

Giới thiệu thị trường Bờ Biển Ngà và quan hệ với Việt Nam



1/ Tình hình kinh tế-chính trị của Bờ Biển Ngà

Cộng hòa Bờ Biển Ngà (Côte d'Ivoire) nằm ở khu vực Tây Phi, trên bờ Đại Tây Dương, phía Bắc giáp Mali và Burkina Faso, phía Đông giáp Ghana, phía Tây giáp Guinea và Liberia và phía Nam giáp Đại Tây Dương. Với diện tích 322.460 km², Bờ Biển Ngà có dân số là 21.952.093 (7/2012), ngôn ngữ sử dụng chính là tiếng Pháp. Đơn vị tiền tệ là đồng Franc CFA (tỷ giá 1 USD = 500 FCFA).

Thủ đô hành chính là Yamoussoukro nhưng Abidjan mới là thủ đô kinh tế và cũng là nơi đặt các bộ ngành.

Về tôn giáo, đạo Hồi chiếm 38%, Thiên chúa giáo 32%, Đạo cổ truyền 30%.

Về chính trị, Bờ Biển Ngà theo chính thể Cộng hoà, Tổng thống hiện nay là ông Alassane OUATTARA (từ tháng 12/2010). Tình hình chính trị của Bờ Biển Ngà đã ổn định trở lại sau cuộc nội chiến diễn ra vào cuối năm 2010, đầu 2011 trong cuộc bầu cử Tổng thống.

Về đối ngoại, Bờ Biển Ngà là thành viên của nhiều tổ chức quốc tế như LHQ, KLK, WTO, Francophonie và nhiều tổ chức khu vực như Liên minh châu Phi (AU), Cộng đồng kinh tế các quốc gia Tây Phi (ECOWAS), Liên minh Kinh tế và Tiền tệ Tây Phi (UEMOA)... Côte d'Ivoire thân phương Tây, nhất là Pháp do có mối quan hệ lịch sử từng là thuộc địa.

Về kinh tế, Bờ Biển Ngà là một nước có tài nguyên thiên nhiên phong phú, đặc biệt có nhiều kim cương, mangan và sắt. Trong cơ cấu kinh tế, nông nghiệp chiếm 30%, công nghiệp 21% và dịch vụ 49%. Năm 2011, GDP

đạt 23,8 tỷ USD. Tỷ lệ tăng trưởng GDP giảm 5,8%. GDP bình quân đầu người là 1.080 USD. Tỷ lệ lạm phát: 5,2%.

Bờ Biển Ngà là nhà sản xuất và xuất khẩu hàng đầu thế giới về ca cao, đồng thời cũng là nước xuất khẩu quan trọng về cà phê và dầu cọ. Từ vài năm nay nước này còn có thêm nguồn thu xuất khẩu từ dầu lửa và vàng. Tuy nhiên thu nhập của Côte d'Ivoire vẫn dựa chủ yếu vào sản xuất nông nghiệp (68% dân số sống bằng nghề nông) và nền kinh tế phụ thuộc vào giá quốc tế và những biến động về thời tiết.

Ngành công nghiệp nước này khá phát triển như công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, dệt may, da giày, hoá chất, khai khoáng, sản phẩm gỗ, sửa chữa và đóng tàu.

Năm 2010, Côte d'Ivoire đã ký các thỏa thuận để cơ cấu lại nợ với Câu lạc bộ Paris, Luân Đôn và các đối tác song phương khác. Thách thức lâu dài đối với quốc gia Tây Phi này là tình hình bất ổn chính trị và cơ sở hạ tầng xuống cấp. Cuối năm 2011, kinh tế Bờ Biển Ngà đã phục hồi sau quý I bị tê liệt do cuộc khủng hoảng chính trị hậu bầu cử Tổng thống.

Về ngoại thương, năm 2011, kim ngạch xuất khẩu của Bờ Biển Ngà đạt 11,24 tỷ USD với các sản phẩm ca cao, cà phê, gỗ, dầu lửa, bông, chuối, dưa, dầu cọ, cá. Các đối tác xuất khẩu chính gồm Mỹ, Hà Lan, Pháp, Đức, Nigeria và Ghana. Năm 2011, kim ngạch nhập khẩu của Bờ Biển Ngà đạt 7,3 tỷ USD với các mặt hàng chính là dầu nhiên liệu, máy móc trang thiết bị, lương thực, thực phẩm. Do sản xuất lúa trong nước chưa đáp ứng được nhu cầu của người dân nên mỗi năm, Bờ Biển Ngà phải mua khoảng 900.000 tấn gạo. Các đối tác nhập khẩu chính gồm Nigeria, Pháp, Trung Quốc, Thái Lan.

