

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường Nam Phi.....	2
Thông tin cơ bản thị trường Nam Phi.....	2
Kinh tế	14
Tổng quan về ngành công nghiệp Nam Phi.....	19
Chương 2: Thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Nam Phi.....	26
Quan hệ ngoại giao Việt Nam - Nam Phi.....	26
Đầu tư	30
Xuất khẩu.....	33
Nhập khẩu.....	51
Dự báo triển vọng thị trường	53
Những khó khăn mà doanh nghiệp thâm nhập thị trường Nam Phi.....	54
Chiến lược thâm nhập thị trường Nam Phi.....	55
Chương 3: Những vấn đề lưu ý khi làm kinh doanh với thị trường Nam Phi.....	58
Một số lưu ý về quy định, thủ tục, quy định và hải quan	58
Các kênh phân phối và bán hàng chủ yếu tại Nam Phi	73
Một số lưu ý khi đàm phán kinh doanh tại Nam Phi.....	79
Thông tin liên hệ.....	93

Chương 1: Tổng quan thị trường Nam Phi

Thông tin cơ bản thị trường Nam Phi

Tên quốc gia: Nước Cộng hòa Nam Phi (Republic of South Africa)

Thủ đô hành pháp: Pretoria

Thành phố lập pháp: Cape Town

Thành phố tư pháp: Bloemfontein

Quốc khánh: Ngày 27/4

Tổng thống: Matamela Cyril Ramaphosa (từ ngày 15/2/2018)

Phó Tổng thống: David Mabuza (từ ngày 26/2/2018)

Thủ tướng: Matamela Cyril Ramaphosa (từ ngày 15/2/2018); Phó Thủ tướng David Mabuza (26/2/2018)

Thể chế: Cộng hòa

Chính phủ Nam Phi chia làm 3 cấp: trung ương, tỉnh và địa phương. Các ngành lập pháp, hành pháp và tư pháp độc lập với nhau.

Nghị viện Nam Phi bao gồm Quốc hội (National Assembly) và Hội đồng quốc gia cấp tỉnh (National Council of Provinces - NCOP). Người dân được quyền quan sát các cuộc họp của Nghị viện. Quốc hội Nam Phi bao gồm 350 – 400 đại biểu được bầu lên thông qua hệ thống đại diện phần trăm của các Đảng phái chính trị và có nhiệm kỳ 5 năm. Quốc hội bầu ra Tổng thống. Hội đồng quốc gia cấp tỉnh gồm 54 đại biểu thường trực và 36 đại biểu đặc biệt với nhiệm vụ đại diện cho lợi ích của các tỉnh trên bình diện quốc gia.

Tổng thống là Nguyên thủ quốc gia, đứng đầu nội các, bổ nhiệm Phó Tổng thống trong

số các đại biểu Quốc hội và các Bộ trưởng. Trong số các Bộ trưởng chỉ có thể có tối đa 2 Bộ trưởng không phải đại biểu Quốc hội.

Nam Phi hiện có 9 tỉnh: Western Cape, Eastern Cape, KwaZulu-Natal, Northern Cape, Free State, North West, Gauteng, Mpumalanga và Limpopo.

Các đảng phái chính trị chính:

- Đảng Dân chủ Thiên chúa giáo Phi (ACDP) [Chủ tịch: Kenneth MESHOE];
- Đảng Đại hội Dân tộc Phi (ANC) [Chủ tịch: Thabo MBEKI];
- Đảng Liên minh Dân chủ (DA) [Chủ tịch: Anthony LEON];
- Đảng tự do Inkatha (IFP) [Chủ tịch: Mangosuthu BUTHELEZI];
- Đảng Dân tộc mới (NNP) [Chủ tịch: Marthinus VANSCHALKWYK];
- Đảng Đại hội Pan Phi (PAC) [Chủ tịch: Stanley MOGOBA];
- Liên đảng Dân chủ Vận động (UDM) [Chủ tịch: Bantu HOLOMISA]

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

Múi giờ: GMT + 2.00

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 km²

- Lãnh thổ: 1.214.470 km²
- Lãnh hải: 4.620 km²

Biên giới đất liền: 2.742 km

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

Đường biển: dài 2.798 km

Khí hậu: Ôn hòa, 2 mùa mưa nắng.

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

Đất sử dụng

- Đất nông nghiệp: 79,4% (đất canh tác 9,9%; đất trồng cây lâu năm 0,3%; đất để trồng cây cối, rau cỏ (đất vườn) 69,2%)
- Rừng: 7,6%
- Đất khác: 13%

Các vấn đề hiện tại về môi trường: thiếu các sông hoặc hồ quan trọng đòi hỏi phải có các biện pháp kiểm soát và bảo tồn nước rộng rãi; tăng trưởng trong sử dụng nước đã vượt nguồn cung; ô nhiễm các con sông từ dòng chảy nông nghiệp và xả thải đô thị; ô nhiễm không khí dẫn đến mưa axit; phá rừng; xói mòn đất; suy thoái đất; sa mạc hóa; ô nhiễm chất thải rắn.

Dân tộc (theo ước tính năm 2017): Người da đen gốc Phi 80,2%, người da trắng 8,4%, người da màu 8,8%, người gốc Ấn Độ/Châu Á 2,5%.

Nhân khẩu

Nam Phi là quốc gia có hơn 55 triệu dân với nhiều nguồn gốc, văn hoá, ngôn ngữ, và tôn

giáo khác nhau. Cuộc điều tra dân số gần đây nhất được tổ chức năm 2001 và cuộc điều tra tiếp theo sẽ vào năm 2011. Thống kê tại Nam Phi đưa ra năm đặc điểm chủng tộc để người dân tự xếp loại mình, đặc điểm cuối cùng trong số đó, “không xác định/khác” chiếm số lượng không đáng kể và những kết quả đó không được tính. Những con số ước tính năm 2017 về những đặc điểm kia gồm Người da đen châu Phi 80,2%, Da trắng 8,4%, Da màu 8,8%, và Người Ấn Độ hay châu Á 2,5%. Nam Phi có tỉ lệ gia tăng dân số hàng năm là 0,97%.

Đa số dân cư tự xếp loại mình là người châu Phi hay người da đen, nhưng về văn hóa hay ngôn ngữ không có sự đồng nhất. Các nhóm sắc tộc chính gồm Zulu, Xhosa, Basotho (Nam Sotho), Bapedi (Bắc Sotho), Venda, Tswana, Tsonga, Swazi và Ndebele, tất cả các nhóm đó đều sử dụng các ngôn ngữ Bantu.

Một số sắc tộc, như Zulu, Xhosa, Bapedi và các nhóm Venda, là duy nhất chỉ hiện diện tại Nam Phi. Các nhóm khác sinh sống tại cả các quốc gia láng giềng khác: nhóm Basotho cũng là một nhóm sắc tộc lớn tại Lesotho. Nhóm thiểu số Tswana chiếm đa số dân cư của Botswana. Nhóm sắc tộc Swazi là nhóm chính tại Swaziland. Nhóm Ndebele cũng hiện diện tại Matabeleland ở Zimbabwe, nơi họ được gọi là người Matabele. Tuy nhiên, những nhóm sắc tộc Ndebele đó trên thực tế là người Zulu bởi họ nói tiếng Zulu và là con cháu của một nhóm chiến binh Mzilikazi đã bỏ trốn khỏi sự ngược đãi của Shaka khi di cư tới vùng đất hiện tại của họ. Nhóm sắc tộc Tsonga cũng có mặt ở miền nam Mozambique, nơi họ được gọi là Shangaan.

Dân cư da trắng chủ yếu là con cháu của những người di cư thời thuộc địa: Hà Lan, Đức, Pháp Huguenot, và Anh. Về mặt văn hóa và ngôn ngữ, họ được chia thành nhóm người Hà Lan Nam Phi, nói tiếng Hà Lan Nam Phi, và các nhóm nói tiếng Anh, nhiều người trong số họ là con cháu của những người Anh di cư. Nhiều cộng đồng nhỏ đã di cư tới đây trong thế kỷ qua vẫn giữ ngôn ngữ của họ. Người da trắng đang giảm sút bởi tỷ lệ sinh thấp và tình trạng di cư; một nguyên nhân dẫn tới quyết định ra đi của họ có thể là tỷ

lệ tội phạm cao và các chính sách hành động khẳng định của chính phủ. Trong thập kỷ đầu tiên sau khi đảng Đại hội Dân tộc Phi (ANC) lên nắm quyền, một triệu người da trắng đã bỏ nước ra đi.

Thuật ngữ “Người da màu” vẫn được sử dụng nhiều để chỉ những người lai con cháu của những nô lệ được mua về từ Đông và Trung Phi, người bản xứ Khoisan những người đã sống tại Cape ở thời điểm đó, những người da đen châu Phi bản xứ, người da trắng (chủ yếu là người Hà Lan/người Hà Lan Nam Phi và những người định cư Anh) cũng như sự lai tạp giữa người Nhật, Malay, Ấn Độ, Malagasy và những nhóm người Âu khác (như người Bồ Đào Nha) và người có dòng máu châu Á (như Miến Điện). Đa số họ nói tiếng Hà Lan Nam Phi. Khoisan là thuật ngữ dùng để miêu tả hai nhóm riêng biệt, về hình thể giống nhau ở chỗ họ cùng có nước da sáng và nhỏ người. Người Khoikhoi, những người từng được người Châu Âu gọi là Hottentots, là những chủ trại chăn nuôi và đã bị tiêu diệt gần như hoàn toàn; người San, được người châu Âu gọi là thổ dân, là những người săn bắn hái lượm. Bên trong cái hiện được gọi là cộng đồng da màu, những người nhập cư gần đây hơn cũng có mặt: người da màu từ Rhodesia cũ (hiện là Zimbabwe) và Namibia và những người nhập cư có dòng máu lai từ Ấn Độ và Myanmar (Anh-Ấn/Anh-Miến) những người đã được chào đón tới Cape khi Ấn Độ và Miến Điện giành lại độc lập.

Đa phần dân cư người Châu Á tại nước này có nguồn gốc Ấn Độ, nhiều người trong số họ là con cháu của những lao động giao kèo được đưa tới đây từ thế kỷ mười chín để làm việc trên những cánh đồng mía vùng bờ biển phía đông khi ấy còn được gọi là Natal. Cũng có một nhóm khá đông người Trung Quốc Nam Phi (xấp xỉ 100.000 người) và người Việt Nam Nam Phi (xấp xỉ 50.000 người).

Tỷ lệ sinh đẻ: 19,9/1.000 dân (ước tính năm 2018)

Tỷ lệ chết: 9,3/1.000 dân (ước tính năm 2018)

Phân bố dân: dân số tập trung dọc theo bờ biển phía nam và đông nam, và xung quanh

Pretoria; nửa phía đông của đất nước đông dân hơn so với phía tây.

Dân số tập trung ở thành phố: 66,4% tổng dân số (ước tính năm 2018)

Tỷ lệ đô thị hóa: 1,97% mức tỷ lệ thay đổi hàng năm trong giai đoạn 2015-2020

Dân số tập trung ở các vùng chính: 9,227 triệu dân ở Johannesburg (bao gồm Ekurhuleni), 4,43 triệu dân ở Cape Town (Thành phố Lập pháp), 3,134 triệu dân ở Durban, 2,378 triệu dân ở PRETORIA (Thủ đô), 1,231 triệu dân ở Port Elizabeth, 765.000 dân ở Vereeniging (ước tính năm 2018)

Chi tiêu cho giáo dục: 5,9% GDP (ước tính năm 2017)

Chi cho y tế: 8,8% GDP (ước tính năm 2017)

Tỷ lệ thất nghiệp của giới trẻ từ 15-24 tuổi: 53,5% (ước tính năm 2017)

- Nam: 49,3%
- Nữ: 58,7%

Ngôn ngữ: Nam Phi có 11 ngôn ngữ chính thức, mỗi ngôn ngữ đều được Hiến pháp bảo vệ. Tiếng Anh là ngôn ngữ được sử dụng phổ biến nhất trong hệ thống chính quyền và giao dịch thương mại.

Tôn giáo: tín đồ Thiên chúa giáo chiếm 79.7% dân số. Con số này gồm Thiên chúa giáo Zion 11,1%, Trào lưu chính thống (Charismatic) 8,2%, Cơ đốc giáo 7,1%, Hội giám lý 6,8%, Cải cách Hà Lan 6,%, Giáo phái Anh 3,8%, và nhánh Thiên chúa giáo khác 36%. Đạo Hồi chiếm 1,5, % dân số, 15,1% không theo tôn giáo nào, 2,3% đạo khác và 1,4% không xác định.

Dân số: 55.380.210 (ước tính đến tháng 7/2018)

Cấu trúc tuổi (theo ước tính năm 2017):

- 0 – 14 tuổi: 28,27% (7.768.960 nam/ 7.733.706 nữ)
- 15 – 24 tuổi: 17,61% (4.776.096 nam/ 4.881.962 nữ)
- 25 – 54 tuổi: 41,78% (11.589.099 nam/ 11.323.869 nữ)
- 55 – 64 tuổi: 6,66% (1.694.904 nam/ 1.955.391 nữ)
- ≥ 65 tuổi: 5,68% (1.309.597 nam/ 1.807.968 nữ)

Tỉ lệ phụ thuộc (theo ước tính năm 2015):

- Tỷ lệ phụ thuộc hoàn toàn: 52,5%
- Tỷ lệ phụ thuộc trẻ: 44,8%
- Tỷ lệ phụ thuộc già: 7,7%
- Tỷ lệ hỗ trợ tiềm năng: 12,9%

Độ tuổi trung bình (theo ước tính năm 2017): 27,1 tuổi

- Nam: 26,9 tuổi
- Nữ: 27,3 tuổi

Tỷ lệ tăng dân số: 0,99% (ước tính năm 2017)

GDP theo sức mua (theo ước tính năm 2017): 765,6 tỷ USD

GDP được tính theo tỉ giá hối đoái: 349,3 tỷ USD (ước tính năm 2017)

Tỉ lệ tăng trưởng thực của GDP: 1,3% (ước tính năm 2017)

GDP tính theo đầu người (PPP): 13.500 USD (ước tính năm 2017)

Tổng ngạch tiết kiệm quốc dân: 16,3% GDP (ước tính năm 2017)

GDP theo lĩnh vực (ước tính năm 2017):

- Tiêu dùng theo hộ gia đình: 59,8%
- Tiêu dùng của chính phủ: 20,7%
- Đầu tư vào tài sản cố định: 20%
- Đầu tư vào hàng tồn kho: -0,4%
- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: 26,9%
- Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: -27%

GDP theo ngành:

- Nông nghiệp: 2,8%
- Công nghiệp: 29,7%
- Dịch vụ: 67,5% (ước tính năm 2017)

Chỉ số Gini: 62,5% (ước tính năm 2017)

Dân số dưới mức nghèo: 16,6% (2017)

Sản phẩm nông nghiệp: bắp, lúa mì, mía, hoa quả, rau; thịt bò, thịt gia cầm, thịt cừu, lợn, sản phẩm từ sữa.

Các ngành công nghiệp: khai thác mỏ (nhà sản xuất bạch kim, vàng, crôm) lớn nhất thế giới, lắp ráp ô tô, gia công kim loại, máy móc, dệt may, sắt và thép, hóa chất, phân bón, thực phẩm, sửa chữa tàu thương mại

Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 0,5% (ước tính năm 2017)

Lực lượng lao động: 22,19 triệu (ước tính năm 2017)

Lực lượng lao động theo lĩnh vực:

- Nông nghiệp: 4,6%
- Công nghiệp: 23,5%
- Dịch vụ: 71,9%

Tỷ lệ thất nghiệp: 27,6% (ước tính năm 2017)**Ngân sách nhà nước** (ước tính năm 2017):

- Doanh thu: 9,38 tỷ USD
- Chi tiêu: 103,3 tỷ USD

Thuế và các khoản thu khác: 26,9% GDP (ước tính năm 2017)**Thặng dư (+) hoặc thâm hụt (-) ngân sách:** - 3,2% GDP (ước tính năm 2017)**Nợ công:** 52,7% GDP (ước tính năm 2017)**Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng):** 5,3% (ước tính năm 2017)**Lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại:** 10,4% (ước tính đến ngày 31/12/2017)**Tài khoản vãng lai:** 8,584 tỷ USD (ước tính năm 2017)**Tín dụng trong nước:** 295,9 tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)**Tiền mở rộng:** 137,5 tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)**Tiền hẹp:** 137,5 tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)**Sản lượng điện:** 229,2 tỷ kWh**Tiêu thụ điện:** 207,7 tỷ kWh

Xuất khẩu điện: 16,55 tỷ kWh

Nhập khẩu điện: 10.56 tỷ kWh

Năng suất tạo ra điện: 47,28 triệu kW

Điện - hình thành từ xác động vật bị phân hủy: 86,7% tổng công suất

Điện - từ năng lượng hạt nhân: 3,9%

Điện từ các nhà máy thủy điện: 1,4%

Điện từ nguồn thay thế khác: 7,1%

Sản lượng dầu thô: 2.000 thùng/ngày

Lượng dự trữ dầu thô: 15 triệu thùng (tính đến 01/01/2017), đứng thứ 89 trên thế giới.

Xuất khẩu dầu thô: 0 thùng/ngày

Nhập khẩu dầu thô: 434.500 thùng/ngày

Sản xuất sản phẩm lọc dầu: 431.000 thùng/ngày

Tiêu thụ sản phẩm lọc dầu: 660.000 thùng/ngày

Xuất khẩu sản phẩm lọc dầu: 78.100 thùng/ngày

Nhập khẩu sản phẩm lọc dầu: 164.700 thùng/ngày

Sản lượng khí tự nhiên: 1,1 triệu mét khối

Tiêu thụ khí tự nhiên: 4,9 tỷ triệu mét khối

Xuất khẩu khí tự nhiên: 0 mét khối

Nhập khẩu khí tự nhiên: 3,8 tỷ mét khối

Dự trữ khí tự nhiên: 15,01 tỷ mét khối (ước đến 01/01/2017), đứng thứ 78 trên thế giới.

