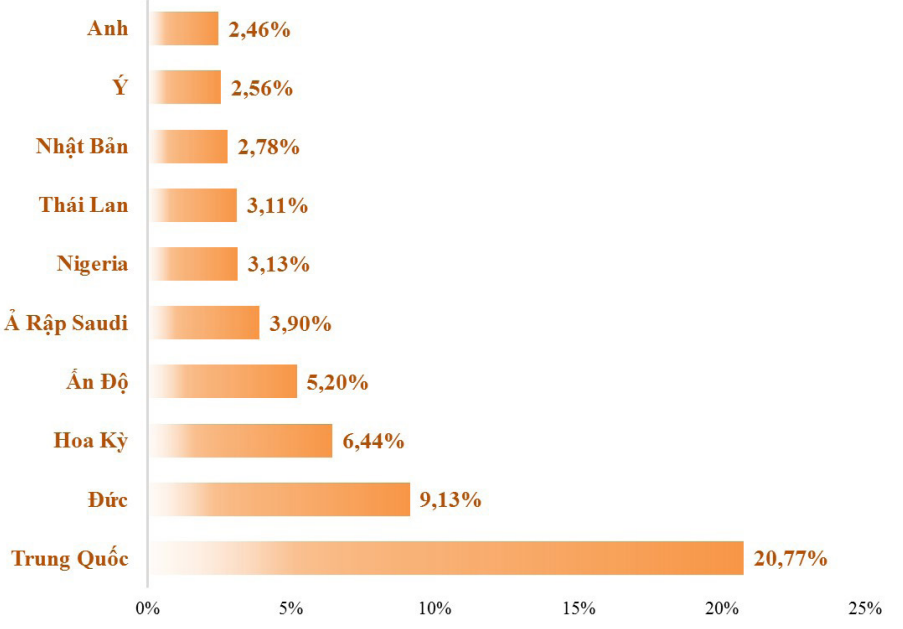
Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia cụ thể cho thấy 55,32% sản phẩm xuất khẩu từ Nam Phi được đưa vào: Trung Quốc (11,39% tổng sản phẩm toàn cầu), Hoa Kỳ (8,32%), Đức (8,15%), Anh (4,94%), Nhật Bản (4,42%), Hà Lan (3,85%), Botswana (3,81%), Ấn Độ (3,75%), Mozambique (3,59%) và Namibia (3,11%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 59,48% sản phẩm nhập khẩu vào Nam Phi có xuất xứ từ các nước: Trung Quốc (20,77% tổng sản phẩm toàn cầu), Đức (9,13%), Hoa Kỳ (6,44%), Ấn Độ (5,2%), Ả Rập Saudi (3,9%), Nigeria (3,13%), Thái Lan (3,11%), Nhật Bản (2,78%), Ý (2,56%) và Anh (2,46%).