Mặc dù trải qua gần 1 thập kỷ bất ổn chính trị nhưng Bờ Biển Ngà vẫn được xem là một trong những nền kinh tế hàng đầu khu vực Tây Phi. Với vị trí địa lý chiến lược, nguồn tài nguyên thiên nhiên, nông, lâm nghiệp phong phú, nước này tiếp tục duy trì vai trò là nhà cung cấp hàng hoá và dịch vụ chính cho các nước láng giềng như Ghi-nê, Mali, Burkina Faso... Cảng biển Abidjan và tuyến đường sắt nối thành phố Abidjan với thủ đô Ouagadouro (Burkina Faso) vẫn là tuyến đường xuất nhập cảnh ưu tiên, nhất là đối với những nước nằm sâu trong lục địa, mang lại nguồn thu ngoại tệ quan trọng cho ngân sách quốc gia.

2/ Quan hệ thương mại Việt Nam-Bờ Biển Ngà

Việt Nam và Bờ Biển Ngà thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 6/10/1975. Hiện nay, Đại sứ quán ta tại Ma-rốc kiêm nhiệm Bờ Biển Ngà và Đại sứ Bờ Biển Ngà tại Trung Quốc kiêm nhiệm Việt Nam.

Thời gian gần đây Việt Nam đã tăng cường tổ chức các đoàn sang thị trường này để tìm kiếm cơ hội kinh doanh. Năm 2008, Thứ trưởng Bộ Công Thương Lê Dương Quang đã dẫn đầu đoàn 15 doanh nghiệp Việt Nam sang thăm và làm việc tại Bờ Biển Ngà. Năm 2010, Bộ Công Thương tiếp tục tổ chức một đoàn nghiên cứu chính sách và xúc tiến thương mại sang Bờ Biển Ngà. Cùng đi có đại diện của Sở Công Thương tỉnh Long An và 10 doanh nghiệp.

Bờ Biển Ngà là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam ở khu vực Tây Phi nói riêng và ở châu Phi nói chung.

Mặc dù đầu năm 2011, trao đổi thương mại giữa hai nước gần như bị đình trệ do tác động của cuộc nội chiến tại Bờ Biển Ngà, song kể từ quý II, tình hình đã ổn định trở lại và kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Bờ Biển Ngà cả năm 2011 vẫn đạt 146,5 triệu USD, tăng 10% và nhập khẩu đạt 173,6 triệu USD, tăng 35%.

Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Bờ Biển Ngà gồm gạo 138,8 triệu USD (chiếm 95% tổng kim ngạch xuất khẩu), chất dẻo nguyên liệu 2,8 triệu USD, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện 1,2 triệu USD, sản phẩm dệt may 1,1 triệu USD, sản phẩm từ cao su 621.000 USD, sắt thép 420.000 USD, hạt tiêu 313.000 USD, lưới đánh cá 200.000 USD, linh kiện phụ tùng xe máy 190.000 USD.

Năm 2011, Việt Nam nhập khẩu 173,6 triệu USD chủ yếu là các mặt hàng hạt điều 149,2 triệu USD, bông các loại 16,8 triệu USD, cà phê 2,73 triệu USD, gỗ và sản phẩm gỗ 2,3 triệu USD, sắt thép phế liệu 2,1 triệu USD.

Theo số liệu của Hải quan Việt Nam, 9 tháng đầu năm 2012, kim ngạch xuất khẩu sang Bờ Biển Ngà đạt 204,53 triệu USD, tăng 50% so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó gạo chiếm tới 196,4 triệu USD (464.855 tấn) tăng 49%, hàng dệt may đạt 1,74 triệu USD. Kim ngạch nhập khẩu đạt 114,50 triệu USD, giảm 28%, với các mặt hàng chính là hạt điều và bông các loại. Bờ Biển Ngà hiện là đối tác xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam sau Nam Phi và Ai Cập và là đối tác nhập khẩu số 1 của Việt Nam tại châu Phi.