Xuất khẩu: 78,25 tỷ USD (ước tính năm 2017)

Hàng hóa xuất khẩu: vàng, kim cương, bạch kim, kim loại và khoáng sản khác, máy móc và thiết bị.

Đối tác xuất khẩu (theo ước tính năm 2017):

- Trung Quốc: 9,5%
- Hoa Kỳ: 7,7%
- Đức: 7,1%
- Nhật Bản: 4,7%
- Ấn Độ: 4,6%
- Botswana: 4,3%
- Namibia: 4,1%

Nhập khẩu: 80,22 tỷ USD (ước tính năm 2017)

Hàng hóa nhập khẩu: máy móc, thiết bị, hóa chất, sản phẩm dầu mỏ, dụng cụ khoa học, thực phẩm.

Đối tác nhập khẩu (theo ước tính năm 2017):

- Trung Quốc: 18,3%
- Đức: 11,9%
- Hoa Kỳ: 6,6%

- Ả Rập Saudi: 4,7%
- Ấn Độ: 4,7%

Tỷ giá hối đoái: 13,67 rand (ZAR) = 1 USD (ước tính năm 2017)

Dự trữ ngoại tệ và vàng: 48,18 tỷ USD (ước tính năm 2017)

Nợ nước ngoài: 144,1 tỷ USD (ước tính năm 2017)

Đầu tư trực tiếp ở nước ngoài: 176,3 tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017)

Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Nam Phi: 139,2 tỷ USD (tính đến ngày 31/12/2017).

Sân bay: 566 (ước tính 2013)

Đường sắt: 20.986 km (2017)

Đường bộ: 747.014 km (2017)

Cảng và bến:

- Cảng biển lớn: Cape Town, Durban, Port Elizabeth, Richards Bay, Saldanha Bay.
- Cảng container (TEU): Durban (2.770.000)
- Cảng chuyên dùng cho hàng hóa dạng lỏng (nhập khẩu): Mossel Bay

Thuê bao điện thoại cố định: 3.629.141

Thuê bao điện thoại di động: 91.878.275

Người sử dụng Internet: 29.322.380

Băng thông rộng: 1.698.360

Đài phát thanh và truyền hình: Đài phát thanh truyền hình Nam Phi (SABC) điều hành

4 đài truyền hình, 3 đài truyền hình miễn phí và 1 đài truyền hình trả tiền; một đài truyền hình tư nhân; nhiều dịch vụ truyền hình thuê bao kết hợp các kênh địa phương và quốc tế; sự kết hợp phát triển tốt của các đài phát thanh công và tư nhân ở cấp quốc gia, khu vực và địa phương.

Kinh tế

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.

Theo Quỹ tiền tệ Quốc tế IMF, GDP của Nam Phi chiếm 1/3 GDP của toàn Châu lục. Mức tăng 1% trong phát triển kinh tế của Nam Phi có liên quan đến ½-3/4 tăng trưởng của các nước còn lại của Châu Phi. Tỷ trọng hàng xuất và nhập khẩu của Nam Phi chiếm 60% và 50% hàng xuất, nhập khẩu của tất cả các nước miền Nam Châu Phi cộng lại.

Công nghiệp hiện đang chiếm khoảng 31,2% GDP của Nam Phi, với nhiều ngành khác nhau, trong đó khai khoáng đóng vai trò quan trọng. Nam Phi đứng đầu thế giới về khai thác vàng, kim cương, kim loại quý nhóm platin, quặng crom... Công nghiệp chế tạo ngày

càng phát triển mạnh, nhất là công nghiệp ô tô, chế tạo máy, dệt may... Nam Phi là nhà sản xuất thép lớn nhất Châu Phi, chiếm trên 60% sản lượng thép của toàn châu lục. Hóa chất, phân bón, chế biến thực phẩm, đồ uống, sửa chữa tàu biển, năng lượng... cũng là điểm mạnh của nền kinh tế Nam Phi.

Nông nghiệp đóng góp khoảng 3% vào GDP của Nam Phi và thu hút khoảng 9% lực lượng lao động. Hiện nay, Nam Phi không chỉ tự túc được về hầu hết các nông sản chủ yếu mà còn là một nhà xuất khẩu nông sản. Mặc dù nông nghiệp có xu hướng giảm tỷ trọng trong GDP, nhưng nông sản và nông sản chế biến vẫn là một yếu tố quan trọng trong nền kinh tế. Trong những năm qua, nông sản đóng góp khoảng 4% kim ngạch xuất khẩu của Nam Phi (trên dưới 1 tỷ USD/năm). Sản phẩm nông nghiệp có ngô, lúa mì, mía đường, trái cây, rau, thịt bò, gia cầm, cừu, len, sản phẩm sữa.

Lĩnh vực dịch vụ của Nam Phi khá phát triển, chiếm 65,8% GDP. Quan trọng nhất phải kể đến du lịch, bình quân đóng góp 5% GDP. Ngoài ra, các dịch vụ như tài chính ngân hàng, viễn thông, vận tải của Nam Phi khá hoàn chỉnh và tiên tiến so với các nước đang phát triển khác. Nam Phi có tiềm năng du lịch lớn. Ngành du lịch phát triển rất mạnh, với tỷ lệ khách du lịch nước ngoài tăng trung bình khoảng 30% một năm.

Tỷ lệ thất nghiệp còn duy trì ở mức cao, lao động kỹ năng còn khan hiếm ở một vài khu vực do tình trạng nhập cư. Thêm vào đó, HIV/AIDS cũng có sự ảnh hưởng khi cứ 5 người Nam Phi thì có 1 người bị HIV/AIDS và đây cũng là một nhân tố liên quan đến vấn đề về lượng lao động, năng suất và chi phí y tế của người lao động. Chi phí an ninh và liên lạc viễn thông cao làm gia tăng chi phí kinh doanh tại Nam Phi.

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 miền Nam Châu Phi khác, nhất là các nước thuộc Liên minh

thuế quan.

Năm 2000, Hiệp định Nam Phi - EU về thương mại, phát triển và hợp tác đã có hiệu lực, theo đó 86% hàng xuất khẩu của EU và 95% hàng xuất khẩu của Nam Phi được tự do thâm nhập thị trường của nhau với thời hạn quá độ là 12 năm (tính từ 1/1/2000) mà không chịu hạn ngạch và thuế. Đến 2012, giữa Nam Phi và EU đã hình thành khu vực thương mại tự do. Hàng công nghiệp, chế tạo được tự do nhập khẩu trong giai đoạn đầu của thời hạn giảm thuế. EU cam kết giảm thuế nhập khẩu sản phẩm công nghiệp của Nam Phi trong thời gian 3-6 năm. Nam Phi được lui thời hạn cho phép tự do nhập khẩu sản phẩm công nghiệp của EU tới cuối thời hạn giảm thuế.

Quan hệ thương mại giữa Mỹ và Nam Phi cũng rất gắn bó. Trong buôn bán song phương, Mỹ cho Nam Phi hưởng GSP, theo đó gần 5000 sản phẩm của Nam Phi được xuất khẩu vào Mỹ miễn thuế đến ngày 30/9/2008. Từ năm 1998, đạo luật “Tăng trưởng kinh tế và cơ hội cho Châu Phi-AGOA” của Mỹ dành nhiều ưu đãi cho Châu Phi, trong đó có Nam Phi. Theo đạo luật này, số mặt hàng mà Nam Phi được xuất khẩu miễn thuế vào Mỹ được bổ sung thêm gần 1900 mặt hàng. Đặc biệt, toàn bộ sản phẩm dệt may và một số mặt hàng dệt được miễn thuế hoàn toàn. Trong khuôn khổ SACU, Nam Phi và Mỹ đang đàm phán thiết lập một khu thương mại tự do giữa hai bên.

Quan hệ thương mại giữa Nam Phi và các nước Châu Á ngày càng được đẩy mạnh. Hiện nay Nam Phi và SACU đang xúc tiến thành lập khu thương mại tự do với một số nước như Ấn Độ, Australia, Singapore. Năm 2001, Nam Phi cũng đã đề xuất dự định này với cả khối ASEAN. Giữa Nam Phi và Nhật Bản đã thành lập Diễn đàn đối tác vào năm 1999 để thắt chặt hơn nữa quan hệ giữa hai nước. Quan hệ giữa Nam Phi và Trung Quốc cũng có bước phát triển mới, đặc biệt từ hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc - Châu Phi lần thứ nhất tại Bắc Kinh. Hiện nay, Trung Quốc là bạn hàng xuất nhập khẩu lớn nhất của Nam Phi tại Châu Á.

Là thành viên của WTO, Nam Phi đã có những cố gắng lớn trong việc thực hiện các cam

kết trong WTO. Trong những năm qua, Chính phủ đã thành công trong việc đơn giản hóa và giảm thuế. Mức thuế nhập khẩu trung bình theo điều kiện ưu đãi MFN giảm từ 20% năm 1994 xuống còn 7,7% năm 2011 (9,1% đối với hàng nông sản và 7,5% đối với hàng hóa khác). Tuy vậy, Nam Phi vẫn duy trì thuế nhập khẩu khá cao đối với một số mặt hàng như ô tô, linh kiện ô tô, hàng dệt may. Nam Phi áp dụng mức thuế giá trị gia tăng là 14%, các loại phụ phí nhập khẩu đã được bãi bỏ.

Nam Phi đã nỗ lực thay thế các hàng rào phi thuế bằng thuế quan. Hiện nay chỉ còn một số ít các mặt hàng phải chịu kiểm soát nhập khẩu. Các mặt hàng hiện nay vẫn cần giấy phép nhập khẩu là các sản phẩm sữa (vì lý do sức khỏe), xăng dầu (mặt hàng chiến lược), hóa chất độc hại, vũ khí.

Nam Phi là một thị trường mới nổi có thu nhập trung bình với nguồn cung cấp tài nguyên thiên nhiên dồi dào; các lĩnh vực tài chính, pháp lý, truyền thông, năng lượng và giao thông phát triển tốt; và một sàn giao dịch chứng khoán lớn nhất châu Phi và nằm trong top 20 trên thế giới.

Tăng trưởng kinh tế đã giảm tốc trong những năm gần đây, giảm xuống mức ước tính 0,7% vào năm 2017. Thất nghiệp, nghèo đói và bất bình đẳng - nằm trong số những nước cao nhất trên thế giới - vẫn là một thách thức. Thất nghiệp chính thức khoảng 27% lực lượng lao động, và ở mức cao hơn đáng kể trong giới trẻ da đen. Mặc dù cơ sở hạ tầng của đất nước hiện đại hỗ trợ phân phối hàng hóa tương đối hiệu quả cho các trung tâm đô thị lớn trong khu vực, nguồn cung cấp điện không ổn định làm chậm phát triển. Eskom, công ty điện lực nhà nước, đang xây dựng ba nhà máy điện mới và đang lắp đặt các chương trình quản lý nhu cầu điện mới để đảm bảo hệ thống mạng lưới điện nhưng đã bị cản trở với những cáo buộc về quản lý kém và tham nhũng và phải đối mặt với gánh nặng nợ ngày càng cao.

Chính sách kinh tế của Nam Phi đã tập trung vào việc kiểm soát lạm phát trong khi trutin tưởng vào một nền kinh tế rộng lớn hơn; tuy nhiên, đất nước phải đối mặt với những hạn

chế về cơ cấu cũng hạn chế tăng trưởng kinh tế, chẳng hạn như thiếu kỹ năng, giảm khả năng cạnh tranh toàn cầu, và ngừng làm việc thường xuyên do đình công. Chính phủ phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng từ các khu vực bầu cử đô thị để cải thiện việc cung cấp các dịch vụ cơ bản cho các khu vực có thu nhập thấp, tăng việc làm và cung cấp giáo dục đại học với mức giá phải chăng. Đấu tranh chính trị giữa đảng cầm quyền của Nam Phi và sự biến động của đồng rand có thể làm ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế.

Từng được coi là nền kinh tế đầu tàu của châu Phi, kinh tế Nam Phi đã xuống dốc trầm trọng trong gần một thập niên qua. Có thời điểm nền kinh tế này đã bị các tổ chức tín dụng quốc tế đánh giá ở mức rất thấp.

Mới đây nhất, tháng 11/2017, hãng xếp hạng tín nhiệm Standard & Poor's (S&P) đã hạ xếp hạng tín nhiệm của Nam Phi xuống mức rủi ro và hạ xếp hạng tín nhiệm tiền gửi ngoại tệ dài hạn của Nam Phi một bậc so với báo cáo đưa ra trước đó, từ BB+ xuống còn BB.

Nguyên nhân S&P đưa ra quyết định này là do tăng trưởng GDP của Nam Phi yếu dẫn đến việc tài chính công suy giảm.

Với mục đích thu hút đầu tư trong và ngoài nước, tạo thêm nhiều việc làm và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong thời gian tới. Nam Phi đã tổ chức Hội nghị đầu tư vào tháng 10/2018 vừa qua tại thành phố Johannesburg nhằm quảng bá các cơ hội đầu tư hấp dẫn và thúc đẩy tăng trưởng thông qua xây dựng các quan hệ đối tác trong nhiều lĩnh vực bao gồm nông nghiệp, sản xuất và năng lượng.

Trước đó, Tổng thống Ramaphosa đã đặt mục tiêu trong 5 năm tới, Nam Phi sẽ thu hút 100 tỷ USD đầu tư mới. Cho đến nay, quốc gia có nền công nghiệp phát triển nhất châu Phi này đã nhận được cam kết đầu tư khoảng 35 tỷ USD, chủ yếu từ Trung Quốc, Saudi Arabia và Các Tiểu vương quốc Arab Thống nhất (UAE).

Đầu tháng 10 vừa qua, Nam Phi đã tổ chức Hội nghị thượng đỉnh việc làm, trong đó

chính phủ nước này đã đạt được một loạt các thỏa thuận giữa chính phủ, các doanh nghiệp lớn và người lao động, mở ra cơ hội tạo thêm 275.000 việc làm mỗi năm trong thời gian tới.

Nền kinh tế Nam Phi đang gặp khó khăn nghiêm trọng với tỷ lệ tăng trưởng kinh tế giảm lần lượt 2,6% và 0,7% trong quý I và quý II/2018, thất nghiệp quý II/2018 ở mức 27,2%.

(Nguồn: www.cia.gov)

Tổng quan về ngành công nghiệp Nam Phi

Nam Phi là một trong những nước có nền công nghiệp phát triển nhất Lục địa Đen và là thị trường hứa hẹn nhiều tiềm năng về đầu tư nhờ có cơ sở hạ tầng kinh tế phát triển và nền kinh tế thị trường sôi động. Đây cũng là một trong những nền kinh tế được vận hành hiệu quả và hiện đại nhất của Châu Phi.

Năm 2013, ngành công nghiệp chiếm 29% GDP của Nam Phi, với giá trị khoảng 102 tỷ USD (GDP tính theo tỷ giá hối đoái chính thức). Ngành công nghiệp sử dụng 26% lực lượng lao động tại Nam Phi, tương đương xấp xỉ 5 triệu người. Tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp trong năm 2013 đạt 0,9%.

Ngành công nghiệp nổi bật nhất của Nam Phi là ngành khai thác khoáng sản. Nam Phi là nhà sản xuất lớn nhất thế giới các mặt hàng khoáng sản: bạch kim, vàng và crôm. Các ngành công nghiệp mũi nhọn khác của quốc gia này là lắp ráp ô tô, luyện kim, chế tạo máy móc, dệt may, sắt thép, sản xuất hóa chất, phân bón, thực phẩm, sữa chữa tàu thương mại.

Vào năm 2007, vào tháng giêng năm 2007, nội các Nam Phi đã thông qua Khung chính sách công nghiệp quốc gia (NIPF) trong đó đưa ra cách tiếp cận sâu rộng của Chính phủ đối với công nghiệp hóa với những mục tiêu cốt lõi sau đây:

- + Tạo điều kiện đa dạng hóa các ngành hàng công nghiệp ngoài các loại hàng hóa truyền thống và phi thương mại. Điều này đòi hỏi cần thúc đẩy việc nâng cao giá trị gia tăng của hàng hóa, đặc biệt là chuyển dịch sang các loại hàng công nghiệp có thể đưa vào thương mại có tính cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu, cũng như có khả năng hạn chế giá trị nhập khẩu.
- + Tập trung vào quá trình công nghiệp hóa dài hạn và chuyển dịch hướng tới một nền kinh tế tri thức.
- + Thúc đẩy con đường công nghiệp hóa sử dụng nhiều lao động hơn đặc biệt là các lao động có hoàn cảnh khó khăn thuộc các khu vực bị thiệt thòi trong nền kinh tế công nghiệp.
- + Đóng góp vào sự phát triển công nghiệp của châu Phi, trọng tâm là xây dựng năng lực sản xuất công nghiệp.

Được định hướng bởi NIPF, việc thực hiện các chính sách công nghiệp được ghi trong Kế hoạch triển khai Chính sách công nghiệp (IPAP).

Vào tháng 8 năm 2007, Nội các đã thông qua IPAP đầu tiên cho năm 2007 - 2008 với những chiến lược “dễ thực hiện”. Trong 2 năm này, IPAP đã được tiến hành rộng rãi trên cả nước. Tuy nhiên, đã có những ý kiến cho rằng chính sách công nghiệp cần được mở rộng từ những hành động "dễ thực hiện" sang những can thiệp "cần-phải làm" để tái cấu trúc con đường công nghiệp hóa.

Hiện nay, IPAP sửa đổi cho năm 2012/13 đến năm tài chính 2014/15 đã được Bộ Thương mại và Công nghiệp Nam Phi thực hiện sau một quá trình nghiên cứu, phân tích và tư vấn chuyên sâu. IPAP là chương trình hành động trong vòng ba năm, được cập nhật hàng năm với triển vọng phát triển kinh tế 10 năm. IPAP năm 2012/13 tầm nhìn 2014/15 là một bước tiến quan trọng trong nỗ lực xây dựng chính sách công nghiệp.