Các thị trường xuất khẩu chính của Nam Phi năm 2020

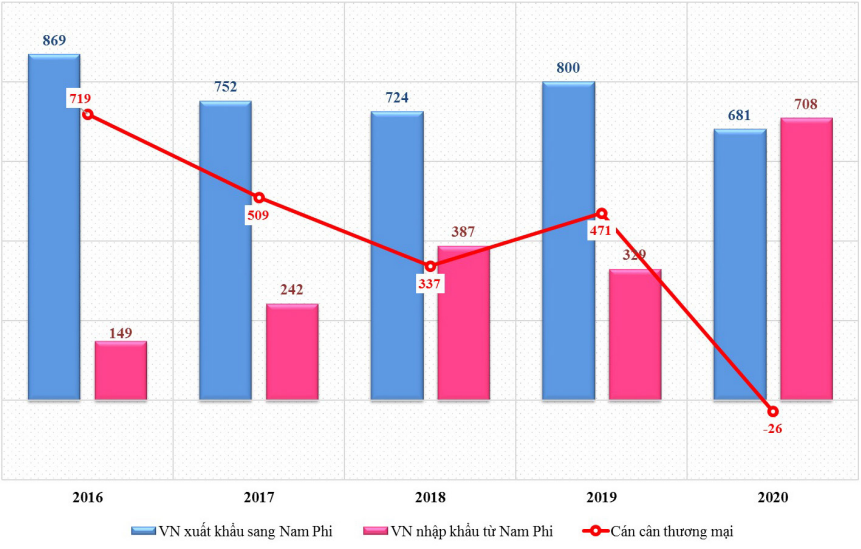


Các thị trường nhập khẩu chính của Nam Phi năm 2020



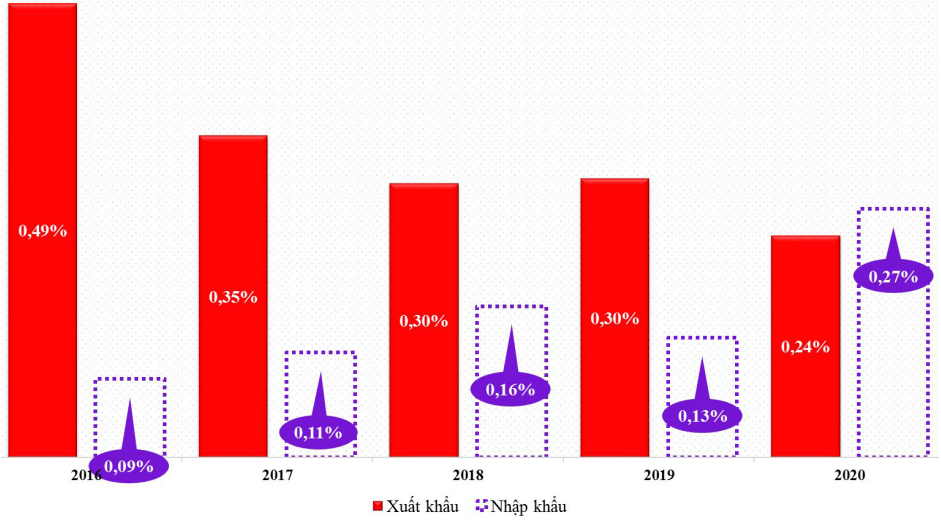
Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Nam Phi giai đoạn 2016 - 2020

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Nam Phi so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



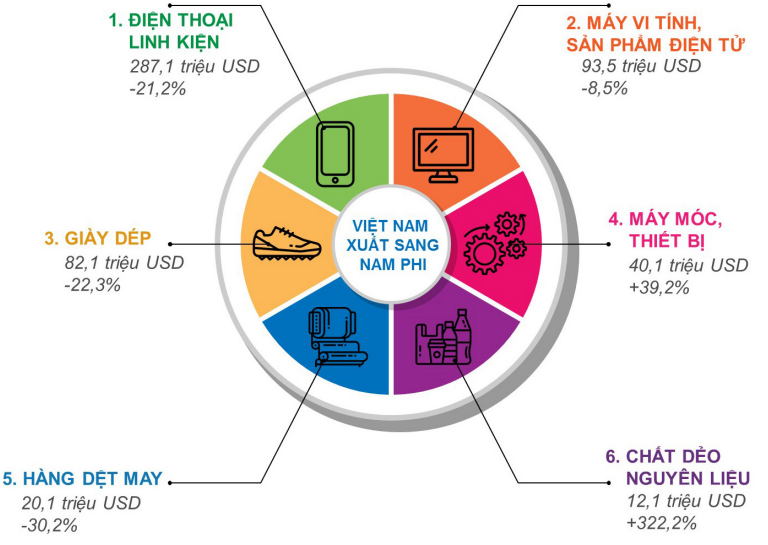
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 19 vào thị trường Nam Phi và là đối tác đứng thứ 24 nhập khẩu hàng hóa từ Nam Phi.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2020 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Nam Phi đạt 1,39 tỷ USD, tăng 23% so với năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Nam Phi đạt 681 triệu USD, giảm 14,8% so với năm 2019, chiếm vỏn vẹn 0,24% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Nam Phi đạt 708 triệu USD, tăng mạnh 114,9% so với cùng kì, chiếm 0,27% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Cán cân thương mại của Việt Nam giữ mức thặng dư từ năm 2016 đến năm 2019 do tình trạng xuất siêu liên tục sang Nam Phi. Song, mức thặng dư này nhìn chung có xu hướng giảm dần theo thời gian. Mức thặng dư hàng hóa đạt giá trị lớn nhất vào năm 2016 (719 triệu USD) và thấp nhất vào năm 2018 (337 triệu USD). Đến năm 2020, cán cân thương mại của Việt Nam nghiêng về thâm hụt (26 triệu USD), chủ yếu do sự tăng vọt trong hoạt nhập khẩu từ nước bạn. Mặt khác, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn lại có xu hướng tăng dần qua thời gian, đạt giá trị cao nhất vào năm 2020 (708 triệu USD).