3/ Triển vọng và tiềm năng thị trường

Về xuất khẩu

Gạo: Từ nhiều năm nay, gạo luôn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Bờ Biển Ngà chiếm đến 90% tổng kim ngạch xuất khẩu của ta sang thị trường này. Thị phần gạo Việt Nam ngày càng được mở rộng, dự báo chiếm gần 50% tổng lượng gạo nhập khẩu của Bờ Biển Ngà năm 2012. Trong thời gian tới, gạo vẫn tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu chính của ta sang Bờ Biển Ngà do nước này chưa thể sản xuất đủ lương thực và người dân Bờ Biển Ngà cũng như doanh nghiệp nhập khẩu gạo đã quen với gạo Việt Nam.

Sản phẩm dệt may: Nếu như năm 2007, doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ xuất khẩu được 50.208 USD hàng quần áo, thì đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đã tăng rất mạnh, đạt 9,3 triệu USD. Mặc dù 2 năm trở lại đây kim ngạch có giảm song dệt may vẫn đứng ở vị trí thứ hai trong số các mặt hàng xuất khẩu chính sang Bờ Biển Ngà. Mỗi năm, nước này nhập khẩu khoảng 400 triệu USD hàng dệt may.

Chất dẻo nguyên liệu: là mặt hàng luôn có mặt trong top 3 các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bờ Biển Ngà. Kim ngạch xuất khẩu đã không ngừng tăng từ 523.900 USD năm 2007 lên 2,8 triệu USD năm 2011. Mỗi năm, quốc gia Tây Phi này phải nhập khẩu từ 286 triệu USD đến 300 triệu USD chất dẻo và sản phẩm chất dẻo với mức tăng trưởng bình quân 10,4%.

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện: Năm 2009, Việt Nam bắt đầu xuất khẩu mặt hàng này sang Bồ Biển Ngà với giá trị 423.564 USD. Đến năm 2011, kim ngạch đạt 1,2 triệu USD. Năm 2011, tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng này của Bồ Biển Ngà vào khoảng 400 triệu USD, với mức tăng trưởng 29%/năm.

Sắt thép: Sau khi đạt mức 4,5 triệu USD vào năm 2008, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng **sắt thép** của ta sang Bồ Biển Ngà giảm xuống còn 1,5 triệu USD năm 2010. Bồ Biển Ngà nhập khẩu trung bình mỗi năm khoảng 125 triệu USD sản phẩm sắt, thép và gang. Trong những năm tới, để phục vụ công cuộc tái thiết đất nước sau cuộc nội chiến vừa qua, nhu cầu nhập khẩu nhóm sản phẩm này dự báo sẽ tăng cao.

Xe ô tô và linh kiện: Năm 2011, tổng kim ngạch nhập khẩu ô tô và linh kiện của Bồ Biển Ngà đạt 246 triệu USD, tăng trưởng 30% so với năm 2010. Năm 2009, Việt Nam đã xuất khẩu sang thị trường này 1,36 triệu USD gồm linh kiện phụ tùng và sảm lốp ô tô, mức cao nhất trong các năm cho đến nay.

Các mặt hàng khác: Một số mặt hàng tuy mới xuất hiện và giá trị nhỏ nhưng lại có kim ngạch xuất khẩu tăng liên tục như hải sản, bánh kẹo, hạt tiêu, sản phẩm gỗ, máy móc thiết bị phụ tùng, túi xách, vali, mũ, ô dù...

Về nhập khẩu

Năm 2011, Bồ Biển Ngà là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai của Việt Nam tại châu Phi sau Nam Phi. 9 tháng đầu năm 2012, nước này đã trở thành thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam tại châu lục này đạt 114,50 triệu USD.

Điều thô: là mặt hàng nhập khẩu quan trọng nhất của Việt Nam trong thời gian qua, thường chiếm từ 70 đến 80% tổng kim ngạch nhập khẩu của ta từ thị trường này. Giá trị nhập khẩu hạt điều đã tăng rất mạnh từ 16,6 triệu USD năm 2007 lên 149,2 triệu USD năm 2011. Bồ Biển Ngà là quốc gia cung cấp điều thô lớn nhất của Việt Nam tại châu Phi.

Bông: chiếm tỷ trọng từ 10-12% tổng giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ Bồ Biển Ngà. Những năm gần đây, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này tăng mạnh, từ 7,8 triệu USD năm 2007 lên 32,1 triệu USD năm 2010, và 16,8 triệu USD năm 2011. Mỗi năm, trung bình, Bồ Biển Ngà xuất khẩu 120.000 tấn bông. Các doanh nghiệp Việt Nam đánh giá bông của Bồ Biển Ngà có chất lượng tốt nhất châu Phi.