➤ Một số ngành công nghiệp chính của Nam Phi

• Ngành khai thác khoáng sản

Nam Phi có trữ lượng khoáng sản lớn, chiếm một tỉ trọng đáng kể trong sản xuất và trữ lượng khoáng sản của thế giới với giá trị khoảng 20,3 nghìn tỷ Rand (tương đương khoảng 2,5 nghìn tỷ USD). Nam Phi là nước đứng thứ năm trên thế giới trong lĩnh vực khai thác khoáng sản tính trên giá trị GDP.

Các loại khoáng sản có trữ lượng lớn của Nam Phi bao gồm kim loại và khoáng sản quý, khoáng sản năng lượng, kim loại màu và không màu, các khoáng sản công nghiệp. Chỉ có 2 loại khoáng sản chiến lược là dầu thô và bô-xít không có mặt tại Nam Phi.

Ngoài trữ lượng khoáng sản phong phú, các thế mạnh của Nam Phi bao gồm trình độ kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất cực kỳ cao, các hoạt động nghiên cứu và phát triển chuyên ngành. Quốc gia này cũng cung cấp máy móc chế biến vàng, bạch kim, kẽm cacbon, thép không gỉ và nhôm. Nam Phi cũng là một trong những quốc gia đứng đầu về công nghệ khoáng sản mới, như công nghệ vỡ đất (ground breaking) giúp sàng tuyển quặng sắt phẩm chất thấp thành các đơn vị sắt chất lượng cao.

Cuối năm 2011, ngành công nghiệp khoáng sản Nam Phi là ngành có đóng góp lớn nhất đối với sự dịch chuyển của nền kinh tế, với việc hoàn tất thương vụ BBBEE trị giá 150 tỷ Rand. Ngành khai khoáng cũng là lĩnh vực đem lại nhiều ngoại tệ nhất cho Nam Phi, đặc biệt là vàng – chiếm tới một phần ba nguồn thu từ xuất khẩu.

Ngành công nghiệp khai khoáng và các ngành công nghiệp liên quan có tầm quan trọng rất lớn đối với phát triển kinh tế-xã hội của Nam Phi vì ngành này đóng góp tích cực vào các hoạt động kinh tế, tạo công ăn việc làm và đem lại nguồn thu ngoại tệ. Theo Phòng Mỏ (Chamber of Mines), ngành công nghiệp khai thác mỏ của nước này:

+ Tạo ra 01 triệu việc làm (500 nghìn việc làm trực tiếp và 500 nghìn việc làm gián tiếp)

- + Chiếm khoảng 18% GDP (8,6% trực tiếp, 10% gián tiếp)
- + Dem lại hơn 50% nguồn thu ngoại tệ
- + Chiếm 20% lượng vốn đầu tư (12% đầu tư trực tiếp)

Bên cạnh vàng, bạch kim và một số loại đá quý khác, Nam Phi gần đây cũng quan tâm tiếp cận lĩnh vực khai thác đất hiếm tại vùng Namaqualand. Đất hiếm là sản phẩm hiện nay đang bị Trung Quốc chi phối với nguồn cung chiếm tới 99% thị trường thế giới. Khoáng sản đất hiếm là một loại khoáng sản chiến lược do chúng được dùng để sản xuất điện thoại thông minh (smartphones), vũ khí công nghệ cao, ô tô điện và nhiều thiết bị điện tử khác.

Các lĩnh vực sinh lợi khác có thể kể đến là việc chế tác, thêm giá trị gia tăng vào các sản phẩm sắt, thép cac-bon, thép không gỉ, nhôm, bạch kim và vàng. Hàng loạt loại khoáng sản có thể dùng làm nguyên liệu cho các loại trang sức, bao gồm vàng, bạch kim, kim cương, đá mắt hổ và nhiều loại đá bán quý khác.

Chính phủ Nam Phi hiện nay đang phát triển một chiến lược lợi ích khoáng sản với mục đích chuyển hóa nền công nghiệp một cách nền tảng từ chủ yếu là sản phẩm thô sang các sản phẩm có hàm lượng trí tuệ cao hơn. Một số chương trình khác của Chính phủ cũng liên quan tới mục tiêu này như: Chương trình hành động Quốc gia 2030, IPAP 2013/2014 đến 2015, chương trình an ninh năng lượng, phát triển kỹ năng và các chương trình khác.

Ngành công nghiệp sản xuất: Nam Phi đã và đang phát triển một ngành công nghiệp sản xuất đa dạng có nhiều sức bật và tiềm năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Ngành công nghiệp sản xuất đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quốc gia tăng trưởng và phát triển.

Nhìn chung các sản phẩm đầu ra của ngành này chiếm 15% GDP. Với mỗi Rand đầu tư vào công nghiệp sản xuất, ước tính có 1,13 Rand giá trị gia tăng được thêm vào nền kinh

tế. Ngành này cũng là một trong 3 ngành hàng đầu đem lại giá trị gia tăng, tạo việc làm, thu nhập từ xuất khẩu.

- **Ngành công nghiệp sản xuất bao gồm các ngành lớn:**

- + **Công nghiệp chế biến nông sản**

Ngành này bao gồm chế biến các sản phẩm từ ngành nuôi trồng thủy hải sản, chế biến các sản phẩm thịt, các loại hạt, cây gia vị, hoa quả nội địa và nhập ngoại, sản xuất và xuất khẩu bánh kẹo, sản xuất sợi thiên nhiên từ cây bông, gai, xizan, cây dâm bụt Đông Ấn và dừa. Đây là lĩnh vực có đóng góp lớn thứ 3 vào GDP sau ngành hóa chất và kim loại (theo Cục Thống kê Nam Phi năm 2012), với khoảng 280 triệu Rand trong năm 2011, chiếm 20% đóng góp của ngành công nghiệp sản xuất. Ngành chế biến nông sản cũng là ngành sử dụng nhiều lao động nhất, với hơn 171 nghìn người.

- + **Công nghiệp ô tô**

Ngành này chiếm khoảng 10% sản lượng xuất khẩu hàng sản xuất, là một ngành quan trọng đối với nền kinh tế. Năm 2011, ngành công nghiệp ô tô chiếm khoảng 6,8% GDP. Tốc độ tăng trưởng chung của cả khu vực xuất khẩu linh kiện ô tô và phương tiện vận chuyển hoàn chỉnh (CBU) đạt 20,5% trong suốt giai đoạn từ 1995 đến 2011. Ngành công nghiệp chế tạo ô tô và linh kiện là cơ hội tốt cho các nhà đầu tư. Các hãng xe lớn như BMW, Ford, Volkswagen, Daimler-Chrysler và Toyota cũng như các nhà sản xuất linh kiện xe Arvin Exhaust, Bloxwitch, Corning... đều có các nhà máy sản xuất tại quốc gia này.

- + **Công nghiệp hóa chất**

Nam Phi có ngành công nghiệp hóa chất lớn nhất tại châu Phi, với cơ cấu đa dạng và liên hợp, từ xử lý nhiên liệu, chế tạo nhựa cho tới dược phẩm. Đây là lĩnh vực đóng vai trò cơ bản trong ngành công nghiệp quốc gia nói chung. Dầu khí, sản phẩm hóa chất, sản phẩm

cao su và nhựa đóng góp 318 triệu Rand trong GDP năm 2011, chiếm khoảng 23% doanh thu của ngành công nghiệp sản xuất. Ngành này cũng thu hút khoảng 200 nghìn lao động. Lĩnh vực chế biến than tổng hợp, nhiên liệu khí đốt hóa lỏng và hóa dầu của Nam Phi là những mũi nhọn của ngành công nghiệp hóa chất nước này, đồng thời được đánh giá có sự phát triển cao hàng đầu thế giới.

+ Công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin

Ngành công nghệ thông tin của Nam Phi vượt khá xa so với mức trung bình của thế giới. Quốc gia này đã xây dựng được một nền công nghiệp điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông tinh vi, hiện đại với tổng số doanh nghiệp hoạt động lên tới 3000. Ngành công nghiệp IT của quốc gia này rất phát triển, nổi bật là lĩnh vực phần mềm điện thoại di động và các dịch vụ ngân hàng điện tử. Ngành công nghiệp viễn thông chiếm hơn 7% GDP của Nam Phi. Với hơn 5,5 triệu máy điện thoại cố định, Nam Phi đứng thứ 23 đồng thời là thị trường điện thoại di động lớn thứ 4 trên thế giới.

+ Ngành công nghiệp kim loại

Với nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, ngành kim loại chiếm khoảng 1/3 tổng giá trị ngành công nghiệp xuất khẩu. Theo báo cáo của Hiệp hội Thép thế giới năm 2010, Nam Phi giữ vị trí thứ 21 trên thế giới về sản xuất thép thô. Nam Phi cũng là nhà sản xuất thép lớn nhất ở châu Phi, với 47% sản lượng thép thô của châu lục này trong năm 2010. Ngành sản xuất các sản phẩm kim loại màu như nhôm, đồng, kẽm, thiếc... của Nam Phi cũng rất phát triển. Nam Phi là nhà sản xuất nhôm lớn thứ 8 trên thế giới.

+ Ngành công nghiệp dệt may

Từ năm 1994, Nam Phi đã đầu tư hơn 1 tỷ USD để nâng cấp và hiện đại hóa nền công nghiệp dệt may, da giày của quốc gia này nhằm tăng cường tính hiệu quả và sẵn sàng cạnh tranh trên toàn cầu. Ngành dệt may Nam Phi khá đa dạng từ khâu sản xuất sợi thiên nhiên và nhân tạo đến se sợi, dệt, đan, nhuộm và hoàn thiện sản phẩm. Nam Phi là nhà

sản xuất vải nỉ angora đứng số 1 và sản xuất len cừu đứng thứ năm thế giới.

+ **Ngành du lịch**

Theo Hội đồng Du lịch Thế giới, “ngành công nghiệp không khói” của quốc gia này thu hút nhiều lao động trực tiếp hơn ngành khai khoáng, dịch vụ truyền thông, chế tạo ô tô và hóa chất. Trong nửa đầu năm 2012, lượng khách du lịch đến Nam Phi vào khoảng 4,4 triệu người. Nam Phi luôn là địa điểm được tin tưởng hàng đầu tại châu Phi để tổ chức các sự kiện du lịch, kinh doanh.

Chương 2: Thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Nam Phi

Quan hệ ngoại giao Việt Nam - Nam Phi

Việt Nam và Nam Phi chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao từ ngày 22/12/1993. Năm 2000, Đại sứ quán Việt Nam tại Nam Phi chính thức đi vào hoạt động. Năm 2002, Nam Phi cũng chính thức mở Đại sứ quán tại Hà Nội. Tháng 10/1999, Thương vụ của nước ta tại Nam Phi đã được thành lập. Hai nước đã cử nhiều đoàn cấp cao và đoàn doanh nghiệp đi thăm lẫn nhau để thúc đẩy quan hệ hữu nghị và hợp tác kinh tế, thương mại.

➤ Các chuyến thăm cao cấp gần đây:

- Tháng 5/1994: Phó Chủ tịch nước Nguyễn Thị Bình dự lễ nhậm chức của Tổng thống Nelson Mandela.
- Tháng 3/1995: Bộ trưởng Ngoại giao Nguyễn Mạnh Cầm thăm chính thức Nam Phi, hội đàm với Phó Tổng thống De Klerk và Ngoại trưởng Nam Phi.
- Từ 14-16/7/1998: Bộ trưởng Ngoại giao Nam Phi Alfred Nzo thăm Việt Nam. Đây là chuyến thăm đầu tiên của Bộ trưởng Ngoại giao Nam Phi tới Việt Nam.
- Tháng 10/1999: ta cử Đại diện Thương mại tại Pretoria.
- Tháng 6/2000: ta mở Đại sứ quán thường trú tại Pretoria.
- Tháng 9/2000: Thứ trưởng Ngoại giao Aziz Pahad thăm Việt Nam. Hai nước đã ký Hiệp định thương mại tháng 4/2000, thỏa thuận dành cho nhau quy chế tối huệ quốc (MFN) trong buôn bán hai chiều.
- Tháng 9/2001: Đoàn đại biểu Bộ Ngoại giao do Trợ lý Bộ trưởng Ngoại giao Nguyễn Phú Bình thăm Nam Phi.

- Tháng 3/2002: Đoàn Kinh tế-thương mại của Chính phủ ta do Thứ trưởng Thương mại Lê Danh Vĩnh dẫn đầu đã thăm Nam Phi. Nam Phi mong muốn Việt Nam cử chuyên gia kinh tế, nông nghiệp sang tỉnh Mpumalamga của Nam Phi và kết nghĩa giữa tỉnh này với một tỉnh của Việt Nam.
- Từ 26/8 - 4/9/2002: Phó Thủ tướng Phạm Gia Khiêm dự Hội nghị Thượng đỉnh về Phát triển bền vững tại Johannesburg từ 26/8 đến 4/9/2002.
- Từ ngày 15 - 20/12/2002: Đoàn đại biểu Đảng do đồng chí Trương Vĩnh Trọng, Bí thư Trung ương Đảng, Trưởng Ban Nội chính Trung ương (Trưởng đoàn) đi Nam Phi dự Đại hội lần thứ 51 Đảng Đại hội Dân tộc Phi (ANC).
- 16- 21/7/2003: đoàn Bộ Quốc phòng do Thứ trưởng Nguyễn Huy Hiệu dẫn đầu thăm và làm việc tại Nam Phi. Đây là đoàn quân sự đầu tiên của Việt Nam thăm Nam Phi.
- Từ 25 - 27/9/2003: đoàn Ủy ban Đối ngoại Quốc hội Vũ Mão đã thăm Nam Phi.
- Từ 25 - 27/4/2004: đoàn Đặc phái viên của Chủ tịch nước do đ/c Nguyễn Văn Chiền, Chủ nhiệm Văn phòng Chủ tịch nước dẫn đầu đã tham dự lễ nhậm chức Tổng thống Nam Phi.
- Ngày 17/11/2004 : Hội hữu nghị Việt Nam – Châu Phi được thành lập.
- Từ 22-25/11/2004 : Thủ tướng Phan Văn Khải thăm chính thức Nam Phi trong chuyến thăm 3 nước Ma-rốc, An-giê-ri, Nam Phi. Nhân dịp này, hai bên đã ký “Tuyên bố chung về Đối tác vì hợp tác và phát triển”, “Hiệp định thành lập Diễn đàn Đối tác Liên Chính phủ hợp tác kinh tế, thương mại, văn hoá, KHKT”, “Thoả thuận thành lập UB thương mại hỗn hợp” và “Thoả thuận hợp tác giữa hai Phòng Thương mại và Công nghiệp”.
- Từ 31/8 - 3/9/2005: Bộ trưởng Phủ Tổng thống Nam Phi ông Essop Pahad và Phu nhân thăm Việt Nam. Cùng đi có ông Rob Davies, Thứ trưởng Bộ Thương mại và

Công nghiệp Nam Phi và khoảng 12 doanh nghiệp Nam Phi.

- Từ 3-9/1/2006: Ông R.Kasrils, Bộ trưởng tình báo Nam Phi thăm Việt Nam. Hai bên ký biên bản ghi nhớ về hợp tác trong lĩnh vực cung cấp thông tin.
- Từ 30/4 - 6/5/2006: Thứ trưởng Thương mại Lê Danh Vĩnh thăm và làm việc tại Nam Phi
- Từ 8-12/5/2006: Bộ trưởng Quốc phòng Phạm Văn Trà đã thăm Nam Phi theo lời mời của Bộ trưởng Quốc phòng M.Lekota. Hai bên ký thoả thuận về quan hệ và hợp tác quốc phòng
- Từ 13-18/6/2006: Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Văn Yếu thăm Nam Phi
- Từ 5-9/9/2006: Bộ trưởng Công an Lê Hồng Anh thăm Nam Phi.
- Từ 21-24/9/2006: Bộ trưởng Thủy sản Tạ Quang Ngọc thăm Nam Phi. Trao đổi kinh nghiệm về quản lý: tài nguyên biển, môi trường biển, tàu thuyền đánh cá. Nam Phi muốn làm cửa ngõ của hàng thủy sản Việt Nam vào Nam Phi và các quốc gia châu Phi.
- Ngày 22/5/2007: Phiên họp thứ nhất Diễn đàn Đối tác liên Chính phủ Việt Nam – Nam Phi được tổ chức tại Hà Nội.
- Từ ngày 23 - 25/5/2007: Tổng thống Thabo Mbeki thăm chính thức Việt Nam. Hai bên đã ký “Tuyên bố chung giữa nước CHXHCN Việt Nam và nước Cộng hoà Nam Phi”, “Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao và công vụ”, “Hiệp định hợp tác giữa Bộ Ngoại giao Việt Nam và Bộ Ngoại giao Nam Phi”, “Biên bản phiên họp thứ nhất Diễn đàn đối tác liên Chính phủ Việt Nam – Nam Phi”.
- Ngày 05/6/2008, Kỳ họp lần thứ hai Ủy ban Thương mại hỗn hợp giữa hai nước đã diễn ra tại Hà Nội dưới sự chủ trì của Thứ trưởng Công Thương Lê Dương Quang và

Thị trường Công Thương Nam Phi.

- Tháng 12/2009: Nam Phi đã chính thức mở Văn phòng Lãnh sự Danh dự tại TP.Hồ Chí Minh. Bà Đỗ Thị Kim Liên, Tổng Giám đốc Công ty CP AAA được bổ nhiệm làm Lãnh sự Danh dự.
- Ngày 18/8/2010, Việt Nam và Nam Phi đã hoàn tất việc ký kết Biên bản ghi nhớ Nam Phi công nhận Việt Nam có nền kinh tế thị trường. Việc ký kết văn bản này góp phần bảo vệ hàng hoá của Việt Nam trong trường hợp có các cuộc điều tra chống bán phá giá đối với hàng nhập khẩu của Việt Nam.
- Tháng 5/2011: Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tháp tùng Phó Chủ tịch Nước Nguyễn Thị Doan thăm chính thức CH Nam Phi.