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG NAM PHI

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nam Phi năm 2020

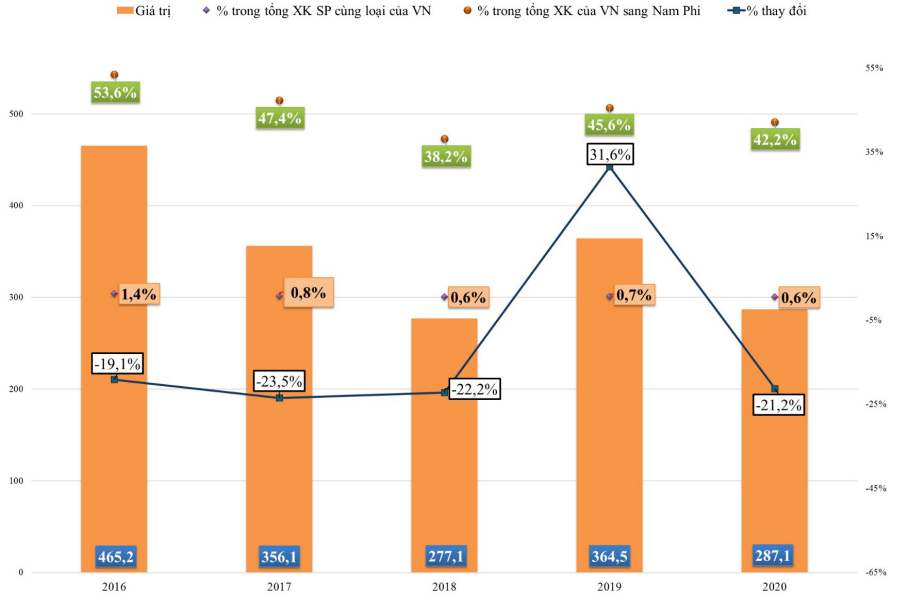


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nam Phi trong giai đoạn 2016 - 2020 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2020, xuất khẩu mặt hàng này sang Nam Phi đạt 287,1 triệu USD, giảm 21,2% so với cùng kì năm 2019, chiếm 42,2% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Nam Phi chiếm chỉ 0,6% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Nhìn chung, giá trị mặt hàng này sang nước bạn có xu hướng giảm dần qua từng năm, trong đó kim ngạch lớn nhất rơi vào năm 2016 (465,2 triệu USD) và thấp nhất vào năm 2018 (277,1 triệu USD). Năm 2019, con số kim ngạch này được cải thiện đáng kể trở lại (tỷ lệ tăng 31,6%) song lại tiếp tục giảm vào năm 2020 do ảnh hưởng từ dịch Covid-19 gây ra.

Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 93,5 triệu USD vào năm 2020, giảm 8,5% so với năm 2019, chiếm 13,7% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm vỏn vẹn 0,2% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Giai đoạn 2016 – 2020, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tuy biến động qua thời gian, nhưng nhìn chung vẫn đạt từ 93 triệu USD trở lên. Năm có kim ngạch đạt giá trị lớn nhất và có tỷ lệ tăng mạnh nhất là năm 2018 (111,2 triệu USD, tăng 18%). Năm có kim ngạch đạt giá trị thấp nhất là năm 2020 (93,5 triệu USD).

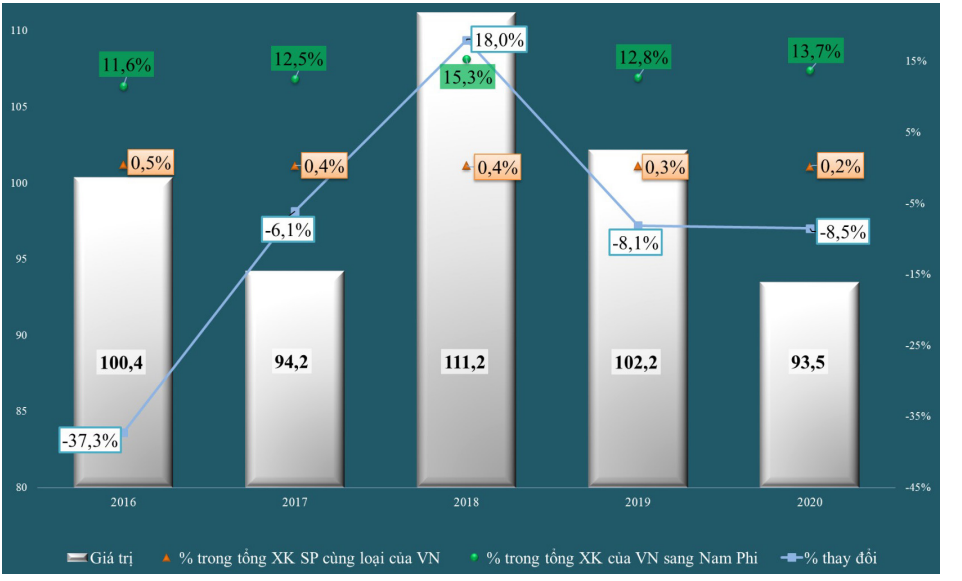
Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Nam Phi

