

KINH DOANH TẠI CHÂU PHI: QUY LUẬT NÀO cho thị trường BẤT ỔN?

● HOÀNG ĐỨC NHUẬN

MẶC DÙ LÀ THỊ
TRƯỜNG ĐẦY
TIỀM NĂNG
SONG CHÂU PHI
CŨNG LÀ THỊ
TRƯỜNG CÓ
NHỮNG KHÓ
KHĂN NHẤT
ĐỊNH TRONG ĐÓ
CÓ NHỮNG RỦI
RO MÀ DOANH
NGHIỆP CẦN
PHẢI TÍNH TỚI.
ĐỂ XUẤT KHẨU
HIỆU QUẢ VÀO
THỊ TRƯỜNG
NÀY, DOANH
NGHIỆP CẦN
LƯU Ý MỘT SỐ
VẤN ĐỀ.

Bất ổn định về an ninh, chính trị

Gần đây, Phong trào Mùa xuân A rập bắt đầu từ Tuy-ni-di đã lan rộng sang Ai Cập, Libi và một loạt các quốc gia châu Phi khác. Một số nước như Bờ Biển Ngà, Burkina Faso, Mali trước bầu cử Tổng thống hoặc khi bị mất mùa, giá lương thực tăng cao thường xảy ra nội chiến, bạo loạn. Hoặc tình trạng cướp biển tại Somali hay tại khu vực Vịnh Guinea ở Tây Phi cũng ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này.

Để phòng ngừa rủi ro, doanh nghiệp cần thường xuyên theo dõi tình hình an ninh, chính trị tại các nước châu Phi trên các phương tiện thông tin đại chúng, trong đó có các trang điện tử của Bộ Công Thương. Tham khảo ý kiến của các cơ quan liên quan như Vụ Thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á, Đại sứ quán, Thương vụ Việt Nam tại Ai Cập, An-giê-ri, Ma-rốc, Nam Phi, Ni-giê-ria... để có sự tư vấn cần thiết trong những trường hợp cụ thể.

Thông thường, sau khi tình hình chính trị ổn định trở lại, nhu cầu nhập khẩu các loại hàng hóa của

các nước này tăng cao, nhất là các loại nhu yếu phẩm như gạo, dệt may. Đây là cơ hội để các doanh nghiệp của ta đẩy mạnh xuất khẩu.

Phương thức thanh toán xuất nhập khẩu

Nhiều khách hàng ở châu Phi thường đề nghị thanh toán theo hình thức TT hoặc DP trả chậm. Nếu sử dụng hình thức thanh toán D/P, doanh nghiệp Việt Nam cần phải kèm theo điều khoản tiền đặt cọc (deposit). Tùy từng mặt hàng, doanh nghiệp cần đưa ra các mức % deposit để bảo đảm an toàn cho các đơn hàng của mình.

Để tránh rủi ro, doanh nghiệp nên đề nghị đối tác sử dụng L/C không hủy ngang mở tại các ngân hàng uy tín, đồng thời hạn chế cho khách hàng trả chậm. Tuyệt đối không nên sử dụng hình thức thanh toán D/A (Document Acceptance - nhờ thu chấp nhận chứng từ) đối với các khách hàng ở châu Phi bởi một khi khách hàng đề nghị hình thức thanh toán này, rất có thể doanh nghiệp xuất khẩu sẽ bị mất hàng. Về đặt cọc xuất khẩu, đề nghị khách hàng đặt cọc tốt nhất là 30% trở lên.

Về nhập khẩu hàng từ châu Phi, cần tiến hành kiểm định hàng hóa thông qua tổ chức giám định quốc tế có uy tín tại nước sở tại trước khi đưa hàng lên tàu (qua các công ty như Bitech International SA, Văn phòng Veritas). Doanh nghiệp Việt Nam nên cố gắng đàm phán với nhà cung cấp để không phải đặt cọc tiền.

Khi đàm phán và ký kết hợp đồng với đối tác châu Phi, các doanh nghiệp nên lựa chọn những phương thức giao hàng, thanh toán an toàn, có lợi về mình, để tránh trường hợp nhà nhập khẩu không nhận hàng nhằm ép giảm giá. Hợp đồng phải quy định rõ cơ quan giải

quyết tranh chấp (trọng tài hay tòa án) để làm cơ sở cho việc giải quyết khi tranh chấp phát sinh.

Quy định xuất nhập khẩu, tập quán kinh doanh, hàng rào kỹ thuật

Nhiều nước châu Phi theo đạo Hồi nên quy định xuất nhập khẩu mang những nét đặc thù. Chẳng hạn nhãn, mác, mã hiệu, thông tin về sản phẩm phải ghi bằng hai thứ tiếng trong đó bắt buộc có tiếng Ả rập và một thứ tiếng thông dụng tại nước sở tại như tiếng Anh (hoặc tiếng Pháp). Sản phẩm giết mổ phải phù hợp với các thủ tục, quy định của Hồi giáo và phải có giấy chứng nhận Halal.