➤ **Các Hiệp định, Thỏa thuận hai nước đã ký:**

- Hiệp định Thương mại song phương (2000)
- Hiệp định thành lập Diễn đàn Đối tác Liên Chính phủ hợp tác kinh tế, thương mại, văn hoá, khoa học-kỹ thuật (2004)
- Thỏa thuận thành lập UB thương mại hỗn hợp (2004)
- Thỏa thuận hợp tác giữa hai Phòng Thương mại và Công nghiệp
- Tuyên bố chung về Đối tác vì hợp tác và phát triển (2007)
- Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao và công vụ (2007)
- Nghị định thư hợp tác giữa Bộ Ngoại giao Việt Nam và Bộ Ngoại giao và Hợp tác quốc tế Nam Phi (2007)

- Thoả thuận Hữu nghị và Hợp tác giữa Thành phố Hà Nội và Thành phố Tshwane (Pretoria) (2007)
- Bản ghi nhớ giữa Ủy ban Nhân dân thành phố Hồ Chí Minh và chính quyền thành phố Johannesburg (2009)
- Hiệp định về hợp tác trong lĩnh vực du lịch (2010)
- Bản ghi nhớ về hợp tác nguồn nước (2010)
- Biên bản kỳ họp lần thứ 2 Diễn đàn đối tác liên Chính phủ Việt Nam - Nam Phi (8/2012)
- MOU về hợp tác trong lĩnh vực quản lý đa dạng sinh học (12/2012)
- Hiệp định tương trợ tư pháp về dẫn độ (giữa Bộ Công an và Bộ Tư pháp và Phát triển Hiến pháp Nam Phi)
- MOU về hợp tác tương trợ tư pháp (giữa Bộ Tư pháp và Bộ Tư pháp và Phát triển Hiến pháp Nam Phi),
- MOU về hợp tác tương trợ tư pháp về hình sự (giữa Viện Kiểm sát Nhân dân tối cao và Bộ Tư pháp và Phát triển Hiến pháp Nam Phi) - đàm phán vòng 1 (tháng 12/2012);
- Hiệp định hợp tác song phương về Dịch vụ vận chuyển Hàng không (2012).

Đầu tư

Theo Cục đầu tư nước ngoài, tính đến ngày 20/9/2018, Nam Phi có tổng cộng 8 dự án đầu tư còn hiệu lực, đứng thứ 89/129 các quốc gia nước ngoài và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam, với tổng vốn đăng ký đầu tư 1,235 tỷ USD. Chín tháng đầu năm 2018, Nam Phi là nhà đầu tư đứng thứ 78/104 có 1 dự án cấp mới với vốn đăng ký cấp mới là 0,01 triệu USD; và số lượt góp vốn mua cổ phần là 1 với giá trị góp vốn mua cổ phần là

0,09 triệu USD đưa tổng vốn cấp mới và tăng thêm là 0,10 triệu USD.

Trong hoạt động thu hút đầu tư, Nam Phi có chính sách ưu đãi cho nhà đầu tư nước ngoài. Các lĩnh vực khuyến khích và ưu đãi đầu tư sản xuất trong lĩnh vực thiết bị điện, gia dụng, dệt may, thuộc da, vải, hàng tiêu dùng, bột giấy, giấy, đồ gỗ, phụ tùng ô tô, khai thác khoáng sản, công nghiệp xanh... Trong đó, lĩnh vực năng lượng xanh, năng lượng sạch đang được Nam Phi có ưu đãi đặc biệt. Ngoài ra, các nhà đầu tư tham gia vào lĩnh vực đầu tư phát triển hạ tầng sẽ được ưu đãi về chính sách thuế...

➤ Các ưu đãi cho nhà đầu tư nước ngoài vào Nam Phi

Phát triển Khu công nghiệp: Được miễn thuế VAT khi mua hàng hóa và dịch vụ từ các lãnh thổ hải quan Nam Phi và miễn thuế nhập khẩu nguyên liệu thô và nguyên liệu đầu vào cho xuất khẩu.

Trợ cấp đầu tư nước ngoài: các doanh nghiệp nước ngoài có đủ điều kiện tối đa của R3 triệu (khoảng 500.000 USD). Chỉ có máy móc mới, thiết bị mua từ nước ngoài và các yếu tố cần thiết để thiết lập một dự án sản xuất trong Nam phi sẽ được xem xét.

Quỹ cơ sở hạ tầng: dự án cơ sở hạ tầng nhằm phục vụ Khu công nghiệp, phải có đủ điều kiện cho một khoản tài trợ 30% chi phí phát triển cơ sở hạ tầng.

Chương trình Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ: cấp tiền mặt lên tới 10% trên tổng tài sản chính thức.

Chương trình kỳ nghỉ Thuế: nếu một công ty được thành lập vào ngày 01 tháng 10 năm 1996 hoặc sau ngày này dự tính tiến hành một dự án sản xuất thì có thể có được một kỳ nghỉ thuế lên đến tối đa là 6 năm.

Chương trình hỗ trợ cho việc đổi mới công nghiệp: hỗ trợ 50% chi phí trực tiếp phát sinh trong quá trình phát triển.

➤ **Hợp tác đầu tư**

Công ty Vietranimex (HCM) đã mở Văn phòng đại diện tại Nam Phi. 3 doanh nghiệp Việt Nam gồm Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Việt Trang (Vietranimex), Công ty cổ phần Kỹ nghệ gỗ Trường Thành và Công ty Thương mại tổng hợp Hà Nội đã lập dự án đầu tư hơn 6 triệu USD để thành lập 1 kho ngoại quan cho hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam và nhập gỗ từ Nam Phi trong năm 2004.

Tính đến nay, Việt Nam có 2 dự án đầu tư tại Nam Phi với số vốn 1,6 tỷ USD. Công ty CP Việt Trang tại Nam Phi hoạt động trong lĩnh vực khai thác, sơ chế gỗ, xuất khẩu và kinh doanh siêu thị.

Nam Phi có 3 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng số vốn 180.000 USD vào lĩnh vực nhà hàng, sản xuất nước giải khát. Ngoài ra, phía Nam phi tài trợ cho dự án hợp tác ba bên Nam Phi-Việt Nam-CH Guinea giai đoạn 2008-2014 trong việc nâng cao năng suất lúa và rau màu ở Guinea. Việt Nam đã cử 14 lượt chuyên gia và kỹ thuật viên nông nghiệp sang làm việc tại Guinea trong khuôn khổ dự án này.

Tháng 1/2006, công ty đa quốc gia hàng đầu tư Nam Phi - SAB Miller đã chính thức đầu tư 22,5 triệu USD vào VINAMILK Việt Nam để sản xuất bia với dung lượng 1 triệu hectolit/năm và đã khai trương nhà máy tháng 3/2006. Đây là dự án đầu tiên của Nam Phi tại Việt Nam.

➤ **Các ưu đãi cho nhà đầu tư nước ngoài vào Nam Phi**

Phát triển Khu công nghiệp: Được miễn thuế VAT khi mua hàng hóa và dịch vụ từ các lãnh thổ hải quan Nam Phi và miễn thuế nhập khẩu nguyên liệu thô và nguyên liệu đầu vào cho xuất khẩu.

Trợ cấp đầu tư nước ngoài: các doanh nghiệp nước ngoài có đủ điều kiện tối đa của R3 triệu (khoảng 500.000 USD). Chỉ có máy móc mới, thiết bị mua từ nước ngoài và các yếu

tổ cần thiết để thiết lập một dự án sản xuất trong Nam phi sẽ được xem xét.

Quỹ cơ sở hạ tầng: dự án cơ sở hạ tầng nhằm phục vụ Khu công nghiệp, phải có đủ điều kiện cho một khoản tài trợ 30% chi phí phát triển cơ sở hạ tầng.

Chương trình Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ: cấp tiền mặt lên tới 10% trên tổng tài sản chính thức.

Chương trình kỳ nghỉ Thuế: nếu một công ty được thành lập vào ngày 01 Tháng 10 năm 1996 hoặc sau ngày này dự tính tiến hành một dự án sản xuất thì có thể có được một kỳ nghỉ thuế lên đến tối đa là 6 năm.

Chương trình hỗ trợ cho việc đổi mới công nghiệp: hỗ trợ 50% chi phí trực tiếp phát sinh trong quá trình phát triển.

Xuất khẩu

Theo số liệu thống kê của Trademap của Trung tâm Thương mại Quốc tế (International Trade Centre), kim ngạch song phương 8 tháng đầu năm 2018 giữa Việt Nam và Nam Phi đạt 878,483 triệu USD tăng 5,93 % (816,361 triệu USD) so với cùng kỳ năm 2017. Trong đó kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Nam Phi đạt 236,524 triệu USD tăng 31,41% (162,225 triệu USD) so với cùng kỳ năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi đạt 641,959 triệu USD giảm 3,46 % (664,136 triệu USD) so với cùng kỳ năm 2017.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nam Phi gồm điện thoại các loại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử, giấy dép các loại, gạo, hạt tiêu, điều, cà phê, đồ gỗ.... Ngược lại, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu các mặt hàng phục vụ cho ngành sản xuất công nghiệp như chất dẻo nguyên liệu, nguyên phụ liệu dệt may và da giày, sản phẩm hóa chất, kim loại thường, sắt thép các loại....

➤ **Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước trong thời gian qua:**

Đơn vị: nghìn USD

Năm	2013	2014	2015	2016	2017
Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi	989.527	1.060.774	1.264.820	1.187.466	1.020.581
Việt Nam nhập khẩu từ Nam Phi	170.077	178.172	184.220	211.817	242.042
Kim ngạch xuất nhập khẩu	1.159.604	1.238.946	1.449.040	1.399.283	1.262.623

Nguồn: trapmade.org

Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), tổng kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Nam Phi năm 2017 đạt 1,263 tỷ USD, giảm 10,8% so với cùng kỳ năm 2016.

Trong đó xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi đạt 1,021 tỷ USD, giảm 16,35% và nhập khẩu của Việt Nam từ Nam Phi là 242,042 triệu USD, tăng 12,49% so với năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nam Phi gồm dầu thô, điện thoại các loại và linh kiện, máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, cao su, gạo, hàng thủy sản. Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Nam Phi gồm máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, dầu mỡ động thực vật, máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng khác, xăng dầu các loại, hàng điện gia dụng và linh kiện, gỗ và sản phẩm gỗ.

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Nam Phi tăng 2% hàng năm trong giai đoạn năm 2013 - 2017. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang

Malaysia trong năm 2017 gồm:

➤ **Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nam Phi**

Đơn vị tính: ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị xuất khẩu năm 2017	Tăng trưởng hàng năm 2013 - 2017, %	Tỷ trọng trong xuất khẩu của VN năm 2017, %
Tổng cộng		1.020.581	2	1
'85	Thiết bị điện – điện tử	605.228	4	7
'64	Giày dép	141.317	7	16
'84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	85.409	-15	1
'09	Cà phê, trà và gia vị	28.160	1	13
'62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	15.311	3	2
'03	Cá và các loài giáp xác	13.210	63	5
'94	Đồ nội thất, bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội tương tự,...	12.127	2	2

'08	Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt hoặc các loại dưa	11.979	8	8
'27	Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng	8.365	-1	0
'61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	8.095	-8	1
'42	Các sản phẩm bằng da thuộc, bộ đồ yên cương, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự, các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm)	5.991	-2	3
'90	Dụng cụ, thiết bị và máy quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật, đồng hồ cá nhân và đồng hồ thời gian khác, nhạc cụ, các bộ phận và phụ tùng	5.691	9	0

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

➤ Các mặt hàng xuất khẩu chính năm 2017

1. Thiết bị điện – điện tử (HS 85)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	10.504.293	9.661.628	9.554.865	8.079.010	8.495.646
Nhập khẩu từ Việt Nam	549.549	578.647	802.842	734.779	605.228

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Thiết bị điện và điện tử (HS 85) là nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường Nam Phi và giá trị xuất khẩu tăng không cao lắm từ năm 2013 đến năm 2017. Tuy nhiên, năm 2017, xuất khẩu nhóm hàng (HS 85) từ Việt Nam sang Nam Phi đã giảm 21,4% so với năm 2016, và so với tổng nhập khẩu mà Nam Phi nhập khẩu từ các quốc gia trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của nhóm hàng điện – điện tử của Việt Nam sang Nam Phi trong giai đoạn 2013-2017 không cao lắm, khoảng 4%.

Các sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng này của Việt Nam gồm:

- Nhóm hàng (HS 8517): Bộ điện thoại, kể cả điện thoại di động hoặc điện thoại dùng cho mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền và nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu khác, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (như loại sử dụng trong mạng nội bộ hoặc mạng diện rộng), trừ loại thiết bị truyền và thu của nhóm 84.43, 85.25, 85.27 hoặc 85.28 có giá trị xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 đạt 509,841 triệu USD, tăng 1% trong giai đoạn 2013-2017.
- Nhóm bộ phận chỉ dùng hoặc chủ yếu dùng với các thiết bị thuộc các nhóm từ 85.25 đến 85.28 (HS 8529) xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi trong năm 2017 đạt 40,925 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng mặt hàng (HS 8542) trong giai đoạn năm 2013-2017 đạt mức 104%.

- Nhóm hàng mạch điện tử tích hợp (HS 8542) xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi trong năm 2017 đạt 16,875 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng mặt hàng (HS 8542) trong giai đoạn năm 2013-2017 đạt mức 170%.

Các nhà cung cấp chính nhóm hàng thiết bị điện, điện tử cho thị trường Nam Phi trong năm 2017 bao gồm: Trung Quốc với 4,049 tỷ USD chiếm 47,7%, tiếp theo là Việt Nam với 605,3 triệu USD chiếm 7,1%; Đức với 487,3 triệu USD chiếm 5,7% tổng nhập khẩu của Nam Phi từ thế giới; Hoa Kỳ 373,1 triệu USD chiếm 4,4%; Tây Ban Nha 192,3 triệu USD chiếm 2,3%. Việt Nam là nhà cung cấp nhóm hàng HS 85 lớn thứ 2 của Nam Phi và đóng góp 7,1% thị phần vào tổng nhập khẩu thiết bị điện, điện tử của nước này.

2. Giày dép (HS 64)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	991.753	937.645	928.711	859.572	857.584
Nhập khẩu từ Việt Nam	111.491	137.298	152.128	171.229	141.317

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nhà cung cấp giày dép lớn thứ 2 của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Nam Phi tăng 7%. Năm 2017, giá trị xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Nam Phi đạt 141,317 triệu USD, chiếm 16% trong tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng giày dép của Nam Phi, giảm 21,17% so với năm 2016.

Nhà cung cấp giày dép lớn nhất của Nam Phi là Trung Quốc với giá trị xuất khẩu năm

2017 đạt 522,948 triệu USD, chiếm 61% tổng nhập khẩu của Nam Phi. Những nhà cung cấp lớn khác gồm Việt Nam 141,317 triệu USD (chiếm 16,5%), Indonesia 58,078 triệu USD (6,8%), Ý 42,958 triệu USD (5%), Ấn Độ với 27,134 triệu USD (3,2%), Lesotho 11,26 triệu USD (1,3%).

3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	14.899.981	13.306.206	11.852.249	10.249.934	10.975.101
Nhập khẩu từ Việt Nam	155.914	147.395	115.986	95.157	85.409

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nhà cung cấp nhóm hàng này đứng thứ 24 của Nam Phi. Trong năm 2017, Việt Nam xuất khẩu 85,409 triệu USD sang Nam Phi, chỉ chiếm 0,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Nam Phi đã giảm 15%/năm.

Những sản phẩm chính trong nhóm hàng này Việt Nam xuất sang Nam phi trong năm 2017 bao gồm:

- Xuất khẩu máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng, đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này (HS 8471) trong giai đoạn năm

2013-2017, xuất khẩu đạt 37,528 triệu USD, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu giảm 26%, chiếm 2% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

- Máy in sử dụng các bộ phận in như khuôn in, trục lăn và các bộ phận in của nhóm HS 8442, máy in khác, máy copy và máy fax, có hoặc không có kết hợp nhau, các phụ kiện (HS 8443) xuất khẩu đạt 31,237 triệu USD, chiếm 5% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi. Giai đoạn năm 2013-2017, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này tăng 2%.
- Máy tính và các máy ghi, sao và hiển thị dữ liệu loại bỏ túi có chức năng tính toán, máy kế toán, máy đóng dấu miễn cước bưu phí, máy bán vé và các loại máy tương tự, có gắn bộ phận tính toán, máy tính tiền (HS 8470) là mặt hàng có giá trị xuất khẩu tăng 11% trong giai đoạn năm 2013-2017 với trị giá 10,533 triệu USD chiếm 18% trong tổng thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi.

Nhà cung cấp nhóm hàng (HS 84) lớn nhất của Nam Phi là Trung Quốc với thị phần 27,4% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi, trị giá 3,002 tỷ USD. Những nhà cung cấp lớn tiếp theo bao gồm Đức 1,405 tỷ USD chiếm 12,8% tổng thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi; Hoa Kỳ với trị giá 1,176 tỷ USD chiếm 10,7%; Nhật Bản với 608,212 triệu USD (5,5%); Ý với 608,212 triệu USD (5,3%); Anh 381,674 triệu USD (3,5%).

4. Cà phê, trà và các loại gia vị (HS 09)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	195.937	209.411	217.305	217.895	222.537

Nhập khẩu từ Việt Nam	28.362	39.591	34.397	42.221	28.160
-----------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nước cung ứng lớn nhất trong nhóm hàng cà phê, trà và gia vị sang thị trường Nam Phi trong năm 2017 với trị giá xuất khẩu đạt 28,16 triệu USD, chiếm 12,7% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng kể trên của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu mặt hàng (HS 09) của Việt Nam sang Nam Phi tăng 1%, riêng năm 2017 giảm 33% so với năm 2016.

Sau Việt Nam tiếp theo là các nước cung ứng cà phê, trà và gia vị cho Nam Phi là Malawi xuất khẩu đạt 26,991 triệu USD chiếm 12,1%; Ấn Độ 26,66 triệu USD chiếm 12% và Indonesia đạt 20,879 triệu USD chiếm 9,4%, Thụy Sĩ đạt trị giá xuất khẩu 16,65 triệu USD chiếm 7,5%; Trung Quốc với tổng giá trị xuất khẩu sang Nam Phi là 12,118 triệu USD, chiếm 5,4%.

Sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 09) Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi năm 2017 là:

- Xuất khẩu hạt tiêu thuộc chi Piper, quả ớt thuộc chi Capsicum hoặc chi Pimenta, khô, xay hoặc nghiền (HS 0904) sang Nam Phi đạt 16,387 triệu USD, tăng trưởng xuất khẩu từ năm 2013-2017 là 9%, chiếm 39% thị phần nhập khẩu (HS 0904) của Nam Phi.
- (HS 0901) Cà phê xuất khẩu sang Nam Phi năm 2017 đạt 10,464 triệu USD, chiếm 11% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi. Trung bình tốc độ tăng trưởng xuất khẩu (HS 0901) giai đoạn năm 2013-2017 đạt -8%. Trong đó, sản phẩm cà phê chưa rang, chưa khử chất cafein được xuất khẩu nhiều nhất sang Nam Phi.
- Kế đến là hạt nhục đậu khấu và vỏ, nhục đậu khấu và bạch đậu khấu (HS 0908), được

Nam Phi nhập khẩu với tổng giá trị là 0,709 triệu USD, chiếm 22% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi, tăng trưởng xuất khẩu -9% trong giai đoạn 2013-2017.

5. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	881.225	872.860	893.856	855.197	891.278
Nhập khẩu từ Việt Nam	12.810	16.405	14.327	15.773	15.311

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nước cung ứng xếp thứ 8 nhóm hàng (HS 62) sang Nam Phi, với giá trị xuất khẩu năm 2017 đạt 15,311 triệu USD, giảm 3% so với năm 2016, chiếm thị phần 1,7% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam qua Nam Phi có tốc độ tăng trưởng 3%.

Những nước cung ứng mặt hàng (HS 62) hàng đầu của Nam Phi trong năm 2017 bao gồm Trung Quốc 411,947 triệu USD, chiếm 46,2%; Thụy Sĩ với 132,569 triệu USD chiếm 14,9%; Lesotho 84,544 triệu USD (9,5%); Mauritius với giá trị 56,621 triệu USD, chiếm 6,4%; Ấn Độ 38,478 triệu USD, chiếm 4,3%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nam Phi năm 2017 bao gồm:

- Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS

6203) được xuất khẩu sang Nam Phi với tổng giá trị xuất khẩu đạt 4,773 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này tăng 17% trong giai đoạn 2013-2017 và chiếm 2% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

- Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (car-coats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, trừ loại thuộc nhóm 6204 (HS 6202) được Nam Phi nhập khẩu với tổng giá trị là 3,143 triệu USD, trong giai đoạn 2013-2017, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tăng 18%.
- Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho nữ giới hoặc trẻ em gái (HS 6204) được xuất khẩu sang Nam Phi với tổng giá trị xuất khẩu đạt 3,050 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này giảm 7% trong giai đoạn 2013-2017 và chiếm 1% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

6. Cá và động vật giáp xác (HS 03)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	232.158	234.578	224.884	246.522	282.625
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.875	2.055	1.523	5.360	13.210

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nhà cung cấp cá và động vật giáp xác lớn thứ 7 của Nam Phi. Trong năm

2017, Việt Nam đã xuất khẩu 13,210 triệu USD nhóm hàng này sang Nam Phi, tăng 146% so với năm 2016. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu nhóm hàng (HS 03) của Việt Nam sang Nam Phi tăng 63%.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng HS 03 Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 là:

- Động vật giáp xác, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, sống, tươi, ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối hoặc ngâm nước muối, động vật giáp xác hun khói, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, đã hoặc chưa làm chín trước hoặc trong quá trình hun khói... (HS 0306), chiếm 23% trong tổng thị phần nhập khẩu nhóm hàng (HS 03) của Nam Phi, xuất khẩu đạt 11,326 triệu USD, trung bình tăng 147% trong giai đoạn 2013-2017
- Filê cá và các loại thịt cá (đã hoặc chưa xay, nghiền, băm), tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (HS 0304), xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi đạt 1,747 triệu USD, chiếm 4% thị phần nhập khẩu nhóm hàng (HS 03) của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu nhóm hàng (HS 0304) tăng 11%.
- Cá sống (HS 0301) được Nam Phi nhập khẩu với tổng giá trị là 0,115 triệu USD, chiếm 7% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi, tăng bình quân 35% từ năm 2013-2017.
- Cá đông lạnh, trừ phi-lê cá và các loại thịt khác thuộc nhóm 03.04 (HS 0303) được Malaysia nhập khẩu với tổng giá trị là 0,22 triệu USD, chiếm 0% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi, tốc độ tăng trưởng bình quân giảm 43% trong giai đoạn 2013-2017.

Các nguồn cung ứng chính cho Nam Phi đối với nhóm hàng (HS 03) trong năm 2017 gồm Namibia với trị giá xuất khẩu 77,581 triệu USD, chiếm 27,5% trong tổng giá trị nhập khẩu cá và động vật giáp xác Nam Phi; tiếp theo là Morocco trị giá 37,888 triệu USD chiếm 13,4%, NaUy trị giá 31,211 triệu USD, chiếm 11%.

7. Đồ nội thất, bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nhồi tương tự và các mặt hàng khác (HS 94)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	809.478	764.099	775.714	690.351	707.424
Nhập khẩu từ Việt Nam	9.626	12.452	15.857	9.929	12.127

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Năm 2017, Việt Nam là quốc gia xuất khẩu mặt hàng mã số HS 94 xếp vị trí thứ 11 trong số các quốc gia trên thế giới xuất khẩu sang Nam phi. Giá trị xuất khẩu đạt 12,127 triệu USD, chiếm 1,7% trong tổng nhập khẩu của Nam Phi. Tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng HS 94 trong giai đoạn 2013- 2017 tăng 2%.

Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu nhóm hàng HS 94 lớn nhất sang Nam Phi, với tổng giá trị xuất khẩu trong năm 2017 là 356,048 triệu USD, chiếm 50,3% thị phần nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi. Các quốc gia cung cấp nhóm hàng HS 94 lớn khác của Nam Phi gồm: Đức 49,661 triệu USD chiếm 7%; Ý 32,579 triệu USD chiếm 4,6%; Thái Lan 25,822 triệu USD chiếm 3,7%; Ba Lan 21,160 triệu USD chiếm 3%; Lesotho 19,225 triệu USD (2,7%); CH.Séc 17,628 triệu USD (2,5%); Hoa Kỳ 16,720 triệu USD (2,4%).

Những mặt hàng xuất khẩu chính trong nhóm HS 94 của Việt Nam xuất sang Nam Phi trong năm 2017 gồm:

- Xuất khẩu mặt hàng đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng (HS 9403) từ Việt

Nam sang Nam Phi trong năm 2017 đạt 8,834 triệu USD, tăng 1% trong giai đoạn 2013-2017, chiếm 5% trong tổng thị phần nhập khẩu (HS 9403) của Nam Phi.

- Kế tiếp là xuất khẩu mặt hàng ghế ngồi (trừ các loại thuộc nhóm 9402), có hoặc không chuyển được thành giường và bộ phận của chúng (HS 9401), tốc độ tăng trưởng xuất khẩu 5% trong giai đoạn 2013-2017 với giá trị xuất khẩu 2,583 triệu USD, nhưng Việt Nam vẫn chiếm thị phần rất thấp trong tổng nhập khẩu của Nam Phi 1%.

8. Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	116.413	131.736	145.859	141.677	155.959
Nhập khẩu từ Việt Nam	8.414	12.448	16.315	13.311	11.979

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Năm 2017, Việt Nam hiện là nhà cung cấp quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc loại cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08) lớn thứ 4 của Nam Phi.

Trong giai đoạn từ 2013 - 2017, xuất khẩu nhóm hàng HS 08 của Việt Nam sang Nam Phi nhìn chung trong giai đoạn này tăng 8%/năm. Riêng trong năm 2017, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Nam Phi đạt 11,979 triệu USD, chiếm 7,7% tổng số nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi trong năm

2017 bao gồm:

- Dừa, quả hạch và hạt điều, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ (HS 0801) xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi tăng mạnh từ năm 2013-2017 với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đạt 7%/năm.
- Mật hàng (HS 0811) này, quả và quả hạch đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chưa làm ngọt khác xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 đạt gần 0,421 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đạt 346% trong giai đoạn năm 2013-2017.

Các nhà cung cấp lớn nhóm hàng này bao gồm Mozambique 42,895 triệu USD, chiếm 27,5% trong tổng nhập khẩu mật hàng này của Nam Phi năm 2017, kế tiếp là Tây Ban Nha 21,043 triệu USD chiếm 13,5%, Hoa Kỳ 16,809 triệu USD chiếm 10,8%.

9. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	877.509	848.933	838.629	760.130	782.112
Nhập khẩu từ Việt Nam	11.235	10.036	9.231	8.642	8.095

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nước cung ứng xếp thứ 10 nhóm hàng (HS 61) sang Nam Phi, với giá trị xuất khẩu năm 2017 đạt 8,095 triệu USD, giảm 8% so với năm 2016, chiếm thị phần 1% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu

mặt hàng này của Việt Nam qua Nam Phi có tốc độ tăng trưởng giảm 8%.

Những nước cung ứng mặt hàng (HS 61) hàng đầu của Nam Phi trong năm 2017 bao gồm Trung Quốc 405,156 triệu USD, chiếm 51,8%; Mauritius với 58,553 triệu USD chiếm 7,5%; Thụy Sĩ 56,720 triệu USD chiếm 7,3%; Madagasca 49,674 triệu USD chiếm 6,4%; Lesottho 43,975 triệu USD (5,6%); Ấn Độ 39,488 triệu USD, chiếm 5%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nam Phi năm 2017 bao gồm:

- Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS 6105) được xuất khẩu sang Nam Phi với tổng giá trị xuất khẩu đạt 1,914 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này giảm 8% trong giai đoạn 2013-2017 và chiếm 3% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.
- Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazers, áo váy (dress), chân váy (skirt), chân váy dạng quần, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc (HS 6104) được Nam Phi nhập khẩu với tổng giá trị là 1,533 triệu USD, trong giai đoạn 2013-2017, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tăng 5%.
- Áo phong, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc (HS 6109) được xuất khẩu sang Nam Phi với tổng giá trị xuất khẩu đạt 1,061 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này tăng 2% trong giai đoạn 2013-2017 và chiếm 1% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

10. Các sản phẩm bằng da thuộc, bộ đồ yên cương, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự, các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm) (HS 42)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	271.880	268.326	260.337	225.575	228.389
Nhập khẩu từ Việt Nam	6.434	6.722	7.416	6.413	5.991

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nhà cung cấp các sản phẩm bằng da thuộc, bộ đồ yên cương, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự, các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm) (HS 42) lớn thứ 5 của Nam Phi. Trong giai đoạn 2013-2017, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Nam Phi giảm 2%. Năm 2017, giá trị xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Nam Phi đạt 5,991 triệu USD, chiếm 2,6% trong tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Nam Phi, giảm 7% so với năm 2016.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 bao gồm:

- Hòm, va ly, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, túi cặp học sinh, bao kính, bao ống nhòm, hộp camera, hộp nhạc cụ, bao súng, bao súng ngắn mắc vào yên ngựa và các loại đồ chứa tương tự... (HS 4202) xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi giảm từ năm 2013-2017 với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu giảm 3%/năm, với trị giá 5,417 triệu USD.
- Mặt hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo, bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp (HS 4203) này, xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 đạt 0,385 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu 12% trong giai đoạn năm 2013-2017.

Các nhà cung cấp lớn nhóm hàng này bao gồm Trung Quốc 166,771 triệu USD, chiếm

73% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi năm 2017, kế tiếp là Ý với trị giá 9,834 triệu USD chiếm 4,3%, Ấn Độ với trị giá 9,605 triệu USD chiếm 4,2%, Indonesia với trị giá 6,942 triệu USD chiếm 3%.

11. Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, y tế hoặc phẫu thuật, các bộ phận và phụ kiện (HS 90)

Đơn vị: Ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	2.435.135	2.284.126	2.167.527	2.018.133	2.140.422
Nhập khẩu từ Việt Nam	4.065	4.878	6.039	5.817	5.691

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Năm 2017, Việt Nam hiện là nhà cung cấp dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, y tế hoặc phẫu thuật, các bộ phận và phụ kiện lớn thứ 37 của Nam Phi.

Trong giai đoạn từ 2013 - 2017, xuất khẩu dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, y tế hoặc phẫu thuật, các bộ phận và phụ kiện của Việt Nam sang Nam Phi nhìn chung trong giai đoạn này tăng 9%/năm. Riêng trong năm 2017, giá trị xuất khẩu cao su và các vận dụng bằng cao su của Việt Nam sang Nam Phi đạt 5,691 triệu USD, chiếm 0,3% tổng số nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này Việt Nam xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 bao gồm:

- Thiết bị đo khí, chất lỏng hoặc lượng điện được sản xuất hoặc cung cấp, kể cả thiết bị kiểm định các thiết bị trên (HS 9028) xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi giai đoạn năm 2013-2017 với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu giảm 2%/năm với trị giá 2,156 triệu USD.
- Thiết bị và dụng cụ dùng cho ngành y, phẫu thuật, nha khoa hoặc thú y, kể cả thiết bị ghi biểu đồ nháp nháy, thiết bị điện y học khác và thiết bị kiểm tra thị lực (HS 9018) xuất khẩu sang Nam Phi trong năm 2017 đạt gần 1,322 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đạt 46% trong giai đoạn năm 2013-2017.

Các nhà cung cấp lớn nhóm hàng này bao gồm Hoa Kỳ với trị giá xuất khẩu đạt 457,731 triệu USD, chiếm 21,4% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Nam Phi năm 2017, kế tiếp là Đức với trị giá 296,323 triệu USD chiếm 13,8%, Trung Quốc với trị giá 285,765 triệu USD chiếm 13,4%, Thụy Sĩ với 105,576 triệu USD chiếm 4,9%.

Nhập khẩu

Năm 2017, Việt Nam đã nhập khẩu 242,042 triệu USD hàng hóa từ Nam Phi, với mức tăng trưởng hàng năm đạt 9% trong suốt thời kỳ 2013-2017. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm: sắt thép các loại, kim loại thường, gỗ và các sản phẩm gỗ, hoá chất, chất dẻo nguyên liệu, bông, sợi các loại, phân bón...

Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), tổng kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Nam Phi năm 2017 đạt gần 1,263 tỷ USD, giảm 10,8% so với cùng kỳ năm 2016.

Trong đó nhập khẩu của Việt Nam từ Nam Phi đạt 242,042 triệu USD, tăng 12,5% và xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi 1,021 tỷ USD, giảm 16,4% so với năm 2016.

➤ Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Nam Phi năm 2017

Đơn vị tính: ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị nhập khẩu năm 2017	Tăng trưởng hàng năm 2013-2017, %	Tỷ trọng trong nhập khẩu của VN năm 2017, %
Tổng cộng		242.042	9	0
'08	Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa	96.864	40	2
'26	Quặng, xỉ và tro	21.603	110	6
'76	Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm	15.925	-26	1
'39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	15.581	51	0
'03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	13.809	-9	0
'72	Sắt và thép	11.828	-34	0
'41	Da sống (trừ da lông) và da thuộc	8.725	-8	1
'02	Thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ	7.132	105	0

‘85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng, máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng	6.243	36	0
‘44	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ	5.713	10	0
‘20	Chế phẩm từ rau, quả, quả hạch hoặc các phần khác của cây	5.026	107	2
‘35	Các chất chứa Anbumin, các dạng tinh bột biến tính, keo hồ, emzim	3.800	2	1

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Dự báo triển vọng thị trường

Nam Phi là cường quốc ở Châu Phi, là một trong những nước sáng lập Liên minh Châu Phi và chiến lược đối tác mới vì sự phát triển của Châu Phi. Về mặt địa lý, Nam Phi được xem như cửa ngõ chiến lược của châu lục nên sẽ hưởng lợi nhiều từ sự phát triển trên. Một trong những quốc sách ưu tiên hàng đầu của chính phủ Nam Phi là chính sách “Hướng Phi”. Hay nói cách khác, Nam Phi đặt mối quan hệ với các nước Châu Phi ở mức ưu tiên hàng đầu.

Đối với Nam Phi, theo đánh giá của báo điện tử “Cơ quan Tình báo Kinh tế” với một chính sách kinh tế vĩ mô được đánh giá cao, đặc biệt trên lĩnh vực quản lý tài chính tiền tệ, với môi trường chính trị tương đối ổn định, trong thời gian tới, kinh tế Nam Phi sẽ phát triển một cách ổn định với tốc độ từ 3,5 - 4,8%/năm. Sự phát triển ổn định của nền

kinh tế cộng với việc đồng Rand (đơn vị tiền bản xứ) tăng giá so với đồng USD đã tạo nên sức mua của thị trường này vốn mạnh nhất châu lục nay càng trở nên mạnh hơn nhiều. Do đó, có thể nói thị trường Nam Phi vẫn là một thị trường chủ lực của Châu Phi đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. Không những thế, với vị trí chiến lược, vai trò cửa ngõ châu lục của Nam Phi, Việt Nam hoàn toàn có thể tận dụng thị trường này làm cầu nối thâm nhập vào thị trường các nước khu vực châu lục, kể cả thị trường Nam Mỹ.

Mặt khác còn một thị trường rất tiềm năng nữa của Nam Phi chưa được khai thác là thị trường thế giới thứ 3, một thị trường đang lên, rất hứa hẹn và hấp dẫn đối với doanh nghiệp Việt Nam. Với chính sách trợ quyền cho người da đen của chính phủ (Black Empowerment), tầng lớp trung lưu mà đại đa số là người da đen này sẽ phát triển nhanh chóng, tạo nên một thị trường ngày càng lớn trong nền kinh tế Nam Phi.

Bên cạnh đó, tiềm năng du lịch và đầu tư giữa Việt Nam và Nam Phi là hai lĩnh vực rất có triển vọng vẫn chưa được khai thác đúng mức.

Những khó khăn mà doanh nghiệp thâm nhập thị trường Nam Phi

Do nhiều yếu tố tác động, trong đó không thể không nhắc đến những rào cản thương mại và phi thương mại của Nam Phi. Cụ thể là quy trình nhập khẩu phức tạp, hàng rào thuế quan, các tiêu chuẩn kỹ thuật, định giá hải quan trên giá hóa đơn hàng hóa, giấy phép nhập khẩu, các biện pháp chống bán phá giá, tình trạng quan liêu, tham nhũng, các quy định quá chặt chẽ, tình trạng mất cắp hàng hóa, ùn tắc tại cảng....