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



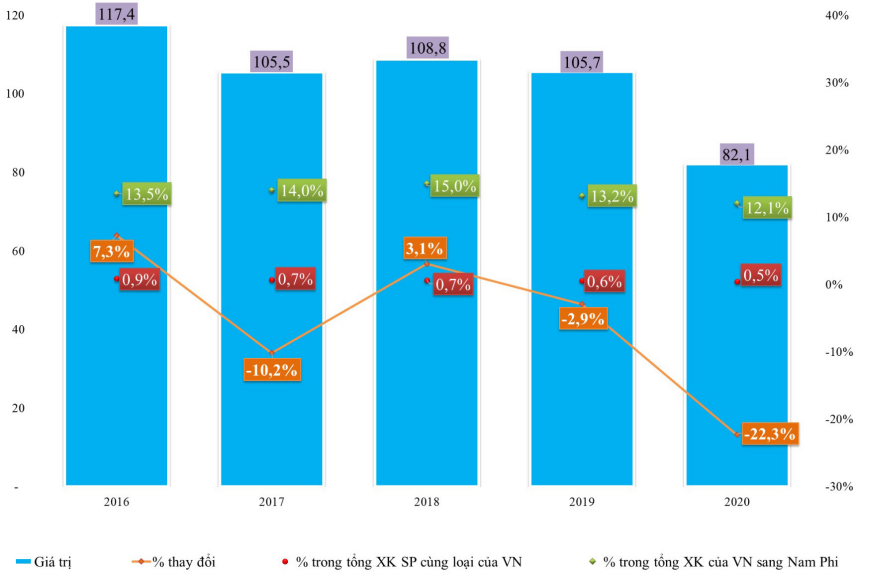
Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Nam Phi

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



Kim ngạch xuất khẩu Giày, dép của Việt Nam sang Nam Phi

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

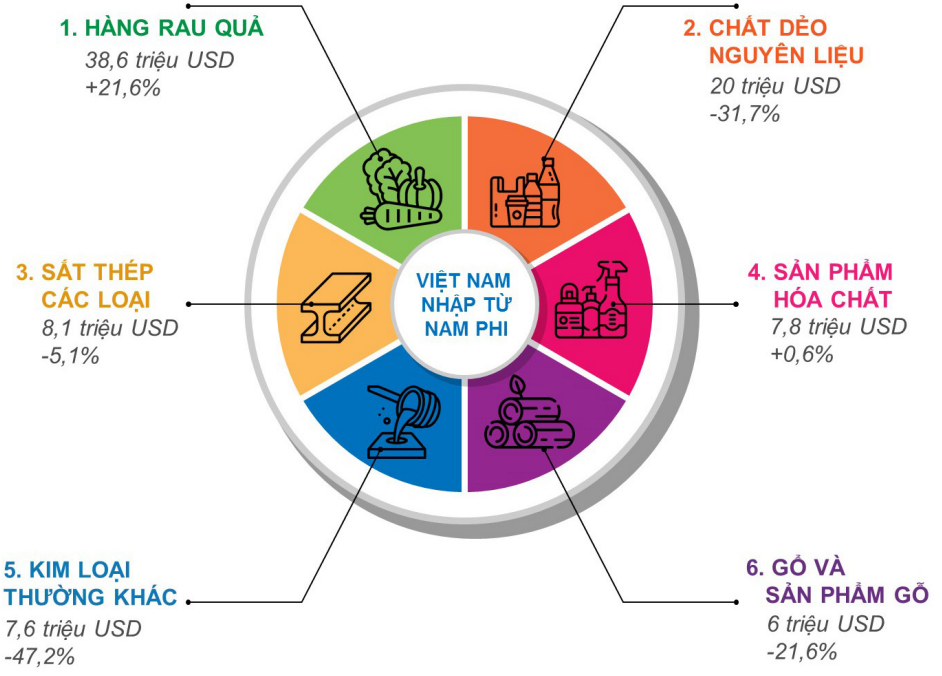


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Nam Phi năm 2020 là hàng giày dép, đạt 82,1 triệu USD, giảm 22,3% so với cùng kì 2019, chiếm 12,1% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,5% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác tương mại. Xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng ổn định trong 4 năm 2016, 2017, 2018 và 2019. Cụ thể, xuất khẩu hàng giày dép sang Nam Phi trong 4 năm này vẫn đạt mức kim ngạch trên 105 triệu USD và đạt cao nhất vào năm 2016 (117,4 triệu USD). Sang năm 2020, kim ngạch đã giảm tương đối so với năm 2019 do tác động từ Covid-19.

Trong năm 2020, hầu hết các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi đều ghi nhận sự giảm xuống về kim ngạch so với năm 2019 vị chịu sự ảnh hưởng từ Covid-19, cụ thể là các mặt hàng: cà phê (-45,2%), sản phẩm hóa chất (-42,7%), gỗ và sản phẩm gỗ (-34,2%) và sản phẩm từ sắt thép (-30,7%). Tuy nhiên, có một mặt hàng đi ngược xu hướng và tăng cực mạnh về kim ngạch, đó là chất dẻo nguyên liệu (tăng lần lượt 306,2% vào năm 2019 và 322,2% vào năm 2020).