Gỗ và sản phẩm gỗ: Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này có xu hướng giảm. Sau khi đạt 11,8 triệu USD năm 2008, giá trị nhập khẩu chỉ đạt 2,3 triệu USD năm 2011. Doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu từ Bồ Biển Ngà chủ yếu là gỗ teck. Ở Châu Phi, Bồ Biển Ngà là quốc gia có diện tích rừng gỗ teck rộng 52.000 ha, lớn thứ hai sau Nigeria (70.000 ha). Trung bình mỗi năm, nước này thu được từ 500-600 triệu USD từ việc xuất khẩu gỗ.

Sắt thép phế liệu cũng là một mặt hàng ta thường xuyên nhập khẩu từ Bồ Biển Ngà. Năm 2011, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này đạt 2,1 triệu USD.

Cao su: Việt Nam mới bắt đầu nhập khẩu cao su từ Bờ Biển Ngà năm 2008 đạt 181 tấn, trị giá 347.276 USD. 6 tháng đầu năm 2012 kim ngạch nhập khẩu tăng lên 1,5 triệu USD. Bờ Biển Ngà là nước sản xuất cao su lớn nhất châu Phi với sản lượng 205.000 tấn/năm.

4/ Những lưu ý khi giao dịch XNK với đối tác Bờ Biển Ngà

Thiết lập quan hệ trước khi kinh doanh

Bạn nên thiết lập quan hệ với người nào đó trước khi nói về kinh doanh. Bạn cần phải biết phân bổ thời gian dành cho thiết lập quan hệ và thời gian tiến hành đàm phán kinh doanh. Điều này tùy thuộc vào đối tác của bạn là ai và hoàn cảnh liên quan.

Để thiết lập quan hệ với đối tác trước khi tiến hành thương lượng, bạn có thể mời đối tác đi ăn cơm hoặc đi uống tại một nhà hàng nào đó hoặc tới nơi mình ở để có thể kết giao trong một hoàn cảnh ít trang trọng hơn. Bạn cũng có thể tặng họ một món quà nhỏ nhưng lịch sự và thích hợp. Ở Bờ Biển Ngà, đạo Hồi chiếm 38% và đạo Thiên chúa chiếm 32% dân số nên cần tìm hiểu đối tác theo tôn giáo gì để có cách ứng xử phù hợp.

Nói chung, để xây dựng mối quan hệ tốt với người Bờ Biển Ngà, bạn cần có tính kiên nhẫn và khéo léo. Bạn nên chào họ bằng sự tôn trọng, nếu đó là người có chức vụ thì nên chào họ có kèm theo chức danh của họ. Hãy ăn mặc đẹp, cẩn thận, tránh đùa cợt hay nói về chính trị, tôn giáo và tránh hành động quá tự nhiên, thoải mái. Dù ở chức vụ gì, bạn cũng nên là người luôn đúng giờ.

Tìm kiếm đối tác và khả năng thanh toán

Khó khăn lớn nhất mà doanh nghiệp Việt Nam gặp phải khi làm ăn với Bờ Biển Ngà nói riêng và châu Phi nói chung là thiếu thông tin về đối tác và khả năng thanh toán của nhà nhập khẩu. Doanh nghiệp Việt Nam thường yêu cầu đối tác Bờ Biển Ngà thanh toán bằng phương thức tín dụng thư L/C *at sight* trong khi phía bạn lại đề nghị áp dụng thanh toán trả chậm. Nguyên nhân là do phần lớn các doanh nghiệp xuất nhập khẩu của Bờ Biển Ngà có quy mô nhỏ, tiềm năng tài chính hạn chế nên khó có thể mở L/C tại ngân hàng, nhất là các ngân hàng châu Âu. Trong mọi trường hợp, tín dụng thư vẫn là phương tiện an toàn nhất để bảo vệ các DN khỏi những rủi ro không thanh toán. Tuy nhiên, công cụ này đòi hỏi chi phí cao. Euro là đồng tiền ghi hoá đơn tốt nhất tại Côte d'Ivoire, nhưng đồng USD cũng được sử dụng rộng rãi.

Để phòng ngừa rủi ro, doanh nghiệp Việt Nam nên tìm hiểu độ tin cậy của tất cả các đối tác thông qua Phòng Thương mại và Công nghiệp Côte d'Ivoire (Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire-CCICI), tích cực tham gia các đoàn nghiên cứu chính sách và xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương, VCCI và các cơ quan XTTM của Việt Nam tổ chức, dự các Hội chợ-triển lãm quốc tế. Hạn chế việc tự tìm kiếm đối tác qua mạng Internet./.

Hoàng Đức Nhuận