Tác động của các biện pháp bảo hộ và phòng vệ thương mại của Nam Phi với Việt Nam, việc nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam vào Nam Phi chủ yếu vẫn chịu sự cạnh tranh về thuế so với các nước đã ký Hiệp định thương mại tự do với Nam Phi.

Bên cạnh đó là những khó khăn trong việc tiếp cận thông tin, xử lý các quy trình, thủ tục

nhập khẩu vào Nam Phi. Những rủi ro do tình trạng an ninh cảng, phiền nhiễu từ nạn tham nhũng tại Nam Phi cũng là mối quan ngại cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu sang Nam Phi.

Chiến lược thâm nhập thị trường Nam Phi

Để thành công trong thâm nhập thị trường Nam Phi, gợi ý có hai hướng cơ bản các doanh nghiệp có thể xem xét:

➤ **Hướng thứ nhất: Xuất khẩu các mặt hàng Việt Nam đang xuất khẩu**

Việt Nam hiện nay xuất khẩu sang thị trường Nam Phi chủ yếu gồm các mặt hàng: cà phê, cao su, giấy dép các loại, dệt may, thủ công mỹ nghệ, hạt tiêu, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, than đá đặc trưng...

Để thực hiện chiến lược này, trước tiên doanh nghiệp nên bắt đầu bằng việc xây dựng chiến lược cho một mặt hàng cụ thể. Mặt hàng đó phải là mặt hàng “ruột” của doanh nghiệp. Đây là mặt hàng mà doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác. Lợi thế này có thể xuất phát từ kinh nghiệm xuất khẩu nhiều năm đối với mặt hàng, có thể do khả năng mạnh về vốn hay nguồn cung cấp tốt hoặc có thể tổng hòa các yếu tố trên. Tất nhiên không nên chọn mặt hàng được coi là mặt hàng “ruột” của các công ty khác. Một khi đã chọn được mặt hàng phù hợp, bước thứ hai là thâm nhập hay bắt khách hàng. Thường thì khách hàng nào cũng có sẵn mạng lưới cung cấp. Do đó muốn giành được khách hàng, doanh nghiệp phải có thủ thuật nhất định. Một trong những thủ thuật đó là sử dụng giá để câu khách. Doanh nghiệp có thể chấp nhận bán lô hàng đầu tiên hòa vốn để lấy khách hàng. Một khi đã lấy khách hàng thì họ sẽ bù lại phần lãi của lô hàng trước trong các lô hàng sau. Giai đoạn thứ ba là giai đoạn xây dựng quan hệ lâu dài để ổn định mặt hàng xuất khẩu hay nói các khác là xây dựng thương nhân. Lúc này không chỉ đơn thuần việc mua đứt bán đoạn mà chuyển sang hướng hợp tác chiều sâu Ví dụ như hai

bên có thể tính đến việc đặt mua, bán số lượng lớn ổn định và trên cơ sở đó sẽ mở kho chứa hàng. Do Việt Nam xuất khẩu chủ yếu các mặt hàng có tính chất theo mùa như nông sản, may mặc, giấy dép... nên việc mua hàng vào thời điểm khi hàng rẻ nhất chứa vào kho để xuất khẩu là một biện pháp rất hiệu quả một khi đã có khách hàng tiêu thụ ổn định. Một số công ty đã áp dụng khá thành công theo hướng này đối với các mặt hàng như tiêu, cà phê... Với cách này doanh nghiệp có thể xuất khẩu ổn định không bị ảnh hưởng lớn bởi sự giao động giá theo mùa.

Tuy nhiên đối với thị trường Nam Phi, doanh nghiệp cũng cần lưu ý xem xét cơ cấu mặt hàng nhập khẩu. Hàng nông sản chỉ chiếm trên 2% trong khi đó hàng hóa sản xuất chiếm đến trên 80%. Do đó, tiềm năng xuất khẩu vào thị trường này không phải là nông sản, mặc dù kim ngạch hàng nông sản của Việt Nam xuất vào Nam Phi hiện tại vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Hàng tiêu dùng, thực phẩm, giấy dép... sẽ là các mặt hàng có nhiều tiềm năng hơn. Trên lĩnh vực này Trung Quốc đã rất thành công trong việc đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường Nam Phi do họ chuyển đổi thành công cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Họ xuất khẩu chủ yếu các sản phẩm hàng hóa thay vì các mặt hàng nguyên liệu.

➤ **Hướng thứ hai: Xuất khẩu các mặt hàng thị trường có nhu cầu**

Với chiến lược này doanh nghiệp hoàn toàn đi theo hướng khác. Trước tiên doanh nghiệp phải tiến hành khảo sát, nghiên cứu kỹ thị trường, tìm ra các mặt hàng mà cung chưa đáp ứng được cầu hoặc cầu có mà chưa có cung. Từ đó họ có thể tìm nguồn cung cấp hoặc xây dựng nhà máy sản xuất mặt hàng mà thị trường đang cần. Theo hướng này, cách tốt nhất là doanh nghiệp nên tìm cách đặt chân tại thị trường như mở chi nhánh, văn phòng đại diện, thành lập công ty tại nước sở tại hoặc liên doanh với doanh nghiệp sở tại. Bởi chỉ bằng sự có mặt thường trực tại thị trường họ mới hy vọng có thể tìm ra các nhu cầu thị trường cần. Nếu chỉ thông qua một vài chuyến đi khảo sát thị trường đơn thuần ở hình thức ‘cưỡi ngựa xem hoa’ thì khó có thể nắm bắt được nhu cầu của thị trường. Đây là một hướng các doanh nghiệp rất nên làm, đặc biệt với thị trường Nam Phi, một thị trường

còn mới và xa xôi đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Hơn nữa các thủ tục mở văn phòng đại diện hay thành lập công ty tại đây khá đơn giản và thuận tiện. Bên cạnh đó, giá nhà và đất đai tại Nam Phi khá rẻ so với mặt bằng giá tại Việt Nam. Do vậy, các doanh nghiệp mạnh nên dạn đi theo hướng này bởi đây chính là đòn bẩy tạo nên sự đột biến trong kim ngạch xuất khẩu.

Chương 3: Những vấn đề lưu ý khi làm kinh doanh với thị trường Nam Phi

Một số lưu ý về quy định, thủ tục, quy định và hải quan

1. Một số quy định về mở văn phòng đại diện hoặc chi nhánh

Công ty Việt Nam muốn mở văn phòng đại diện hoặc chi nhánh tại Nam Phi cần phải có các loại giấy tờ sau đây:

- Hồ sơ công ty mẹ (bao gồm: quyết định thành lập, điều lệ, chức năng, nhiệm vụ...)
- Quyết định của cơ quan chủ quản cho phép mở văn phòng tại Nam Phi
- Quyết định bổ nhiệm giám đốc văn phòng hoặc chi nhánh
- Hộ chiếu gốc của giám đốc văn phòng hoặc chi nhánh
- Giấy phép kinh doanh của công ty mẹ
- Chứng nhận địa điểm văn phòng hoặc chi nhánh (hợp đồng thuê hoặc mua nhà tại Nam Phi)

(Tất cả các giấy tờ trên phải được dịch sang tiếng Anh và được công chứng)

Visa làm việc (working visa) cho các cán bộ làm việc tại văn phòng hoặc chi nhánh, sau khi văn phòng hoặc chi nhánh đã được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động. Thời hạn được cấp visa thường là một năm và có thể xin gia hạn nếu có nhu cầu.

Khi đã có đầy đủ các giấy tờ trên, công ty Việt Nam có thể thuê một công ty Nam Phi làm dịch vụ mở văn phòng hoặc chi nhánh với chi phí không quá 200 USD hoặc có thể nhờ Thương vụ Việt Nam tại Nam Phi giúp đỡ mở văn phòng hoặc chi nhánh đều tiến hành theo qui định như trên. Giấy chứng nhận đăng ký (Registration certificate) là thủ tục để văn phòng được chấp nhận là hoạt động hợp pháp. Nếu văn phòng muốn chuyển sang

chi nhánh thì phải tiếp tục xin mã thuế xuất nhập khẩu và thuế VAT.

2. Thủ tục hải quan

➤ Cơ quan hải quan

Cục Thuế quan (SARS) được quản lý bởi Ủy viên hội đồng Thuế quan (Commissioner). Hải quan do Tổng giám đốc điều hành (General Manager) chịu trách nhiệm trực tiếp với Ủy viên Hội đồng Thuế quan. Hải quan được chia làm 3 bộ phận: Bộ phận Áp chế Hải quan, Bộ phận chính sách Kinh doanh Hải quan và Bộ phận dịch vụ Thương mại và Dự án (Customs Compliance, Customs Policy and Projects and Trade Services).

Bộ phận Áp chế Hải quan (The Customs Compliance Division) quản lý việc thi hành luật, đại diện là các đội thanh tra và chống buôn lậu.

Bộ phận Chính sách Kinh doanh Hải quan và Dự án (The Customs Business Policy and Projects Division) chịu trách nhiệm chuyển đổi luật thành những chính sách và thủ tục ứng dụng trong thực tiễn đồng thời kiểm soát thực thi luật, chính sách và quy trình hải quan và Hệ thống Quản lý Chất lượng Hải quan. Bộ phận này cũng kiêm chức năng đánh giá mức thuế.

Bộ phận Dịch vụ Thương mại (The Trade Services Division) chịu trách nhiệm đối với những chức năng hoạt động như: thúc đẩy hoạt động thương mại, hành chính...

Bộ luật về Cục thuế quan Nam Phi số 34 năm 1997 (South African Revenue Services Act - Act 34 of 1997) được Quốc hội Nam Phi thông qua cùng năm có hiệu lực từ tháng 10 năm 1997.

➤ Nhiệm vụ của hải quan

- Khuyến khích thương mại và du lịch cũng như giám sát việc thực hiện luật trong

những ngành này.

- Quản lý xuất nhập khẩu.
- Chịu trách nhiệm thu thuế cho Nhà nước.
- Quản lý các thông tư thương mại, các hiệp định quốc tế và các quy định khác liên quan.
- Chống buôn lậu và vượt biên trái phép thông qua những biện pháp hành chính.
- Quản lý việc xuất nhập khẩu hàng cấm và hàng nằm trong danh mục quản lý, thay mặt các cơ quan chức năng khác thực thi luật.

Hàng nhập khẩu vào Nam Phi bất kể là đường biển, hàng không đường bộ, đường ray hay thông qua đường bưu điện đều phải đăng ký làm thủ tục hải quan trong vòng 7 ngày kể từ ngày hàng tới Nam phi. Hàng không khai báo hoặc thông quan trong thời gian đó sẽ được đưa vào Kho Nhà nước (State Warehouse). Một số mặt hàng cần xin giấy phép nhập khẩu của Bộ Công Thương Nam Phi (The Department of Trade and industry).

Theo Luật Hải quan, thuyền trưởng/cơ trưởng phi thuyền/máy bay tới Nam Phi, phải nộp bản kê khai về hàng hóa /con người. Nếu không nộp báo kê khai, hàng hóa sẽ bị Hải quan tịch thu.

➤ **Các cảng được phép làm thủ tục hải quan**

- **Cảng thông quan đường bộ**

Beit Bridge, Caledonsport, Ficksburg, Golela, Grolersbrug, Kopfontein, Jeppesreef, Lebombo, Mahmba, Mananga, Maseru Bridge, Nakop, Nerston, Oshoek, Qachas' Nek, Ramtlabama, Skilpadshek, Van Rooyenshek, Vioosdrif

- **Văn phòng hải quan tại các cảng**

Johannesburg, Kimberley, Proteria, pietermarizburg, Upington, Bloemfontein, Stellenbosch, Parrl, Germiston, Mmabatho

- **Sân bay quốc tế**

Cape Town international Airport, Durban international Aiport, Gateway international Airport (Pietersburg), Johannesburg international Airport, Lanseria international Airport, Nelspruit international Aiport, Port Elizabeth international Aiport, Bloemfotein international Airport, Mafikeng international Airport

- **Cảng biển quốc tế**

Cape Town, Durban, East London, Mossel Bay, Port Elizabeth, Richards Bay, Saldanha Bay

➤ **Hình thức nhập khẩu vào Nam Phi và thủ tục nhập khẩu**

- **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...

- **Kho ngoại quan**

Khi hàng tới Nam Phi, nếu các loại thuế liên quan tới nhập khẩu chưa được nộp hàng sẽ được chuyển vào kho ngoại quan. Mặc dù hải quan không sở hữu kho ngoại quan nhưng có toàn quyền quản lý kho ngoại quan. Chỉ hàng hóa có giấy tờ nộp thuế đầy đủ mới được ra khỏi kho ngoại quan. Hàng hóa có thể xuất khẩu từ kho ngoại quan.

Đối với những kho hàng phục vụ sản xuất hải quan sẽ có chế độ kiểm tra thường xuyên.

Kho nhà nước do Hải quan quản lý hàng nằm trong kho nhà nước thuộc dạng: không thông quan, hàng cấm. hàng bị tịch thu hoặc không có chủ. Chủ hàng vẫn phải chịu trách nhiệm về chi phí lưu kho lưu bãi.

- **Mở kho ngoại quan**

- + **Thành phần:**

Tất cả mọi thành phần kể cả cá nhân và doanh nghiệp nước ngoài đều có thể đăng ký mở kho ngoại quan tại Nam Phi.

+ Đơn đăng ký:

Kho ngoại quan Nam Phi được phân thành nhiều loại, tùy theo yêu cầu, mục đích sử dụng khách hàng sẽ sử dụng đơn đăng ký phù hợp với mục đích mở kho ngoại quan. Tùy theo từng loại kho mà người đăng ký sử dụng mẫu (đơn đăng ký) khác nhau. Đơn đăng ký chung mở kho ngoại quan sử dụng mẫu: DA 185.

Tùy mục đích sử dụng cụ thể mà khách hàng có thể đăng ký thêm các đơn kèm theo sau đây:

- Kho ngoại quan sử dụng cho mục đích chứa hàng hóa (Licensing of a Customs & Exsise Storage Warehouse) sử dụng mẫu DA 185.08
- Kho ngoại quan sử dụng cho mục đích tái chế (Licensing of Customs & Excise Special Warehouse): sử dụng mẫu DA 185.09
- Kho ngoại quan sử dụng cho mục đích sản xuất (Lincensing of Customs & Exsise Manufacturing Warehouse): sử dụng mẫu DA 185.06
- Nếu là nhà nhập khẩu: sử dụng mẫu DA 185.01
- Nếu là nhà xuất khẩu: sử dụng mẫu DA 185.02
- Hoàn thuế: sử dụng mẫu DA 185.03
- Sản xuất hàng xuất khẩu cho AGOA: sử dụng mẫu Dự t 8~04
- Đại lý làm thủ tục xuất nhập khẩu hàng hóa: sử dụng mẫu DA185.010.

+ Địa điểm đăng ký:

Cục Thuế quan Nam Phi (South African Revenue Service - SARS)

Người liên lạc: Mr. Roux Raath

Điện thoại di động: 082 417 956

Điện thoại cố định: 27- 12- 422 6901

Email: rraath@sar.gov.za

Website: www.sars.gov.za

Tuy nhiên, kho ngoại quan nằm ở tỉnh nào thì khách hàng sẽ tiến hành đăng ký tại hải quan của tỉnh đó. Ví dụ sau đây là địa chỉ liên lạc của:

Hải quan TP. Pretoria

Địa chỉ: Pretoria Customs Office, 135 Schocman street

Người liên lạc: ông Reddy

Tel: 27 (0) 12 334 6422

- **Những quy định của một kho ngoại quan**

Không có một quy định chính thức nào đặt ra đối với một kho ngoại quan. Kho ngoại quan có thể nằm ở bất cứ đâu trong địa phận Nam Phi. Người giám sát (Controller) sẽ trực tiếp tiến hành kiểm tra, thẩm định và ra quyết định có chấp nhận kho được khách hàng đề nghị sử dụng làm kho ngoại quan hay không. Nguyên tắc chung là kho phải đảm bảo an toàn hàng hóa, chống cháy, chống mất cắp... Tuy nhiên cũng có một số quy định hướng dẫn như sau:

- + Cổng chính của kho phải dẫn ra đường lớn. Cửa chính phải phù hợp với tiêu chuẩn của Nam Phi để hải quan có thể niêm phong.
- + Tất cả các cửa trong kho đều có thể khóa được từ bên trong.
- + Tường phải được xây bằng gạch, đá hoặc bê tông, mái phải được lợp bằng ngói, tôn...

- + Trong trường hợp kho ngoại quan và cửa hàng bán miễn thuế cùng nằm trong một mặt bằng thì phải có vách ngăn có chiều cao đến sát trần kho.
- + Tất cả các cửa sổ, kể cả cửa sổ ở mái nhà (sky light) đều phải được lắp đặt thêm thanh sắt an ninh.
- + Trong trường hợp sử dụng sân bãi làm kho ngoại quan để chứa các dạng hàng đóng trong thùng hoặc container..., hàng rào hoặc tường bao quanh phải cao tối thiểu 2 mét.
- + Kho ngoại quan phải trang bị phòng cho cán bộ hải quan làm việc, có bàn, ghế, điện thoại...

• Quản lý kho ngoại quan

Nam Phi quản lý kho ngoại quan thông qua biện pháp kinh tế. Do số lượng kho ngoại quan quá nhiều nên Cục Thuế quan quy định phải có sự bảo lãnh về tài chính (Surety Bond). Cục Thuế quan sẽ tính trị giá hàng chứa trong kho trong 3 (ba) tháng để ước tính giá trị bảo lãnh. Hình thức bảo lãnh có thể do ngân hàng của khách hàng hoặc các công ty bảo hiểm đứng ra .chịu trách nhiệm. Do đó hải quan sẽ không kiểm soát từng lô hàng xuất nhập khẩu qua kho ngoại quan. Thay vào đó khách hàng tự kê khai. Cán bộ kiểm hóa sẽ kiểm tra định kỳ hoặc đột xuất các chứng từ xuất, nhập khẩu và đối chiếu với hàng hóa trong kho cũng như bộ chứng từ giao hàng gốc. Nếu phát hiện khách hàng sai phạm, hải quan sẽ lập tức rút giấy phép kinh doanh và tịch thu tiền đặt cọc (tiền bảo lãnh).