MỘT SỐ SẢN PHẨM CHỦ YẾU VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ NAM PHI

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Nam Phi năm 2020

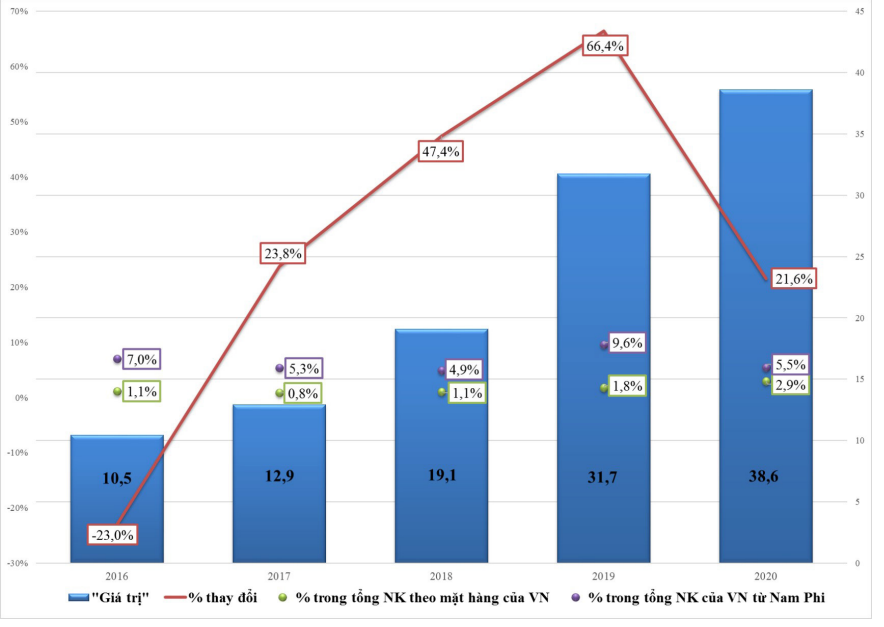


Năm 2020, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Nam Phi là mặt hàng rau quả, đạt 38,6 triệu USD, tăng 21,6% so với cùng kì của năm 2019, chiếm 5,5% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 2,9% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Trong suốt giai đoạn 2016 - 2020, đây là mặt hàng có kim ngạch tăng dần qua từng năm và đạt giá trị lớn nhất vào năm 2020; trong khi, năm có tỷ lệ tăng mạnh nhất lại là năm 2019 (66,4%). Nhìn chung đây là một mặt hàng quan trọng từ nước bạn. Nếu xét về thứ hạng nhập khẩu, Nam Phi là quốc gia xuất khẩu rau quả sang nước ta nhiều thứ 8 trên thế giới, đứng sau Hàn Quốc (xếp thứ 7, đạt 44,7 triệu USD), Myanmar (xếp thứ 6, đạt 74,6 triệu USD) và Thái Lan (xếp thứ 5, đạt 78,2 triệu USD).

Tiếp theo là mặt hàng chất dẻo nguyên liệu có kim ngạch đạt 20 triệu USD vào năm 2020. Tỷ lệ giảm là 31,7% so với năm 2019, chiếm 2,8% tổng nhập khẩu từ Nam Phi, chiếm khoảng 0,2% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Giai đoạn 2016 – 2020, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này tuy biến động qua thời gian, nhưng nhìn chung vẫn đạt từ 18 triệu USD trở lên. Năm có kim ngạch đạt giá trị lớn nhất và có tỷ lệ tăng mạnh nhất là năm 2019 (29,3 triệu USD, tăng 56,2%). Năm có kim ngạch đạt giá trị thấp nhất là năm 2018 (18,8 triệu USD).

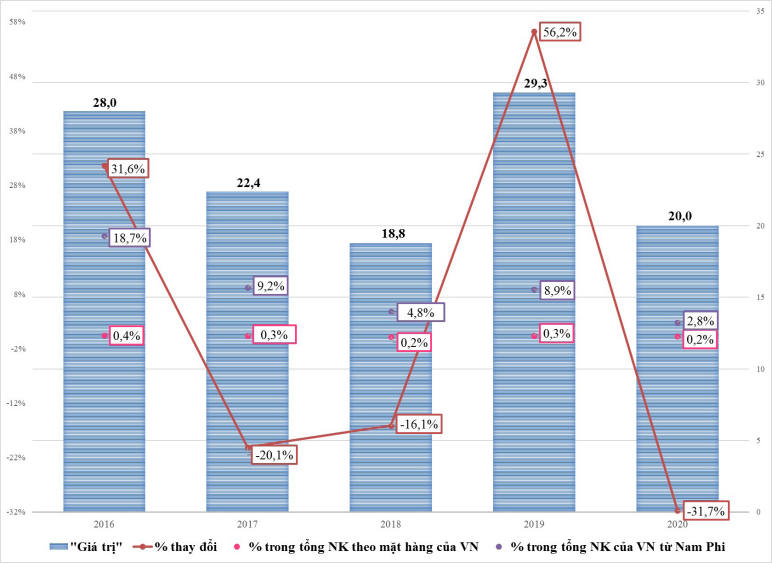
Kim ngạch nhập khẩu Rau quả của Việt Nam từ Nam Phi