Một số ít quốc gia châu Phi, để bảo vệ sản xuất trong nước thường áp dụng mức thuế nhập khẩu cao như Ma-rốc (trung bình hơn 40%); Ni-giê-ria quy định hàng hóa trước khi nhập khẩu phải có một trong hai loại giấy chứng nhận là SONCAP của Tổ chức tiêu chuẩn Ni-giê-ria (SON) hoặc giấy chứng nhận NAFDAC. Hay Ai Cập đòi hỏi phải có giấy chứng nhận lãnh sự của Đại sứ quán nước này mới cho xuất khẩu một số mặt hàng vào Ai Cập (như cá Ba sa)...

Để thành công, doanh nghiệp Việt Nam cần có sự đầu tư nghiên cứu thị trường và kiên trì. Do ảnh hưởng của đạo Hồi (cần nguyện 5 lần trong 1 ngày, ít hoạt động kinh doanh trong tháng Ramadan) và tình trạng quan liêu nên tác phong làm việc ở những quốc gia này thường chậm trễ, thủ tục hành chính rườm rà. Doanh nghiệp cần xác định tâm lý, để đi đến ký kết một hợp đồng, cần mất khoảng thời gian từ vài tháng đến nửa năm, thậm chí lâu hơn. Với các đối tác, cần gặp mặt trực tiếp, thiết lập quan hệ thân thiết trước khi tiến hành

kinh doanh.

Lừa đảo thương mại qua mạng Internet

Trong những năm gần đây, Bộ Công Thương đã liên tiếp đưa ra những cảnh báo về hiện tượng lừa đảo thương mại trên mạng Internet tại một số nước khu vực Tây và Trung Phi như Ni-giê-ria, Ghana, Benin, Togo, Cameroon,... đồng thời nêu đích danh các tổ chức, cá nhân lừa đảo ở khu vực này. Tuy nhiên, do tâm lý chủ quan, háms lợi, nghiệp vụ ngoại thương hạn chế nên vẫn có một số doanh nghiệp Việt Nam bị lừa mất tiền. Các đối tượng lừa đảo thường chủ động liên hệ với các doanh nghiệp Việt Nam qua mail hoặc doanh nghiệp tự tìm kiếm đối tác châu Phi trên một số trang web quốc tế.

Hình thức lừa đảo phổ biến thường được các đối tượng áp dụng là đề xuất ký những hợp đồng có giá trị lớn, điều kiện dễ dàng, sau đó yêu cầu phía doanh nghiệp Việt Nam đặt cọc hoặc trả trước những chi phí như: phí nhập khẩu, phí giao dịch, phí trúng thầu, phí bảo lãnh hợp đồng của Bộ Tư pháp, Tòa án tối cao... Sau khi nhận được các khoản phí này, đối tượng cắt đứt mọi liên lạc với doanh nghiệp Việt Nam.

Để tránh những rủi ro và tìm kiếm cơ hội kinh doanh tại thị trường châu Phi, Tây Á và Nam Á, doanh nghiệp cần: (1) Tích cực tham gia các đoàn nghiên cứu chính sách, khảo sát thị trường do Bộ Công Thương và các cơ quan XTTM tổ chức; tham dự các hội chợ, triển lãm quốc tế tổ chức tại mỗi nước và các cuộc hội thảo, diễn đàn doanh nghiệp song phương. Đây là dịp để các doanh nghiệp tìm hiểu thông tin thị trường, gặp gỡ đối tác một cách

trực tiếp. (2) Chủ động tìm kiếm thông tin thị trường, cơ hội kinh doanh trên các trang web chính thức như trang của Bộ Công Thương Việt Nam, trang www.vinafrica.com của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), qua Vụ Thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á (Bộ Công Thương) cũng như các Thương vụ, Đại sứ quán Việt Nam châu Phi như An-giê-ri, Ai Cập, Ma-rốc, Nam Phi, Ni-giê-ria. (3) Cần có sự đầu tư thích đáng về đào tạo nguồn nhân lực (trang bị ngoại ngữ, chuyên môn nghiệp vụ, hiểu biết về đặc thù văn hóa và tôn giáo thị trường sở tại) và nghiên cứu thị trường một cách kỹ lưỡng, nhất là về quy định xuất nhập khẩu, tập quán kinh doanh theo từng khối nước (Cộng đồng Kinh tế và Tiền tệ Trung Phi, Liên minh Kinh tế và Tiền tệ Tây Phi, các quốc gia Hồi giáo...). Hết sức hạn chế việc tìm kiếm và giao dịch với khách hàng qua các trang mạng quốc tế.

Về khoảng cách địa lý:

Thời gian vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam sang châu Phi thường mất từ 1 tháng đến 1,5 tháng. Để giảm chi phí vận chuyển, doanh nghiệp nên kết hợp giữa xuất khẩu và nhập khẩu để nâng cao hiệu quả kinh tế. Nhiều mặt hàng các doanh nghiệp có thể kết hợp nhập khẩu từ khu vực này, trong đó đáng chú ý là gỗ, bông, điều, sẽ giúp giảm giá cước vận chuyển. DN cũng có thể xem xét, áp dụng hình thức hàng đổi hàng như đổi gạo, quần áo của Việt Nam lấy điều thô, bông, gỗ của các nước châu Phi ■