Một số công ty bảo hiểm tại Nam Phi cung cấp dịch vụ bảo lãnh cho hàng nhập khẩu:

- + A 1 insurance Company Limited
- + ABSA insurance Company Limited
- + Aegis insurance Company Limited

- + African General insurance Company Limited
- + AiG insurance South Africa Lia

➤ **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 máy 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 đề 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 chuyển 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 and 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 chuyển hàng hóa cho tới kho được yêu cầu.

Những mặt hàng bị cấm nhập khẩu vào Nam Phi:

- Ma túy 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 1 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 kinh doanh trên đất nước này, nếu không muốn xảy ra những mâu thuẫn và tranh cãi pháp lý về sau.

➤ 2.8. Miễn giảm thuế nhập khẩu đối với khách du lịch tới Nam Phi

Các mặt hàng/khối lượng được miễn thuế:

- | | |
|---|-----------|
| • Hành lý cá nhân | Miễn thuế |
| • Các mặt hàng khác không vượt quá 3.000 Rand | Miễn thuế |
| • Các mặt hàng khác trị giá trên 12 000 Rand | Thuế 20% |
| • Rượu vang không quá 2 lít/người | Miễn thuế |
| • Các loại rượu có cồn không quá 1 lít/người | Miễn thuế |
| • Thuốc lá không quá 400 điếu/ người | Miễn thuế |
| • Xi gà không quá 50 điếu/ người | Miễn thuế |
| • Nước hoa không quá 50ml/người | Miễn thuế |
| • Nước thơm không quá 250ml/ người | Miễn thuế |

Nếu nhập khẩu quá khối lượng trên, chủ hàng sẽ phải nộp thuế nhập khẩu

➤ Xuất khẩu

Hải quan có quyền yêu cầu tất cả những chứng từ cần thiết cho lô hàng. Kiểm hóa hải quan có thể được tiến hành tại địa điểm của khách hàng.

Một số mặt hàng bị cấm xuất khẩu hoặc chịu sự kiểm soát của các cơ quan chức năng

liên quan. Hải quan có quyền yêu cầu giấy phép xuất khẩu hoặc giấy chứng nhận liên quan (nếu có)

Đối với ngoại tệ từ xuất khẩu, người xuất khẩu cần khai với cơ quan Hải quan theo mẫu F.178 và mẫu NEP. Những mẫu này sau đó được gửi tới Ngân hàng Dự trữ Quốc gia Nam Phi để theo dõi và lưu trữ.

➤ **Chuyển tải**

Theo qui định của Nam Phi, tất cả hàng hóa đến Nam Phi đều chịu sự quản lý của Hải quan. Thuế nhập khẩu và thuế VAT có thể được thanh toán chậm bằng hình thức bảo lãnh.

Chứng từ chuyển tải: Hàng vào Nam Phi để chuyển tải sang các nước khác phải được chuyển vào kho ngoại quan. Hải quan có thể yêu cầu trình các chứng từ liên quan tới chuyển tải, bao gồm chứng từ vận chuyển và hóa đơn của người cung cấp. Nếu không cung cấp được những chứng từ trên có thể sẽ bị phạt nộp thuế.

Hàng để chế biến gồm:

Hàng miễn thuế:

- Hàng mang vào Nam Phi, được hưởng một phần ưu đãi thuế nhập khẩu và VAT, với điều kiện mục đích sử dụng là để chế biến, sản xuất hoặc sửa chữa và sau đó xuất khẩu.
- Hàng tạm rất khẩu để sản xuất, chế biến hoặc sửa chữa ở nước ngoài sau đó nhập khẩu được miễn thuế nhập khẩu/ VAT một phần hoặc toàn bộ.
- Hàng nhập khẩu, chế biến sau đó xuất khẩu, sẽ được hoàn thuế nhập khẩu/ VAT (một phần hoặc toàn bộ) đã nộp khi nhập khẩu.

- Hàng tạm nhập cho những mục đích đặc biệt để sau đó tái xuất.

➤ **Vi phạm luật hải quan**

- **Hình thức phạt**

Phạt hành chính (Administrative Offences): áp dụng đối với những hành vi không gây ảnh hưởng tới tài sản quốc gia.

Phạt nhẹ (Less Serious Offences): phạt đối với những hành vi không có chủ ý gây ảnh hưởng tới tài sản quốc gia. Những hình phạt này được gọi là "Những hình phạt ngăn ngừa" (Preventative Penalties). Trong trường hợp này phạt để hành vi tương tự không tái phát.

Phạt nặng (Serious Offences): phạt đối với những hành vi phạm nghiêm trọng luật và có chủ nhằm đạt được mục đích nhất định như buôn lậu/ trốn thuế

- **Mức phạt**

Trong các điều khoản từ 78 tới 96 của Bộ luật Hải quan Nam Phi nếu rõ dựa vào bản chất của hành vi vi phạm luật hải quan có thể đưa ra mức phạt cao nhất bằng 3 lần giá trị hàng hóa và có thể quy tội tù giam người vi phạm.

- **Thủ tục pháp lý**

Ủy viên Hội đồng của Hải quan sẽ đưa ra quyết định cuối cùng về xử lý phạt dựa vào quyết định của Hội đồng Hải quan và sẽ thông báo quyết định này lên hệ thống hải quan của toàn Nam Phi. Nếu người chịu tố không phục có thể kiện lên văn phòng Bộ trưởng hoặc Tòa án Tối cao Nam Phi (Minister's Officer or the High Court of South Africa)

➤ **Chính sách thuế và thuế suất**

Do Biểu thuế xuất nhập khẩu của Nam Phi đã được lập theo Hệ thống mã HS

(Hammoniscd System) là biểu mã thương mại quốc tế, nên các cơ quan trên chỉ có thể cung cấp biểu thuế cho bạn, nếu bạn cho biết hàng xuất khẩu hoặc nhập khẩu của bạn có mã số chính xác theo hệ thống HS này. Để có được biểu mã số HS này, bạn có thể liên hệ với Tùy viên Thương mại Ở Đại sứ quán Nam Phi tại Hà Nội theo địa chỉ trên hoặc liên hệ Thương vụ Việt Nam tại Pretoria theo địa chỉ e mail: za@mot.gov.vn hoặc vnto@worldonline.co.za

➤ **Hàng rào thương mại**

Các thương nhân đều phải tuân theo các quy định kiểm soát trao đổi ngoại hối, do ngân hàng dự trữ Nam Phi quy định. Bộ thương mại và công nghiệp cũng có quyền quy định, cấm hoặc hạn chế hàng hoá nhập khẩu vào Nam Phi vì lợi ích quốc gia nhưng hầu hết hàng hoá nhập vào Nam Phi không phải chịu hạn ngạch. Giấy phép nhập khẩu chỉ cần thiết đối với một số danh mục hàng hoá đặc biệt và do Ban xuất nhập khẩu cấp. Nhà nhập khẩu phải có giấy phép nhập khẩu trước khi nhận hàng. Nếu không có giấy phép nhập khẩu có thể sẽ bị phạt.

➤ **Kiểm soát xuất khẩu**

Nhiều hàng hoá phải tuân theo các quy định kiểm soát xuất khẩu và cấp giấy phép, như các mặt hàng thuộc lĩnh vực quân sự, tài nguyên đang cạn kiệt, rác thải kim loại và phế liệu. Kim cương dành cho xuất khẩu phải đăng ký với Ban kim cương SA. Các mặt hàng dầu khí không có sự kiểm soát giá cả được sản xuất ở các nhà máy chất đốt được phép xuất khẩu. Đà điều sống và trứng đã được thụ tinh của chúng bị cấm xuất khẩu.

➤ **Giấy phép nhập khẩu**

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 khỏe 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 mỡ, 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.

Các kênh phân phối và bán hàng chủ yếu tại Nam Phi

1. 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.

➤ **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.

2. 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.

3. 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.

- **Shoprite:**

Với doanh thu khoảng 8,8 tỷ USD hàng năm, chiếm 36% thị phần bán lẻ tại Nam Phi và 99.000 nhân viên (trong đó có 11.000 nhân viên ngoài Nam Phi), Shoprite là tập đoàn bán lẻ hàng đầu không chỉ tại Nam Phi mà còn tại nhiều nước trong khu vực Châu Phi.

Các sản phẩm chủ yếu là thực phẩm và đồ uống, đồ gia dụng, rượu, mỹ phẩm, đồ nội thất. Shoprite tập trung vào đối tượng khách hàng có thu nhập từ thấp đến tầm trung với nhiều thương hiệu nhánh như: Shoprite, Checkers, Checkers Hyper, Usave, House & Home, MediRite Pharmacy, LiquorShop, TransPharm, Hungry Lion, OK Franchise.

Việc nhập khẩu các mặt hàng vào công ty này thường thông qua trụ sở chính của công ty tại Cape Town. Ngoài ra cũng có một số đơn vị đảm nhiệm việc mua sắm cho các cửa hàng trên khắp Châu Phi.

- **Pick n Pay:**

Pick n Pay có mức doanh thu khoảng 5,6 tỷ USD hàng năm, chiếm 28% thị phần bán lẻ tại Nam Phi và 42.000 nhân viên. Pick n Pay cũng có 104 cửa hàng trải khắp tại khu vực Nam Phi và tiếp tục mở rộng sang thị trường Congo và Malawi.

Các sản phẩm chủ yếu là thực phẩm và đồ uống, đồ gia dụng, rượu, mỹ phẩm, quần áo và giày dép, dược phẩm. Pick n Pay tập trung vào đối tượng khách hàng có thu nhập từ thấp đến tầm trung và nỗ lực tạo ra văn hóa thân thiện và tiện lợi, hướng đến khách hàng.

Việc nhập khẩu các mặt hàng vào quản lý theo địa phương, có nghĩa tại mỗi tỉnh sẽ có văn phòng thu mua riêng cho hệ thống cửa hàng tại địa phương đó.

- **Spar:**

Hệ thống siêu thị Spar có doanh thu khoảng 4,1 tỷ USD hàng năm, chiếm 28% thị phần bán lẻ tại Nam Phi. Spar là hệ thống bán buôn và phân phối hàng hóa và dịch vụ cho các siêu thị SPAR và SaveMor, chuỗi cửa hàng bán vật liệu xây dựng BuildIt, cửa hàng bán rượu và đồ uống TOPS at SPAR và cửa hàng dược phẩm Pharmacy at SPAR. Ngoài Nam Phi, Spar có hệ thống siêu thị, cửa hàng tại nhiều nước Châu Phi như Swaziland, Botswana, Lesotho, Mozambique, Zimbabwe và Namibia, Zambia, Malawi.

Các sản phẩm chủ yếu do Spar phân phối là thực phẩm và đồ uống, đồ gia dụng, rượu, mỹ phẩm, đồ nội thất.

Việc nhập khẩu, mua sắm hàng hóa vào các cửa hàng của Spar tương đối linh hoạt. Các chủ cửa hàng có thể mua trực tiếp từ hệ thống Spar hoặc có thể lấy từ nguồn riêng từ các nhà sản xuất, thương nhân địa phương. Tập đoàn Spar có 7 trung tâm phân phối bao gồm cả trung tâm nhập khẩu, chủ yếu dành cho chuỗi cửa hàng vật liệu xây dựng BuildIt.

- **Woolworths**

Woolworths là nhà bán lẻ lớn thứ tư Nam Phi với doanh thu khoảng 2,6 tỷ USD hàng năm (trong đó 62% là doanh thu từ thực phẩm), chiếm 08% thị phần bán lẻ tại Nam Phi.

Các sản phẩm chủ yếu là thực phẩm, đồ gia dụng, mỹ phẩm, đồ nội thất. Woolworths tập trung vào đối tượng khách hàng có thu nhập cao. Sản phẩm chủ yếu có chất lượng cao. Woolworths tập trung phân phối các mặt hàng của riêng mình.

Việc nhập khẩu, mua sắm hàng hóa cho Woolworth tập trung chủ yếu qua trụ sở chính của hãng này tại Cape Town. Woolworth nổi tiếng là hãng bán lẻ "khó tính" do tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa để được phân phối tại hãng này là rất cao, hàng hóa phải qua nhiều khâu kiểm tra, kiểm soát gắt gao.

- **Walmart's Cambridge Foods**

Walmart's Cambridge Foods là nhà phân phối mới tại thị trường Nam Phi nhưng đã có doanh số chiếm 2% thị trường bán lẻ tại nước này.

Các sản phẩm chủ yếu là thực phẩm và đồ ăn nhanh, ngoài ra còn có các mặt hàng tạp hóa cơ bản khác. Việc nhập khẩu, mua sắm hàng hóa cho Walmart's Cambridge Foods tập trung chủ yếu qua trụ sở chính của hãng này tại Cape Town. Hãng có bộ phận xuất nhập khẩu riêng và chỉ trong vòng 03 năm, bộ phận này đã có kim ngạch nhập khẩu về mặt hàng hoa quả lớn nhất Nam Phi, cũng như xuất khẩu rất nhiều mặt hàng của Nam Phi ra thế giới.

➤ **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...
- Clicks Group Limited (Mỹ phẩm, dược phẩm, nhạc cụ...) có doanh số đạt 1,5 tỷ USD/năm với các hệ thống cửa hàng nổi tiếng như: Clicks, UPD, The Body Shop, Musica.
- Mr Price Group Limited (Quần áo, giày dép, đồ thể thao, mỹ phẩm, nội thất, thiết bị vệ sinh...) có doanh số đạt 1,3 tỷ USD/năm với các hệ thống cửa hàng nổi tiếng như Mr Price, Mr Price Sport, Milady, Mr Price Home, Sheet Street...
- TFG (đồ nội thất, gia dụng, quần áo, điện thoại di động, trang sức, đồ thể thao...) có doanh số đạt 1,2 tỷ USD/năm với các hệ thống cửa hàng nổi tiếng như @home, Exact!, Foschini, American Swiss, Markham, Sportscene...

- Edcon (quần áo, mỹ phẩm, đồ gia dụng, văn phòng phẩm...) có doanh số hàng năm đạt khoảng 2,5 tỷ USD. Edcon sở hữu các thương hiệu nổi tiếng như Edgars, Jetmart, Red Square, Boardmans, CNA...

4. Giờ làm việc

Giờ làm việc thay đổi từ 08h00 hoặc 09h00 – 16h30 hoặc 17h30. Đa số các cửa hàng và ngân hàng mở cửa sáng thứ Bảy từ 08h – 13h00. Giờ mua sắm thường kéo dài hơn vào chiều thứ Bảy và các Chủ nhật ở các trung tâm lớn.

Thời gian ở Nam Phi lệch giờ Việt Nam 5 tiếng (ví dụ nếu ở Nam Phi là 12h trưa thì ở Việt Nam là 17h)

Đại sứ quán CHXHCN Việt Nam tại Cộng hòa Nam Phi

Địa chỉ : 87 Brooks Street, Brooklyn, Pretoria, Republic of South Africa

Điện thoại : + 27 (0)12 362 8119 và + 27 (0)12 362 8118

Fax : + 27 (0)12 362 8115

Email : embassy@vietnam.co.za

Website : www.vietnamembassy-southafrica.org

(Nguồn: Đại sứ quán CHXHCN Việt Nam tại Nam Phi)

Một số lưu ý khi đàm phán kinh doanh tại Nam Phi

Phần lớn giới doanh nhân ở Nam Phi ở hầu hết các thành phố ngoại trừ Johannesburg và Cape Town, thường không có nhiều kinh nghiệm khi tiếp xúc với những đối tác có nền văn hóa khác. Bạn cần lưu ý quan niệm về đàm phán của đối tác Nam Phi là công việc phải được “giải quyết theo cách của họ”. Dưới đây là một số lưu ý khác khi tiến hành

đàm phán tại quốc gia này:

Nam Phi xứng đáng với tên gọi là “ Cầu vồng Văn hóa” vì đất nước này là sự giao thoa của nhiều nền văn hóa trên thế giới và hầu như là không đồng nhất. Phần lớn dân số là người da đen (chiếm tới 80%), ở rất nhiều các bộ tộc khác nhau như là Zulu và Xhosa. Trong khi đó, 13% dân số là người Nam Phi gốc Châu Âu (chủ yếu là người gốc Hà Lan) và 8% người gốc Anh. Dân thiểu số cũng không kém phần quan trọng trong đó có một vài nhóm người Châu Á. Tại Nam Phi, dường như cũng có sự khác biệt lớn giữa văn hoá kinh doanh ở thành thị và ở nông thôn. Sự đa dạng về văn hóa đã làm cho công việc chuẩn bị đàm phán kinh doanh trở nên khó khăn hơn nhiều. Vì vậy, bất ngờ ngoài dự kiến xảy ra trong quá trình đàm phán kinh doanh tại Nam Phi là điều không thể tránh khỏi.

➤ **Giao tiếp**

Tiếng Anh là ngôn ngữ được sử dụng rộng rãi trên thế giới nhưng ở Nam Phi nó chỉ là một trong mười một ngôn ngữ chính thức của quốc gia này. Hầu hết người Nam Phi da trắng thường nói hai thứ tiếng là tiếng Anh và tiếng Afrikaans - gần giống với tiếng Hà Lan. Những người da đen thì sử dụng ngôn ngữ bản địa và cũng có đôi chút hiểu biết về tiếng Anh và tiếng Afrikaans.

Nhìn chung, những người Nam Phi là những người thẳng thắn 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. Những mối quan hệ mới bắt đầu cần sự tế nhị và khéo léo hơn.