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



Kim ngạch nhập khẩu Chất dẻo nguyên liệu của Việt Nam từ Nam Phi

ĐVT: triệu USD (Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



Xét về tổng thể năm 2020, hoạt động nhập khẩu của nước ta với Nam Phi có ghi nhận sự suy giảm kim ngạch ở nhiều mặt hàng, trong đó bao gồm: đá quý, kim loại quý và sản phẩm (-81,6%), kim loại thường khác (-47,2%), gỗ và sản phẩm gỗ (-21,6%) và hóa chất (-5,2%).

ĐỂ NGƯỜI TIÊU DÙNG NAM PHI 'NGHIỆN' HÀNG VIỆT NAM

Đại sứ Việt Nam tại Nam Phi Hoàng Văn Lợi cho rằng, để người tiêu dùng Nam Phi 'nghiện' hàng Việt Nam, ngoài nỗ lực của 2 bên, quan trọng nhất vẫn là từ doanh nghiệp.

Nam Phi hiện đang là đối tác thương mại và thị trường xuất khẩu lớn nhất Việt Nam tại châu Phi. Hai bên đang phấn đấu đạt mục tiêu nâng kim ngạch thương mại song phương lên 2 tỷ USD vào năm 2023. Dưới tác động sâu rộng từ đại dịch Covid-19 đến nền kinh tế hai nước, mục tiêu này liệu có khả thi?

Mặc dù còn tồn tại một số vấn đề bất cập về cơ cấu nhưng Nam Phi vẫn là nền kinh tế phát triển nhất, đầu tàu kinh tế ở châu Phi với GDP năm 2020 đạt 302,11 tỷ USD (giảm so với mức cao nhất là 416,88 tỷ USD năm 2011), xếp thứ 36 thế giới.

Nam Phi là nước có cơ sở hạ tầng hiện đại, trên đà tiến tới một nền kinh tế tri thức

và kinh tế số. Ngoài ngành khai khoáng tiếp tục giữ vị trí quan trọng nhờ vào nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, các ngành dịch vụ như tài chính, ngân hàng, viễn thông, công nghệ thông tin,... là các ngành có tốc độ phát triển nhanh nhất, đóng góp tới 61,45% GDP năm 2020; nông nghiệp đóng góp 2,4%.

Nếu so với 544 tỷ USD tổng kim ngạch thương mại của Việt Nam năm 2020 thì kim ngạch thương mại Việt Nam - Nam Phi thực sự rất khiêm tốn. Tuy nhiên, hai nước vẫn còn rất nhiều tiềm năng để phát triển quan hệ kinh tế - thương mại.

Phấn đấu đạt mục tiêu nâng kim ngạch song phương lên 2 tỷ USD vào năm 2023 như hai bên thỏa thuận tại Kỳ họp lần 4 Diễn đàn Đối tác Việt Nam - Nam Phi (tháng 3/2019) và đặt trong bối cảnh khó khăn do tác động của đại dịch Covid-19, theo tôi trước mắt cần tập trung 4 hướng sau:

Thứ nhất, tăng hơn nữa khối lượng giao thương những mặt hàng truyền thống.

Với Việt Nam, đó là điện thoại di động và linh kiện, máy tính, hàng điện tử, giày dép, hàng dệt may, một số loại hàng nông sản như hạt tiêu, hạt điều, cà phê.

Với Nam Phi, đó là khoáng sản, than, gỗ công nghiệp, chất dẻo nguyên liệu, nguyên phụ liệu dệt may, hoa quả tươi và hoa quả đóng hộp...

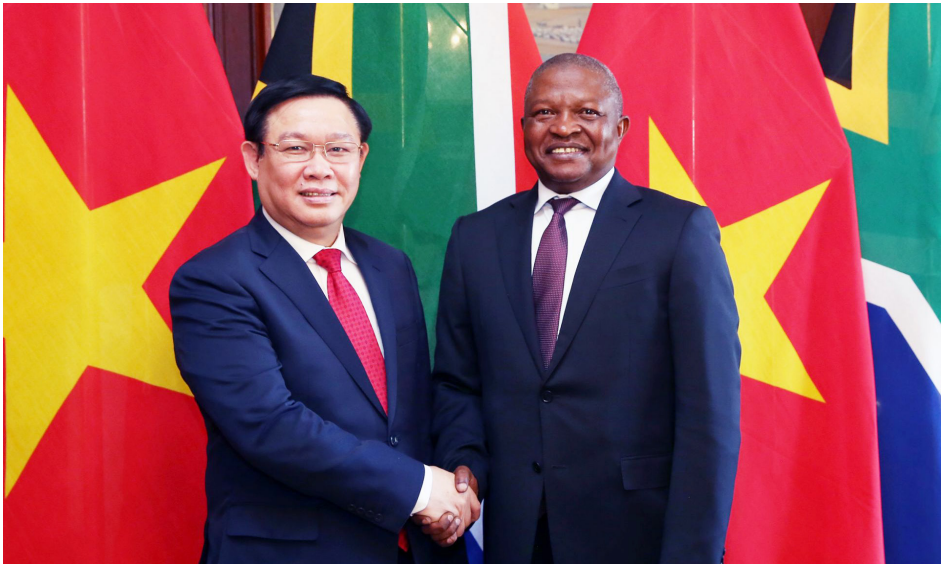
Thứ hai, trên cơ sở cùng có lợi và "có đi có lại", hai bên xem xét mở cửa thị trường hơn nữa cho một số hàng xuất khẩu mà hai nước có nhiều thế mạnh về chất lượng và giá cả như thịt bò, rượu vang, nho,... của Nam Phi; hàng tiêu dùng, hàng nông - lâm - thủy sản tươi hoặc qua chế biến, đồ gỗ nội ngoại thất,... của Việt Nam.

Thứ ba, hai nước cần sớm ký kết Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, Hiệp định tránh đánh thuế hai lần, Thỏa thuận hợp tác về ngân hàng,... để tạo cơ sở pháp lý, điều kiện thanh toán quốc tế thuận lợi và góp phần tạo tin tưởng cho doanh nghiệp trong làm ăn, buôn bán.

Thứ tư, Nam Phi là nước tương đối phát triển về thương mại, có nhiều tập đoàn siêu thị lớn như Woolworths, Checkers, Spar,... và công ty thương mại điện tử Takealot lớn nhất châu Phi.

Do đó, để có được nguồn cung hàng lớn và bền vững, các nhà sản xuất, các công ty xuất khẩu Việt Nam cần tìm cách thâm nhập vào hệ thống các chuỗi bán lẻ ở Nam Phi thông qua các hợp đồng sản xuất, gia công, cung ứng sản phẩm.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI



Tiếp tục chuyến thăm làm việc tại Nam Phi sáng 5/11/2019 (giờ địa phương), Phó Thủ tướng Chính phủ Vương Đình Huệ đã hội đàm với Phó Tổng thống Nam Phi David Mabuza.

Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ bày tỏ vui mừng lần đầu tiên đến thăm "Quốc gia cầu vồng" với nền văn hóa đa dạng, đầy màu sắc, biểu tượng của những giá trị tự do, bình đẳng, dân chủ.

Thay mặt lãnh đạo Đảng, Nhà nước Việt Nam, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ gửi lời chúc mừng tới Tổng thống Nam Phi Ramaphosa và Đảng Đại hội dân tộc Phi (ANC) đã được người dân tín nhiệm bầu tiếp nhiệm kỳ thứ 2; chúc mừng Đội tuyển bóng bầu dục Nam Phi vừa giành chức vô địch thế giới; cảm ơn Chính phủ Nam Phi đã ủng hộ Việt Nam trở thành Ủy viên không thường trực Hội đồng bảo an Liên Hợp Quốc.

Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ chia sẻ với lãnh đạo Nam Phi về thành tựu phát triển kinh tế - xã hội và đối ngoại mà Việt Nam đạt được sau hơn 30 năm tiến hành công cuộc Đổi mới, trao đổi sâu rộng về các vấn đề quan hệ song phương.

Phó Thủ tướng khẳng định, sự quan tâm của Chính phủ Việt Nam trong việc thúc đẩy quan hệ hợp tác với Nam Phi - quốc gia châu Phi đầu tiên Việt Nam thiết lập quan hệ đối tác vì hợp tác và phát triển.

Đánh giá cao vị thế "đầu tàu" về chính trị, kinh tế, xã hội của Nam Phi tại châu lục,

Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ đề nghị hai bên sớm hoàn tất việc đàm phán để ký kết các văn bản hợp tác tạo khuôn khổ pháp lý cho hoạt động hợp tác, đặc biệt trong các lĩnh vực khoáng sản, nông nghiệp, hàng không,...; chú trọng nâng cao vai trò và hiệu quả của các cơ chế hợp tác song phương hiện có như Diễn đàn Đối tác liên Chính phủ, Ủy ban hỗn hợp thương mại và đối thoại quốc phòng. Trên bình diện đa phương, Việt Nam mong muốn mở rộng quan hệ với Cộng đồng Phát triển miền Nam châu Phi (SADC) và Liên minh châu Phi (AU) cũng như mở rộng quan hệ với các nước thành viên.