Đối với khoảng cách khi giao tiếp, giống như người châu Âu, người Nam Phi 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. Nam Phi là một nơi lý tưởng cho những buổi trò chuyện thân mật, người Nam Phi thích nói chuyện về rất nhiều chủ đề. Là một quốc gia thích các hoạt động ngoài trời, họ yêu thích thể thao và đây luôn là chủ đề bắt đầu câu chuyện tốt nhất. Các môn thể thao họ yêu thích bao gồm bóng đá, bóng chày, bóng bầu dục. Các chủ đề khác cho cuộc nói chuyện có thể về thức ăn, rượu Nam Phi, du lịch thế giới... Chú ý, tránh so sánh các thành phố với nhau bởi mỗi người Nam Phi đều tự hào về thành phố của riêng họ. Đừng bao giờ đưa ra những chủ đề gây tranh cãi. Tránh những chủ đề về chính trị, chủng tộc, sắc tộc và tôn giáo.

Mặc dù người Nam Phi luôn tránh không để rơi vào tình thế đối đầu, nhưng mức độ thẳng thắn lại thay đổi tùy theo nhóm dân cư. Những người Nam Phi gốc Châu Âu thường thẳng thắn và không thích nói vòng vo. Họ không cảm thấy khó khăn khi phải nói “không” nếu họ không thích hoặc từ chối một lời đề nghị. Họ coi trọng tính trung thực và thẳng thắn hơn là sự tế nhị và khéo léo. Họ không thích những câu nói không rõ ràng, những ý kiến mở, sự lo âu và ít quan tâm tới cảm nhận của người khác. Người Nam Phi gốc Anh đôi khi lại rất không rành mạch và chính xác và khó có thể hiểu được họ. Đôi khi bạn cũng gặp phải những lời khước từ thẳng thừng làm cho bạn mất hứng thú khi thuyết trình về mặt hàng bạn chào bán. Còn đối với người Nam Phi da đen thì ngược lại, họ lại có vẻ kín đáo tế nhị hơn những nhóm người trên. Thay vì nói “không” họ sẽ có những câu nói lường nghĩa như là: “Chúng tôi sẽ nghĩ về điều đó”, “Tôi không chắc cho lắm” hay là “Chúng tôi cần phải bàn bạc về vấn đề này”. Đối tác của bạn sẽ không vội vàng từ chối bạn ngay. Đối với người da đen thì im lặng được coi là từ chối.

Những cử chỉ tại đất nước này rất tế nhị và khéo léo đặc biệt là giữa những người Nam Phi gốc Anh với nhau. Việc chạm vào người khác rất ít gặp ở người Nam Phi gốc Anh nhưng lại được sử dụng thường xuyên hơn ở người Nam Phi da đen. Mặc dù vậy đừng chạm vào đầu của một người nào dù đó là một đứa trẻ con. Không dùng tay để chỉ vào người khác. Giao tiếp bằng ánh mắt là một cách để truyền đạt thông tin một cách thành công nhất nhưng đừng làm quá nhiều cử chỉ này với người có địa vị cao hơn và không

được nhìn chăm chăm vào mọi người.

➤ **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 họp tác với họ một lần thì bạn có thể thông báo gấp trước một hai ngày. Người Tây Ban Nha 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, cảm ơn về tình mến khách, sau đó trao danh thiếp và bắt đầu trao đổi công chuyện cụ thể.

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.

➤ Sử dụng danh thiếp

Sử dụng danh thiếp 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 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.

➤ **Ngôn ngữ**

Ngôn ngữ được sử dụng là tiếng Anh bởi tiếng địa phương rất khó học. Mọi tài liệu, thư từ giao dịch, biên bản.... bạn nên soạn sẵn bằng tiếng Anh nếu muốn trao ngay cho đối tác. Gần như không có chuyện đối tác người Nam Phi nhận và chờ dịch những tài liệu nhận từ bạn bằng ngôn ngữ khác không phải tiếng Anh. Nếu muốn hợp tác với đối tác người Nam Phi, bạn nên biết tiếng Anh. Nếu bạn phải dùng đến phiên dịch thì đối tác người Nam Phi sẽ không coi trọng bạn.

➤ **Phong cách và trang phục**

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 mát và họ rất chuộng thời trang của nước Anh. Nam doanh nhân ăn mặc khá bảo thủ với áo trắng dài tay, đeo cà-vạt 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 com-lê tối màu. Phụ nữ nên mặc vét hoặc váy với màu sắc trang nhã.

➤ **Thời gian**

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.

➤ Văn hóa quà tặng

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, sô-cô-la 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.

➤ Mời

Bữa ăn làm việc với đối tác người Nam Phi thường diễn ra vào buổi trưa vì người Nam Phi có thói quen đi ngủ sớm. Cùng nhau ăn sáng làm việc cũng là hình thức gặp gỡ khá thông dụng. Bữa ăn thường đơn giản, thực đơn nhẹ nhàng. Chỉ được phép hút thuốc lá ở ngoài trời. Khi ăn thì bạn nên chờ cho tới khi chủ nhà bắt đầu trước. Lúc uống thì lại không cần phải đợi như vậy. Chỉ trong những dịp đặc biệt mới có lời chúc rượu trong bữa ăn.

Nghị thức tại bàn ăn nếu được đối tác mời đến nhà dùng bữa, bạn cần lưu ý: Đến đúng giờ. Hỏi chủ nhà xem liệu bạn có thể mang thêm đồ ăn tới. Mặc giản dị có thể là quần jean. Nhưng tốt nhất là nên hỏi ý kiến của chủ nhà. Đề nghị giúp đỡ chủ nhà chuẩn bị hoặc dọn dẹp sau khi dùng bữa.

➤ Những buổi gặp mặt làm ăn:

Trước khi muốn gặp đối tác Nam Phi bạn nên hẹn trước. Bạn có thể sẽ gặp khó khăn khi lên lịch những cuộc hẹn vào khoảng thời gian giữa tháng 12 đến giữa tháng 1 hay 2 tuần trước và sau ngày lễ Phục Sinh vì đây là những mùa nghỉ lễ chính trong năm của người Nam Phi. Những buổi gặp mặt ban đầu thường chỉ 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 làm việc 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.

Tuy phần lớn công việc kinh doanh được thực hiện bằng tiếng Anh, nhưng khi bạn làm với một công ty mà ngôn ngữ họ dùng là tiếng Afrikaans và nếu bạn có thể chuyển một số tài liệu thành tiếng Afrikaans thì bạn đã thực sự gây ấn tượng với đối tác của mình.

➤ **Mối quan hệ và sự tôn trọng**

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.

Mối quan hệ kinh doanh ở đất nước này phát triển theo cả hai chiều hướng: cá nhân và doanh nghiệp. Hầu hết những người Nam Phi chỉ muốn làm ăn với những người họ thích và tin tưởng. Mặc dù vậy, trong trường hợp công ty bạn muốn thay thế người đàm phán thì cũng không có nhiều trở ngại cho người đó tiếp quản công việc mà bạn đang làm dở. Cũng như vậy nếu bạn giới thiệu một người trong công ty bạn tham gia vào cuộc đàm phán thì người này vẫn có thể nhanh chóng được chấp nhận như một đối tác hợp pháp.

Tục lệ và luật lệ về chủng tộc và màu da có thể rất khắt khe vì vậy điều tốt nhất mà bạn luôn nên làm là tuân thủ theo sự hướng dẫn của người đại diện (người bản xứ) của công ty bạn khi gặp phải các vấn đề trên. Một số người da trắng, đặc biệt là người Nam Phi gốc Châu Âu, thường có thái độ không ưa đối với họ hàng hay người giúp việc gốc da đen. Tuy nhiên, trong quá trình liên hệ, bạn hiếm khi thấy họ đưa ra những lời nhận xét mang tính phân biệt chủng tộc. Khi làm ăn với một doanh nhân da đen, bạn hãy tỏ ra thông cảm và hiểu được thực tế là nhóm người này đã phải chịu áp lực rất lớn từ phần đông dân số.

Trong văn hoá kinh doanh của Nam Phi, thái độ kính trọng người khác tùy 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?

➤ 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.

➤ **Quan niệm về phụ nữ**

Xã hội Nam Phi vẫn là xã hội trọng nam khinh nữ. Phụ nữ chỉ có quyền bình đẳng trong lý thuyết, bị coi ở tầng lớp thấp hơn và rất khó đạt được vị trí, thâm quyền và thu nhập tương tự như nam giới.

Với tư cách là thành viên đoàn đàm phán, bạn phải đặc biệt nhấn mạnh tầm quan trọng của công ty bạn và vai trò của bạn trong đó. Tuy nhiên, bạn vẫn sẽ phải làm việc chăm chỉ để đạt được sự tôn trọng cá nhân. Điều quan trọng là phải tế nhị và hành động chuyên nghiệp trong mọi tình huống. Thể hiện sự tự tin và đối phó thích hợp với lòng quyết đoán là rất quan trọng, vì Nam Phi ngưỡng mộ những người cứng rắn, tự tin, và có khả năng mà không quá “xông xáo”.

➤ **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

thỏa hiệp trừ phi đó là lựa chọn duy nhất để việc thỏa 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 mất 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 tưởng của họ. Bạn nên tránh những cuộc đối đầu và nên duy trì thái độ hợp tác lịch sự.

Nếu trong bất kỳ thời điểm nào của cuộc đàm phán xảy ra tranh cãi, bạn nên thỏa hiệp với thái độ “cho và nhận” nhất là khi đàm phán với người Nam Phi gốc Anh. Đối với những nhóm người khác, cách tốt nhất trong trường hợp trên là sử dụng ưu thế về mối quan hệ cá nhân, nhấn mạnh vào lợi ích chung của hai bên và của việc hợp tác lâu dài. Tính kiên nhẫn và sự sáng tạo luôn được đánh giá cao.

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.

➤ **Tốc độ 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.

➤ **Thương lượng**

Ảnh hưởng của nền văn hoá đóng một vai trò rất lớn trong giai đoạn thương lượng của cuộc đàm phán ở Nam Phi. Người Nam Phi gốc Anh coi đây là một bước cần thiết để có được sự đồng thuận từ cả hai bên nhưng họ thường không thích việc mặc cả. Họ thường không nhượng bộ nhưng luôn cố gắng để có được một cuộc đàm phán công bằng. Giá khởi điểm so với giá lúc ký kết hợp đồng chỉ nên chênh nhau khoảng từ 20 - 30%. Mặc dù người Nam Phi gốc Âu không thích việc thoả thuận và mặc cả nhưng họ cũng rất giỏi trong công việc này. Đối với họ giá có thể thay đổi từ 20% cho đến 30%. Cuối cùng người da đen có lẽ là nhóm người thích thoả thuận và mặc cả nhất. Khi đàm phán với họ bạn hãy chuẩn bị tâm lý rằng giá có thể thay đổi tới 40% hoặc hơn nữa so với giá gốc.

Đối với tất cả nhóm người ở Nam Phi, tốt nhất là bạn không nên dùng phương pháp tiếp cận bán hàng ngày (hard selling) vì đây là phương pháp sử dụng những áp lực tâm lý khiến cho đối tác đưa ra quyết định nhanh hơn. Người Nam Phi da trắng đôi khi có vẻ khá thụ động. Tuy nhiên, họ sẽ nắm lấy ưu thế trong cuộc đàm phán khi có cơ hội. Cố gắng để cho mình có cơ hội nhượng bộ và chuẩn bị cho các lựa chọn khác. Yêu cầu đối tác đáp lại khi bạn đã đưa ra những nhượng bộ của mình.

Người Nam Phi thích các cuộc đàm phán trung thực và thẳng thắn. Hiếm khi họ có những hành động lừa đảo như: nói ra các thông báo sai, giả vờ không vụ lợi trong suốt quá trình đàm phán, không giới thiệu giá trị của sản phẩm.... Đừng áp dụng những cách trên và tránh không nói dối hay làm sai lệch quyết định của đối tác vì điều này cũng đồng nghĩa với việc bạn đang phá hỏng mối quan hệ làm ăn.

Giới kinh doanh tại Nam Phi chỉ dùng phương pháp gây áp lực miễn là những biện pháp

này không gây đối đầu giữa hai bên. Họ có thể mở đầu với lời đề nghị tốt nhất, thể hiện sự không khoan nhượng hoặc vờ đưa ra quyết định cuối cùng. Im lặng cũng là một thủ thuật trong đàm phán nhưng đôi khi nó cũng có hàm ý là lời từ chối. Hãy cân nhắc kỹ lưỡng trước khi áp dụng kỹ thuật gây áp lực về mặt thời gian vì người Nam Phi rất không ưa bị giục giã và vội vàng. Khi việc đàm phán không được cả hai bên chấp nhận thì họ sẽ trở nên kín đáo và cẩn trọng. Việc kết thúc lời đề nghị hay gửi tới hậu thư chỉ là phương pháp cuối cùng để đàm phán tại Nam Phi. Nếu họ không có bất kỳ một sự phản ứng tích cực nào việc thoả thuận sẽ chấm dứt.

Tránh dùng những phương pháp với thái độ công kích hoặc đối kháng ở Nam Phi. Mặc dù người Nam Phi gốc Âu có thể hung hăng nhưng điều đó chỉ thể hiện tính cách ngay thẳng và thẳng thắn của họ chứ không hề có ý đồ chiến lược nào ở đây. Phản ứng lại trong trường hợp này rất ít khi mang lại hiệu quả. Họ không ngần ngại đối đầu với bạn nếu có thách thức nhưng điều này chỉ khiến tình hình xấu đi chứ không cải thiện được vị trí của bạn khi thương lượng. Tức giận, đưa ra lời đe dọa, cảnh báo không làm cho cuộc đàm phán tiến triển tốt hơn. Đưa ra những lời đề nghị quá hấp dẫn ngay từ lúc đầu có thể bị coi là không lịch sự và thậm chí là hành động của trẻ con. Bạn chỉ nên áp dụng điều này đối với những người Nam Phi da đen, vì họ thích cách tiếp cận kiểu này.

Những phương pháp thể hiện cảm xúc trong quá trình đàm phán như làm bạn thấy có lỗi, nhắc nhở... phần lớn được người Nam Phi da đen sử dụng. Khi gặp tình huống này, cách tốt nhất là giữ bình tĩnh. Ngoài ra, người Nam Phi thường áp dụng những thủ thuật bảo vệ phòng thủ như: đổi chủ đề, hỏi thẳng vào vấn đề, hứa hẹn chung hoặc tỏ ra cứng rắn.

Tại Nam Phi, hành vi hối lộ rất phổ biến trong xã hội cũng như trong kinh doanh. Mặc dù vậy, họ thường lái hành động này sang hướng khác và coi những khoản tiền nhỏ là một phần thưởng cho việc hoàn thành công việc chứ không phải là tiền hối lộ. Ranh giới giữa việc tặng quà và hối lộ rất tế nhị. Những thứ mà bạn cho đó là hối lộ thì người Nam Phi chỉ coi đó như một món quà tặng

➤ **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. Những người quản lý thuộc gốc Nam Phi da đen thường bàn bạc theo nhóm rất kỹ và luôn quan tâm tới điều kiện mà đối tác đặt ra. Quá trình này có thể mất rất nhiều thì giờ và đòi hỏi sự kiên nhẫn. Điều quan trọng là bạn phải nắm được cấu trúc công ty đối tác và có được sự ủng hộ của tất cả mọi người ở mọi cấp độ chứ không nên chỉ tập trung vào các nhà quản lý cấp cao.

Đối với các tộc người Nam Phi còn lại, thật sai lầm khi bạn mong họ sẽ đưa ra quyết định ngay lập tức. Cố gắng thúc giục hay gây áp lực trong suốt quá trình đàm phán không mang tới thành công mà đôi khi còn phản tác dụng. Khi một quyết định đã được đưa ra thì rất khó có thể thay đổi.

Khi đưa ra quyết định, người Nam Phi da trắng thường vận dụng nhiều lý thuyết hơn là xem xét tình trạng cụ thể hiện tại. Họ thường không thích đưa ra ngoại lệ kể cả khi một số lý lẽ cho rằng sẽ có lợi cho họ khi làm như vậy. Cảm nhận cá nhân và kinh nghiệm được coi là không liên quan tới việc đàm phán trong kinh doanh. Vì vậy, mọi người tập trung vào các chứng cứ xác thực và lý lẽ logic. Người Nam Phi thường sẵn sàng đối mặt với rủi ro nhưng với sự cẩn trọng cực kỳ cao. Nếu bạn muốn họ hỗ trợ bạn trong những trường hợp như vậy, bạn cần phải tìm lý do để cho họ có thể chấp nhận được rồi sau đó giải thích những vấn đề có thể phát sinh, hoặc có thể viết giấy bảo đảm.

➤ **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. 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.

Thông tin liên hệ

➤ Phòng Thương mại Nam Phi

Địa chỉ: P.O.Box 213

Tel: (002711) 4463823

Fax: (002711) 4463849

Email: jamesl@sacob.co.za

Website: <http://www.sacob.co.za>

Dịch vụ: I04-RQ, J01-RQ, J02-RQ, J03-RQ, J06-RQ, J08-RQ, J09-RQ, J11-RQ, J12-RQ, J13-RQ, J14-RQ, J15-RQ, J16-RQ, J17-RQ

➤ **Phòng Thương mại và công nghiệp Cape Town**

Địa chỉ: Chamber House, 19 Louis Gradner Street, P.O.Box 204

CAPE TOWN 8000

Tel: (002721) 4024300

Fax: (002721) 4024302

Email: info@capechamber.co.za

Website: <http://www.capechamber.co.za>

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Nam Phi**

Địa chỉ: 87 Brooks Street, Brooklyn, Pretoria

Mã bưu chính: 13692 Hatfield 0028, South Africa

Điện thoại: (27-12) 362 8119 / 362 8118

Fax: (27-12) 362 8115

Email: embassy@vietnam.co.za

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Nam Phi**

Địa chỉ: 223 - Rautenbach Ave., Waterkloof Pretoria, South Africa

Điện thoại: (27-12) 346 8083

Số fax: (27-12) 346 8507

Email: za@mot.gov.vn

➤ **Đại sứ quán Nam Phi tại Việt Nam**

Địa chỉ: tầng 3, toà nhà Central Building, 31 Hai Bà Trưng.

Điện thoại: 04-39362000

Fax: 04-39361991

Email: political.hanoi@foreign.gov.za; consular.hanoi@foreign.gov.za

political@saembassy-hanoi.com