Phó Thủ tướng nhấn mạnh, Việt Nam sẵn sàng đóng vai trò cầu nối để Nam Phi mở rộng hợp tác với các nước ASEAN. Ngoài ra, để thúc đẩy hoạt động đầu tư - kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam tại Nam Phi, Phó Thủ tướng đề xuất Chính phủ Nam Phi quan tâm tháo gỡ khó khăn về phương thức thanh toán cho doanh nghiệp Việt Nam; xem xét khả năng cho phép mở chi nhánh ngân hàng thương mại Việt Nam tại Nam Phi.

Về phía mình, ca ngợi cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc của Việt Nam, Phó Tổng thống David Mabuza cho đó là nguồn cảm hứng cho nhân dân Nam Phi tiến hành cuộc đấu tranh chống chủ nghĩa phân biệt chủng tộc.

Ông David Mabuza bày tỏ ngưỡng mộ những thành tựu Việt Nam đạt được trong công cuộc Đổi mới và phát triển kinh tế - xã hội; nhất trí tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư Việt Nam sang kinh doanh, làm ăn tại Nam Phi; thúc đẩy mở rộng hợp tác sang các lĩnh vực quốc phòng - an ninh, bảo vệ môi trường và bảo tồn động vật hoang dã,...

Phó Tổng thống David Mabuza đánh giá cao ý nghĩa chuyến thăm của Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ nhằm đánh giá các khuôn khổ hợp tác, xóa bỏ các rào cản để mở rộng thương mại giữa hai quốc gia. Ông David Mabuza khẳng định Nam Phi coi trọng quan hệ với Việt Nam - đối tác kinh tế lớn thứ 5 của Nam Phi và là đối tác hàng đầu của Nam Phi tại khu vực Đông Nam Á, đồng thời đặt ra mục tiêu nâng kim ngạch thương mại hai chiều từ 1,1 tỷ USD hiện nay lên 2 tỷ USD trong 5 năm tới.

Trước đó vào chiều 4/11/2019, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ đã gặp và làm việc với Tổng Thư ký Đảng Đại hội dân tộc Phi (ANC) Elias Sekgobelo Ace Magashule.

Bày tỏ niềm vui lần đầu tiên đến thăm trụ sở Đảng ANC, Phó Thủ tướng nhấn mạnh Đảng ANC và Đảng Cộng sản Việt Nam có lịch sử hợp tác lâu đời, kể từ trong công cuộc đấu tranh giành độc lập cũng như trong xây dựng đất nước hiện nay.

Phó Thủ tướng khẳng định, Việt Nam coi trọng quan hệ hợp tác với các nước bạn bè truyền thống tại châu Phi mà Nam Phi là một trong những đối tác quan trọng nhất.

Tổng Thư ký Đảng ANC thông báo sẽ thăm Việt Nam vào tháng 12 tới nhằm thúc đẩy giao lưu, trao đổi kinh nghiệm xây dựng, thúc đẩy tình đoàn kết giữa hai Đảng và tăng cường hợp tác hội nhập quốc tế. Trên cơ sở đó, hai bên đã cùng trao đổi sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực; đặc biệt chú trọng hợp tác về giáo dục - đào tạo, khoáng sản, công nghiệp lắp ráp, chế tạo... (Nguồn: Chinhphu.vn)

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

- **Đại sứ quán Việt Nam tại Nam Phi**
  Địa chỉ: 87 Brooks, Street, Brooklyn, Pretoria P.O.Box: 13692, Hatfield, 0028, Pretoria
  Điện thoại: +27-012-3628119
  Fax: +27-012-3628115
  Email: embassy@vietnam.co.za
  - Giờ địa phương so với giờ Việt Nam: +5 giờ.

- **Thương vụ Việt Nam tại Nam Phi (kiêm nhiệm Namibia, Zimbabwe, Botswana, Vương quốc Lesotho, Vương quốc Swaziland, Mozambique)**
  Địa chỉ: 198 Silver Oak Ave, Waterkloof, Pretoria, South Africa
  Điện thoại: (+27) 12 346 8083
  Fax: (+27) 12 346 8507
  Email:za@moit.gov.vn

- **Đại sứ quán Nam Phi tại Việt Nam**
  Địa chỉ: Tầng 3, Central Building, 31 Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam
  Điện thoại: 024-39362000
  Fax: 024-39361991
  Email: political.hanoi@foreign.gov.za; admin.hanoi@foreign.gov.za;
  consular.hanoi@foreign.gov.za

- **Lãnh sự quán Cộng hòa Nam Phi tại Tp Hồ Chí Minh**
  Địa chỉ: 19 Phùng Khắc Khoan, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
  Điện thoại: (84-28) 3933 0056
  Fax: (84-28) 3823 8557

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn