

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI**

-----***-----



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

**TRUNG QUỐC VỚI CHIẾN LƯỢC XÂM NHẬP THỊ
TRƯỜNG CHÂU PHI VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM**

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Huyền
Trang

Lớp : Trung 1

Khóa : 42 - KT&KDQT

Giáo viên hướng dẫn : TS. Từ Thúy Anh

HÀ NỘI - 11/2007

LỜI NÓI ĐẦU

Thế giới đã bước sang thế kỷ XXI được gần một thập kỷ, và theo như Friedman thế giới mà ngày hôm nay, hơn sáu tỷ con người đang sinh sống là một “ thế giới phẳng”, thế giới của hội nhập và toàn cầu hoá. Trong xu hướng chung của dòng chảy thời đại đó, hội nhập kinh tế là một xu thế tất yếu và diễn ra ngày càng mạnh mẽ, sâu rộng với nhiều quy mô và hình thức phong phú.

Trong cái mạch chảy không ngừng nghỉ đó, có một châu lục nổi ra đời của nền văn minh Ai Cập – một trong ba cái nôi của văn minh nhân loại, một châu lục bệnh tật, xung đột và được coi là mảnh đất nghèo nhất thế giới vẫn âm thầm bước đi những bước đầu tiên trên con đường hội nhập với kinh tế toàn cầu, và đã giành được nhiều thắng lợi khả quan, là mảnh đất mà nhiều “ông lớn” trên thế giới ngày đêm nhòm ngó và muốn duy trì ảnh hưởng ở đây, đó là Châu Phi.

Trong số những “ ông lớn” đó, có một “ ông lớn” đặc biệt, khác với những “ ông lớn” khác, “ ông lớn” này là một quốc gia đang phát triển với dân số đông nhất thế giới: Trung Quốc. Quốc gia đông dân nhất thế giới này đã tiến đến châu Phi xa xôi, bằng nhiều biện pháp và phương thức khác nhau, xâm nhập ngày càng sâu và rộng vào châu lục đen này, góp phần đáng kể làm thay đổi bộ mặt của châu lục này, đồng thời cũng thu về những món hời không nhỏ và tăng cường vị thế của mình trên trường quốc tế ở tất cả các mặt từ kinh tế, chính trị đến ngoại giao.

Có thể nói, trong thời gian qua, việc Trung Quốc xâm nhập vào thị trường châu Phi là một trong những vấn đề gây được nhiều sự quan tâm chú ý của quốc tế. Là nước láng giềng gần gũi Trung Quốc, có nhiều đặc điểm kinh tế, xã hội giống với quốc gia này, Việt Nam, trong chiến lược hội nhập kinh tế toàn cầu của mình, cũng coi châu Phi là một thị trường đầy tiềm năng. Do

vậy, đặc điểm và phương thức xâm nhập thị trường châu Phi của Trung Quốc là những kinh nghiệm hết sức quý báu với Việt Nam trong chiến lược xâm nhập châu Phi của mình.

Xuất phát từ những thực tế như đã nêu trên, em đã chọn đề tài: “**Trung Quốc với chiến lược xâm nhập thị trường châu Phi và bài học cho Việt Nam**” làm đề tài khoá luận tốt nghiệp của mình. Mục tiêu của đề tài là nghiên cứu những biện pháp xâm nhập thị trường châu Phi của Trung Quốc và qua đó rút ra bài học kinh nghiệm phù hợp với Việt Nam trong chiến lược tiến vào thị trường châu Phi. Khoá luận của em có kết cấu như sau:

+) **Chương 1:** Tổng quan về châu Phi. Chương này tập trung giới thiệu sơ qua về tình hình xã hội và nghiên cứu đặc điểm nền kinh tế châu Phi trong thời gian qua, đồng thời nêu rõ nguyên nhân Trung Quốc xâm nhập vào thị trường châu Phi.

+) **Chương 2:** Thực trạng Trung Quốc xâm nhập thị trường châu Phi. Chương này gồm hai phần, thứ nhất phân tích các biện pháp xâm nhập vào lục địa đen này của Trung Quốc, thứ hai đánh giá ưu nhược điểm các biện pháp này.

+) **Chương 3:** Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong chiến lược xâm nhập vào châu Phi. Ở chương này, ngoài giới thiệu về quan hệ và đánh giá tiềm năng hợp tác Việt Nam – Châu Phi trong những năm gần đây, em đã đưa ra những biện pháp mà Việt Nam có thể áp dụng để xâm nhập thị trường châu Phi trên cơ sở những bài học, kinh nghiệm từ Trung Quốc.

Phương pháp nghiên cứu: Sử dụng các phương pháp thông thường như tổng hợp, phân tích, so sánh, sử dụng các biểu đồ, bảng biểu để cụ thể hoá số liệu thống kê...

Do thời gấp gáp, năng lực có hạn và nguồn tài liệu tham khảo rất khan hiếm (vì đề tài này của em là đề tài khá mới mẻ), nên bài khoá luận của em

chắc hẳn sẽ có nhiều sai sót. Vì vậy, em kính mong quý thầy cô, các bạn đọc cùng xem xét và đóng góp ý kiến cho em.

Qua đây em cũng muốn gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc đến Tiến sỹ **Từ Thuý Anh**, người đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ em trong suốt thời gian làm khoá luận.

Em xin chân thành cảm ơn.

Hà Nội, tháng 10 năm 2007

Nguyễn Thị Huyền Trang

CHƯƠNG I

TỔNG QUAN VỀ CHÂU PHI VÀ NGUYÊN NHÂN TRUNG QUỐC XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI

Trong chương I này, chúng ta cùng nghiên cứu những nét tổng quan về Châu Phi, tập trung ở những khía cạnh: Văn hoá, Xã hội, Kinh tế... và tìm hiểu nguyên nhân tại sao Trung Quốc lại coi Châu Phi là một thị trường đầy tiềm năng và tìm đủ mọi cách để xâm nhập vào mảnh đất này. Trước hết, chúng ta sẽ xem xét vị trí địa lý, lịch sử và xã hội của Châu Phi.

I. Vị trí địa lý, lịch sử, xã hội

1. Địa lý châu Phi ⁽¹⁾

Trái đất của chúng ta có năm châu lục là : Châu Á, châu Mỹ, châu Phi, châu Âu và châu Úc, cùng với bốn đại dương lớn bao bọc xung quanh. Trong đó, Châu Phi là một lục địa lớn, rộng 30 triệu cây số vuông, chiếm một phần tư diện tích nội của trái đất, gấp ba lần châu Âu, xấp xỉ châu Mỹ, bằng ba phần tư châu Á. Châu Phi ít có chỗ lồi lõm hơn các lục địa khác, khoảng đất rộng lớn này nằm vắt ngang trên đường xích đạo từ 36 độ vĩ độ Bắc tới 34 độ vĩ độ Nam, 27 độ kinh độ Tây đến 59 độ kinh độ Đông, ở khoảng rộng nhất trên đường xích đạo. Đất châu Phi rộng hơn 6500 cây số, trên đường xích đạo rộng hơn 3500 cây số nên châu Phi là châu lục có diện tích đất nhiệt đới rộng hơn tất cả các châu lục khác. Sa mạc Sahara chiếm đại bộ phận đất đai phía Bắc đường xích đạo và chạy dài từ bờ Đại Tây Dương ở phía Tây đến biển Đỏ ở phía Đông và từ chân núi Át – lát ở phía Bắc đến hồ Sát và bán đảo Xô-ma-li trên bờ Ấn Độ Dương. Châu Phi bao bọc bởi bốn biển lớn thì sa mạc Sahara đều tiếp giáp với bốn biển đó.

2. Lịch sử châu Phi ⁽²⁾

Châu Phi là nơi sinh sống đầu tiên trên Trái Đất, là một trong ba cái nôi của văn minh nhân loại. Trong suốt thời kỳ tiền sử của loài người thì châu Phi, cũng như các châu lục khác, đã không có các quốc gia và chủ yếu là các nhóm người săn bắn theo bầy đàn sinh sống. Khoảng năm 3300 trước công nguyên, nhà nước Ai Cập cổ đại đã ra đời và phát triển, tồn tại với các mức độ ảnh hưởng khác nhau cho đến năm 343 trước công nguyên.

Năm 1482, người Bồ Đào Nha đã thiết lập trạm thương mại đầu tiên dọc bờ biển Guinee ở Elmina. Hàng hoá được trao đổi chính ở đây là nô lệ, vàng, ngà voi, hồ tiêu... Cùng vào thời điểm này, các lực lượng thực dân châu Âu đã tiến hành sự **“tranh giành châu Phi”** vô cùng khùng khiếp và đã chiếm đóng nhiều vùng đất của châu lục này. Sự chiếm đóng này tiếp diễn cho đến khi kết thúc Thế chiến thứ hai, khi các nước thuộc địa dần giành được độc lập. Ngày nay, châu Phi là quê hương của hơn 50 quốc gia độc lập, tất cả trong số đó có đường biên giới được tạo ra trong thời kỳ chủ nghĩa thực dân của người châu Âu.

3. Ngôn ngữ, Văn hoá, Nghệ thuật châu Phi⁽³⁾

Có bốn hệ ngôn ngữ chính ở châu Phi, cụ thể là:

- Hệ ngôn ngữ Phi - Á là hệ ngôn ngữ của khoảng 240 thứ tiếng và 285 triệu người sử dụng trải khắp Bắc Phi, Đông Phi, Sahel và Tây Nam Á.

- Hệ ngôn ngữ Nil- Sahara bao gồm hơn 100 thứ tiếng được khoảng 30 triệu người sử dụng, chủ yếu ở Tchad, Sudan, Ethiopia, Uganda, Kenya và phía bắc Tanzania.

- Hệ ngôn ngữ Niger – Congo bao phủ phần lớn châu Phi hạ Sahara và là họ ngôn ngữ lớn nhất thế giới khi nói đến như là có nhiều thứ tiếng khác nhau.

- Hệ ngôn ngữ Khoisan có số lượng trên 50 thứ tiếng và được khoảng 120.000 người nói, chủ yếu là ở miền Nam châu Phi. Nhưng thứ tiếng trong họ ngôn ngữ này đang dần mai một.

Ngoài bốn hệ ngôn ngữ chính trên thì các ngôn ngữ châu Âu cũng có

một số ảnh hưởng đáng kể, tiếng Anh, tiếng Pháp, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha là các ngôn ngữ chính thức tại một số nước do kết quả của quá trình thực dân hoá. Tại Nam Phi, nơi có một lượng đáng kể người gốc Âu sinh sống thì tiếng Anh gần như là ngôn ngữ chính thức của nước này

Châu Phi là một châu lục của sự pha tạp các nền văn hoá. Sự khác biệt thông thường rõ nhất là giữa châu Phi hạ Sahara và các nước còn lại ở phía bắc từ Ai Cập tới Marocco, những nước này thường tự do gắn họ với văn hoá Ả rập. Các quốc gia về phía Nam sa mạc Sahara thuộc nền văn hoá trong nhóm ngôn ngữ Bantu

Nghệ thuật châu Phi phản ánh tính đa dạng của nền văn hoá châu Phi. Nghệ thuật có tuổi cao nhất còn tồn tại ở châu Phi là những bức chạm khắc 6000 năm tuổi tìm thấy ở Niger, trong khi Đại kim tự tháp ở Ai Cập là tổ hợp kiến trúc cao nhất thế giới trong khoảng 4000 năm cho đến khi người ta xây dựng tháp Eiffel.

Âm nhạc châu Phi là một trong các dạng nghệ thuật năng động nhất. Ai Cập đã có một lịch sử lâu đời gắn liền với sự trung tâm văn hoá của thế giới Ả rập, trong khi các giai điệu âm nhạc của châu Phi hạ Sahara đã được truyền thông qua buôn bán nô lệ xuyên Đại Tây Dương. Sự phát triển gần đây trong thế kỷ 21 là sự nổi lên của hiphop châu Phi, đặc biệt ở Senegal và nhạc house ở Nam Phi.⁽⁴⁾

4. Tôn giáo

Người châu Phi theo nhiều loại tôn giáo, nhưng phổ biến nhất là Kitô giáo và Hồi giáo. Khoảng 40% dân số châu Phi là người theo Kitô giáo và 40% theo Hồi giáo, 20% còn lại chủ yếu theo các tôn giáo châu Phi bản địa hoặc đạo Do Thái.⁽⁵⁾

Các tôn giáo châu Phi bản địa có xu hướng tiến hoá quanh thuyết vật linh và tục thờ cúng tổ tiên. Tư tưởng chung của chúng là sự phân chia thế giới tâm linh thành “ có ích” và “ có hại” . Thế giới tâm linh có ích là linh hồn

tổ tiên giúp đỡ cho con cháu họ tránh khỏi các thảm họa tự nhiên hoặc sự tấn công của kẻ thù, trong khi thế giới tâm linh có hại là những linh hồn của các nạn nhân bị sát hại và được các ông đồng bà cốt sử dụng để tạo ra bệnh tật cho kẻ thù của họ.

Trên đây là những nét khái quát nhất về địa lý, văn hoá, xã hội của Châu Phi. Đây là những hiểu biết cơ bản và quan trọng về châu lục này, đồng thời cũng là những kiến thức không thể thiếu trong hành trang đến với châu Phi. Còn bây giờ chúng ta cùng đi tìm hiểu về tình hình, đặc điểm nền kinh tế của châu lục đen này. Những thông tin nền tảng này sẽ giúp chúng ta có được một cái nhìn tổng quan về châu Phi và là cơ sở để xâm nhập vào thị trường này.

II. ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ CHÂU PHI

Nói đến châu Phi, người ta thường hay nghĩ tới hình ảnh về một châu lục nghèo đói, lạc hậu, bệnh tật, bất ổn và cách xa với thế giới bên ngoài. Nhưng sẽ là sai lầm nếu vẫn giữ một cái nhìn phiến diện như vậy. Trong những năm gần đây, tuy tình hình chính trị, kinh tế ở một số quốc gia châu Phi vẫn còn nhiều xung đột và bất ổn, nhưng nhìn chung kinh tế toàn châu lục này đang tăng trưởng khá tốt. Báo cáo về triển vọng kinh tế châu Phi của Ngân hàng phát triển châu Phi AfDB và trung tâm phát triển thuộc Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) cho biết nền kinh tế châu Phi đang có những dấu hiệu khả quan, dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế của châu lục này trong năm 2007 có thể đạt mức 5.7% và trong năm 2008 là 5.9%. Bên cạnh đó, tỷ lệ lạm phát cũng giảm từ mức 50% (thời kỳ 1993 – 1994) xuống dưới mức 20% (thời kỳ 1995 – 1997); thâm hụt thương mại từ gần 50% xuống gần 4.8%. Tuy nhiên, tình hình bệnh dịch và vấn đề an ninh xã hội của châu Phi thì vẫn còn không ít bất cập, ảnh hưởng đáng kể đến nền kinh tế châu Phi. Một cách tổng quan thì nền kinh tế châu Phi có những đặc điểm như sau:

1. Tuy đã có tiến bộ, nhưng châu Phi vẫn là nền kinh tế chậm phát triển nhất trên thế giới.

Năm 2001, châu Phi chiếm 13% dân số thế giới, nhưng chỉ chiếm 2% GDP toàn cầu. Hết năm 2005, dân số châu Phi tăng và chiếm trên 15%, nhưng GDP không tăng. Theo thống kê về GDP/ đầu người, châu Phi không có đại diện trong nhóm 50 nước đứng đầu về GDP tính theo đầu người, trong khi có tới 33 nước đứng trong danh sách 50 người đứng cuối bảng xếp hạng về GDP/người.⁽⁶⁾

2. Ngoại thương trưởng đáng kể từ thập kỷ 1990.

Theo thống kê của Tổ chức thương mại thế giới WTO, mức tăng tăng trưởng hàng năm của châu Phi:

2.1 Trong trao đổi hàng hoá

- Xuất khẩu: Tốc độ tăng trưởng từ 6% (thế giới là 5%) giai đoạn 1995 – 2000 tăng vọt lên mức 23% (thế giới là 17%) vào năm 2003 và tiếp tục tăng mạnh đạt 31% (thế giới là 21%) vào năm 2004.

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

2.2 Trong trao đổi dịch vụ

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

- Nhập khẩu: Từ 2%/năm (thế giới là 5%) giai đoạn 1995 – 2000 tăng mạnh lên đạt 13% (thế giới là 14%) vào năm 2003 và tiếp tục tăng tới 19% (thế giới là 16%) vào năm 2004.

3. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt mức thấp so với tổng giá trị thương mại toàn thế giới mặc dù tốc độ tăng trưởng cao hơn mức thế giới.

Do điểm xuất phát quá thấp nên giá trị tuyệt đối của thương mại châu Phi chỉ chiếm một tỷ trọng rất khiêm tốn trong giá trị trao đổi thế giới. Chẳng hạn, năm 2004, theo AfDB tổng kim ngạch xuất khẩu của hàng hóa của châu Phi đạt 228 tỷ USD và tổng kim ngạch nhập khẩu – 207 tỷ USD so với con với con số tương ứng của thế giới là 8.880 tỷ USD và 9.215 tỷ USD. Trong lĩnh vực dịch vụ, những giá trị đó của châu Phi là 47 tỷ USD và 54 tỷ USD so với giá trị tương ứng của thế giới là 2100 tỷ USD và 2081 tỷ USD.

1.4. Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu chủ yếu vẫn là nhóm hàng khoáng sản và nhiên liệu.

Cho đến nay, chỉ với nguồn tài nguyên phong phú, châu Phi vẫn chưa cải thiện được nền công nghiệp kém phát triển và nền nông nghiệp quá lạc hậu. Năm 2001, nhóm hàng khoáng sản vẫn ở vị trí hàng đầu với giá trị 80.5 tỷ USD, chiếm 57% tổng kim ngạch xuất khẩu của châu lục. Tiếp đến là nhóm sản phẩm chế biến và chế tạo đạt 35.7 tỷ USD, chiếm 25.3% cơ cấu xuất khẩu của châu Phi. Nhóm nông sản đạt 20.7 tỷ USD, chiếm 14.7%. Những mặt hàng xuất khẩu khác không thuộc ba nhóm trên chỉ đạt 5 tỷ USD.

1.5. Cơ cấu nhập khẩu tập trung vào nhóm sản phẩm chế tạo

Năm 2001, nhập khẩu máy móc thiết bị, sản phẩm điện, điện tử, cơ khí, công nghệ cao, dệt may, dược phẩm, thực phẩm chế biến chiếm vị trí thứ nhất, đạt giá trị 96.3 tỷ USD, tức là 70.8% tổng kim ngạch nhập khẩu. Đứng thứ hai là hàng nông sản, trong đó lương thực đạt kim ngạch cao nhất: 20.8 tỷ USD, chiếm tới 15.3%. Xếp sau đó là nhóm khoáng sản nhiên liệu, chiếm 15.8 tỷ USD.

1.6 Thị trường châu Phi không đồng đều xét cả về không gian lẫn thời vụ, bởi giá trị thương mại chủ yếu tập trung ở một số nước như Nam Phi, Ai Cập, Nigieria, trong đó riêng Nam Phi đã chiếm tới 20 – 25% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của châu Phi. Thêm nữa, nhu cầu nhập khẩu lương thực của châu Phi có năm lên đến mức không nước nào trên thế giới đáp ứng nổi, nhưng có năm lại rất khiêm tốn. Nguyên nhân chính yếu ở đây là những cuộc

xung đột nội bộ, chiến tranh... cũng vì thế mà khó có thể xác định cung cầu của châu lục này.

1.7. Khu vực dịch vụ tăng trưởng khả quan nhưng phân bố không đều.

Tuy mức tăng bình quân đạt 5.1%/năm, từ 18.7 tỷ USD năm 1991 lên 30.9 tỷ USD năm 2001, nhưng tăng trưởng dịch vụ của châu Phi phụ thuộc gần như hoàn toàn vào diễn biến thương mại dịch vụ thế giới. Thêm nữa, 50% xuất khẩu và 30% nhập khẩu dịch vụ của thị trường này lại thuộc về hai nước có nền kinh tế lớn nhất châu Phi là Ai Cập và Nam Phi.

1.8. Thu hút FDI của châu Phi đạt mức thấp nhất trên thế giới.

Năm 2001, trong số 735.1 tỷ USD vốn ĐTTT toàn cầu chỉ có 17.2 tỷ USD ỏ vào châu Phi. Lượng FDI phân bố cũng không đều, chủ yếu tập trung vào các nước lớn có vị trí địa lý thuận lợi, nguồn tài nguyên dồi dào...

1.9. Châu Phi là mối quan tâm lớn của nhiều cường quốc trên thế giới

Nhận thức được khả năng và tầm quan trọng của châu Phi trong tương lai, các nước lớn trên thế giới đều có những điều chỉnh chính sách của riêng mình trong chiến lược với lục địa đen này. Anh tiếp tục thông qua khối Thịnh vượng chung để thâm nhập vào châu Phi. Pháp cố gắng thông qua tổ chức Francophonie nhằm duy trì, củng cố không gian Pháp ngữ trước sự xâm lấn của tiếng Anh. Trong khi đó, Mỹ điều chỉnh chính sách coi trọng khu vực châu Phi hơn trước khi bộ trưởng thương mại Mỹ William Daley nói: “*Mỹ rất coi trọng quan hệ với châu Phi, nhất là thương mại, Mỹ có thể mở ra một chương mới trong quan hệ với châu Phi*”. Dư luận đánh giá mục đích mới của Mỹ là tranh giành ảnh hưởng tại khu vực mà từ lâu được coi là thuộc quyền sở hữu của các nước thực dân châu Âu, mà cụ thể hơn là “*vườn cấm*” của Anh và Pháp. Năm 1996, xuất khẩu của Mỹ sang thị trường châu Phi đã lên tới 6 tỷ USD, đầu tư trực tiếp của Mỹ vào châu Phi cũng theo đó mà tăng mạnh (31% so với 12%

phần còn lại của thế giới). Việc Mỹ xoá bỏ khoản nợ 30 triệu USD và hứa cho châu Phi vay thêm 700 triệu USD trong năm 1998, đồng thời đưa ra bốn chương trình trợ giúp về giáo dục, luật pháp, thương mại, môi trường và thi hành chính sách mềm mỏng hơn trong chính trị đối với châu Phi đã khích lệ các nước này, đánh dấu bước phát triển mới giữa Mỹ và châu Phi, tạo cho Mỹ một thị trường rộng lớn mới sau khi Pháp mất dần ảnh hưởng ở khu vực này.

Không thờ ơ với cuộc chạy đua vào châu Phi của các ông lớn trên, trong hai ngày 5-6/9/2006, tổng thống Nga Pu-tin có chuyến thăm chính thức đầu tiên đến Nam Phi, đất nước có nền kinh tế lớn nhất châu Phi kể từ khi chế độ phân biệt chủng tộc A-pác-thai sụp đổ. Ngoài mục đích tăng cường các mối quan hệ kinh tế, thương mại...chuyến thăm của tổng thống Pu-tin cho thấy mối quan tâm của các cường quốc hàng đầu thế giới như Mỹ, Nhật Bản, Ấn Độ nhằm tăng cường ảnh hưởng tại khu vực này. Trong chuyến thăm này, Nga đã gặt hái được không ít thành quả. Hai bên đã ký kết nhiều thoả thuận, trong đó có hiệp ước quan hệ thân thiện và đối tác; thoả thuận hợp tác thăm dò và sử dụng không gian vì mục đích hoà bình, thoả thuận và hàng không dân sự, về hợp tác chăm sóc sức khoẻ, khai thác nguồn nước và tài nguyên rừng, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ⁽⁷⁾...

Còn với Trung Quốc, quốc gia đông dân nhất thế giới thì cho rằng châu Phi đã vượt qua thời kỳ hỗn loạn chính trị và phần lớn các nước đã có vai trò ngày càng quan trọng trên thế giới và muốn thiết lập quan hệ toàn diện với châu Phi trong thế kỷ 21 này. Tạp chí “*Thế giới tri thức*” của Trung Quốc trong số 11 năm 1998 đã ví châu Phi là “*Vùng đất trinh nữ đang đợi khai phá*” và kêu gọi các nhà đầu tư cũng như chính phủ nước này phải nắm bắt thời cơ tiến vào châu Phi trên mọi lĩnh vực. Dưới đây, chúng ta cùng tìm hiểu những nguyên nhân sâu xa khiến Trung Quốc hết sức coi trọng thị trường châu Phi và tìm cách xâm nhập vào thị trường này.

III. Nguyên nhân Trung Quốc xâm nhập vào thị trường Châu Phi.

Trước khi tìm hiểu nguyên nhân tại sao Trung Quốc lại coi châu Phi là một thị trường đầy tiềm năng và tìm mọi cách xâm nhập, chúng ta hãy cùng tìm hiểu sơ qua về chính sách Kinh Tế Đối Ngoại của Trung Quốc trong những năm gần đây.

1. Sơ lược về chính sách Kinh Tế Đối Ngoại của Trung Quốc

Ngày 1-10-1949, nước Cộng hoà nhân dân Trung Hoa được thành lập, ngay từ khi ra đời, chủ tịch Mao Trạch Đông đã chỉ rõ rằng nhân dân Trung Quốc muốn hợp tác hữu nghị với nhân dân các nước trên thế giới, khôi phục và phát triển quan hệ thông thương quốc tế vì sự nghiệp phát triển sản xuất và phồn vinh kinh tế. Song do hạn chế về nhận thức và điều kiện lịch sử nên trong một thời gian tương đối dài, Trung Quốc chủ yếu chỉ có một số quan hệ giao lưu kinh tế với Liên Xô và các nước XHCN Đông Âu. Sau mười năm Cách mạng Văn hoá làm cho kinh tế đối ngoại của Trung Quốc bị phá hoại nghiêm trọng, hội nghị Trung Ương 3 khoá XI Đảng Cộng Sản Trung Quốc năm 1978 đã xác lập đường lối xây dựng kinh tế làm trung tâm, thực hiện cải cách mở cửa, phát triển kinh tế quốc dân, đẩy mạnh công cuộc hiện đại hoá XHCN. Nhà cải cách vĩ đại của Trung Quốc, Đặng Tiểu Bình đã nói: ***“ kinh nghiệm chứng minh rằng, đóng cửa để xây dựng là không thể thành công được, sự phát triển của Trung Quốc không thể tách rời khỏi thế giới”***. Căn cứ vào tư tưởng chỉ đạo đó, Đảng và Chính phủ Trung Quốc trong một thời gian tương đối ngắn, đã đưa ra một loạt những quyết sách quan trọng về mở cửa đối ngoại và đã đạt được nhiều thành tựu rõ rệt: tổng giá trị mậu dịch tăng từ 20,6 tỷ USD năm 1978 lên 325,06 tỷ USD năm 1997 khiến cho vị trí của Kinh tế đối ngoại Trung Quốc trong mậu dịch thế giới từ vị trí thứ 32 năm 1978 vươn lên vị trí thứ 10 năm 1997.

Những năm qua, toàn cầu hoá kinh tế đã có tác động rất lớn đến quá trình cải cách mở cửa kinh tế Trung Quốc, đưa Trung Quốc ngày càng hội nhập vào thị trường thế giới. Theo giới kinh tế, mặc dù trong tiến trình toàn cầu hoá, lợi ích của các quốc gia đang phát triển thu được ít hơn so với các nước đang phát triển nhưng Trung Quốc lại là một trong số ít nước đang phát triển được hưởng lợi nhiều nhất. Và câu hỏi đặt ra là, trong tình hình các quốc gia trên thế giới cùng nhau tham gia vào tiến trình toàn cầu hoá, quan hệ hợp tác kinh tế quốc tế ngày càng mở rộng mang tính cạnh tranh quyết liệt và sôi động, Trung Quốc đã làm thế nào để nhanh chóng nắm bắt được cơ hội phát triển có lợi, đề ra những chính sách và biện pháp tương ứng thu được những lợi ích thực sự và đối phó được những thách thức ảnh hưởng tới quá trình phát triển kinh tế của đất nước? Câu trả lời ở đây chính là đường lối, chính sách kinh tế đối ngoại khôn khéo của Trung Quốc được thể hiện ở những nội dung sau:

1.1. Nắm bắt cơ hội điều chỉnh cơ cấu ngành kinh tế toàn cầu hoá, kết hợp với tình hình kinh tế trong nước, làm cho vốn đầu tư nước ngoài phục vụ cho phát triển kinh tế tốt hơn.

Trung Quốc là một quốc gia đất rộng người đông, cơ sở kinh tế vẫn còn khá thấp so với mặt bằng chung của thế giới, sự cách biệt giữa các vùng nông thôn và thành thị là rất lớn. Nắm bắt được thời cơ điều chỉnh cơ cấu ngành trên toàn cầu, Trung Quốc đã gấp rút thực hiện điều chỉnh lại cơ cấu ngành kinh tế phù hợp với tình hình và đặc điểm của Trung Quốc, thể hiện ở các mặt sau:

Thứ nhất, phát triển các ngành sản xuất chất lượng cao tập trung nhiều lao động nhằm lợi dụng được nguồn lao động dồi dào tối ưu, giải quyết được việc làm cho người lao động, cải thiện đời sống toàn dân, ổn định tình hình kinh tế xã hội.

Thứ hai, tăng cường thu hút và sử dụng vốn đầu tư của nước ngoài, nâng cấp các ngành công nghiệp kỹ thuật tiên tiến, xoá bỏ tình trạng các nước phát triển chuyển các hạng mục sản xuất có tính ô nhiễm cao vào trong nội

địa. Đồng thời thông qua các công ty nước ngoài để xây dựng một hệ thống công nghiệp hiện đại hoá cho đất nước. Mặt khác, tiếp tục thúc đẩy các doanh nghiệp trong nước tham gia chung vốn, hợp doanh với các công ty nước ngoài.

Thứ ba, xây dựng các công ty xuyên quốc gia để thực hiện chiến lược kinh doanh và đầu tư xuyên quốc gia, chủ động hoà nhập với tiến trình toàn cầu hoá kinh tế.

1.2. Cải thiện cơ cấu hàng hoá xuất khẩu, tham gia toàn diện vào thương mại quốc tế

Trong tình hình mới, Trung Quốc sẽ tăng cường xuất khẩu các sản phẩm có hàm lượng kỹ thuật cao hơn và có sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế, đặc biệt là xuất khẩu các sản phẩm máy móc và linh kiện có hàm lượng kỹ thuật cao do chính nước mình sản xuất. Về sản xuất hàng hoá xuất khẩu, Trung Quốc cũng khuyến khích các địa phương trong nước bám sát tình hình sản xuất của đơn vị mình thực hiện sản xuất kinh doanh xuất khẩu với nhiều hình thức phù hợp với trong nước và quốc tế nhằm tránh tình trạng xây dựng xí nghiệp trùng lặp, gây lãng phí cho ngân sách nhà nước. Nhà nước cũng khuyến khích sự hợp tác, liên kết giữa các xí nghiệp, công ty trong và ngoài nước để trở thành một bộ phận sản xuất, tiêu thụ thống nhất trong cả nước và trên toàn cầu, tiến tới từng bước hoà nhập với tiến trình liên kết sản xuất và tiêu thụ trên thế giới.

Trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, Trung Quốc tăng cường kinh doanh xuất nhập khẩu với nhiều hình thức trong nhiều lĩnh vực, tăng cường xây dựng mạng lưới thị trường thế giới. Đặc biệt cùng với việc mở rộng khu công nghiệp, khu khai thác và phát triển, các xí nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ngày càng trở thành khâu quan trọng trong hoạt động ngoại thương của Trung Quốc, là động lực thúc đẩy Trung Quốc tham gia một cách toàn diện vào thương mại quốc tế.

**Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc
ra thế giới giai đoạn 1985 - 2005**

(Đơn vị: tỷ USD, số liệu trong ngoặc () là tỷ lệ %)

Năm	Tổng kim ngạch XK	Châu á	Bắc Mỹ	Châu Âu	Mỹ Latinh	Châu úc	Châu Phi
1985	27.4	18.8(68.9)	2.1(9.5)	4.5(16.5)	1.7(6.2)	0.6(2.3)	1.5(5.6)
1990	62.1	44.6(71.8)	5.6(9)	5.8(9.4)	0.8(1.3)	0.6(0.9)	1.3(2.1)
1995	148.8	92(61.8)	26.2(17.6)	23(18.4)	3.2(2.1)	2.5(1.7)	2.5(1.7)
1997	182.8	108.9(59.6)	34.6(18.9)	29(15.8)	4.6(2.5)	2.4(1.3)	3.2(1.8)
1998	183.8	48.2(26.2)	40.1(21.8)	33.4(18.2)	5.3(2.9)	2.7(1.4)	4.1(2.2)
2000	249.2	132.3(53.08)	55.3(22.2)	45.5(18.3)	7.2(2.9)	3.9(1.6)	5(2)
2001	266.2	141(53)	57.9(21.7)	49.2(18.5)	8.2(3.1)	7.3(1.7)	6(2.3)
2002	325.6	153.4(47.1)	67.3(22.9)	53.2(16.3)	8.7(2.7)	10.2(1.7)	4.8(1.5)
2003	438.4	222.6(50.8)	98.1(22.4)	88.3(20.1)	11.9(2.7)	12.9(1.7)	10.2(2.3)
2004	593.4	295.5(49.8)	132.2(22.5)	122.4(20.6)	18.2(3)		13.8(2.3)
2005	762	366.4(48.1)	174.7(22.9)	165.6(18.9)	23.7(3.7)		18.7(2.5)

Nguồn: “ Nghiên cứu chính sách thúc đẩy xuất khẩu của Trung Quốc giai đoạn từ 1975 đến nay và gợi ý vận dụng với Việt Nam” - Nguyễn Anh Minh, Luận án tiến sỹ kinh tế, thư viện Quốc gia

1.3. Thúc đẩy mạnh mẽ quá trình tham gia vào kinh tế khu vực và hợp tác thương mại toàn cầu

Hợp tác kinh tế khu vực và toàn cầu là những tiền đề mang lại những lợi ích thiết thực cho tự do hoá thương mại và đầu tư, giảm bớt mức thuế quan, xoá bỏ dần hàng rào phi thuế quan, cải thiện môi trường đầu tư, thúc đẩy tự do lưu động các yếu tố sản xuất như nguồn vốn, hàng hoá, kỹ thuật, tiền tệ, nhân lực giữa các quốc gia, đồng thời làm cho các yếu tố sản xuất được quy chuẩn hoá, được giám sát và cân đối thống nhất thông qua các tổ chức kinh tế quốc tế. Do đó, chính sách của Trung Quốc hiện nay là cố gắng gia nhập các tổ chức khu vực hoá toàn cầu, xác lập các quy chuẩn về hợp tác thương mại đa phương, cải thiện dịch vụ thương mại, luật bản quyền trí tuệ, luật về đầu tư có liên quan đến thương mại, bảo vệ môi trường và điều kiện lao động...trong những năm tới, Trung Quốc còn chủ trương tăng cường tham

gia hơn nữa vào các quan hệ hợp tác thương mại với các khu vực kinh tế của các nước đang phát triển ở châu Phi, Mỹ Latinh, Đông Nam Á...

1.4. Thực hiện cải cách trong lĩnh vực tiền tệ

Nhằm đảm bảo sự phát triển ổn định trong lĩnh vực tiền tệ toàn cầu hoá, Trung Quốc đã đề ra những chính sách cải cách trong lĩnh vực tiền tệ, chủ yếu tập trung vào các vấn đề:

+) *Thứ nhất*, mở rộng ở mức độ lớn thị trường tiền tệ nhằm thông qua cạnh tranh, nâng cao hiệu quả bố trí nguồn lực trong nước, áp dụng những nguyên tắc chuẩn mực trong phát hành tiền tệ để đảm bảo đầu tư của nước ngoài có hiệu quả.

+) *Thứ hai*, nâng cao hiệu suất kinh doanh của các ngân hàng thương mại, đặc biệt là khả năng phòng tránh rủi ro của những ngân hàng này.

+) *Thứ ba*, chú trọng bảo đảm quy mô và cơ cấu nợ nước ngoài với mức vừa phải và hợp lý, tìm mọi biện pháp làm cho thị trường tiền tệ trong nước ổn định. Đồng thời, tiếp tục tăng cường quản lý các khoản nợ nước ngoài một cách thống nhất, áp dụng các biện pháp tối ưu để đảm bảo cân đối các khoản thu chi tài chính của Nhà nước.

1.5. Xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa việc mở cửa kinh tế với nước ngoài và việc chấn hưng kinh tế trong nước.

Trong những năm tới, Trung Quốc sẽ tiếp tục thực hiện cải cách thể chế kinh tế và cải cách doanh nghiệp trong nước nhằm thúc đẩy sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Nhà nước sẽ tăng cường điều chỉnh cân đối mối quan hệ giữa mở cửa kinh tế với nước ngoài và phát triển kinh tế trong nước thông qua xây dựng và áp dụng đồng bộ một hệ thống chính sách pháp quy hữu quan như: chính sách pháp quy đầu tư trực tiếp của nước ngoài, chính sách kinh tế đối ngoại phù hợp với thông lệ quốc tế, các nguyên tắc, điều lệ quy

chuẩn hoá hành vi các hoạt động kinh tế, làm cho sự phối hợp giữa công tác phát triển kinh tế trong nước và kinh tế đối ngoại ngày càng cân đối, hài hoà và bổ sung lẫn nhau, giúp nền kinh tế phát triển có hiệu quả hơn, thúc đẩy nhanh chóng tiến trình đi vào toàn cầu hoá kinh tế của Trung Quốc.

Thực thi chính sách tích cực hội nhập thị trường quốc tế, Trung Quốc ngày càng xâm nhập sâu hơn vào thị trường châu Phi, nhưng nguyên nhân thì không dừng lại ở mục đích đơn giản là hội nhập kinh tế quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hoá. Vậy mục đích chính trong việc xâm nhập châu lục đen là gì?

Trong ba ngày từ mùng 4- 6 tháng 11 năm 2006 tại Bắc Kinh đã diễn ra hội nghị thượng đỉnh các nhà lãnh đạo Trung Quốc – châu Phi lần thứ ba với sự có mặt của Tổng Bí thư, chủ tịch nước Hồ Cẩm Đào và đại diện của 48/53 quốc gia châu Phi, trong đó có 41 nguyên thủ quốc gia và người đứng đầu chính phủ các nước châu Phi. Với quy mô và ý nghĩa của nó, sự kiện này được đánh giá là Hội nghị ngoại giao lớn nhất giữa Trung Quốc và châu Phi từ trước đến nay và là một sự kiện ngoại giao lớn nhất trong năm 2006 của Trung Quốc. Người phát ngôn Bộ Ngoại giao Trung Quốc cũng đã khẳng định rằng hội nghị này là hội nghị quốc tế quan trọng nhất mà Trung Quốc tổ chức kể từ khi nước Cộng hoà Nhân dân Trung Hoa được thành lập. Sự có mặt của hơn 40 vị nguyên thủ đến từ lục địa đen trong sự đón tiếp nồng hậu của nước chủ nhà đã cho thấy quan hệ nồng ấm giữa Trung Quốc và châu Phi, đồng thời thể hiện ảnh hưởng kinh tế và chính trị ngày càng gia tăng của Trung Quốc với lục địa đen này. Sự gia tăng mối quan tâm của Trung Quốc với châu Phi trong những năm gần đây xuất phát từ tầm quan trọng ngày càng tăng của châu lục này trong những tính toán chiến lược của Trung Quốc cả về kinh tế lẫn chính trị, cụ thể như sau:

2. Tìm kiếm nguồn nguyên liệu phong phú, đặc biệt là dầu mỏ

An ninh năng lượng và tài nguyên (nhất là dầu mỏ) là yếu tố cực kỳ quan trọng đối với phát triển của mỗi quốc gia trong giai đoạn hiện nay, đặc biệt là với nền kinh tế công nghiệp hoá đang trong giai đoạn phát triển bùng nổ hiện nay ở Trung Quốc. Sự phát triển kinh tế quá nóng của Trung Quốc trong những năm qua đã dẫn tới một thực tế là Trung Quốc ngày càng thiếu trầm trọng nguyên nhiên liệu phục vụ cho sự phát triển, nhất là trong những năm sắp tới. Trong khi các nước phương Tây đã kiểm soát hầu hết các mỏ dầu quan trọng nhất trên thế giới và tình hình Trung Đông không ổn định thì châu Phi ngày càng trở thành nguồn cung cấp dầu chiến lược cho Trung Quốc. Năm 2005, trung bình mỗi ngày Trung Quốc nhập 2,6 triệu thùng dầu, trong đó khoảng 800 ngàn thùng là từ Sudan, Angola, Congo- Brazaville và trong cả năm 2005, Trung Quốc đã nhập 38,3 triệu tấn dầu thô từ châu Phi, chiếm đến 30% nhu cầu dầu mỏ hàng năm của nền kinh tế nước này. Chỉ riêng ba nước là Sudan, Nigeria, Angola đã cung cấp tới 1/4 nhu cầu dầu mỏ cho Trung Quốc và trong sáu tháng đầu năm 2006, Angola đã vượt qua Ả rập Xê út để trở thành nước xuất khẩu dầu thô nhiều nhất vào Trung Quốc còn lượng dầu Trung Quốc mua từ Sudan tương đương 7% tổng lượng dầu Trung Quốc cần dùng.⁽⁸⁾

Vài năm gần đây, trong các chuyến thăm cấp cao của các nhà lãnh đạo Trung Quốc đến châu Phi, Trung Quốc đã giành nhiều hợp đồng, thoả thuận hợp tác khai thác tài nguyên dầu mỏ, khoáng sản cùng nhiều trao đổi thương mại khác. Trong chuyến thăm châu Phi của mình năm 2004, chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã mang theo một thông điệp rõ ràng từ Bắc Kinh rằng Trung Quốc và châu Phi là các đối tác tự nhiên của nhau, một bên có một nền kinh tế khát dầu lửa, khí đốt, bông, coban và gỗ, bên còn lại dồi dào tài nguyên thiên nhiên nhưng cần giúp đỡ để xuất khẩu các mặt hàng này. Còn tại hội nghị thượng đỉnh các nhà lãnh đạo Trung Quốc- châu Phi lần thứ ba tổ chức tại Bắc Kinh hồi cuối năm 2006, thì đằng sau những buổi lễ rầm rộ này có đến 2500 vụ

mua bán dầu hoả và các tài nguyên khác mà Trung Quốc muốn mua của các nước châu Phi.⁽⁹⁾

Với sự phát triển như hiện nay thì theo tính toán, đến năm 2020, Trung Quốc phải nhập khẩu tới 60% nhu cầu năng lượng của mình và Trung Quốc coi châu Phi như là một nguồn cung cấp dầu tiềm năng cho tương lai. Ngoài dầu mỏ, Trung Quốc còn quan tâm đến toàn bộ các loại nguyên liệu chiến lược vốn rất phong phú khác của châu Phi như gỗ, bông, cao su, đồng, sắt, coban, kim cương...

3. Tìm kiếm thị trường xuất khẩu

Ở phần trên, khi tìm hiểu về chính sách Kinh tế đối ngoại của Trung Quốc, chúng ta đã biết rằng, tham gia ngày càng sâu và rộng vào thương mại quốc tế, mở rộng thị trường xuất khẩu là một trong năm chính sách kinh tế đối ngoại lớn của nước này trong thời kỳ mở cửa. Thực tế cho thấy, sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế Trung Quốc đã biến nước này thành công xưởng sản xuất của thế giới và vấn đề cạnh tranh thị trường xuất khẩu cũng như đầu tư là sức ép đè nặng lên nền kinh tế đang đi vào giai đoạn cải cách cơ cấu, trong bối cảnh toàn cầu hoá nền kinh tế. Và trong khi hàng hoá Trung Quốc đang tràn ngập thị trường châu Á, châu Âu và châu Mỹ nhưng lại chưa quan tâm đúng mức đến thị trường châu Phi, nơi mà người tiêu dùng tương đối dễ tính đối với hàng tiêu dùng giá rẻ của Trung Quốc. Mặt khác, trong khi hàng hoá Trung Quốc đang bị cạnh tranh mạnh mẽ bởi các nền kinh tế đang phát triển ở các thị trường Âu, Á, Mỹ và liên tục bị các nước Âu, Mỹ dựng lên các rào cản thương mại để ngăn chặn sự xâm nhập của hàng hoá từ Trung Quốc thì châu Phi với hơn 500 triệu dân đang ngày càng trở thành thị trường tiềm năng cho hàng hoá Trung Quốc, nhất là hàng tiêu dùng giá rẻ xâm nhập mà một ví dụ điển hình là hàng dệt may của đất nước đông dân nhất thế giới này. Năm 2005 được coi là một năm xui xẻo đối với ngành dệt may Trung Quốc khi mà Ủy ban thực thi Hiệp định hàng dệt may Mỹ đã thông báo sản lượng

các chủng loại hàng dệt may nhập từ Trung Quốc tính đến tháng 6/2005 đã tăng 7.5% so với cùng kỳ 2004 và có nguy cơ làm đảo lộn thị trường dệt may Mỹ và vì thế buộc họ phải có biện pháp tự vệ bằng cách áp dụng hạn ngạch dệt may trở lại. Động thái này đã khiến ngành dệt may của Trung Quốc bị thất thu tới 2 tỷ USD, kéo theo khoảng 400 nghìn công nhân Trung Quốc bị mất việc. Để đối phó với tình trạng này, Trung Quốc một mặt đấu tranh chống lại quyết định “*vừa hấp tấp vừa thiếu công bằng*” từ phía Mỹ, một mặt ra sức khai phá các thị trường mới như Mỹ La tinh hay châu Phi. Theo hãng tin Tân Hoa Xã thì ngay khi Mỹ và EU hạn chế nhập khẩu hàng dệt may Trung Quốc thì hơn 69% hàng dệt may và quần áo xuất khẩu của nước này đã chuyển sang thị trường Châu Phi và Asean và để xâm nhập sâu hơn vào châu Phi, Trung Quốc đã chọn Nam Phi làm cửa ngõ cho xuất khẩu hàng dệt may của nước mình. Theo thống kê của hiệp hội dệt may Nam Phi, năm 2004, kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may Trung Quốc của nước này đã đạt hơn 500 triệu USD, tăng bốn lần so với năm 2003. Hàng dệt may Trung Quốc với giá rẻ hơn một nửa so với cùng mặt hàng sản xuất trong nước đã làm cho gần 50 nghìn lao động ngành dệt may Nam Phi mất việc làm, tình hình tương tự cũng xảy ra với khu vực nam Sahara khi trong vòng hai năm qua, đã có khoảng 100 nghìn lao động ngành dệt may thất nghiệp mà nguyên nhân chính là do hàng dệt may Trung Quốc giá rẻ tràn ngập thị trường.⁽¹⁰⁾

Thực tế cũng cho thấy quan hệ thương mại giữa Trung Quốc và châu Phi những năm gần đây đã tăng lên một cách nhanh chóng. Trung Quốc hiện là bạn hàng lớn thứ ba của châu Phi với kim ngạch buôn bán hai chiều năm 2005 là 40 tỷ USD, tăng gấp 10 lần so với năm 1995 và tăng 40 lần kể từ năm 1990. Dự kiến trong năm 2007 này, con số này sẽ đạt khoảng trên 50 tỷ USD và tăng lên mức 100 tỷ USD vào năm 2010, tức là gần gấp đôi so với 2007, trong đó cán cân thương mại luôn nghiêng về phía Trung Quốc.

Bên cạnh đó, châu Phi giàu tài nguyên nhưng đa số các nước này đều là những nước nghèo, thiếu vốn cho phát triển, vì vậy, đây sẽ là một thị trường đầu tư tiềm năng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Trung Quốc đến làm ăn, nhất là các doanh nghiệp khai thác khoáng sản, xây dựng cơ sở hạ tầng, sản xuất hàng tiêu dùng.

4. Tăng cường vị thế chính trị

Việc Trung Quốc thúc đẩy mạnh mẽ quan hệ với châu Phi còn mang một ý nghĩa chính trị, ngoại giao rất quan trọng. Hơn 40 năm qua, từ Mao Trạch Đông, Chu Ân Lai đến Đặng Tiểu Bình đều coi việc cố gắng phát triển quan hệ với các nước châu Phi là điểm cơ bản trong chính sách ngoại giao của Trung Quốc.

Trước hết, Trung Quốc cần sự ủng hộ của các nước châu Phi để xác lập ảnh hưởng có tính chất toàn cầu trong vai trò nước lớn trên thế giới và tại diễn đàn Liên Hợp Quốc. Châu Phi với hầu hết là các nước đang phát triển sẽ là nơi quan trọng và trước hết để Trung Quốc thực hiện ngoại giao chiến lược nước lớn của mình vì các nước châu Phi thường bỏ phiếu như là một khối trong các cơ quan quốc tế. Các nước châu Phi đã ủng hộ Trung Quốc rất mạnh mẽ trong việc chống lại các nghị quyết tại Liên Hợp Quốc của một số nước phương Tây lên án Trung Quốc về vấn đề vi phạm nhân quyền. Các nước châu Phi cũng giúp Trung Quốc đánh bại hầu hết tất cả mọi yêu cầu của Đài Loan gia nhập Tổ chức Y tế thế giới và các tổ chức quốc tế khác. Ngoài ra, các nước châu Phi còn giúp Trung Quốc thắng cuộc đấu thầu đăng cai Thế Vận Hội năm 2008 và Hội Chợ Thế Giới (World Expo) năm 2010. Và sẽ là không ngoa khi nói rằng năm 2006 là “ Năm Châu Phi” của Trung Quốc. Ngoài việc công bố chính sách đối với châu Phi hồi đầu năm, tháng 11/2006, trong Hội nghị cấp cao FOCAC diễn ra tại Bắc Kinh với việc thông qua hai văn kiện quan trọng, gồm Tuyên bố của Hội nghị và kế hoạch hành động trong giai đoạn 2007 – 2009, nhằm thúc đẩy hơn nữa quan hệ xã hội, kinh tế

và chính trị song phương. Tại FOCAC, chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã tuyên bố: “**Trung Quốc sẽ mãi là người bạn tốt, đối tác tốt và người anh em tốt của châu Phi**”. Diễn đàn này đã mở ra trang mới trong quan hệ Trung Quốc – châu Phi, nhưng đồng thời cũng gây ra sự đố kỵ của phương Tây, tuy nhiên, sách lược đối với châu Phi của Trung Quốc và triển vọng quan hệ Trung Quốc – châu Phi là không thể đảo ngược.

Hơn nữa, chính sách gần gũi hơn với châu Phi của Trung Quốc còn nhằm làm tăng thêm sự ủng hộ của châu Phi đối với nguyên tắc “ một nước Trung Quốc” mà từ bỏ quan hệ với Đài Loan. Trong những năm 90 của thế kỷ trước, có tới 20 nước châu Phi quan hệ ngoại giao với Đài Loan nhưng cho tới nay chỉ còn có 5 nước duy trì quan hệ với đảo quốc này là: Gambia, Burkina Faso, Sao Tome, Swaziland, Malawi nhưng Trung Quốc mong rằng với những hứa hẹn về viện trợ và đầu tư, các nước này sẽ dần cắt đứt các quan hệ với Đài Loan. Chính ngoại trưởng Đài Loan Hồ Chí Cường ngày 2/5/1998 đã phải thừa nhận: “ **hiện nay trong hơn 27 nước xoá quan hệ ngoại giao với Đài Loan thì đã có hai đến ba nước bật đèn đỏ và 2 đến 3 nước bật đèn vàng trong quan hệ với Đài Loan**”

Còn về phía các nước châu Phi mà nói, việc thúc đẩy quan hệ với Trung Quốc có một ý nghĩa rất quan trọng với họ. Trước hết, châu Phi cần thúc đẩy quan hệ với Trung Quốc nhằm cân bằng quan hệ với các nước lớn, đồng thời giảm sức ép và sự phụ thuộc quá lớn vào Mỹ và các nước Tây Âu. Hơn nữa, trong khi châu Phi đang có cảm giác bị phương Tây bỏ rơi trong dòng chảy toàn cầu hoá thì việc hâm nóng mối quan hệ với Trung Quốc vừa mang lại cho châu Phi những lợi ích kinh tế thiết thực, vừa tạo ra nhân tố đối trọng chính trị và kinh tế với các nước phương Tây theo hướng có lợi cho các nước châu Phi. Thúc đẩy quan hệ với Trung Quốc chính là nhân tố kích thích để thực hiện chiến lược cân bằng, cạnh tranh và tương tác trong quan hệ giữa châu Phi với

các nước lớn và giữa các cường quốc với nhau tại châu Phi có lợi cho châu Phi.

Như vậy, ngoài mục đích khai phá thị trường mới, chiều hướng phát triển của quan hệ Trung – Phi sẽ giúp Trung Quốc hướng tới mục tiêu hoà bình, thống nhất Tổ quốc, đồng thời đẩy mạnh chính sách tập hợp lực lượng mới. Với quan niệm “ tiến xuống Tây – Nam” để “ giữ vững Đông Bắc”, Trung Quốc đã coi châu Phi là một mắt xích quan trọng trong vành đai : ASEAN – Nam Á- Trung Đông- châu Phi – Mỹ Latinh của thế giới đa cực để điều hoà mối quan hệ với các nước lớn trong tương lai.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG TRUNG QUỐC XÂM NHẬP VÀO THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI

Trong chương I, chúng ta đã cùng tìm hiểu về châu Phi và nguyên nhân mà “ông lớn” Trung Quốc muốn xâm nhập, chiếm lĩnh và gây ảnh hưởng ở thị trường này. Trong chương II này, chúng ta sẽ đi vào một phần nội dung quan trọng của khoá luận này, đó là tìm hiểu những cách thức, biện pháp Trung Quốc đã áp dụng trong chiến lược hướng về châu Phi của mình, đồng thời đánh giá ưu, nhược điểm của những chính sách này.

I. Thực trạng Trung Quốc xâm nhập thị trường châu Phi

Về cơ bản, Trung Quốc đã xâm nhập vào châu Phi theo ba cách sau: Tăng cường đầu tư trực tiếp, tăng cường xuất khẩu, và viện trợ ODA và các biện pháp khác, chúng ta sẽ lần lượt đi nghiên cứu từng biện pháp này và đánh giá hiệu quả của chúng.

1. Tăng cường đầu tư trực tiếp vào châu Phi

1.1. Sơ qua về tình hình ĐTTT ra nước ngoài của Trung Quốc

Nếu như cách đây vài năm, nói đến Trung Quốc người ta thường nghĩ ngay đến mảnh đất hứa của các nhà ĐTNN thì hiện tại thế giới còn biết đến Trung Quốc với vai trò là một nhà đầu tư ngày càng lớn mạnh và trưởng thành. Theo như số liệu của bộ Thương mại Trung Quốc, tính đến cuối năm 2005 đã có 1600 doanh nghiệp Trung Quốc đầu tư tại 180 nước trên thế giới, tổng số vốn ĐTTT ra nước ngoài của đất nước đông dân nhất thế giới này đã đạt kỷ lục 12, 26 tỷ đô la Mỹ, là lần đầu tiên vượt qua ngưỡng 10 tỷ đô la Mỹ, tăng 123% so với năm 2004. Nếu tính cả đầu tư vào Hồng Kông thì tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Trung Quốc trong năm 2005 lên đến 57, 2 tỷ đô la Mỹ. Phần lớn các dự án đầu tư của Trung Quốc tập trung vào các lĩnh vực

như khai thác mỏ (chiếm 55% tổng số vốn đầu tư ra nước ngoài của nước này), dịch vụ thương mại (chiếm tỷ trọng 19%), sản xuất công nghiệp

(15%) và ngành bán lẻ, bán buôn (khoảng 5%) và tập trung nhiều nhất ở châu Á, Nam Mỹ, châu Phi, Australia và Bắc Mỹ.

Vì sao Trung Quốc lại tăng cường đầu tư ra nước ngoài nhiều như vậy?

Nguyên chủ tịch Giang Trạch Dân từng nhận định rằng, toàn cầu hoá kinh tế sẽ trở thành một xu thế tất yếu và con đường phát triển tốt nhất của Trung Quốc là phải hội nhập vào quá trình toàn cầu hoá này. Theo tinh thần đó, từ năm 2002, Trung Quốc đã khuyến khích các công ty lớn, nhỏ đầu tư ra nước ngoài. Ngoài ra, các nhà kinh tế cho rằng việc Trung Quốc tăng cường đầu tư ra nước ngoài còn nhằm đa dạng hoá việc sử dụng nguồn dự trữ ngoại tệ khổng lồ mà nước này tích lũy được sau hơn 10 năm tăng trưởng kinh tế liên tục đạt mức trên dưới 10%/ năm. Theo Thời Báo Kinh Tế Sài Gòn (tác giả Huỳnh Hoa, số 36/2006), tính đến cuối năm 2005, dự trữ ngoại tệ của Trung Quốc đạt 1066 tỷ đô la, mỗi tháng tăng thêm 20 tỷ nhờ thặng dư thương mại, do vậy mà Trung Quốc phải tăng cường đầu tư ra nước ngoài để giảm sức ép cho đồng Nhân dân tệ.

Mở rộng thị trường thế giới còn giúp các doanh nghiệp Trung Quốc có điều kiện tiếp cận các vùng đất mới và công nghệ hiện đại. Việc mua lại hay sáp nhập các công ty nước ngoài còn là một cách để các nhà sản xuất Trung Quốc xây dựng những thương hiệu quốc tế uy tín. Cuối cùng, đầu tư ra nước ngoài còn là con đường ngắn nhất để Trung Quốc thực hiện chính sách “*ngoại giao tiền bạc*”, xây dựng ảnh hưởng không chỉ cả kinh tế mà cả chính trị, quân sự, nhằm nâng cao vị trí của Trung Quốc như một siêu cường mới trên vũ đài quốc tế. Và mặc dù so với các ông lớn Mỹ, EU, Nhật, Đài Loan... đầu tư ra nước ngoài của Trung Quốc còn kém xa về quy mô cũng như lượng vốn đầu tư, nhưng theo ông Karl Sauvant, giám đốc UNCTAD thì

“ không lâu nữa, các doanh nghiệp Trung Quốc sẽ trở thành những nhà ĐTNN lớn không chỉ ở châu Á, mà còn ở nhiều khu vực khác trên thế giới”.

Và châu Phi là một trong những khu vực mà các nhà đầu tư Trung Quốc đang ngày đêm đeo đuổi, chúng ta hãy cùng xem xét tình hình đầu tư của Trung Quốc vào châu Phi trong suốt thời gian qua để thấy rõ hơn được điều này.

1.2. Trung Quốc đầu tư trực tiếp vào Châu Phi

(Nguồn: Tạp chí : ‘ Đầu tư ‘ nhà xuất bản Sơn Đông _ Trung Quốc _ tháng 2 năm 2006)

Trước năm 1979, Trung Quốc đầu tư rất ít vào châu Phi , các hạng mục đầu tư của doanh nghiệp đa phần thực hiện dưới sự chỉ đạo của Nhà nước. Trong khoảng từ 1979 cho tới 1990, hoạt động đầu tư cũng như thương mại, viện trợ của Trung Quốc vào châu Phi bắt đầu phát triển. Lúc này, tại châu Phi đã có 102 hạng mục đầu tư, tổng vốn đầu tư lên đến 51.19 triệu đô la Mỹ, bình quân 500 ngàn đô la Mỹ/ dự án, trong đó có những doanh nghiệp chế biến gỗ mức với mức vốn đầu tư đạt hơn 5 triệu USD.

Trong khoảng từ 1990 tới 1997, Trung Quốc đã thiết lập 11 trung tâm phát triển đầu tư và thương mại tại các nước Ai Cập, Guine, Mali, Cộng hoà Cote d’ ivoire, Nigieria, Cameroon, Gabon, Tanzania, Zambia và Mozambique, bước đầu tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Trung Quốc đến đầu tư tại châu Phi. Năm 1998, Uỷ ban kế hoạch Nhà nước cộng hoà dân chủ nhân dân Trung Hoa vạch ra phương hướng quy hoạch đầu tư vào châu Phi , đây là lần đầu tiên các vấn đề như: lĩnh vực, quy mô, mục tiêu đầu tư...được đưa ra phân tích tỉ mỉ, đồng thời đưa ra ý kiến chỉ đạo liên quan. Điều này đã đánh dấu bước ngoặt lớn trong quan hệ đầu tư hợp tác Trung Quốc– Châu Phi.

Năm 2000, chính phủ Trung Quốc bắt đầu kế hoạch “*Hướng Ngoại*”, sẵn sàng ứng phó với những thách thức của trong bối cảnh toàn cầu hoá. Các doanh nghiệp Trung Quốc trên mọi lĩnh vực như dệt may, điện dân dụng, vật liệu xây dựng, nông nghiệp, thực phẩm...đều đã khá trưởng thành, và những người dân châu Phi đã được hưởng lợi không nhỏ các sản phẩm chất lượng cao giá rẻ này của Trung Quốc. Đầu tư vào châu Phi không những được hưởng các chính sách ưu đãi từ phía các nước này mà còn được hưởng những chính sách ưu đãi mà các nước phát triển như châu Âu, Mỹ dành cho châu Phi. Vì thế, châu Phi trở nên rất quan trọng trong chiến lược hướng ngoại của Trung Quốc, và Trung Quốc đã áp dụng một loạt các chính sách khuyến khích các doanh nghiệp của mình đến đầu tư tại châu Phi như hội thuế xuất khẩu cho các thiết bị, linh kiện, nguyên vật liệu...dùng vào xây dựng cơ sở vật chất cho các doanh nghiệp đó. Đối với các ngành nghề đầu tư ở châu Phi mà tạo điều kiện giúp các ngành nghề khác trong nước mở rộng thị trường xuất khẩu, chính phủ Trung Quốc cũng chủ trương đơn giản hoá thủ tục, miễn giảm thuế, cho phép lưu trữ ngoại tệ thu được trong vòng 5 năm đầu cho các nhà đầu tư. Trung Quốc cũng kích lệ các doanh nghiệp có đủ tiềm lực, lợi thế so sánh, uy tín ở đủ các ngành nghề tích cực tham gia hợp tác kỹ thuật với các nước châu Phi.

Nhìn chung, từ năm 1996 cho tới nay, dưới sự kích lệ, hỗ trợ từ phía chính phủ Trung Quốc và tác động tích cực của việc phục hồi các nền kinh tế châu Phi, tình hình đầu tư trực tiếp của Trung Quốc tại châu Phi phát triển mạnh mẽ, biểu hiện ở các mặt sau:

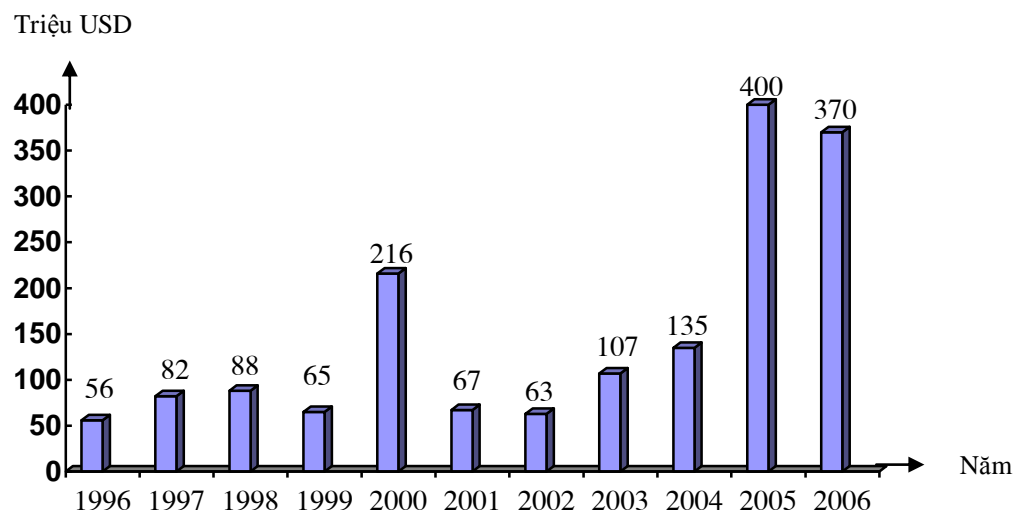
1.2.1. Tổng vốn đầu tư cũng như số doanh nghiệp tăng trưởng mạnh

Tính đến năm 2000 có 300 doanh nghiệp Trung Quốc đến đầu tư tại châu Phi (chiếm 6.5% trong tổng số hơn 5700 doanh nghiệp Trung Quốc tại 160 quốc gia trên thế giới) với số vốn cam kết 251 triệu đô la Mỹ, vốn thực hiện 216 triệu đô la Mỹ (tăng gấp đôi so với năm 1999), chiếm 39,2% tổng

vốn đầu tư trực tiếp của Trung Quốc ra nước ngoài trong năm đó và đạt ngưỡng cao nhất kể từ khi Trung Quốc đầu tư vào châu Phi. Hai năm sau, trong năm 2002, đã có thêm 36 doanh nghiệp mới thành lập, vốn cam kết đạt 73 triệu đô la Mỹ, vốn thực hiện là 63 triệu đô la Mỹ. Từ năm 2002 cho đến nay, ĐTTT của Trung Quốc vào châu Phi tăng mạnh mà đỉnh cao là mức 400 triệu đô la trong năm 2005. Theo báo cáo của Liên Hợp Quốc, tính đến năm 2006, tổng số vốn đầu tư trực tiếp lũy kế của Trung Quốc vào châu Phi đạt mức 6.44 tỷ đô la, tăng 14 lần so với cách đó bảy năm, năm 1999.

Đến cuối năm 2005, Trung Quốc đã có hơn 800 công ty đầu tư vào châu Phi, trong đó tập trung chủ yếu ở các lĩnh vực công nghiệp, khai khoáng, hoá dầu, xây dựng với tổng số vốn lũy kế lên đến 6,2 tỷ đô la Mỹ và đang tài trợ cho 900 dự án khác ở 49 nước châu Phi, trong đó Sudan là 350 triệu USD, Algeria là 170 triệu USD, Zambia là 10 triệu USD ⁽¹¹⁾.

**Biểu đồ 1: Kim ngạch ĐTTT của Trung Quốc vào châu Phi
trong các năm từ 1996 đến 2006**



Nguồn: Tổng cục Hải Quan Trung Quốc

Từ biểu đồ trên ta thấy kim ngạch đầu tư của Trung Quốc vào châu Phi chỉ bị chững lại vào năm 2001 và 2002, còn lại đều tăng trưởng nhanh. Vốn đầu tư trực tiếp vào châu Phi trong năm 2006 đã chiếm 9% tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Trung Quốc.

1.2.2. Địa bàn đầu tư ngày càng mở rộng

Nếu như trước kia, các nước Bắc Phi và Nam Phi như Ai Cập, Sudan, Zambia, Nam Phi là địa bàn đầu tư chính của các nhà đầu tư Trung Quốc thì tính đến hết năm 2005, các doanh nghiệp này đã có mặt tại 49 quốc gia châu Phi. Theo Vneconomy, Trung Quốc có quan hệ buôn bán với 57 nước và tiểu khu vực, lập hơn 150 công ty và văn phòng đại diện mậu dịch tại châu Phi. Để thúc đẩy và giúp đỡ các doanh nghiệp đầu tư vốn sang châu Phi, Trung Quốc đã thành lập trung tâm đầu tư và phát triển mậu dịch ở 19 nước châu Phi, ký hiệp định bảo hộ đầu tư với 28 nước và ký với 8 nước hiệp định chống đánh thuế hai lần. Trung Quốc còn khẳng định tiếp tục triển khai mở rộng thị trường thương mại châu Phi và sẽ xây dựng từ 3 – 5 khu hợp tác kinh tế thương mại tại châu Phi. Những hoạt động này của Trung Quốc không những giúp họ xâm nhập ngày càng sâu vào châu lục đầy tiềm năng này mà còn góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội của châu Phi.

1.2.3 Đầu tư khai thác dầu khí là mối quan tâm chính cùng với việc đa dạng hoá các lĩnh vực khác

Trong số những ngành nghề mà Trung Quốc đầu tư vào châu Phi thì khai thác dầu khí là ngành được đầu tư và quan tâm nhiều nhất. Như ở phần trên đã nói, an ninh năng lượng và tài nguyên là những yếu tố hết sức quan trọng đối với sự phát triển của mỗi quốc gia hiện nay, đặc biệt với một nước đang trong giai đoạn công nghiệp hoá và phát triển quá nóng như Trung Quốc, việc dự trữ và khai thác tài nguyên dầu mỏ có một ý nghĩa sâu sắc. Theo Simon Roughneen trong tác phẩm *“Influence anxiety: China's role in Africa”* và Wu Yong Long (*Maine University's press*), ba xí nghiệp dầu mỏ

lớn nhất của Trung Quốc bắt đầu mua các trữ lượng dầu của châu Phi từ năm 1993. Năm 1995, CNOOC (China National Offshore Oil Corporation) đã thắng thầu một cuộc đấu thầu dầu mỏ ở Sudan. Hai năm sau, khi Washington cắt bang giao với Sudan vì lý do vi phạm nhân quyền và sau khi các nước phương Tây rút ra khỏi Sudan thì CNOOC và các xí nghiệp khác của Trung Quốc tràn vào. Các công ty này phát triển các mỏ dầu, xây dựng các nhà máy lọc dầu và thiết lập các đường ống dẫn dầu. Tháng 1 năm 2006, CNOOC tuyên bố đã mua 45% toàn bộ các mỏ dầu tại Nigieria với giá 2.27 tỷ USD và sau đó bốn tháng, chính phủ Nigieria đồng ý cấp cho Trung Quốc bốn giấy phép thăm dò dầu mỏ sau khi Trung Quốc chịu đầu tư 4 tỷ USD vào việc xây dựng nhà máy lọc dầu và nhà máy điện tại nước này. Ngoài ra, Trung Quốc còn đầu tư hơn 8 tỷ USD trong việc thăm dò dầu và thiết lập một đường ống dẫn dầu từ các mỏ dầu miền Nam Sudan đến biển Đỏ để đổ dầu vào các cảng đổ dầu ở Sudan. Hiện nay có khoảng một vạn công nhân Trung Quốc làm việc trong các xí nghiệp dầu mỏ tại Sudan. Trung Quốc cũng chiếm khoảng 40% cổ phần của công ty liên kết Greater Nile Petroleum Operating Company, là công ty khoan dầu mỏ lớn nhất Sudan.

Ngoài dầu khí ra thì trong những năm gần đây, Trung Quốc rất chú trọng đa dạng hoá các lĩnh vực đầu tư, từ thời trang, du lịch cho đến chế biến thực phẩm, bán lẻ, thủy hải sản, bất động sản, giao thông vận tải, khai thác kim loại, chế biến gỗ, điện lực, viễn thông, xây dựng cơ sở hạ tầng... (Ví như trong lĩnh vực xây dựng đường sắt thì tháng 5 năm 2006, Trung Quốc cho Nigieria vay tỷ 1 USD để hiện đại hoá hệ thống đường sắt với công nhân chủ yếu là từ Trung Quốc. Trước đó không lâu thì Trung Quốc đã thắng thầu cả Mỹ, Nhật, Đức để xây dựng 528 km đường sắt trong tuyến đường sắt Đông – Tây dài 1216 km của Algeria. Sau đó, một công ty của Trung Quốc đã ký một hợp đồng trị giá 3 tỷ USD với Gabon để phát triển mỏ sắt, hệ thống đường sắt, xây dựng một cảng nước sâu cho các tàu container và các tàu lớn chở nguyên,

nhiều liệu có thể cập bến). Hiện nay Trung Quốc đang thống trị thị trường viễn thông ở Nigeria, xây dựng đường cao tốc ở Kenya và Rwanda, ngoài ra nước này còn giúp Nigeria lần đầu phóng vệ tinh lên quỹ đạo.

Các hoạt động đầu tư phi tài chính tại châu Phi cũng ngày càng nở rộ. Theo số liệu thống kê của Vụ chính sách đối ngoại Trung Quốc, năm 2003 các hoạt động đầu tư phi tài chính của nước này đạt 2.85 tỷ đô la Mỹ, trong đó châu Phi chiếm 2.6%, đạt mức 75 triệu đô la Mỹ. Các con số này trong những năm 2004, 2005 lần lượt là: 3.62 tỷ đô la Mỹ, 3.7%, 135 triệu đô la Mỹ; 12, 3 tỷ đô la Mỹ, 3.3% và 400 triệu đô la Mỹ. Nguồn vốn này chủ yếu đổ vào các nước như Sudan, Nigeria, Nam Phi, Guine, Gabon, Ai Cập

1.2.4 Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp dân doanh tham gia ngày càng nhiều vào hoạt động đầu tư.

Trước kia, nói tới các doanh nghiệp đầu tư tại châu Phi là người ta nghĩ ngay đến các doanh nghiệp lớn của nhà nước Trung Quốc như Zhong Di, Zhong Shui, Lu Qiao, Zhong Shi You. Nhưng trong những năm gần đây, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp dân doanh ngày càng đóng vai trò quan trọng. Theo thống kê của Tổng cục Thống kê Trung Quốc, hiện nay chỉ có khoảng 100 doanh nghiệp nhà nước cỡ lớn trên đất châu Phi, trong khi hơn 700 doanh nghiệp còn lại là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp dân doanh. Cùng với sự hợp tác Trung - Phi ngày càng sâu sắc, sự hợp tác giữa các doanh nghiệp này đã đạt được bước phát triển đáng kể, đại đa số được thành lập trong vòng ba năm trở lại đây.

1.3. Nhận xét và đánh giá về chính sách đầu tư tại Châu Phi của Trung Quốc.

Xâm nhập thị trường châu Phi qua đầu tư trực tiếp, có thể thấy rõ rằng Trung Quốc đã làm khá tốt. Kim ngạch đầu tư qua các năm không ngừng tăng lên, địa bàn đầu tư ngày càng mở rộng, các doanh nghiệp tư nhân tham gia vào đầu tư càng nhiều hơn, nhưng vẫn còn một vấn đề nổi cộm là Trung Quốc

mới chỉ chú trọng đầu tư vào khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên, đặc biệt là dầu mỏ và xây dựng cơ sở hạ tầng, mà chưa để ý nhiều tới việc đa dạng hoá lĩnh vực đầu tư, kể cả trong một số ngành mà Trung Quốc rất có tiềm năng như nông nghiệp, điện dân dụng, viễn thông...trong khi đó một số ngành mà Trung Quốc rất có thể mạnh lại không được quan tâm đầu tư đúng mức, điển hình là lĩnh vực nông nghiệp và sản xuất đồ điện gia dụng.

Phát triển nông nghiệp là một biện pháp hữu hiệu để giải quyết việc cung cấp lương thực, xoá đói giảm nghèo, nâng cao đời sống cho nhân dân châu Phi. Trình độ phát triển nông nghiệp của Trung Quốc, ở những mức độ khác nhau, có thể phù hợp với việc xây dựng một nền nông nghiệp tiên tiến ở châu Phi. Tại hội nghị cấp cao Bắc Kinh về diễn đàn hợp tác Trung Quốc-châu Phi, các nhà lãnh đạo Trung Quốc và châu Phi đã coi nông nghiệp là một trong những lĩnh vực hợp tác trọng điểm. Các quan chức chính phủ châu Phi khi trả lời phỏng vấn cũng khẳng định nền nông nghiệp châu Phi có viễn cảnh phát triển lớn, và dưới sự khuyến khích, cổ vũ của quan hệ mẫn nòng Trung Quốc- châu Phi, tiềm lực hợp tác nông nghiệp giữa Trung Quốc và châu Phi là rất lớn. Trên thực tế, Trung Quốc tiến hành hợp tác đầu tư vào nông nghiệp châu Phi từ những năm 60 của thế kỷ trước, tính đến nay đã giúp hơn 40 quốc gia ở lục địa đen này xây dựng gần 200 hạng mục hợp tác nông nghiệp, trong đó quan trọng nhất là việc thành lập trung tâm kỹ thuật nông nghiệp và giúp khai khẩn gần 7 ha đất trồng trọt. Tuy nhiên so với nhu cầu của châu Phi thì những con số trên còn quá hạn chế. Nếu Trung Quốc chú trọng hơn nữa đến hợp tác nông nghiệp thì mảnh đất giàu tài nguyên với hơn 860 triệu dân này sẽ mang lại không ít lợi ích cho các nhà đầu tư Trung Quốc.⁽¹²⁾

Ngoài lĩnh vực nông nghiệp ra thì hợp tác đầu tư trong lĩnh vực đồ điện gia dụng cũng có rất nhiều tiềm năng nhưng chưa được các nhà đầu tư Trung Quốc coi trọng đúng mức. Nền kinh tế châu Phi tuy chỉ chiếm 1% tổng lượng kinh tế toàn cầu, kim ngạch thương mại cũng chỉ trên dưới 2%, song viễn

cảnh thị trường hơn 860 triệu dân này là rất lớn. Chúng ta đều biết rằng châu Phi thuộc vùng khí hậu nhiệt đới, độ ẩm cao, nhiều mưa, vì thế nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm điều hoà, tủ lạnh... là rất lớn, đặc biệt là ở khu vực thành thị những quốc gia phát triển. Hơn nữa, trong những năm gần đây, khi nền kinh tế châu Phi bắt đầu phục hồi, nhu cầu về các sản phẩm giải trí của người dân cũng ngày một tăng lên. Những chiếc ti vi đen trắng giá rẻ rất được người dân Phi châu ưa chuộng, còn ti vi màu thì gần như là biểu hiện của những người giàu có trong xã hội. Theo điều tra, nhu cầu ti vi của dân châu Phi tăng trưởng vào mức 16% một năm, nhu cầu về đầu DVD, lò vi sóng, máy giặt cũng có chiều hướng tăng lên mặc dầu hiện tại phạm vi sử dụng vẫn tương đối hẹp. Trước mắt, ngành công nghiệp chế tạo của châu Phi vẫn ở vào tình trạng gần như không có gì, vậy nên nếu các nhà đầu tư Trung Quốc tranh thủ được thời cơ này, nhảy vào đầu tư ở lĩnh vực công nghiệp chế tạo, đặc biệt là chế tạo đồ điện gia dụng – ngành mà Trung Quốc có những phát triển vượt bậc trong thời gian qua thì hiệu quả sẽ vô cùng lớn⁽¹³⁾

Bên cạnh việc tăng cường ĐTTT vào châu Phi, Trung Quốc trong chiến lược xâm nhập châu lục đen của mình, còn không ngừng tìm cách mở rộng thị trường xuất khẩu ở châu lục này. Điều này vừa mang lại cho Trung Quốc một nguồn ngoại tệ khổng lồ, thị trường mở rộng, mà còn giúp Trung Quốc đa dạng hoá thị trường, đa dạng hoá rủi ro hoạt động xuất khẩu của mình. Chúng ta cùng nghiên cứu chính sách này của Trung Quốc trong phần hai dưới đây.

2. Mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước châu Phi.

Từ những năm 90 thế kỷ trước, chính phủ Trung Quốc đã hết sức coi trọng quan hệ hợp tác thương mại với các quốc gia châu Phi, không ngừng bổ sung và hoàn thiện các chính sách về thương mại của nước này với châu lục đen. Năm 1991, việc Trung Quốc thực hiện chiến lược đa dạng hoá thị trường đã đánh dấu một giai đoạn mới trong quan hệ của nước này với châu Phi. Năm 1997, Trung Quốc thực hiện chiến lược “***Hai nguồn tài nguyên, hai thị***

trường”, năm 2000 thực thi chính sách “ **Hướng ngoại**” và chính sách này được đề xuất tăng tốc hơn nữa trong năm 2002...tất cả những điều này có tác dụng to lớn trong việc khuyến khích quan hệ thương mại ngày càng phát triển Trung Quốc – châu Phi cũng như hoạt động xuất khẩu của nước này sang châu lục đen. Tính đến năm 1995, Trung Quốc có quan hệ thương mại với 53 quốc gia châu Phi, đến cuối năm 2002, Trung Quốc đã ký với 21 quốc gia châu Phi “ Hiệp định về khuyến khích và bảo hộ đầu tư song phương” và ký với 22 nước “ Hiệp định chống đánh thuế hai lần”. Kể từ đầu thập niên 90 cho tới nay, quan hệ thương mại Trung Quốc-châu Phi bước vào thời kỳ hợp tác, phát triển toàn diện, song song với nó, hoạt động xuất khẩu của hàng hoá Trung Quốc sang thị trường châu Phi cũng nở rộ không kém, điều đó được thể hiện rõ ở những điểm sau:

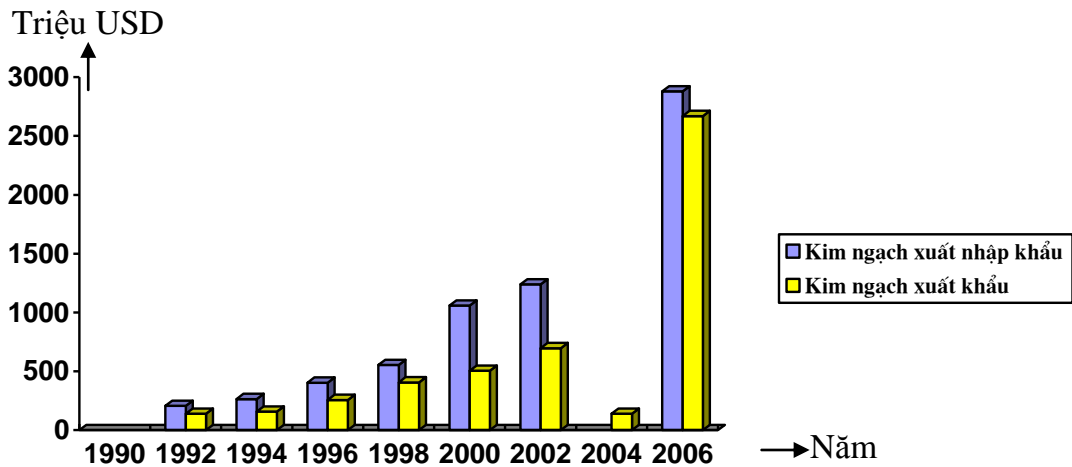
2.1 Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang châu Phi tăng nhanh

Những năm 50 của thế kỷ trước, kim ngạch thương mại giữa Trung Quốc và châu Phi chỉ đạt mức 10 triệu USD thì nửa thế kỷ sau, vào năm 1990, con số tăng lên đến 1.67 tỷ USD. Trung Quốc cũng đã vươn lên trở thành bạn hàng thương mại lớn thứ ba của châu Phi sau Mỹ và EU.

Riêng về kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi, duy chỉ có năm 1991, bị giảm xuống đôi chút, trong các năm còn lại, kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang châu Phi đều tăng mạnh, chúng ta có thể thấy rõ điều này khi quan sát biểu đồ dưới đây:

(chi tiết : xem phụ lục 1)

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Châu Phi giai đoạn 1990 – 2006



N

guồn: Tổng Cục Hải Quan Trung Quốc

Bảng 2: Bảng so sánh định gốc, liên hoàn kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Châu Phi giai đoạn 1990 – 2006

Năm	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Biến đổi so với năm 1990		Biến đổi so với năm liền trước	
		Lượng biến đổi tuyệt đối (tỷ USD)	Lượng biến đổi tương đối (%)	Lượng biến đổi tuyệt đối (tỷ USD)	Lượng biến đổi tương đối (%)
1990	1,3	-	-	-	-
1991	1	- 0.3	- 23	- 0.3	- 23
1992	1.4	0.1	7.7	0.4	40
1993	1.5	0.2	15.4	0.1	7.2
1994	1.8	0.5	38.5	0.3	20
1995	2.5	1.2	92.3	0.7	38.9
1996	2.6	1.3	100	0.1	4
1997	3.2	1.9	146	0.6	23
1998	4	2.7	207.7	0.8	25
1999	4.1	2.8	215.4	0.1	2.5
2000	5	3.7	284.6	0.9	21.9
2001	6	4.7	361.5	1	20
2002	6.9	5.6	430.7	0.9	40
2003	10.3	9	692	3.4	49.3
2004	13.8	12.5	961	3.5	34
2005	18.7	17.4	1338.5	4.9	35.6
2006	26.7	25.4	2053.8	8	42.8

guồn: Xem phụ lục 1

Năm 1990, tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi đạt mức 1.3 tỷ USD, đến năm 2006 tăng lên 26.7 tỷ USD, như vậy trong vòng 16 năm, kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi đã tăng 20.5 lần, tức là trung bình mỗi năm tăng 130% so với năm trước đó. Năm 2000 đánh dấu bước đột phá trong quan hệ thương mại Trung Quốc- châu Phi khi kim ngạch thương mại hai chiều lần đầu tiên vượt mức 10 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang châu Phi đạt 50.4 triệu USD, tăng gấp 3 lần so với năm 1994. Các năm sau đó, kim ngạch thương mại cũng như xuất khẩu của năm sau đều cao hơn năm trước, kim ngạch xuất khẩu năm 2005 của Trung Quốc vào châu Phi đạt mức 18.68 tỷ USD, tăng gấp gần 4 lần so với năm năm trước đó, năm 2000. Theo dự đoán của các chuyên gia, kim ngạch thương mại giữa Trung Quốc và châu Phi có thể đạt mức 100 tỷ USD vào năm 2010.

2.2 Các sản phẩm xuất khẩu của Trung Quốc sang châu Phi ngày càng đa dạng

Từ những năm 90 trở lại đây, các sản phẩm mà Trung Quốc xuất sang châu Phi chủ yếu chuyển dịch theo cơ cấu tăng dần các sản phẩm cơ điện, dệt may, hàng công nghiệp nhẹ và đồ dùng hàng ngày...và giảm dần các sản phẩm sơ chế. Năm 1995, các sản phẩm cơ điện, dệt may và thời trang chiếm 34.5% và 16.7% tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi. Năm 2002, kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm cơ điện và các mặt hàng có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao đạt mức 2.68 tỷ USD và 470 triệu USD, tăng 21.25% và 42.96% so với năm 2001. Xuất khẩu các sản phẩm dệt may và thời trang, giày dép, va-li, sản phẩm nhựa cũng đạt mức 2.45 tỷ USD, chiếm 35% toàn kim ngạch xuất khẩu vào châu Phi.⁽¹⁴⁾

Năm 2005, tổng kim ngạch xuất khẩu của các sản phẩm cơ điện, dệt may và thời trang, gang thép và thành phẩm gang thép, giày dép, lốp cao su,

nhựa tổng hợp đạt mức 15.8 tỷ USD, chiếm 84,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang thị trường châu Phi, trong đó các sản phẩm cơ điện chiếm vị trí số một với 43.7% tổng kim ngạch, tăng 2.7% so với năm 2004, tiếp đó là hàng dệt may, chiếm 20.1% tổng kim ngạch. Ngoài ra, các sản phẩm có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao đạt mức 1.83 tỷ USD, chiếm 9.8%, tăng 18% so với năm 2004, các sản phẩm này cùng với sản phẩm cơ điện chiếm 70.8% mức đóng góp cho tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu vào châu lục đen.

Ngoài những mặt hàng truyền thống trên thì hiện nay ở châu Phi, những chiếc xe hơi mang nhãn hiệu Trung Quốc bắt đầu nhiều dần lên trên các đường phố. Trong khi nhiều nhà sản xuất châu Âu và Mỹ đang đổ xô vào Trung Quốc – quốc gia có nhu cầu xe hơi ngày càng tăng, thì những nhà sản xuất của Trung Quốc, đơn cử như Chery lại chú ý tới châu Phi, một thị trường đầy tiềm năng. Thị trường châu Phi rất tiềm năng với Trung Quốc bởi các quốc gia ở đây không có những quy định về môi trường và độ an toàn ngặt nghèo như ở châu Âu hay các quốc gia khác. Sự phát triển gần đây của thị trường châu Phi mang lại nhiều hệ quả đáng chú ý. Trước đây lục địa này là nơi tiêu thụ rất lớn xe cũ từ châu Âu, nhưng từ khi các nhà sản xuất xe hơi Trung Quốc đặt chân lên mảnh đất này và bán những chiếc xe mới với giá thấp hơn các xe cũ của châu Âu cả ngàn đô la thì thị trường xe hơi châu Phi thực sự nóng lên. Thêm vào đó, rất nhiều nước châu Phi hiện nay ra đạo luật cấm nhập khẩu xe cũ đã qua sử dụng 5 năm, vì thế ngành công nghiệp chế tạo ô tô Trung Quốc phát lên như điều gặp gió. Một ví dụ điển hình là tại Senegal, giá trị nhập khẩu các xe mang thương hiệu Trung Quốc tăng từ 434.00 USD lên mức 7.9 triệu USD chỉ trong vòng 4 năm trong khi số xe nhập từ châu Âu vào giảm mạnh, chỉ còn 1/3 so với trước đây.⁽¹⁵⁾

2.3 Thị trường xuất khẩu của Trung Quốc tại châu Phi ngày càng được mở rộng

Cùng với sự gia tăng không ngừng của kim ngạch thương mại hai chiều Trung Quốc – châu Phi, thị trường xuất khẩu của Trung Quốc cũng không ngừng được mở rộng. Năm 1990 không có quốc gia châu Phi nào có kim ngạch xuất khẩu vượt qua mức 100 triệu USD với Trung Quốc, nhưng đến năm 2000, con số này tăng lên 14 quốc gia, chiếm 85.1% tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi.⁽¹⁶⁾

Năm 1993, chỉ có bảy quốc gia châu Phi có kim ngạch thương mại vượt mức 100 triệu USD với Trung Quốc, với tổng cộng kim ngạch là 1.6 tỷ USD, chiếm 63.2% tổng kim ngạch thương mại của Trung Quốc vào châu Phi, con số này trong năm 2005 đã tăng lên tương ứng là 11 quốc gia, 32.64 tỷ USD và 82.1%.

Bảng 3: Các quốc gia Châu Phi có kim ngạch thương mại vượt mức 100 triệu USD với Trung Quốc thời kỳ 1990 – 2002

Năm	Quốc gia có kim ngạch thương mại đạt hơn 100 triệu USD với Trung Quốc	Tổng tỷ trọng so với kim ngạch thương mại của Trung Quốc vào châu Phi	Quốc gia có kim ngạch nhập khẩu vượt 100 triệu USD với Trung Quốc	Tổng tỷ trọng so với kim ngạch xuất khẩu vào của Trung Quốc vào châu Phi
1990	Sudan	11.9%		
1994	Nam phi Ai Cập Marocco Togo	55%	Nam Phi Ai Cập Togo	39.9%
1998	Nam Phi Ai Cập Nigeria Sudan Angola Cote d'ivoire Gabon Benin Zimbabwe Tunis	80.4%	Nam Phi Ai Cập Nigeria Sudan Morocco Benin Kenya Algeria Cote d'ivoire Ghana	75.7%

	Ghana Kenya Algeria		Zimbabwe	
2002	Nam Phi Sudan Nigeria Ai Cập Angola Benin Morocco Algeria Guinea xích đạo Congo Gabon Cote d'ivoire Ghana Libya Togo Camaroon Zimbabwe Kenya Tanzania Ethiopia		Nam Phi Algeria Ai Cập Morocco Benin Sudan Algeria Cote d'ivoire Kenya Tunis Togo Tanzania Libya	

(Nguồn: Bộ Thương mại Trung Quốc)

2.4 Nhận xét và đánh giá chính sách mở rộng thị trường xuất khẩu vào châu Phi của Trung Quốc

Trên đây tác giả đã trình bày cuộc xâm nhập ngoạn mục mở rộng thị trường xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi. Nhưng đằng sau những con số ngày càng gia tăng đó là những nỗ lực và chính sách khôn khéo, hợp lý của chính phủ Trung Quốc mà Việt Nam có thể vận dụng để tiến vào châu lục này.

2.4.1 Trung Quốc tăng cường hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp xuất khẩu nói chung và xuất khẩu vào châu Phi nói riêng.

Hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp trong nước xuất khẩu mở rộng thị trường luôn là một biện pháp được chính phủ Trung Quốc coi trọng và châu Phi cũng không là ngoại lệ. Tại hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc – châu Phi hồi tháng 11 năm 2006, chủ tịch Hồ Cẩm Đào thông báo Trung Quốc sẽ cho các nước châu Phi vay 5 tỷ USD trong ba năm tới, trong đó 3 tỷ USD vay ưu đãi và 2 tỷ USD tín dụng xuất khẩu. Điều này sẽ tạo thuận lợi rất nhiều cho các doanh nghiệp Trung Quốc trong việc chiếm lĩnh thị trường châu Phi. Dưới đây là bản tín dụng xuất khẩu mà ngân hàng Xuất –Nhập khẩu Trung Quốc (China Eximbank) đã thực hiện trong giai đoạn từ 1994 đến 2005, tuy rằng không có số liệu cụ thể về tín dụng xuất khẩu dành cho châu Phi, nhưng qua đó cũng thấy được phần nào sự hỗ trợ từ phía chính phủ đối với các doanh nghiệp:

Bảng 4: Tín dụng xuất khẩu của China Eximbank giai đoạn 1994 đến 2005

Năm	Tín dụng người bán (tỷ RMB)			Tín dụng người mua (tỷ USD)		Giá trị xuất khẩu có sự hỗ trợ của China Eximbank (tỷ USD)
	Cam kết	Thực hiện	Dư nợ	Thực hiện	Dư nợ cuối kỳ	
1994	2.71					0.7
1995	6.95					2.5
1996	13.17					4.8
1997	18.22					6.1
1998	31.02	25.7		43.5	44	11.3
1999	31.31	26.81		12.4	56	13.3
2000	37.78	32.35		152.6	208	18.4
2001	47.93	41.77	64.7	151.8	358	18.9
2002	40.73	42.02	78.14	236.3	589	21.2
2003	60.74	59.02	89.84	271.4	796	34.4
2004	72.93	62.15	105.27	650	1330	34.07
2005	94.11	82.42	124.81	1260	2440	42

(Nguồn: *China Eximbank Report- 2005*)

Ngoài những nguồn tín dụng ưu đãi, chính phủ Trung Quốc còn thực thi chính sách hoàn thuế VAT đối với những doanh nghiệp xuất khẩu. Biện pháp này cũng có tác dụng cổ vũ rất lớn cho các doanh nghiệp Trung Quốc mở rộng thị trường xuất khẩu. Dưới đây là bảng hoàn thuế giá trị gia tăng (VAT) dành cho các doanh nghiệp Trung Quốc và so sánh với chi tiêu của chính phủ trong giai đoạn từ năm 1985 cho tới 2005:

Bảng 5: Kim ngạch xuất khẩu, tổng thu VAT, hoàn thuế VAT, chi tiêu của chính phủ Trung Quốc và tỷ trọng hoàn thuế so với chi tiêu chính phủ Trung Quốc giai đoạn 1985 - 2005

Năm	Kim ngạch xuất khẩu		Tổng thu VAT		Hoàn thuế xuất khẩu		Chi tiêu của chính phủ (tỷ RMB) Tỷ trọng hoàn thuế trong chi tiêu của chính phủ (%)	
	Tỷ RMB	% thay đổi so với năm trước	Tỷ RMB	% thay đổi so với năm trước	Tỷ RMB	% thay đổi so với năm trước		
1985	80.9	39.2	14.8		1.8		79.5	2.3
1990	298.6	52.7	40	- 7.2	18.6	21.6	100.4	18.5
1995	1245.2	19.5	260.2	12.7	55	22.2	199.5	27.6
1996	1257.6	1	296.3	13.9	82.8	50.5	215.1	38.5
1997	1561.1	20.6	328.4	10.8	55.5	- 33	253.3	21.9
1998	1523.2	0.5	362.8	10.5	43.6	- 21.4	312.6	13.9
1999	1616	6.1	388.2	7	62.7	43.8	415.2	15.1
2000	2063.5	27.7	455.3	17.3	105	67.5	552	19
2001	2202.9	6.8	535.7	17.7	107.2	2.1	576.8	18.6
2002	2694.8	22.3	617.8	15.3	115	7.3	677.2	17
2003	3628.8	34.7	723.7	17.1	203.9	77.3		27.5
2004	4913.1	35.4			420	106		
2005					337.2	- 19.7		

Nguồn: Zhi Yuan Cui (2003), “China’s Export tax rebate policy”, <http://english.mofcom.gov.com>

Ngoài ra, để thúc đẩy hơn nữa việc mở rộng thị trường xuất khẩu cũng như thay đổi cơ cấu mặt hàng theo hướng tăng dần xuất khẩu hàng hoá có hàm lượng khoa học kỹ thuật công nghệ cao và giảm dần các mặt hàng sơ chế, chính phủ Trung Quốc còn áp dụng các biện pháp như Bảo lãnh tín dụng xuất khẩu và nhập khẩu công nghệ từ nước ngoài. Tất cả các biện pháp này đã đem lại hiệu quả tích cực mà bằng chứng là kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi ngày càng tăng, cùng với đó, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu cũng đang dần được cải thiện theo chiều hướng tích cực.

2.4.2 Ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương, xúc tiến thương mại, tăng cường quan hệ ngoại giao với châu Phi.

Từ khi thành lập nước đến nay, Trung Quốc đã hết sức chú trọng quan hệ với châu Phi trên tất cả các phương diện kinh tế, chính trị, ngoại giao... và xét riêng trên lĩnh vực kinh tế thì để tạo thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu mở rộng thị trường, Trung Quốc đã ký kết rất nhiều hiệp định thương mại song phương và đa phương với các quốc gia châu Phi. Từ năm 1995 đến cuối 1999, chính phủ Trung Quốc đã ký hiệp định khung về cho vay cấp chính phủ với 23 quốc gia châu Phi, giúp đỡ các doanh nghiệp nước mình đến đầu tư và xuất khẩu sang châu Phi. Ngoài ra, Trung Quốc ký hiệp định bảo hộ đầu tư với 28 nước châu Phi và hiệp định chống đánh thuế hai lần với 8 nước thuộc châu lục này⁽¹⁷⁾

Các nhà lãnh đạo Trung Quốc cũng rất chịu khó công du tới châu Phi để tăng cường tình hữu nghị với châu lục đen này. Tháng 4 năm 2006, chủ tịch Hồ Cẩm Đào thăm 5 nước châu Phi là : Maroc, Kenya, Nigeria, Gabon và Algeria. Sau đó hai tháng, vào ngày 17-06-2006, thủ tướng Ôn Gia Bảo cũng có chuyến công du tới bảy quốc gia châu Phi khác gồm: Ai Cập, Ghana, Cộng hoà Dân chủ Congo, Angola, Nam Phi, Tanzania và Uganda. Chuyến đi này

của thủ tướng Ôn Gia Bảo, theo như lời của trợ lý Bộ ngoại giao Trung Quốc He Ya fei là nhằm mục đích “ *củng cố tình bạn, tăng cường tin cậy lẫn nhau, mở rộng hợp tác và mang lại sự phát triển chung*”. Trong năm 2007, ngay sau chuyến thăm Ấn Độ để tăng cường quan hệ hợp tác song phương, chủ tịch Hồ Cẩm Đào lại bắt đầu chuyến công du tới tám nước châu Phi gồm Cameroon, Liberia, Sudan, Zambia, Namibia, Nam Phi, Mozambique và Seisel. Theo giới phân tích thì chuyến đi này của ông Hồ Cẩm Đào thể hiện hai mục tiêu cơ bản mà Trung Quốc muốn hướng tới, đó là mục tiêu củng cố quan hệ chính trị – ngoại giao với chiến thuật “ *tất cả đều là đối tác*” và mục tiêu kinh tế, nhằm tạo thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp Trung Quốc xuất khẩu hàng hoá vào châu Phi.⁽¹⁸⁾

Còn tại hội nghị thượng đỉnh các nhà lãnh đạo Trung Quốc – châu Phi hồi tháng 11 năm 2006, Trung Quốc đã trải thảm đỏ nghênh tiếp 41 nguyên thủ quốc gia và người đứng đầu chính phủ các nước châu Phi và trong bài phát biểu khai mạc hội nghị, chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã khẳng định, 50 năm qua, Trung Quốc và châu Phi không ngừng tăng cường hiểu biết lẫn nhau, ủng hộ lẫn nhau và giúp đỡ lẫn nhau, đã trở thành bạn bè tốt, đối tác tốt, anh em tốt. Phó thủ tướng Ngô Nghi thì nói, Diễn đàn hợp tác Trung Quốc – châu Phi là hành động chiến lược quan trọng mà Trung Quốc và châu Phi cùng áp dụng nhằm ứng đối với thách thức trong thế kỷ mới, tôn vinh tình hữu nghị truyền thống, tăng cường hợp tác cùng có lợi.

Như vậy xét về mặt vĩ mô thì chính phủ Trung Quốc đã tạo ra một môi trường hết sức thuận lợi cho các doanh nghiệp Trung Quốc tiến vào thị trường châu Phi thông qua việc ký kết các hiệp định thương mại song, đa phương và tăng cường quan hệ ngoại giao. Còn ở góc độ nhỏ hơn, Trung Quốc còn hỗ trợ rất nhiều cho các doanh nghiệp nước mình đến châu Phi đầu tư hoặc mong muốn xuất khẩu vào thị trường này. Các hoạt động quảng bá hình ảnh, tuyên truyền, tham dự các hội chợ quốc tế đều có mặt những doanh nghiệp Trung

Quốc. Ngoài ra, Trung Quốc còn rất chú trọng tới công tác thông tin thị trường cho doanh nghiệp của mình, hai website nổi tiếng: <http://www.africa-invest.net> và <http://www.africawindows.com> chuyên tư vấn trực tiếp cho các doanh nghiệp Trung Quốc muốn sang đầu tư hoặc xuất khẩu vào châu Phi. Các website này trả lời tất cả mọi thắc mắc của các doanh nghiệp Trung Quốc từ vấn đề thủ tục pháp lý cho đến phong tục tập quán của người dân châu Phi, từ quảng cáo miễn phí cho các doanh nghiệp Trung Quốc cho tới tư vấn cho họ nên đầu tư, xuất khẩu vào lĩnh vực, mặt hàng nào... cung cấp đầy đủ và chi tiết, cụ thể thông tin cũng như đặc điểm, nhu cầu thị trường các nước châu Phi, cơ hội kinh doanh, tập quán kinh doanh... vì vậy các doanh nghiệp Trung Quốc có rất nhiều thông tin thị trường và có thể nói họ cần tìm hiểu về cái gì là sẽ có ngay thông tin về cái đó.

Tuy nhiên, những chính sách này không phải là không có hạn chế. Bên cạnh những thành tựu đạt được thì việc mở rộng thị trường xuất khẩu châu Phi của Trung Quốc cũng tồn tại nhiều vấn đề. Nghiên cứu thực trạng này sẽ giúp chúng ta hiểu sâu hơn đâu là điểm yếu trong chiến lược xâm nhập châu Phi của Trung Quốc, và từ đó rút ra bài học cho Việt Nam .

2.4.3 Những vấn đề còn tồn tại trong chính sách mở rộng xuất khẩu của Trung Quốc.

a, Quan hệ thương mại Trung Quốc - châu Phi ở vào tình trạng mất cân bằng trong thời gian dài.

Châu Phi luôn ở trong tình trạng nhập siêu từ Trung Quốc. Nguyên nhân chủ yếu của hiện tượng này là do các sản phẩm mà Trung Quốc xuất sang châu Phi, đặc biệt là hàng tiêu dùng vừa đẹp lại có giá rất thấp, dễ dàng được người dân ở lục địa đen này đón nhận, hơn nữa cơ cấu hàng hoá của Trung Quốc tại châu Phi ngày càng đa dạng hoá, có tác dụng phân tán rủi ro lớn. Ngược lại, hàng hoá châu Phi xuất sang Trung Quốc đa phần là hàng thô sơ chế như : dầu thô, gỗ nguyên liệu, khoáng sản, café, trà, bông, thuốc

lá...các mặt hàng này chịu ảnh hưởng rất lớn của giá cả thị trường và rất không ổn định. Nhìn về lâu dài, trong cơ chế thương mại quốc tế, bất kỳ một quốc gia nào cũng không thể giữ vững tình trạng xuất siêu mà không bị mất cân bằng hệ thống vì xuất siêu hay là nhập siêu thì cũng không có lợi đối với sự phát triển của thương mại quốc tế, cũng không phù hợp với nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi mà Trung Quốc vẫn thường khẳng định. Trước mắt thì hiện tượng mất cân bằng trong quan hệ thương mại Trung Quốc – châu Phi đã hạn chế sự phát triển của hai đối tác này.

b, Cơ cấu hàng xuất sang châu Phi của Trung Quốc vẫn trong tình trạng “dần cải thiện”

Mặc dù trong những năm gần đây, cơ cấu hàng xuất khẩu của Trung Quốc vào châu Phi đã được cải thiện, tỷ trọng các sản phẩm cơ điện không ngừng tăng lên qua các năm và trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang châu Phi của Trung Quốc nhưng cơ cấu của mặt hàng này có phần nào chưa hợp lý. Các sản phẩm cơ điện xuất sang châu Phi thường đơn điệu, chủ yếu vẫn tập trung nhiều sức lao động và có giá trị gia tăng thấp, tỷ lệ những sản phẩm có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao lại rất thấp. Các sản phẩm cơ điện là một bộ phận cấu thành quan trọng trong ngành công nghiệp chế tạo, các nước phát triển đều chủ yếu xuất khẩu các những sản phẩm thiết bị có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao và tập trung nhiều vốn, hơn 90% các sản phẩm cơ điện xuất khẩu của họ đa phần là hàng máy móc thiết bị. Nhưng với Trung Quốc, các sản phẩm cơ điện xuất sang châu Phi chủ yếu là những mặt hàng hàm lượng công nghệ rất thấp và cũng không mang lại nhiều giá trị gia tăng như chế phẩm kim loại, hoặc đồ gia dụng...Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện đại hiện nay, xét về lâu dài thì các sản phẩm mà cơ cấu quá đơn giản sẽ không thể chiếm lĩnh được thị trường, vì vậy các doanh nghiệp các nước đều phải thành lập một chuỗi quy trình sản phẩm nhằm nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Do vậy các doanh nghiệp Trung

Quốc nếu muốn đi sâu khai phá thị trường châu Phi rộng lớn hơn nữa thì cần phải đa dạng hoá kết cấu sản phẩm xuất khẩu.

c, Trật tự của các doanh nghiệp Trung Quốc ở châu Phi không ổn định

Hiện nay, các doanh nghiệp Trung Quốc xuất khẩu vào châu Phi đa phần là các doanh nghiệp tư nhân, hoạt động kinh doanh phân tán, chỉ mưu cầu lợi ích trong ngắn hạn nên áp dụng chính sách bán phá giá để mở rộng thị phần cho sản phẩm của mình. Điều đó đã dẫn đến một thực trạng là các doanh nghiệp xuất khẩu vào châu Phi của Trung Quốc trật tự hỗn loạn, ảnh hưởng đến uy tín của những sản phẩm Trung Quốc. Trước mắt đã có hơn 1000 doanh nghiệp Trung Quốc xuất khẩu hàng cơ điện vào thị trường Ai Cập, kim ngạch xuất khẩu hàng năm lên tới hàng triệu đô la, trong đó thấp nhất là vài ngàn USD, cao nhất thường là vài vạn thêm chí đến hàng trăm nghìn USD, nhưng tất cả đều làm ăn phân tán. Cũng chính vì chỉ nhìn vào cái lợi trước mắt cho doanh nghiệp mình, các doanh nghiệp xuất khẩu Trung Quốc chạy đua ép giá một cách không hợp lý dẫn đến tình hình cạnh tranh rất căng thẳng và kết cục là không những ảnh hưởng đến lợi ích của quốc gia mà cũng ảnh hưởng đến ngay cả lợi ích và hình ảnh của doanh nghiệp.

Chúng ta đều biết rằng trong thị trường thế giới hiện đại ngày nay, bán phá giá để cạnh tranh là một phương thức đã lỗi thời, hơn nữa sẽ phải chịu sự chỉ trích từ phía các doanh nghiệp, chính phủ nước sở tại cũng như đối thủ cạnh tranh khác. Hiện nay, những sản phẩm Trung Quốc xuất khẩu sang Nam Phi chịu nhiều điều tra chống bán phá giá nhất. Nam Phi đã tiến hành điều tra đối với 28 loại sản phẩm do Trung Quốc sản xuất, bao gồm hàng công nghiệp nhẹ, nông cụ, dụng cụ y tế...trong đó phần đa là là các sản phẩm giá trị gia tăng thấp như khăn mùi xoa, giày da, máy khâu...Cùng với sự phát triển của quan hệ thương mại Trung – Phi, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp Trung Quốc ngày càng kịch liệt, tình hình này nếu không kịp thời được giải quyết thì

sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển ổn định của quan hệ thương mại Trung Quốc – châu Phi.

d, Các doanh nghiệp Trung Quốc không chú trọng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu và dịch vụ hậu mãi.

Các doanh nghiệp Trung Quốc phần lớn đều không mấy chú ý đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Một số sản phẩm cơ điện Trung Quốc xuất sang châu Phi có vấn đề chất lượng rất dễ nhận thấy, hoặc là linh kiện không đủ đảm bảo an toàn, hoặc là linh kiện phụ tùng không ăn khớp với động cơ. Có doanh nghiệp vì muốn tranh giành khách hàng, cố tình báo giá thấp hàng mẫu, nhưng khi giao hàng thì lại không giống như hàng mẫu đã chào trước đó. Có doanh nghiệp còn nhái theo nhãn hiệu của những doanh nghiệp uy tín khác trong khi chất lượng sản phẩm thì rất kém...điều này đã khiến các doanh nhân châu Phi đánh mất niềm tin vào sản phẩm của các công ty Trung Quốc, họ thà chấp nhận hàng hoá giá cao hơn của châu Âu, Mỹ chứ không muốn nhập hàng Trung Quốc.

Ngoài ra, các doanh nghiệp Trung Quốc không mấy chú ý đến dịch vụ hậu mãi và điều này đã khiến các doanh nghiệp Trung Quốc chịu không ít tổn thất. Ví dụ điển hình là việc xuất khẩu sản phẩm cơ khí sang Ethiopia , do chất lượng dịch vụ hậu mãi không tốt nên hơn 40% lượng hàng của tập đoàn xe hơi Trung Quốc không tiêu thụ được trong khi các doanh nghiệp của các nước phát triển thì dùng đủ các hình thức chăm sóc khách hàng để tăng cường tính cạnh tranh cho thương hiệu của họ như: tặng đồ dùng cá nhân, gia tăng thời hạn bảo hành, thành lập những trung tâm chuyên xử lý khiếu nại của khách hàng...Nói tóm lại, trong điều kiện hàng hoá xuất khẩu chất lượng còn hạn chế, dịch vụ hậu mãi sẽ là một nhân tố quan trọng quyết định đến việc mua hàng của người tiêu dùng. Vì thế các sản phẩm Trung Quốc nếu muốn giành được thị phần trên đất châu Phi thì ngoài việc không ngừng nâng cao

chất lượng sản phẩm, còn phải hết sức chú trọng đến dịch vụ sau khi bán hàng.⁽¹⁹⁾

Song hành và bổ trợ cho ĐTTT và mở rộng thị trường xuất khẩu, để xâm nhập sâu hơn, lấy lòng và bôi trơn hoạt động với các quốc gia châu Phi, Trung Quốc còn dành cho châu lục này những khoản viện trợ ODA không nhỏ, giúp đào tạo nhân lực, hiện đại hoá cơ sở hạ tầng kỹ thuật... Những chính sách này được thực hiện một cách rất khéo léo và ẩn dưới nhiều cái tên mỹ miều, mang lại cho Trung Quốc những món hời không nhỏ, nhưng đồng thời Trung Quốc cũng chịu không ít gièm pha từ dư luận quốc tế. Phần ba dưới đây tập trung làm rõ vấn đề này.

3. Tăng cường viện trợ ODA và các biện pháp hỗ trợ khác

Châu Phi luôn chiếm một vị trí quan trọng trong chiến lược kinh tế cũng như chính trị của Trung Quốc. Trong phát biểu khai mạc Diễn đàn cấp cao hợp tác Trung Quốc – châu Phi ngày 04/11/2006, chính chủ tịch Trung Quốc, ông Hồ Cẩm Đào đã nhấn mạnh: “*Trung Quốc và châu Phi là những nước đang phát triển chiếm 1/3 dân số thế giới. Không có sự phát triển của Trung Quốc và châu Phi, sẽ không có sự phát triển chung của thế giới*”. Chính vì vậy, Trung Quốc không ngừng tìm trăm phương ngàn cách để xâm nhập ngày càng sâu hơn, rộng hơn vào lục địa đen này. Ngoài việc tăng cường đầu tư trực tiếp, tăng cường xuất khẩu thì có thể thấy rất rõ ràng rằng trong những năm gần đây, Trung Quốc không ngừng tăng cường viện trợ ODA cũng như hỗ trợ châu Phi rất nhiều trong việc đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng cơ sở hạ tầng, chữa trị bệnh... Mặc dù cũng đang là nước nhận viện trợ, nhưng Trung Quốc vẫn hào phóng dành cho châu Phi 6 tỷ USD vốn ODA trong những năm qua. Theo thống kê của Charles Onunaiju trong bài viết “***Problems of Africa – China Co-Operation***”, đến cuối năm 2005, Trung Quốc đã giúp xây dựng hơn 720 công trình ở châu Phi, cho hơn 18 ngàn học bổng của chính phủ, gửi hơn 15 ngàn nhân viên y tế sang châu Phi để chữa bệnh

cho 170 triệu bệnh nhân. Trong các chương trình viện trợ của Trung Quốc cho châu Phi trong vòng 50 năm qua, có 137 hạng mục thuộc lĩnh vực nông nghiệp, 133 hạng mục về xây dựng cơ sở hạ tầng, 43 bệnh viện, 20 trường học, 30 cơ sở thể dục thể thao, 23 nông trường, 18 trạm điện và 3000 km đường bộ. Trong đó, “ Cảng hữu nghị” ở Mauritania, đường bộ “ Hoàn Thành” ở Ethiopia, nhà thi đấu ở Mali đã trở thành những dấu mốc quan trọng trong quan hệ hữu nghị Trung Quốc – châu Phi ⁽²⁰⁾

Ngoài ra là các hạng mục thuộc các lĩnh vực khác như: điện lực, giao thông vận tải, viễn thông, thủy lợi, đường sắt... Trung Quốc dành sự giúp đỡ toàn diện cho 53 quốc gia châu Phi, không ngoại trừ một nước nào. Trong số hơn 800 hạng mục viện trợ đã hoàn thành ở 48 nước châu Phi, xây dựng cơ sở hạ tầng là những hạng mục chính yếu, ngoài ra còn bao gồm các lĩnh vực khác như nông nghiệp, ngư nghiệp và bồi dưỡng đào tạo nhân lực. Giúp đỡ về y tế cũng là một trong những nội dung chính trong các chương trình viện trợ mà Trung Quốc dành cho châu Phi. Kể từ năm 1963 đến nay Trung Quốc đã cử hơn 20000 cán bộ y tế sang châu Phi và hiện có hơn 1100 bác sỹ Trung Quốc đang công tác ở đất châu Phi. ⁽²¹⁾

Không chỉ có thế, Trung Quốc còn hứa hẹn đến cuối năm 2006 sẽ giúp châu Phi đào tạo 10 ngàn chuyên viên, và tại hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc – châu Phi hồi tháng 11 năm 2006, chủ tịch Hồ Cẩm Đào thông báo Trung Quốc sẽ cho các nước châu Phi vay 5 tỷ USD trong ba năm tới, trong đó 3 tỷ USD vay ưu đãi và 2 tỷ USD tín dụng xuất khẩu. Không kể việc xoá nợ 1.36 tỷ USD cho 31 nước châu Phi trong những năm qua, Trung Quốc hứa sẽ tiếp tục xoá thêm nợ cho những nước nghèo ở châu lục này, đồng thời tăng gấp đôi viện trợ cho châu Phi trong ba năm tới. Trước mắt, Trung Quốc ưu tiên giúp châu Phi xây dựng 30 bệnh viện, đào tạo 15000 chuyên gia, lập 10 trung tâm công nghệ nông nghiệp, xây dựng 100 trường học ở nông thôn, tăng

học bổng dành cho sinh viên châu Phi từ 2000 suất/năm lên 4000 suất/năm, tăng danh mục hàng hoá miễn thuế xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc từ 190 lên 440 mặt hàng nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hàng hoá châu Phi xâm nhập vào thị trường Trung Quốc.⁽²²⁾

Sách lược với thị trường châu Phi không chỉ dừng lại ở việc tăng cường viện trợ ODA và các hỗ trợ khác về tài chính, y tế. Trong toàn văn ra ngày 01/12/2006 về “ **Chính sách đối với châu Phi**”, chính phủ Trung Quốc đã đưa ra một loạt chính sách với thị trường này. Mục tiêu và nguyên tắc chung trong sách lược đối với thị trường châu Phi của chính phủ Trung Quốc, có thể dịch vắn tắt là: Chân thành hữu nghị, bình đẳng; Cùng ủng hộ và phối hợp chặt chẽ; học tập lẫn nhau, cùng tiến bộ;... và các sách lược này được thể hiện rõ ràng trong chính sách chính trị cũng như kinh tế của Nhà nước Trung Quốc, cụ thể như sau:

- **Về chính trị:** Tăng cường gặp gỡ của các lãnh đạo cấp cao, các cơ quan lập pháp, thiết lập và hoàn thiện Ủy ban song phương giữa các quốc gia, cấp bộ ngành. Tăng cường đối thoại song phương một cách linh hoạt, xây dựng cơ chế bàn bạc thống nhất.

- **Về kinh tế:** Tạo điều kiện thuận lợi để hàng hoá châu Phi xâm nhập vào thị trường Trung Quốc, áp dụng chế độ ưu đãi thuế quan với hàng hoá đến từ các nước châu Phi kém phát triển nhất; khuyến khích các nhà đầu tư Trung Quốc đến khai phá, lập nghiệp ở châu Phi; tiến hành hợp tác trên lĩnh vực tiền tệ, nông nghiệp, xây dựng cơ sở hạ tầng, hợp tác trong lĩnh vực khai thác tài nguyên.

Trong các chuyến đi châu Phi của Tổng bí thư, Chủ tịch nước Trung Quốc Hồ Cẩm Đào năm 2004, 2006 và 2007, của Thủ tướng Ôn Gia Bảo năm 2006, Trung Quốc đã đề xuất xây dựng quan hệ đối tác chiến lược kiểu mới Trung Quốc – châu Phi và tại hội nghị Nguyên thủ Diễn đàn Hợp tác Trung Quốc – châu Phi (FOCAC) tại Bắc Kinh tháng 11 năm ngoái, Trung Quốc và

các nước châu Phi đã tuyên bố thiết lập quan hệ đối tác chiến lược Trung Quốc – châu Phi kiểu mới: “ *Bình đẳng, tin cậy về chính trị, hợp tác cùng có lợi về kinh tế và giao lưu văn hoá*”

Theo đó, quan hệ Trung Quốc - Châu Phi sẽ chú trọng vào bảy lĩnh vực: Tăng cường trao đổi cấp cao, triển khai đối thoại chiến lược, tin cậy về chính trị; Tăng cường hợp tác cùng có lợi, mở rộng lĩnh vực hợp tác, bổ sung ưu thế cho nhau, khuyến khích và thúc đẩy buôn bán và đầu tư với nhau, trọng điểm là các lĩnh vực xây dựng cơ sở hạ tầng, công nghiệp, ngư nghiệp, thông tin, y tế đào tạo; tăng cường trao đổi kinh nghiệm quản lý và phát triển, cũng như năng lực phát triển của mỗi nước; Tăng cường giao lưu nhân dân, hợp tác khoa học kỹ thuật, giáo dục, môi trường, du lịch; Tăng cường hợp tác quốc tế, cùng ứng phó với các thách thức an ninh truyền thống và phi truyền thống, bảo vệ lợi ích chung của các nước đang phát triển trên tinh thần tin cậy lẫn nhau; Thúc đẩy xây dựng diễn đàn hợp tác Trung Quốc – châu Phi , tăng cường đối thoại tập thể, phối hợp thực hiện và hợp tác Kế hoạch hành động của Diễn đàn, kế hoạch phát triển đối tác mới Trung Quốc – châu Phi và kế hoạch phát triển kinh tế xã hội các nước châu Phi; Xuất phát từ lợi ích lâu dài xử lý thoả đáng những vấn đề mới và thách thức mới xuất hiện bằng đối thoại hoà bình, Trung Quốc cam kết “ sẽ mãi là người bạn tốt, đối tác và người anh em thân thiết của các nước châu Phi” cùng châu Phi xây dựng quan hệ đối tác chiến lược kiểu mới. Trong đó, chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã kiến nghị năm biện pháp đó là: thúc đẩy quan hệ chính trị bình đẳng, cùng tin cậy duy trì tiếp xúc cấp cao, triển khai cơ chế đối thoại định kỳ, thúc đẩy hợp tác cùng có lợi với châu Phi, phát huy các thế mạnh của nhau, tăng cường hợp tác kinh tế, nâng cấp hợp tác về phát triển nhân lực; Đa dạng hoá giao lưu văn hoá, trao đổi hợp tác giáo dục, khoa học – công nghệ, y tế, thể thao và du lịch; cùng thúc đẩy sự phát triển cân bằng và hài hoà trên toàn cầu, thúc đẩy hợp tác Nam – Nam và đối thoại Nam – Bắc, tuân thủ cam kết, mở cửa thị trường, tăng viện

trợ và giảm nợ cho các nước nghèo, thực hiện các. Mục tiêu thiên niên kỷ; tăng cường hợp tác và ủng hộ lẫn nhau trong các vấn đề quốc tế, trên cơ sở hiến chương LHQ và tôn trọng sự đa dạng và dân chủ, tăng cường hợp tác an ninh quốc tế⁽²³⁾...

4. Nhận xét chung về chính sách xâm nhập châu Phi của Trung Quốc

Trên đây đã trình bày các cách thức mà Trung Quốc áp dụng để xâm nhập thị trường châu Phi, nhưng mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp số liệu chứ chưa có một đánh giá cụ thể về ưu, nhược điểm cũng như tác động về kinh tế, chính trị, xã hội của những chính sách này. Vì việc đánh giá này là rất quan trọng để có một cái nhìn toàn diện trong chính sách xâm nhập của Trung Quốc, hơn nữa nó sẽ là bài học để soi vào Việt Nam trong chiến lược xâm nhập châu lục đen nên tác giả tách ra thành một phần riêng để tiện xem xét và đánh giá.

4.1. Ưu điểm

Về mặt tích cực thì việc Trung Quốc tăng cường trao đổi hợp tác với châu Phi đã giúp GDP của các nước châu Phi khu vực phía dưới sa mạc Xa-ha-ra tăng rất nhanh. Trong những năm 1997-2000, GDP của các nước trong khu vực này chỉ tăng trung bình 2.6% một năm. Nhưng do nhu cầu về nhiên liệu và nguyên liệu của Trung Quốc ngày càng lớn nên giá quốc tế của những sản phẩm này ngày một tăng. Việc này đã giúp cho GDP của các nước này tăng trung bình là 4.4% một năm trong giai đoạn 2001-2004. Một phần vì do đầu tư của Trung Quốc, năm 2005 GDP của các nước châu Phi tăng với tỉ lệ cao nhất từ trước tới nay, khoảng 5.2%. Các nước châu Phi rất hoan hỉ vì Trung Quốc đẩy giá nguyên liệu và nhiên liệu lên cao và vì các công trình xây dựng của Trung Quốc như đường sá, cầu cống, đập nước...chất lượng khá cao mà giá thành thấp hơn nhiều so với các công trình của các nước phương Tây⁽²⁴⁾

4.2. Nhược điểm

Mặc dù có những lợi ích trước mắt, đầu tư của Trung Quốc cũng sẽ mang đến nhiều hậu quả tiêu cực về lâu dài. Theo một bản tường trình gần đây của Tổ chức Hợp tác Kinh tế và Phát triển (OECD - Organization for Economic Cooperation and Development) thì việc tăng cầu rất nhanh và lớn của Trung Quốc về nguyên nhiên liệu đã làm cho các nước châu Phi bớt chú trọng vào việc đa dạng hoá các nền kinh tế của họ. Vì thế, các nước này sẽ gặp nhiều rủi ro khi giá nguyên liệu và nhiên liệu trên thị trường thế giới thay đổi bất ngờ. Thêm vào đó việc Trung Quốc đưa công nhân của mình sang châu Phi làm việc trong các công trình xây dựng, ngành khoáng chất, dầu mỏ và các ngành công nghiệp chế biến khác vô hình chung đã không tạo ra được cơ hội nghề nghiệp cho người dân bản xứ. Tại Nam Phi có khoảng 200 ngàn người Trung Quốc trong khu vực bán sỉ và lẻ đồ may mặc, vì thế công đoàn nước này đã yêu cầu chính phủ phải đặt quota hàng may mặc và hàng dệt nhập từ Trung Quốc để bảo vệ nền công nghiệp này cũng như việc làm cho dân bản xứ. Một điểm đáng quan ngại nữa là việc xuất khẩu dầu của Angola và Nigeria đã đẩy giá hồi đoái của các nước này lên cao và vì thế khiến cho các hàng xuất khẩu của những ngành nghề cần nhiều nhân công của các nước châu Phi mất thế cạnh tranh⁽²⁵⁾

Thêm vào đó là các công ty Trung Quốc ở châu Phi có lẽ vì quen với cung cách làm việc trong nước, đã có những hành động không tốt như: hối lộ các quan chức nước sở tại, trả tiền công nhân bản xứ chậm hay thiếu, hà hiếp công nhân và phá hoại môi sinh. Nhưng chính phủ Trung Quốc nhất định không chịu can thiệp mặc dầu phần lớn các công ty này là công ty của Nhà nước. Trong cuộc viếng thăm châu Phi hè năm 2006, thủ tướng Ôn Gia Bảo đã khôn khéo lờ đi vấn đề này và nói rằng đây là những việc nội bộ của các nước châu Phi và Trung Quốc tin tưởng là nhân dân các nước châu Phi có thể tự dàn xếp các công việc riêng của chính mình. Cũng chính vì không có sự

can thiệp từ phía nhà cầm quyền Trung Quốc, tháng 10 năm 2006, chính phủ Gabon đã phải bắt công ty dầu quốc doanh lớn nhất của Trung Quốc là Sinopec ngưng hoạt động vì công ty này không những không có giấy phép hoạt động tại khu rừng cấm Lôang nhưng đã phá hoại môi trường ở đó. Tại Zambia các công nhân mỏ của một công ty hầm mỏ Trung Quốc đã biểu tình bạo động vì môi trường làm việc tệ hại và công ty không chịu trả lương cho họ.⁽²⁶⁾

4.3. Thách thức cho Trung Quốc

Trước mắt Trung Quốc còn có rất nhiều việc phải làm để xâm nhập ngày càng sâu, rộng và gây ảnh hưởng càng lớn tại châu lục đen này.

Châu Phi vốn là khu vực có ý nghĩa quan trọng về địa vị chính trị đối với Đài Loan nên ảnh hưởng của Trung Quốc ở đây dù ít dù nhiều cũng bị hạn chế. Một số quốc gia châu Phi chịu ảnh hưởng của Đài Loan như Senegal, Xao-tô-mê và Pơ-nanh-xi-pê đã cắt quan hệ với Trung Quốc để lập quan hệ với Đài Loan. Như vậy muốn giành được ưu thế hơn Đài Loan thì ngoài việc mở rộng quan hệ chính trị với toàn khu vực, Trung Quốc còn phải có sức mạnh kinh tế. Đây là điều kiện không thể thiếu nhưng xét về thực lực kinh tế, Trung Quốc sẽ gặp không ít khó khăn trong cuộc cạnh tranh của các ông lớn Mỹ, Anh, Pháp và Đài Loan ở châu lục này. Trung Quốc hy vọng duy trì và phát triển quan hệ thương mại với các nước châu Phi nhằm mở rộng thị trường hàng hoá rẻ, thúc đẩy liên doanh liên kết, nhưng khả năng tài chính và kỹ thuật của Trung Quốc thì có hạn. Trung Quốc cũng chỉ mới đi vào lĩnh vực hợp tác nông nghiệp, ngư nghiệp chứ chưa đủ khả năng để đầu tư, viện trợ hay trao đổi thương mại với châu Phi như Pháp, Mỹ và Đài Loan (buôn bán hàng năm giữa Đài Loan và châu Phi là 25 tỷ USD trong khi Trung Quốc chỉ đạt khoảng 5.7 tỷ USD). Mặt khác các nước châu Phi đang rất cần vốn để khai thác tài nguyên giàu có của mình chứ không cần nhiều lao động, mà Trung Quốc lại đang dư thừa lao động và cần xuất khẩu.

Trong khi đó, dư luận phương Tây cho rằng mặc dù góp phần nâng cao giá trị các nguồn nguyên liệu xuất khẩu của châu lục đen, nhưng ảnh hưởng kinh tế ngày càng lớn của Trung Quốc đã biến châu Phi thành thị trường tiêu thụ hàng hoá giá rẻ của Trung Quốc. Ngoài ra, theo phương Tây, sự ủng hộ và mối quan hệ gần gũi không có điều kiện khắt khe của chính quyền Trung Quốc sẽ làm hỏng các nỗ lực của phương Tây trong việc “*thúc đẩy nền dân chủ và cải thiện quyền con người*” tại một số quốc gia bất ổn như Angola, Nigeria, Sudan và Zimbabwe. Trung Quốc phải hứng chịu búa rìu dư luận quốc tế khi chỉ vì nguồn nguyên nhiên liệu mà đã ủng hộ các chính quyền độc tài tàn bạo mà nhiều nước trên thế giới đã lên án mà trường hợp được thế giới để ý đến nhiều nhất là Sudan. Khi Hội Đồng An ninh của Liên hợp quốc đưa ra nghị quyết vào tháng 9 năm 2006 để trừng phạt Sudan về việc không chịu ngưng những vụ thảm sát tại khu vực phía tây Dafur, Trung Quốc dọa là sẽ phủ quyết Hội Đồng An ninh, bắt buộc phải thảo nghị quyết lại cho nhẹ nhàng hơn, nhưng nghị quyết này được thông qua với phiếu thuận là 11-0 vì Trung Quốc, Nga, Pakistan và Algeria đã bỏ phiếu trắng. Và vì Trung Quốc cũng không chịu thúc đẩy Khartoum chấp nhận biểu quyết của Hội Đồng An ninh đưa một đoàn quân của Liên hợp quốc vào Dafur để đem lại an ninh và trật tự, trên thực tế Trung Quốc đã bật đèn xanh các vụ thảm sát ở Dafur và vì thế để cho bạo lực và người tị nạn lan tràn sang Chad. Không chỉ có thế, Trung Quốc còn bán cho Khartoum nhiều loại vũ khí như trực thăng tác chiến dùng vào việc đàn áp, tàn sát dân thường ở Darfur.

Một trường hợp khác là Zimbabwe, sau khi các nước Âu châu và Mỹ rút khỏi nước này vì ảnh hưởng tiêu cực của chính sách điền địa và vì việc vi phạm nhân quyền trầm trọng, Trung Quốc đã lập tứ nháy vào ủng hộ chính quyền Mugabe với mục đích thu hút tài nguyên của nước này. Vì thế, mặc dù châu Âu và Mỹ có chính sách cấm vận vũ khí với Zimbabwe, cuối năm Trung Quốc đã bán 12 chiếc máy bay phản lực tác chiến FC – 1100 và xe quân sự

cho chính quyền Mugabe với giá 200 triệu USD. Trước đó, tháng 5 năm 2000, Trung Quốc đã gửi một lô vũ khí nhẹ sang Zimbabwe để đổi 8 tấn ngà voi. Sự ủng hộ của Trung Quốc trên bình diện chính trị, kinh tế và quân sự không những đã giúp chính quyền Mugabe tồn tại mà gây thêm các vấn đề dân tị nạn cho Mozambique và Nam Phi.

Trường hợp thứ ba là Angola, chính phủ Angola có thành tích tham nhũng rất lớn và đã sử dụng thu nhập từ dầu mỏ như những khoản viện trợ một cách mờ ám cho các cá nhân trong chính quyền. Vì thế các nước cho vay trên thế giới cũng IMF đặt điều kiện là chính quyền Luanda phải có những đề án minh bạch và những chính sách sáng tỏ. Trung Quốc lập tức nhảy vào cho chính quyền này mượn 2 tỷ USD để tu chỉnh hệ thống hạ tầng đã bị chiến tranh phá huỷ. Mặc dù Trung Quốc nói rằng số tiền cho vay này không có điều kiện tiên quyết, Trung Quốc đặt vấn đề là 70% các công trình xây dựng là phải dành riêng cho các công ty Trung Quốc và tiền vay nợ phải được trả dần bằng nhiên liệu và nguyên liệu. Tuy nhiên đối với chính quyền Angola, điều kiện của Trung Quốc dễ thi hành hơn là những điều kiện của Âu, Mỹ và các tổ chức quốc tế về chính sách minh bạch, giải quyết các vấn đề tham nhũng, về việc không dùng phương pháp đàn áp tàn bạo để duy trì an ninh hay để củng cố chính quyền, và về cải thiện phương pháp cai trị. Đó là lý do vì sao đến năm 2004, Trung Quốc đã vượt Mỹ để trở thành nước mua dầu nhiều nhất của Angola và quan hệ giữa Angola và Trung Quốc càng ngày càng tăng cường.⁽²⁷⁾

Như vậy, con đường tiến vào châu Phi của Trung Quốc còn rất nhiều chông gai, tuy vậy, sự phát triển quan hệ các mặt giữa Trung Quốc và châu Phi trong thời gian qua cho thấy, Trung Quốc đã xác định hướng tiến vào châu Phi- mảnh đất trinh nữ chưa được khai phá, với lợi ích kinh tế và chính trị rõ ràng. Trên đây là những khái quát chung về ưu, nhược điểm cũng như thách thức của Trung Quốc trong cuộc trường chinh xâm nhập thị trường châu

Phi . Việc tiếp theo, chúng ta sẽ đi vào nghiên cứu và đánh cụ thể hơn các ưu, nhược điểm này ứng với từng biện pháp xâm nhập của Trung Quốc trên phương diện đầu tư, mở rộng thị trường xuất khẩu, tăng cường viện trợ ODA và các biện pháp khác. Tuy nhiên, trong khuôn khổ của một khoá luận thì tác giả xin được đi sâu vào phân tích đánh giá cách thức xâm nhập, mở rộng thị trường xuất khẩu châu Phi của Trung Quốc, vì trước hết, mở rộng thị trường xuất khẩu là biện pháp quan trọng nhất để Trung Quốc tiến vào thị trường châu Phi, hơn nữa việc nghiên cứu vấn đề này sẽ đưa lại cho Việt Nam nhiều bài học kinh nghiệm bổ ích, vì trước mắt thì Việt Nam chưa thể có đủ tiềm lực tài chính để đầu tư sang châu Phi hay viện trợ ODA cho châu Phi nhiều như Trung Quốc.

Trên đây, chúng ta đã nghiên cứu các chính sách, biện pháp xâm nhập vào thị trường châu Phi của Trung Quốc. Những biện pháp, chính sách này là bài học kinh nghiệm hết sức quý giá với Việt Nam trên con đường chinh phục châu Phi, tuy nhiên, dù là Trung Quốc và Việt Nam có rất nhiều đặc điểm kinh tế, xã hội giống nhau nhưng không phải biện pháp nào của Trung Quốc chúng ta cũng có thể học tập được. Ví như đầu tư nước ngoài và viện trợ ODA thì ở thời điểm này, Việt Nam chưa có đủ tiềm lực để thực hiện tốt như Trung Quốc. Ở phần 3 này, tác giả sẽ tập trung giới thiệu về tiềm năng hợp tác Việt Nam và châu Phi, và các biện pháp để Việt Nam xâm nhập thành công vào châu Phi trên cơ sở bài học từ Trung Quốc với việc tăng cường mở rộng thị trường xuất khẩu sang châu Phi, vì những bài học đó là thiết thực và phù hợp nhất với Việt Nam trong hoàn cảnh hiện tại.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC VIỆT NAM - CHÂU PHI TRÊN CƠ SỞ KINH NGHIỆM CỦA TRUNG QUỐC

Chương I và chương II đã giới thiệu về Châu Phi và các biện pháp Trung Quốc xâm nhập vào thị trường này, đồng thời cũng nhận xét, đánh giá các biện pháp đó, những ưu thế và thách thức cho Trung Quốc trên con đường xâm nhập Châu Phi của mình. Chương III này ngoài việc nghiên cứu về tiềm năng hợp tác Việt Nam – Châu Phi, tác giả còn đưa ra những kiến nghị, biện pháp để Việt Nam tiến vào thị trường châu Phi trên cơ sở bài học, phương pháp và kinh nghiệm từ Trung Quốc. Nhưng điều cần lưu ý ở đây là không phải bất cứ biện pháp nào mà Trung Quốc áp dụng, Việt Nam cũng có thể áp dụng theo vì dù rằng có nhiều điểm tương đồng về văn hoá, đặc điểm kinh tế xã hội nhưng tiềm lực kinh tế và mục đích chính trị của Trung Quốc khác xa so với Việt Nam. Vì thế Việt Nam có thể học được nhiều nhất ở Trung Quốc trong việc xâm nhập thị trường Châu Phi là ở việc mở rộng thị trường xuất khẩu và đầu tư. Các biện pháp mà tác giả kiến nghị ở chương III này cũng tập trung vào hai vấn đề này. Nhưng trước hết, chúng ta hãy cùng xem xét mối quan hệ Việt Nam – Châu Phi trong suốt lịch sử quan hệ của nước ta với châu lục đen này:

I. Tổng quan quan hệ Việt Nam - châu Phi

Quan hệ Việt Nam – châu Phi được hình thành từ những năm 50, 60 của thế kỷ trước khi mà toàn dân Việt Nam đang “*ngày chiến đấu, đêm sản xuất*”, đấu tranh chống lại hai thế lực xâm lăng hùng hậu là thực dân Pháp và đế quốc Mỹ. Đa số các quốc gia châu Phi ra đời từ các phong trào giải phóng dân tộc trong các thập niên 60, 70 của thế kỷ XX và cùng chung một kẻ thù là

chủ nghĩa thực dân đế quốc với Việt Nam nên chúng ta có quan hệ tốt đẹp với nhiều nước châu Phi, đặc biệt là về mặt chính trị, ngoại giao.

Trong hai cuộc kháng chiến chống Pháp và Mỹ, Việt Nam đã trở thành biểu tượng cho đấu tranh độc lập của các quốc gia châu Phi. Công cuộc đổi mới đất nước từ năm 1986 cho đến nay ở nước ta được các nước châu Phi đánh giá cao và nhiều nước châu Phi muốn học hỏi kinh nghiệm, áp dụng mô hình. Trên cơ sở quan hệ chính trị, ngoại giao gắn bó, đến nay Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 48 trong tổng số 54 quốc gia châu Phi. Việt Nam cũng đã ký kết hiệp định khung về hợp tác kinh tế, thương mại, khoa học kỹ thuật với 19 quốc gia châu Phi. Việt Nam đã thành lập Ủy ban liên chính phủ với các nước Algeria, Angola, Ai Cập, Mali, Tuynidi và Nam Phi. Việt Nam đã ký hiệp định thương mại song phương với 15 quốc gia châu Phi như : Guinea, Ai Cập, Algeria, Guinea xích đạo, Mozambique, Angola, Morocco, Tunisia, Zimbabwe, Nam Phi, Libya, Nigeria, Tanzania, cộng hoà Congo... Thương vụ Việt Nam đã đặt ở năm nước là Ai Cập, Algeria, Nam Phi, Morocco, Nigeria. Qua các hiệp định thương mại, Việt Nam và 12 nước châu Phi đã thoả thuận dành cho nhau quy chế tối huệ quốc⁽²⁸⁾.

Trong những năm gần đây, các nhà lãnh đạo nước ta và châu Phi cũng có nhiều chuyến thăm viếng cấp cao, những chuyến công du này đã đánh một mốc son trong quan hệ Việt Nam – châu Phi: chuyến thăm một loạt các nước châu Phi của nguyên chủ tịch nước Trần Đức Lương vào cuối năm 2002; chuyến đi khảo sát thị trường bốn nước châu Phi của phái đoàn Bộ Thương mại hồi tháng 3 năm 2002; chuyến thăm Algeria và Tunisia của nguyên chủ tịch quốc hội Nguyễn Văn An năm 2004, chuyến thăm Việt Nam của quốc vụ khanh Nigeria từ 24 đến 25 tháng 11 năm 2006, của tổng thống Nigeria từ 17 đến 18 tháng 4 năm 2006, tổng thống Nam Phi Thabo Mbeki từ 23- 25 năm 2007...

Các quốc gia châu Phi hoàn toàn ủng hộ Việt Nam hội nhập với thế giới như ra nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO hay mới đây là bỏ phiếu ủng hộ Việt Nam trở thành thành viên không thường trực Hội Đồng Bảo An Liên Hợp Quốc. Như vậy quan hệ chính trị, ngoại giao, kinh tế giữa Việt Nam và các quốc gia châu Phi trong thời gian qua phát triển khá tốt đẹp và phù hợp với xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Cùng với sự phát triển của quan hệ chính trị, ngoại giao, trong những năm qua, hợp tác giao lưu văn hoá xã hội Việt Nam – châu Phi cũng đạt được nhiều tiến bộ vượt bậc. Theo thống kê của Bộ Giáo dục và Đào tạo, tính từ năm 1981 đến nay, 3000 chuyên gia giáo dục của Việt Nam đã đi giảng dạy ở nhiều nước châu Phi, từ các cấp Trung học phổ thông đến Đại học và trên Đại học. Các ngành dạy nghề khác cũng được chính phủ Việt Nam đặc biệt quan tâm: khoa học cơ bản (toán, lý, hoá, sinh...), khoa học kỹ thuật (cơ khí, xây dựng, luyện kim, nông nghiệp, điện, điện tử, hoá kỹ thuật...), các ngành khoa học xã hội, kinh tế tài chính, âm nhạc, y tế, Việt ngữ...Đã có trên 20 nước tiếp nhận chuyên gia Việt Nam: Algeria tiếp nhận nhiều nhất với 700 lượt người, Angola trên 550 lượt người, Congo 290 lượt người, Madagascar trên 150 lượt người, Mozambique với trên 80 lượt người...và hiện tại trên đất châu Phi có khoảng hơn 3500 lao động Việt Nam, trong đó gồm hơn 200 chuyên gia làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp. Kể từ năm 1992 đến nay, Bộ Giáo dục và Đào tạo mở thêm một loại hình hợp tác chuyên gia trong lĩnh vực khoa học kỹ thuật, trong đó chủ yếu thực hiện các hợp đồng hợp tác giữa cơ sở đi làm việc theo hình thức hợp tác này. Hiệu quả kinh tế của loại hình hợp tác này chưa lớn, song đã tạo điều kiện nâng cao trình độ của các chuyên gia. Các cơ sở đào tạo và nghiên cứu khoa học ở nhiều nước khác nhau có điều kiện để củng cố trao đổi chuyên môn khoa học với nhau. Kể từ năm 1992 đến tháng 6/2001, các chuyên gia giáo dục Việt Nam đã góp phần làm giàu cho ngân sách Nhà nước 30 tỷ VND và 80 tỷ VND cho chính các chuyên gia.

Về mặt kinh tế thì từ những năm 1990, Việt Nam và các quốc gia châu Phi đã ký 39 hiệp định về hợp tác kinh tế, thương mại, văn hoá và khoa học kỹ thuật, bảo hộ đầu tư nông nghiệp, y tế, giáo dục. Kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và các nước châu Phi tăng hơn 10 lần trong giai đoạn 1991 – 2002, đạt khoảng 200 triệu USD. Tuy nhiên, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và châu Phi vẫn còn quá nhỏ bé. Số liệu của Bộ Thương mại cho thấy, hàng năm Việt Nam xuất khẩu sang các nước châu Phi đạt 170 – 200 triệu USD, chiếm 1% tổng giá trị xuất khẩu của cá nước và chỉ chiếm có 0.1% trong tổng giá trị nhập khẩu hàng hoá vào các nước châu Phi. Nhập khẩu của Việt Nam từ các nước châu Phi thấp hơn nhiều, với kim ngạch năm 2001 là 43 triệu USD, chiếm 0.3% tổng giá trị nhập khẩu của Việt Nam và 0.03% tổng giá trị xuất khẩu của các nước châu Phi.⁽²⁸⁾

II. Tiềm năng hợp tác Việt Nam – châu Phi

1. Về đầu tư

Theo số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch - Đầu tư, tính đến hết tháng 8 năm nay, đã có tổng cộng 217 dự án với tổng số vốn 1.17 tỷ USD của các doanh nghiệp nước ta đầu tư ra nước ngoài. Ước tính chỉ riêng trong năm 2007 này, tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam sẽ đạt 350 triệu USD, trong đó vốn thực hiện vào khoảng 100 triệu USD, tăng 25% so với năm 2006. Trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ mà Việt Nam đầu tư, thì hiện Lào vẫn là thị trường lớn nhất với hơn một nửa số vốn (555.5 triệu USD), tiếp theo đó là I rắc, Campuchia...

Thị trường châu Phi, có thể nói, là chưa nhận được nhiều vốn đầu tư của Việt Nam so với tiềm năng hợp tác của hai bên. Trong thời gian qua, đầu tư vào nông nghiệp và khai thác dầu khí là hai lĩnh vực Việt Nam quan tâm nhất, tuy nhiên hiệu quả chưa cao, ngoài ra ngành lâm nghiệp, đặc biệt là trồng rừng cũng bắt đầu được các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm trong vài

năm trở lại đây khi mà nhu cầu gỗ cho xuất khẩu các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ nội thất của Việt Nam ngày càng cao.

Sau đây chúng ta sẽ nghiên cứu cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào châu Phi với lĩnh vực nhiều tiềm năng nhất là nông nghiệp.

1.1. Hợp tác đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp

Chuyển đổi sang kinh tế thị trường tự do, nền kinh tế Việt Nam đã có những bước cải tiến rõ rệt. Nông nghiệp đã đạt những kết quả khả quan. Cơ chế thị trường tự do đã tác động đến bốn khía cạnh trong sản xuất nông nghiệp như: quá trình sở hữu đất đai, sản xuất lúa gạo, đa dạng hoá sản phẩm nông nghiệp, kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp trong nước và quốc tế. Từ một nước phải nhập khẩu gạo, hiện Việt Nam đang đứng ở vị trí “top” trong số các nước xuất khẩu gạo trên thế giới. Sự thay đổi này ảnh hưởng sâu sắc tới một số nước có nền nông nghiệp kém phát triển, đặc biệt là châu lục có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam như châu Phi. Trải qua nhiều biến động lịch sử, mối quan hệ chính trị giữa Việt Nam và châu Phi vẫn dựa trên tiêu chí hợp tác, phát triển. Châu Phi đánh giá cao những thành tựu và kinh nghiệm của Việt Nam trong xây dựng và phát triển kinh tế, nhất là về nông nghiệp.

Các quốc gia châu Phi luôn quan tâm tới việc áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật làm thay đổi diện mạo và cách nhìn về một châu Phi nghèo đói và bệnh tật. Theo thống kê của Bộ Thương mại Việt Nam, kinh tế châu Phi hàng năm vẫn duy trì ở tốc độ tăng trưởng 3%. Nhờ thành công trong cải cách kinh tế mấy năm gần đây, các nước như Mô dăm bíc, Tandia, Nam phi vẫn giữ tốc độ tăng trưởng từ 5 – 8% và hiện nằm trong tầm ngắm của các nhà đầu tư thế giới. Riêng đối với Việt Nam, nhiều dự án nông nghiệp được ký kết sau các chuyến thăm châu Phi của các vị lãnh đạo nước ta, cũng như sau khi các chuyên gia Việt Nam được cử sang châu lục này nghiên cứu thị trường, đối thoại, hợp tác. Trong nhiều năm qua, Việt Nam là đối tác tin cậy đối với một số nước châu Phi về dự án trồng lúa nước. Các dự án trồng lúa ở một số

nước như Congo, Mozambique, Angola... đã đạt kết quả khả quan. Ở các vùng thí điểm, năng suất lúa liên tục tăng từ 5.5 lần lên đến 6.5 – 7 tấn/ vụ/ ha. Các loại rau màu năng suất cũng tăng tối thiểu từ 30 – 50%. Senegal là nước chịu ảnh hưởng và tiếp thu nhiều nhất kinh nghiệm trồng lúa và các loại rau màu từ chuyên gia Việt Nam. Năm 1998, dự án Telefood do các chuyên gia Việt Nam đảm nhiệm đã góp phần đẩy lùi nạn đói và suy dinh dưỡng, tạo thêm nguồn thu nhập cho nông dân vùng Kabatekenda – Senegal. Nhờ áp dụng các quy trình kỹ thuật và giống mới, các sản phẩm nông nghiệp như dưa chũe, cà tím, khoai lang, dưa hấu, đu đủ... đều có vụ mùa bội thu. Ngoài ra, Việt Nam còn cử chuyên gia sang Sudan để chọn mô hình thí điểm trồng lúa nước cho nước này. Sudan cũng mong muốn được hợp tác với Việt Nam phát triển cây công nghiệp, chè, cà phê, phát triển thương mại bằng hình thức trao đổi hàng hoá. Tổ chức lương thực và nông nghiệp Liên Hợp Quốc (FAO) cũng đã phối hợp với kỹ thuật viên Việt Nam xây dựng hệ thống thủy lợi cho nhân dân Senegal, phục vụ nhu cầu tưới và cung cấp nước cho các hộ nông dân nuôi trồng và sinh hoạt hàng ngày. Trong hơn 6 năm qua, hình thức hợp tác ba bên Việt Nam – Senegal – FAO trong lĩnh vực nông nghiệp đã tiến triển rất tốt và đạt những bước tiến đáng kể trong một số lĩnh vực như: sản xuất thực phẩm, nghề nông, thủy hải sản... Nhận ra hiệu quả của chương trình này, FAO đã đề nghị nhân rộng hình thức hợp tác này tới các nước đang phát triển khác ở châu Phi và đến tháng 5 năm 200, Việt Nam đã ký hợp đồng theo hình thức ba bên với 14 quốc gia châu Phi.⁽²⁸⁾

Theo các chuyên gia của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, trong những năm tới đây, hợp tác nông nghiệp Việt Nam – châu Phi có thể phát triển cao hơn nữa. Các chuyên gia Việt Nam đã đào tạo được hơn 200 người dân ở các vùng như Ndiaye, Tagdiam... về kỹ thuật trồng rau, và tiếp tục đưa những dự án phát triển chăn nuôi gia cầm với phương pháp thực hiện và kỹ thuật đơn giản, có khả năng sinh lợi nhất cho nông dân. Nhiều

ngành nghề mới như khai thác nước ngọt, nuôi gà lai, nuôi ong... cũng được các chuyên gia Việt Nam thực hành và phổ biến kinh nghiệm cho nhân dân châu Phi. Chuyên gia Việt Nam còn giúp nông dân châu Phi cách chế biến thực phẩm từ cá làm thành mẩn và đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường một số nước châu Âu. Các kỹ thuật viên Việt Nam cũng đã chế tạo ra một số thuyền nhỏ bằng tôn, giá thành thấp, phục vụ nhu cầu đánh bắt cá cho nhân dân châu Phi. Sau quá trình cải tiến, năng suất đánh cá tăng từ 2.5kg/ngày/ hộ lên đến 7.5 kg/ngày/hộ. Các dự án chế biến hạt điều mà doanh nghiệp Việt Nam chuyển giao cho Mozambique hay chế tạo cối giã đập chân của chuyên gia Việt Nam nhằm giảm sức lao động cho phụ nữ châu Phi cũng được triển khai từ năm 1997, đang được áp dụng thường xuyên và kết quả cao.

Như vậy có thể thấy rằng tiềm năng hợp tác đầu tư Việt Nam – châu Phi trong lĩnh vực nông nghiệp là rất lớn. Hy vọng với sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế như FAO, bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, bộ thương mại, các hoạt động xúc tiến đầu tư hợp tác nông nghiệp giữa Việt Nam và châu lục đen ngày càng đạt hiệu quả cao hơn nữa.

1.2. Hợp tác đầu tư trong một số lĩnh vực khác

Bên cạnh lĩnh vực nông nghiệp, các cơ hội hợp tác đầu tư và chuyển giao công nghệ cũng có nhiều triển vọng tươi sáng, khai thác dầu khí là một ví dụ điển hình. Tháng 7/2002, công ty Đầu tư và phát triển dầu khí thuộc Tổng công ty Dầu khí Việt Nam (PetroVietnam) đã ký hợp đồng tìm kiếm, thăm dò và khai thác dầu khí với Công ty dầu khí quốc gia Algeria. Tiếp theo ngành dầu khí là ngành nhựa. Không những đáp ứng nhu cầu xuất khẩu, ngành nhựa đang mạnh dạn đầu tư ba nhà máy sản xuất tại Namibia, Angola, và Cộng hoà Congo với số vốn đầu tư lần lượt là 500.000 USD, 1 triệu USD và 500.000 USD. Ngoài ra, hợp tác kinh doanh trong y tế, thủy sản, giáo dục, các ngành công nghiệp vừa và nhỏ... cũng đang được quan tâm và chắc chắn sẽ có những dấu hiệu tích cực trong tương lai.⁽³⁰⁾

2. Về quan hệ xuất nhập khẩu

Quan hệ thương mại Việt Nam – châu Phi đã diễn ra từ lâu, nhưng đặc biệt phát triển nhanh và liên tục trong hơn mười năm qua. Trong năm năm gần đây, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường châu Phi đã tăng lên 4.8 lần: từ 190.1 triệu USD năm 2000, chiếm 0.6% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, tăng lên đạt 909.5 triệu USD năm 2005, chiếm 1.3% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Việt Nam đã ký kết 15 hiệp định thương mại với các nước Guinea, Ai Cập, Angiêri, Guinea xích đạo, Mozambique, Lybia, Tunisia, Nam Phi, Nigieria, Morocco, Zimbabwe Tanzania, Congo, Namibia, trong đó đều có điều khoản dành cho nhau quy chế tối huệ quốc. Các hiệp định này là cơ sở pháp lý để các bên quyết tâm đẩy mạnh hơn nữa quan hệ hợp tác cùng có lợi. Hàng hoá Việt Nam đã có mặt tại 47 thị trường châu Phi với các mặt hàng chủ yếu là gạo, dệt may, giày dép, hạt tiêu, cao su, điện tử, cơ khí, đồ nhựa, bột gia vị... và nhập khẩu từ châu Phi các mặt hàng như: hạt điều thô, bông, phân bón, nguyên phụ liệu, thuốc lá... Tiềm năng hợp tác thương mại là rất lớn, tuy nhiên cho đến nay do nhiều trở ngại khác nhau, như: khoảng cách quá lớn, thiếu thông tin, thiếu hiểu biết về văn hoá, thói quen, tập quán, khó khăn về thanh toán của các nước châu Phi nên xuất khẩu thường phải qua trung gian và chưa phát huy được hết tiềm năng của nó. Dưới đây sẽ tập trung phân tích rõ hơn về tiềm năng quan hệ thương mại Việt Nam – châu Phi và đánh giá môi quan hệ này.

2.1. Về cơ cấu hàng hoá xuất khẩu

Những năm gần đây, các doanh nghiệp Việt Nam đã tỏ ra chủ động hơn trong việc tìm hiểu và tiếp cận thị trường châu Phi. Việc tham gia những cuộc triển lãm tại Nam Phi, hội chợ quốc tế tại Angiêri, Ai Cập... đã góp phần nâng cao tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi: từ 13.3 triệu USD năm 1991 lên 407.5 triệu USD năm 2004, đạt bình quân 51.7%/ năm, cao hơn mức tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước (

22%/năm) trong cùng kỳ.

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu thay đổi qua các năm, nhưng không có những thay đổi lớn giữa các nhóm hàng. Trong giai đoạn 2000 – 2004, hàng nông – lâm sản chiếm trên 50% tổng giá trị xuất khẩu của công nghiệp sang châu Phi, tiếp đó là hàng công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, hàng thủy hải sản và khoáng sản. Nhìn chung, trong cơ cấu xuất khẩu, những nhóm hàng chế biến có giá trị gia tăng lớn, hàm lượng vốn và kỹ thuật chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ, trong khi những nhóm hàng có hàm lượng nguyên liệu và lao động lớn, vốn nhỏ như gạo, dệt may, giày dép, hạt tiêu, cao su, café... chiếm tới 80% kim ngạch xuất khẩu sang châu Phi.

2.1.1 Gạo⁽³¹⁾

Gạo là mặt hàng xuất khẩu quan trọng nhất của Việt Nam sang châu Phi trong thời gian qua, xuất phát từ thực tế nhiều nước châu Phi thường xuyên bị thiếu lương thực và hàng năm có nhu cầu nhập khẩu lương thực rất lớn. Theo Hiệp hội phát triển gạo Tây Phi, nhu cầu tiêu thụ gạo tại riêng khu vực Tây và Trung Phi vào khoảng 4 triệu tấn/năm, tương đương 1 tỷ USD, trong đó gạo nhập khẩu chiếm khoảng 3 triệu tấn/năm. Còn khu vực Nam Phi không sản xuất gạo, toàn bộ lượng tiêu dùng đều phải nhập khẩu, khối lượng khoảng 500 – 600 ngàn tấn/năm. Các thị trường này thường có nhu cầu gạo với phẩm cấp trung bình, giá rẻ, đó là những tiêu chí mà gạo Việt Nam hoàn toàn có thể cạnh tranh với gạo Thái Lan, Pakistan.

Đến năm 2001, gạo Việt Nam đã có mặt tại 24 thị trường châu lục đen, đạt 106.3 triệu USD, chiếm gần 57% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2004, mặt hàng này tiếp tục tăng và vẫn giữ vị trí số một với giá 249.3 triệu USD, tăng 93% so với năm 2003. Trong những năm tới, Việt Nam càng có cơ hội tăng mạnh xuất khẩu gạo vào châu Phi, bởi những lý do sau:

- *Thứ nhất*, nhu cầu tiêu thụ nông phẩm mà đặc biệt là gạo ở châu Phi lên tới 22.8 tỷ USD/năm.

- *Thứ hai*, dự báo xuất khẩu gạo của nước ta đến năm 2010 có thể ở mức 4.5 triệu đến 5 triệu tấn/năm trong khi châu Phi mới chỉ là nhà nhập khẩu gạo lớn thứ ba của Việt Nam, chiếm 10% thị phần xuất khẩu gạo của Việt Nam.

- *Thứ ba*, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá là hợp lý trong số các nhà cung cấp chính cho châu Phi và rẻ hơn 20% so với gạo sở tại (riêng ở Senegal, Bờ biển Ngà hay Guinea, chỉ bằng một nửa).

Tuy nhiên cho tới nay, gạo của Việt Nam vẫn phải qua khâu trung gian khi vào thị trường châu Phi, phần lớn qua các thương nhân châu Âu do họ có tiềm lực tài chính mạnh, hệ thống kho bãi và phân phối hoàn chỉnh, có quan hệ chặt chẽ với các ngân hàng châu Âu, Mỹ.

2.1.2 Dệt may⁽³²⁾

Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang châu Phi tăng đều qua các năm. Theo VNeconomy, năm 2001, giá trị xuất khẩu mặt hàng này đạt 12.7 triệu USD so với 8.5 triệu USD của năm 2000; năm 2004 tiếp tục tăng mạnh và đạt 15.7 triệu USD. Các sản phẩm như màn tuyn chống muỗi, ga trải giường, áo sơ mi, áo khoác, quần áo trẻ em và áo gió... có mức tiêu thụ mạnh nhưng cũng đang chịu cạnh tranh mạnh mẽ cả về chất lượng và giá cả của những sản phẩm đến từ Trung Quốc, Ấn Độ. Tuy nhiên, châu Phi vẫn được xem là thị trường tiềm năng của Việt Nam khi nhu cầu hàng Việt Nam khi nhu cầu hàng dệt may của châu lục này ước tính lên tới 12 tỷ USD/năm, trong khi hàng của Việt Nam mới chỉ chiếm 0.1% thị phần.

2.1.3 Thủy sản⁽³³⁾

Nhập khẩu thủy sản của châu Phi trong thập kỷ 90 của thế kỷ trước bình quân chỉ chiếm 5% khối lượng nhập khẩu thủy sản toàn cầu. Năm 2000, nhập khẩu thủy sản toàn cầu đạt 55 tỷ USD thì châu Phi chỉ chiếm khoảng 2.5 tỷ USD. Dự báo giai đoạn 2001 – 2010, buôn bán thủy sản tăng với tốc độ 2.65%/năm, đạt khoảng 70 tỷ USD vào năm 2010. Trong khi đó, xuất khẩu

thủy sản của nước ta đến năm 2010 ước tính đạt mức 3- 3.5 tỷ USD. Xét nhu cầu nhập khẩu thực tế của các nước châu Phi so với khả năng xuất khẩu của Việt Nam, có thể dung lượng của các thị trường này là tương đối nhỏ. Trong khi đó, thị trường trọng điểm cho xuất khẩu thủy sản nước ta đến năm 2010 vẫn sẽ là EU, Mỹ, Nhật Bản và châu á, Việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản vào châu Phi là rất quan trọng, đặc biệt với những thị trường trọng điểm như Ai Cập và Nam Phi (bình quân chiếm khoảng 50% nhập khẩu toàn châu Phi)

2.1.4 Các mặt hàng khác

- *Đồ nhựa gia dụng*: Đây là mặt hàng hiện có sức tiêu thụ khá mạnh tại châu lục này. Theo nhận định của Hiệp hội nhựa Việt Nam, hiện người dân châu Phi đang phải sử dụng những sản phẩm nhựa sản xuất thủ công, chất lượng và mẫu mã kém. Do đó, sản phẩm nhựa Việt Nam hoàn toàn có khả năng thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường rộng lớn này. Hợp đồng xuất khẩu sang châu Phi và Trung Đông trị giá 16 triệu USD được ký kết ngay trong chuyến đi thăm châu Phi và Trung Đông của Chủ tịch nước Trần Đức Lương (10/2002) là một bằng chứng sinh động cho thấy tiềm năng to lớn của thị trường này.

- *Rau quả*: mặt hàng này thực sự tăng trưởng ấn tượng trong giai đoạn 2000 – 2004, từ 94.343 USD năm 2000 lên 2 triệu USD năm 2004, bình quân 127.46%/ năm . Tốc độ tăng trưởng cao và liên tục là cơ sở để Việt Nam tăng trưởng mạnh hơn nữa xuất khẩu mặt hàng này vào châu Phi trong thời gian tới.

- *Hàng điện tử, linh kiện*: Các mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng lớn nhất trong năm 2004, đạt 35.3 triệu USD, tăng 123.2% so với năm 2003. Thị trường nhập khẩu chính sản phẩm này là Ai Cập (22.7 triệu USD), Nigêria (4.8 triệu USD), Maroc (2 triệu USD), Ghana (1.4 triệu USD) và Nam Phi (1.2 triệu USD).

Ngoài ra, các mặt hàng khác như dược phẩm, hàng máy móc thiết bị, sản phẩm cơ khí, đồ gỗ, thực phẩm chế biến như bột gia vị, bột trẻ em, mỳ ăn liền... cũng có mức tăng trưởng khá hàng năm và dự báo đến năm 2010, tỷ trọng nhập khẩu nhóm hàng sản phẩm chế biến, chế tạo ở các nước châu Phi sẽ chiếm khoản 65- 70% tổng kim ngạch nhập khẩu và lên đến 150 tỷ USD. Như vậy có thể thấy tiềm năng của Việt Nam xâm nhập vào thị trường châu Phi là rất lớn⁽³⁵⁾

2.2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu

Năm 1991, thông qua chương trình trả nợ chính phủ, Việt Nam mới chỉ xuất khẩu sang Algeri và Libya với tổng giá trị hàng hoá chiếm tới 90% tổng kim ngạch xuất khẩu vào châu Phi. Đến năm 2004, hàng hoá Việt Nam đã có mặt tại 47 quốc gia châu Phi, trong đó nước nhập khẩu nhiều nhất là Senegal (57.2 triệu USD) và nước nhập khẩu ít nhất là Zimbabwe (15.000 USD). Năm 2005, Nam Phi và Ai Cập, hai thị trường đông dân và có tiềm lực kinh tế lớn nhất nhì châu Phi đã vươn lên chiếm vị trí hàng đầu. Đây cũng là hai thị trường trọng điểm trong danh sách xúc tiến thương mại năm 2005 của Việt Nam. Nếu tính theo khu vực thì thị trường Tây Phi chiếm giá trị lớn nhất với tỷ trọng 39.1%, tiếp đến là thị trường Đông và Nam Phi với 31.2%, Bắc Phi – 16.7% và Trung Phi – 13% trong 407.5 triệu USD tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi năm 2000.

Khu vực Tây Phi gồm 16 quốc gia (Benanh, Burkina Faso, Capve Verde, Bờ biển Ngà, Ghana, Guinea Bitxao, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Senegal, Xiera Leon, Zambia, Togo, Moritani). Với số dân 253.8 triệu người (chiếm 28.6% dân số toàn châu Phi), chiếm 15.3% GDP toàn châu Phi, Tây Phi có mức thu nhập bình quân đầu người là 410 USD/năm. Nigeria, Bờ biển Ngà, Ghana và Senegal là bốn nền ngoại thương lớn nhất của khu vực này. Tuy được đánh giá là tương đối mở cửa, nhưng hoạt động thương mại của Tây Phi còn kém phát triển so với các khu vực khác. Chẳng hạn, năm 2003,

kim ngạch xuất khẩu của các nước Tây Phi đạt 29.5 tỷ USD, nhập khẩu đạt 23.1 tỷ USD, chiếm tương ứng 20.9% và 17% giá trị xuất khẩu của châu Phi.⁽³⁶⁾

Năm 2004, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Tây Phi chiếm 34.2% tổng kim ngạch xuất khẩu sang châu Phi với 159.3 triệu USD (tăng 113% so với năm 2003), trong đó Senegal là thị trường lớn nhất (36%), tiếp đó là Nigeria (20%), Ghana (19.7%). Trong cơ cấu hàng xuất khẩu vào khu vực này, gạo chiếm gần như tuyệt đối, tới 98% giai đoạn 2001 – 2004. Riêng năm 2004, giá trị xuất khẩu gạo đạt 118.7 triệu USD, cao su đạt 8.4 triệu USD (chiếm 80% lượng cao su Việt Nam vào châu Phi). Ngoài ra, hàng điện tử và linh kiện, dệt may, sản phẩm nhựa cũng có mặt trên thị trường này song với một khối lượng rất khiêm tốn và không ổn định.

Khu vực Đông và Nam Phi gồm 21 nước với 332.1 triệu dân (chiếm 37.7% dân số toàn châu Phi) và chiếm 40.1% GDP của toàn châu Phi vào năm 2003. Trình độ phát triển kinh tế rất khác nhau (chỉ riêng Nam Phi chiếm tới 2/3 GDP toàn châu Phi năm 2003) dẫn đến khoảng cách lớn trong thu nhập bình quân đầu người. Chẳng hạn, GDP/người tại sáu nền kinh tế tương đối phát triển là Nam Phi, Botswana, Namibia, Xoa Dilen, Xaysen, Moritani dao động trong khoảng 1.729 USD/năm đến 8.650 USD/năm, so với từ 140 USD/năm – 625 USD/năm tại sáu nền kinh tế kém phát triển nhất là Lexotho, Mozambique, Malauy, Zambia, Eritri, Ethiopia. Tuy là thị trường lớn nhất châu Phi, song kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này trong năm 2004 chỉ đạt 127 triệu USD, chiếm 1.2% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang lục địa đen. Thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam là Nam Phi với tỷ trọng 43.7%, tiếp sau đó là Tanzania là 19.6% và Kenya là 16.7%. Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này chủ yếu là gạo: đạt 59% và giày dép 11%.

Khu vực Bắc Phi gồm 5 quốc gia (Ai Cập, Libya, Tunisia, Algeria, Marocco) có số dân khoảng 140.4 triệu người (chiếm khoảng 14% dân số châu Phi). Năm 2003, thu nhập bình quân đầu người của khu vực này đạt 1.717 USD, cao gấp hai lần so với mức bình quân của châu lục. Hàng hoá nhập khẩu hàng năm vào khu vực này lên tới trên 50 tỷ USD, chiếm 1/3 tổng kim ngạch nhập khẩu của châu Phi, chủ yếu đến từ EU, Mỹ, Nhật, Trung Quốc và các nước vùng vịnh. Hiện nay, do Ai Cập vẫn duy trì chế độ bảo hộ nền công nghiệp trong nước, nên mức thuế nhập khẩu bình quân 22.5% của khu vực này là cao nhất châu Phi.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Bắc Phi tăng mạnh trong giai đoạn 2001 – 2004 với mức bình quân 20%/năm tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi, trong đó thị trường Ai Cập chiếm tới 57% và Angiêri là 29%. Riêng năm 2004, Bắc Phi nhập khẩu tới 68 triệu USD, trong đó chủ yếu là gạo (tới 50%). Những năm gần đây, xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện bắt đầu tăng nhanh. Đến năm 2004, mặt hàng này đã vượt lên dẫn đầu với tỷ trọng 36.4% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (chiếm tới gần 70% mặt hàng xuất khẩu này của Việt Nam sang châu Phi) và Ai Cập là khách hàng số một khi nhập tới 22.7 triệu USD. Năm 2004, Bắc Phi còn tiêu thụ tới 50% kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam (đạt giá trị 1.1 triệu USD, tăng 53% so với năm 2003, 85% hạt tiêu và 57% cà phê)

Khu vực Trung Phi gồm 11 nước với dân số 107.6 triệu người, chiếm 12% dân số toàn châu Phi. Ngoài Camerun có nền kinh tế lớn nhất khu vực với tổng thu nhập chiếm tới 32.2% GDP Trung Phi, chỉ có Guinea Xích đạo và Gabông là hai quốc gia có GDP/người vào khoảng 4000, 5000 USD nhờ có nguồn tài nguyên phong phú. Còn lại đều là những nước nghèo nhất châu Phi tập trung ở khu vực này với tổng thu nhập chỉ chiếm 5.8% GDP của châu Phi và thu nhập bình quân chỉ đạt 355 USD/người.

Xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Phi chỉ chiếm 17% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào châu lục này. Tuy đã đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn so với năm 2003 (tăng 31.85), xuất khẩu năm 2004 cũng chỉ đạt xấp xỉ 53 triệu USD, trong đó gạo chiếm tới 60 – 70%; dệt may, hàng điện tử và linh kiện, sản phẩm nhựa chỉ chiếm số lượng nhỏ. Angola là thị trường Trung Phi lớn nhất của Việt Nam với trên 70% tổng giá trị hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Phi. Tiếp đến là Congo và Cameroon, mỗi nước chiếm khoảng 10%.⁽³⁷⁾

3. Đánh giá quan hệ thương mại Việt Nam – châu Phi

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

Thứ nhất, giai đoạn 2000 – 2005, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng trung bình 36.08%/năm và Việt Nam luôn xuất siêu. Tốc độ tăng trưởng này cao hơn nhiều so với tốc độ tăng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam cùng thời kỳ. Thêm nữa thặng dư ngoại thương trên thị trường này tuy nhỏ, song cũng phần nào bù đắp cho số thiếu hụt cán cân thương mại Việt Nam những năm qua. Trong mấy năm gần đây, thặng dư thương mại của Việt Nam đang giảm dần từ 239.8% giai đoạn 1992 – 1995 xuống 184.14% giai đoạn 1996 – 2000 và 147.78% giai đoạn 2001 – 2005. Xu hướng này giúp cho hàng hoá Việt Nam có thể tiếp cận với những thị trường châu Phi thuận lợi hơn.

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

Thứ ba, cơ cấu hàng hoá xuất nhập khẩu thay đổi nhiều. Ngoài mặt hàng gạo luôn chiếm vị trí chủ đạo, các nhóm hàng dệt may, giày dép, cao su,

hạt tiêu và từ năm 2000 là nhóm hàng điện - điện tử, máy móc, cơ khí, đồ nhựa, than đá đã có mặt và tạo được chỗ đứng trên thị trường này. Cũng như việc đa dạng hoá thị trường, đa dạng hoá cơ cấu xuất nhập khẩu giúp cho Việt Nam chủ động trong chiến lược tiếp cận và mở rộng thị trường cũng như chiến lược sản xuất các mặt hàng mà Việt Nam đang có lợi thế. Tuy nhiên cho đến nay vẫn còn những trở ngại không nhỏ đối với quá trình đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường tiềm năng này, đó là:

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

Thứ hai, hàng hoá xuất, nhập khẩu đơn điệu, đa phần là sản phẩm thô, nông sản chưa qua chế biến. Điều này dẫn tới nguy cơ làm giảm tính cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam so với sản phẩm tương tự của các nước khác như Trung Quốc, Xingapo, Thái Lan, Mailaixia cũng đang xem châu Phi là thị trường xuất khẩu trọng điểm của mình.

Thứ ba, giá trị trao đổi Việt Nam – châu Phi còn quá thấp, chưa tương xứng với tiềm lực của cả hai bên. Năm 2005, giá trị hàng hoá trao đổi với châu Phi chỉ chiếm 1.35 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam, trong đó, xuất khẩu chiếm 2% tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu chiếm 0.7% tổng kim ngạch nhập khẩu. Chiếm chưa đến 1% tổng nhu cầu nhập khẩu của châu Phi, Việt Nam sẽ phải nỗ lực rất nhiều để có thể tăng nhanh cả khối lượng và giá trị trao đổi với thị trường gần 900 triệu dân này.

Thứ tư, hoạt động xuất nhập khẩu với thị trường châu Phi được xem là tiềm năng này lại thường có hiệu quả thấp, bởi lẽ, phần lớn là hàng hoá trao đổi giá trị thấp (do chủ yếu là nguyên liệu, sản phẩm thô chưa qua chế biến hoặc là sản phẩm có hàm lượng nguyên liệu, lao động cao), trong khi chi phí

vận tải rất cao, lợi nhuận thu về thấp và khả năng đáp ứng nhu cầu chậm (do thiếu thông tin chính xác và kịp thời)

Thứ năm, khả năng gặp nhiều rủi ro là rất lớn khi tham gia thị trường này. Kết quả hoạt động những năm qua cho thấy, xuất nhập khẩu Việt Nam – châu Phi vẫn còn ở dạng sơ khai, phổ biến là hình thức hàng đổi hàng, buôn bán qua trung gian, điều kiện thanh toán không được thuận lợi, chỉ có thể áp dụng phương thức mở L/C với những quốc gia có hệ thống ngân hàng tương đối hiện đại, khả năng tài chính dồi dào hoặc có cơ quan thương vụ với Việt Nam , như Nam Phi, Ai Cập, ngoài ra còn là nạn trộm cướp và bất ổn chính trị ở nhiều quốc gia.

Thứ sáu, tính bất cập, thiếu minh bạch, phi hiệu quả của nhiều chính sách của Việt Nam và các quốc gia châu Phi trong điều kiện chưa tạo lập được môi trường pháp lý thuận lợi cho quan hệ thương mại đã gây xáo trộn, tranh chấp và tác động tiêu cực.

III. Giải pháp tăng cường hợp tác Việt Nam – châu Phi trên cơ sở kinh nghiệm của Trung Quốc.

Đất nước ta đã gia nhập vào WTO – sân chơi thương mại lớn nhất toàn cầu, việc hội nhập kinh tế khu vực và thế giới là điều không phải bàn cãi. Cùng với phương châm đa dạng hoá, đa phương hoá quan hệ kinh tế đối ngoại khu vực và quốc tế của Đảng và Nhà nước, thì có thể thấy rằng thị trường châu Phi có một ý nghĩa quan trọng trong chiến lược mở rộng thị trường xuất khẩu, hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta. Qua các nội dung đã trình bày ở trên, có thể thấy rằng Việt Nam và châu Phi có rất nhiều tiềm năng hợp tác song chưa được tận dụng hiệu quả và triệt để. Nếu những vấn đề này kịp thời được khắc phục và giải quyết thì chúng ta hoàn toàn có thể lạc quan về mối quan hệ, hợp tác này. Vì vậy, phần III tập trung vào những biện pháp để cải thiện và tăng cường quan hệ hợp tác Việt Nam – Châu Phi chủ yếu trên

cơ sở bài học kinh nghiệm từ Trung Quốc và dựa vào đặc điểm riêng trong quan hệ của Việt Nam – Châu Phi. Những biện pháp này bắt đầu trước hết từ phía trung ương, tức là tạo ra môi trường vĩ mô thuận lợi cho quan hệ hai bên, sau đó là đến chủ thể của mối quan hệ đó: các doanh nghiệp Việt Nam trên con đường xâm nhập vào thị trường châu Phi.

1 Về phía Nhà nước

1.1 Tăng cường giao lưu chính trị, mở rộng các hoạt động xúc tiến thương mại.

Trong những năm qua, quan hệ chính trị Việt Nam – châu Phi có bước phát triển rõ rệt, rất nhiều nguyên thủ hay người đứng đầu nhà nước châu Phi đến thăm viếng Việt Nam, song về phía Việt Nam thì vẫn chưa có nhiều chuyến thăm và làm việc với lục địa đen này. Nếu đem so sánh với nước láng giềng Trung Quốc thì con số những cuộc viếng thăm của những nhà lãnh đạo Việt Nam còn quá khiêm tốn. Các thoả thuận song phương và đa phương vẫn còn ít (19 Hiệp định thương mại và Hiệp định hợp tác kinh tế, khoa học, kỹ thuật trên tổng số 54 quốc gia). Vì vậy, muốn tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập sâu hơn nữa vào châu Phi cũng như tăng cường tình hữu nghị Việt Nam – châu Phi thì cần tăng cường trao đổi các đoàn cấp cao nhà nước, cấp bộ ngành, hiệp hội, Phòng thương mại công nghiệp Việt Nam và các quốc gia châu Phi.

Bên cạnh đó, cần phát huy vai trò của các đại sứ quán, thương vụ Việt Nam tại châu Phi trong việc thu thập thông tin, quảng bá hàng hoá Việt Nam và chấp mối quan hệ giữa các đối tác thương mại. Tăng cường công tác xúc tiến thương mại vĩ mô, nâng cao chất lượng và hiệu quả các cuộc hội chợ, triển lãm tại châu Phi. Hỗ trợ các doanh nghiệp trong nghiên cứu, tiếp cận thị trường châu Phi, giúp đỡ thủ tục và tư vấn địa điểm cho các doanh nghiệp trong nghiệp đặt văn phòng đại diện, chi nhánh tại châu Phi. Cung cấp thông tin về thị trường, mặt hàng, chính sách thương mại của các quốc gia châu Phi

cho các doanh nghiệp Việt Nam và của Việt Nam cho các doanh nghiệp châu Phi, khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam và châu Phi đầu tư lẫn nhau, tăng cường hợp tác trong các khối diễn đàn mà các bên tham gia. Về điểm này thì Việt Nam phải học rất nhiều từ Trung Quốc. Có thể lấy ví dụ rất dễ nhận thấy là Cổng Thương mại Điện tử Việt Nam – châu Phi www.vinafrica.com (được thành lập từ tháng 10 năm 2005) còn quá sơ sài và đơn điệu. Thông tin về ngành hàng, bạn hàng còn quá ít ỏi và rất khó để doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt được thị trường. Trong khi đó, hai trang web <http://www.africawindows.com.cn> và <http://www.africa-invest.net>, xét về mặt hình thức, đẹp hơn rất nhiều so với cổng Thương mại Điện tử Việt Nam – châu Phi của chúng ta, còn về nội dung thì vô cùng phong phú, đầy đủ, cập nhật từng ngày. Không chỉ dừng lại ở các vấn đề đầu tư, thương mại, Africawindows và Africa-invest còn cung cấp cho độc giả thông tin về chính trị, văn hoá, tư vấn trực tiếp mọi thắc mắc của doanh nghiệp về châu Phi từ những vấn đề nhỏ nhất, chẳng hạn như: làm thế nào để phòng tránh các dịch bệnh của châu Phi; nạn trộm cướp của châu Phi ra sao? Các phương tiện giao thông chính ở châu Phi là gì... Với nội dung phong phú, hấp dẫn và tư vấn tận tình như vậy, các doanh nghiệp Trung Quốc sẽ hơn các doanh nghiệp Việt Nam rất nhiều trong việc nắm bắt thông tin thị trường cũng như tập quán của người châu Phi, và như thế, việc xâm nhập vào thị trường châu Phi của họ sẽ thuận lợi hơn chúng ta rất nhiều.

1.2. Xác lập chiến dịch thương mại trung hạn và dài hạn

Việc chính phủ Việt Nam thông qua “***Chương trình hành động quốc gia thúc đẩy quan hệ Việt Nam – châu Phi giai đoạn 2004 – 2010***” đã khẳng định tiềm năng của thị trường châu Phi về nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, về nhu cầu đa dạng đối với các mặt hàng xuất khẩu chất lượng vừa phải mà Việt Nam đang có thế mạnh. Chương trình hành động này cần được xem là cơ sở cho việc xây dựng không chỉ các chiến lược thương mại

trung và dài hạn của chính phủ Việt Nam đối với thị trường châu Phi, mà cả chiến lược sản xuất kinh doanh xuất khẩu của những doanh nghiệp đang có dự định xuất khẩu vào thị trường này, một khi xác định được rằng những điều kiện thuận lợi mà châu Phi đưa lại là cơ hội để gia tăng nhanh lợi nhuận cho doanh nghiệp mình. Những chính sách, biện pháp được đưa ra từ các chiến lược này sẽ là công cụ hỗ trợ tích cực cho việc nâng cao tính cạnh tranh cũng như khả năng tiếp cận và thâm nhập nhanh của hàng hoá Việt Nam vào thị trường châu Phi.

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

1.3. Đa dạng hoá các hình thức hỗ trợ xuất khẩu

a, Tăng cường hoạt động hỗ trợ tín dụng xuất khẩu theo hướng hợp lý hoá các cấu mặt hàng được hỗ trợ.

Trong những năm qua, hỗ trợ tín dụng xuất khẩu cho các doanh nghiệp Việt Nam bắt đầu là một vấn đề ngày càng được quan tâm. Quỹ hỗ trợ phát triển Việt Nam (DAF) ra đời với chính mục đích đó. Quỹ đã có nhiều chương trình hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá nói chung và xuất khẩu vào châu Phi nói riêng. Về cơ cấu tín dụng hỗ trợ xuất khẩu thì quỹ tập trung vào các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như: Nông lâm, thủy sản chiếm tới 70% vốn cho vay trung và dài hạn trong thời kỳ 2000 – 2003 và giảm xuống còn 58% vào năm 2004.

Thực tiễn Trung Quốc cho thấy, khi đã khai thác triệt để một loạt các biện pháp đòn bẩy tài chính để tạo lập vị thế và sức cạnh tranh quốc tế cho các mặt hàng xuất khẩu truyền thống, từ giữa thập kỷ 90 của thế kỷ trước, nước này đã chuyển sang hỗ trợ xuất khẩu như một biện pháp chủ yếu thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng có hàm lượng khoa học kỹ thuật và giá trị gia tăng cao như cơ khí, điện tử, các hàng công nghệ cao.

Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, khi chủ trương của Nhà nước cũng là thay đổi cơ cấu hàng hoá xuất khẩu theo hướng tăng dần hàng có hàm lượng khoa học kỹ thuật và giá trị gia tăng cao thì Quỹ Hỗ trợ phát triển Việt Nam cũng nên thay đổi lại cơ cấu cho vay của mình, nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhiều hơn nữa trong việc xuất khẩu nói chung và xuất khẩu vào châu Phi nói riêng.

b, Cải thiện chế độ hoàn thuế giá trị gia tăng (VAT) theo hướng nâng cao hiệu quả, phục vụ cho việc chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu , góp phần thúc đẩy và phát triển kinh tế bền vững.

Việc hoàn thuế VAT với xuất khẩu ở Việt Nam chỉ dựa vào giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp và được thực hiện khi doanh nghiệp xuất trình đầy đủ chứng từ chứng minh là hàng hoá đã được xuất khẩu. Nhưng trong thực tế đã xảy ra nhiều trường hợp các doanh nghiệp gian lận, không xuất khẩu hàng

hoá nhưng khai khổng chứng từ để được hoàn thuế. Việt Nam nên học cách làm của Trung Quốc là thực hiện hoàn thuế VAT ở tất cả các khâu trong quá trình hàng hoá được sản xuất, lưu thông trong nước trước khi xuất khẩu. Biện pháp này sẽ mang lại ưu điểm là tạo ra mức độ khuyến khích cao với người doanh nghiệp xuất khẩu, đồng thời giảm gian lận.

Bên cạnh đó, Việt Nam nên nghiên cứu việc áp dụng các mức hoàn thuế khác nhau đối với xuất khẩu như Trung Quốc đã làm, và việc ấn định mức hoàn thuế không chỉ dựa vào mặt hàng xuất khẩu mà phải dựa vào cả mức độ tiêu hao tài nguyên thiên nhiên của mặt hàng đó. Mức hoàn thuế cao có thể áp dụng với những doanh nghiệp sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên, sản xuất những mặt hàng có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao, như vậy sẽ khuyến khích doanh nghiệp tăng cường đầu tư ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, sử dụng hiệu quả nguồn lực sản xuất các mặt hàng phục vụ xuất khẩu.

c, Tăng cường khai thác vai trò của khoa học công nghệ để hỗ trợ hoạt động xuất khẩu

Chính sách phát triển năng lực công nghệ quốc gia có đóng góp rất quan trọng với xuất khẩu của Trung Quốc, đặc biệt là sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá sang các mặt hàng công nghệ cao. Trong khi đó, vai trò khoa học công nghệ trong xuất khẩu ở Việt Nam còn rất hạn chế. Việt Nam cần xây dựng định hướng chiến lược rõ ràng trong việc khai thác yếu tố khoa học công nghệ phục vụ xuất khẩu, xác định những mặt hàng có hàm lượng khoa học công nghệ cao phù hợp với lợi thế cạnh tranh của Việt Nam và nhu cầu của thị trường thế giới nói chung, thị trường châu Phi nói riêng. Thực hiện liên kết, phối hợp các chủ thể và hoạt động liên quan, cụ thể là Nhà nước, các cơ quan như Bộ Thương mại, phòng thương mại Công nghiệp Việt Nam, viện nghiên cứu châu Phi và Trung Đông, các hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D), nguồn nhân lực và các doanh nghiệp trong việc tổ chức

ngiên cứu, thiết kế, thử nghiệm, sản xuất và đưa những sản phẩm đó xâm nhập thị trường châu Phi. Như vậy sẽ giúp tăng cường giá trị và cải thiện cơ cấu xuất khẩu theo hướng tăng dần những mặt hàng có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao.

Cần gia tăng chi ngân sách cho hoạt động R&D, triển khai các chương trình khoa học công nghệ cấp quốc gia để tổ chức nghiên cứu và ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất, nâng cao nhân lực công nghệ của doanh nghiệp, phát triển ngành công nghệ cao, đặc biệt là các ngành định hướng xuất khẩu.

2. Về phía doanh nghiệp

2.1. Thay đổi cơ cấu mặt hàng để xâm nhập thị trường châu Phi

Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của kinh tế tri thức đã thúc đẩy điều chỉnh cơ cấu nền kinh tế hàng hoá thế giới. Các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao phát triển mạnh mẽ và ngày càng có vai trò quan trọng trong cơ cấu hàng hoá của thế giới. Xu thế chung của thế giới là thế, và đối với Việt Nam, điều chỉnh hợp lý cơ cấu sản phẩm, đặc biệt là cơ cấu hàng hoá xuất khẩu có tác dụng to lớn trong công cuộc xâm nhập thị trường châu Phi nói riêng và thị trường thế giới nói chung.

Nắm bắt được tình hình này, Trung Quốc cũng hết sức chú trọng các sản phẩm xuất khẩu có hàm lượng khoa học kỹ thuật, giá trị gia tăng cao, đặc biệt là các mặt hàng cơ điện. Mặt khác, một điểm đáng chú ý là các quốc gia châu Phi chỉ tiến hành điều tra và áp dụng thuế chống bán phá giá, hạn chế số lượng với những mặt hàng giá rẻ của Trung Quốc chứ không hề có hạn chế về mặt công nghệ. Các doanh nghiệp Việt Nam trước mắt không phải lo về vấn đề chống bán phá giá, song nếu tăng cường xuất khẩu các mặt hàng có hàm lượng khoa học công nghệ cao vào châu Phi thì không những bán được hàng với giá cao hơn, mà cơ cấu xuất khẩu cũng phát triển theo chiều hướng tiến bộ hơn.

Không chỉ thay đổi cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo hướng tăng dần những mặt hàng có hàm lượng khoa học kỹ thuật và giá trị gia tăng cao, cơ cấu xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam cần phải phù hợp với cơ cấu nhập khẩu của các nước châu Phi. Về cơ bản, các mặt hàng Việt Nam xuất sang châu Phi như: hàng dệt may, giày dép, cao su, hạt tiêu, sản phẩm điện, điện tử, cơ khí, đồ nhựa... đều đáp ứng nhu cầu của thị trường này, nhưng theo bà Elizabeth Erasmus, tham tán chính trị cộng hoà Nam Phi tại Việt Nam, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam chưa phù hợp với cơ cấu hàng nhập khẩu của Nam Phi, trong khi đó, cơ cấu hàng xuất khẩu của các đối thủ cạnh tranh như Trung Quốc, Ấn Độ tương đối gần với Việt Nam lại có một nguồn kiều bào đông đảo sinh sống tại đây, vì thế họ chiếm lĩnh thị trường tốt hơn. Vì thế, các doanh nghiệp Việt Nam cần tìm hiểu nhu cầu thị trường và đáp ứng tốt hơn nữa, không chỉ riêng với Nam Phi – nền kinh tế lớn nhất châu Phi mà kể cả các quốc gia châu Phi khác nữa.⁽³⁸⁾

2.2. Xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh và mạnh dạn khám phá thị trường

Hiện nay các lĩnh vực mà châu Phi đang cần được đầu tư là nông nghiệp, y tế, thủy sản, giáo dục, công nghiệp vừa và nhỏ... những ngành sử dụng nhiều lao động và nguyên liệu tại chỗ. Đây thực sự là cơ hội tốt cho doanh nghiệp Việt Nam đang có ý định đầu tư vào thị trường này. Vì vậy, doanh nghiệp cần sớm xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh trong những lĩnh vực đang có lợi thế, ví dụ như: nông nghiệp, công nghiệp chế tạo, chế biến (cáp quang, điện tử, đồ điện gia dụng, hàng tiêu dùng, hàng dệt may, thực phẩm và đồ uống), xây dựng (vật liệu xây dựng, xây dựng công trình), dịch vụ (ăn uống, may mặc, sửa chữa nhỏ, cửa hàng bán lẻ)...

Doanh nghiệp cần phải tăng cường công tác nghiên cứu thị trường châu Phi, đặc biệt tìm hiểu kỹ phong tục, tập quán văn hoá và sở thích người dân châu Phi để tổ chức nguồn hàng phù hợp. Thực tế cho thấy, người Trung

Quốc rất nhanh nhạy trong vấn đề này, họ sẵn sàng thay đổi mẫu mã, hình thức... của sản phẩm để phù hợp với tập quán của người dân châu Phi và hàng hoá của họ vốn đã rẻ, lại càng bán chạy hơn. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng nên nghiên cứu việc mở văn phòng đại diện hoặc chi nhánh công ty, xây dựng kho ngoại quan tại một số thị trường chính như Nam Phi, Ai Cập, Libya, Angola... Việc làm này sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt thông tin thị trường nhanh hơn, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường châu Phi và cũng thuận lợi cho các hoạt động xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nên xem xét việc áp dụng nhiều phương thức xuất khẩu vào thị trường châu Phi. Với các đối tác mới, những thị trường chưa có kinh nghiệm thì nên áp dụng phương pháp xuất khẩu qua trung gian và áp dụng phương thức xuất khẩu trực tiếp ở các quốc gia phát triển, hệ thống tài chính lành mạnh, quen thuộc với Việt Nam.

Một lời khuyên nữa cho các doanh nghiệp Việt Nam là hãy khám phá và mạnh dạn đầu tư, hợp tác với thị trường châu Phi đầy tiềm năng này. Để minh họa cho điều này, tác giả xin lấy hai ví dụ sau về các doanh nhân Việt Nam, họ đã mạnh dạn làm ăn với thị trường châu Phi và đã thu được những thành quả xứng đáng:

Box 1: Những điều chưa biết về thị trường châu Phi

Theo: <http://www.vnexpress.net/Vietnam/Kinh-doanh/Kinh-nghiem/2005/05/3B9DDE8B>

Lâu nay, thị trường châu Phi xa xôi thường bị coi là ít có khả năng sinh lời. Tuy nhiên không ít doanh nghiệp sau những lần vấp ngã mới chợt nhận ra rằng đây là mảnh đất đầy tiềm năng mà họ chưa có cơ hội biết đến.

Nếu không trắng tay, có lẽ Vũ Hữu Chính sẽ chẳng bao giờ biết đến đất nước Nam Phi xa xôi. Tháng 6/2002, ông chủ 28 tuổi này sau một đêm ngủ dậy bỗng thấy mình tay trắng chỉ vì quá liều với các “soái” ở Đông Âu và hậu quả là lô hàng hơn 14 tỷ đồng “mãi mãi ra đi”.

Gần như tuyệt vọng, Chính làm một chuyến “hành phương Bắc” để tạm thời trốn nợ. Số phận run rủi đã cho anh gặp một doanh nhân Nam Phi cùng trang lứa chỉ vì trên máy bay hai người cùng thích...đội tuyển bóng đá AC Milan. Xuống đến Nội Bài, Chính mới biết anh bạn Maktop của mình sang Việt Nam để tìm đối tác cung cấp hàng may mặc.

Quá sợ mất hàng này nhưng Chính cũng đề nghị được làm hướng dẫn viên cho Maktop trong những ngày ở Hà Nội. Được ba ngày, Maktop phải bay về Nam Phi chịu tang mẹ và Chính bỗng nhiên trở thành đại diện cho anh ta tại Việt Nam. Ba lô hàng đầu tiên nhập thử vào Nam Phi, Chính được trả công 4000 USD, đủ để sống và chờ đợi một vận may mới và đó là nguồn sống duy nhất anh còn có thể bám víu vào.

Không một sơ sẩy, chẳng một thất thoát và hàng về Nam Phi bán chạy như tôm tươi suốt sáu tháng liền, Chính được tin cậy giao thêm tìm nguồn hàng gạo, gia vị và nhựa. Đến cuối năm 2003, công ty TNHH Phi Việt của Giám đốc Vũ Hữu Chính ra đời nhưng đặt tận Nam Phi, bởi giám đốc đã vươn tay sang các nước láng giềng với doanh số hàng tháng xấp xỉ 1 triệu USD.

Hàng từ Việt Nam sang đều phải “ché biến” lại cho hợp với thị hiếu của người dân châu Phi. Chính đưa vợ con sang ở hẳn Nam Phi từ tháng 4/2004 và sắp sửa mở một nhà máy chế biến gia vị trị giá 4 triệu USD ở ngoại ô thủ đô Pretoria. Anh cho biết, công ty đang liên hệ với một đối tác để nhập hàng điện tử và dây cáp điện vào Nam Phi, đồng thời đang xúc tiến để xin phép chính quyền sở tại đem 30 công nhân từ quê nhà Ninh Bình sang làm việc. “1.500 USD/tháng vẫn khó kiếm người tại chỗ trong lúc anh em quê tôi thì quanh năm cày ruộng cũng không mơ mỗi”, Chính nói”.

Khác hẳn với Chính, Giám đốc Công ty Phương Hoa chuyên nhập xe gắn máy vào Algeria lại là một cô gái cách đây 6 năm còn làm người giúp việc cho một ông chủ là nhân viên ngoại giao Angola tại Việt Nam. Năm 2002, Nguyễn Phương Hoa được sang Châu Phi như một phần thưởng sau khi ông chủ kết thúc nhiệm kỳ.

Trước khi quay về nước, con gái ông chủ nhờ Hoa tìm mua giúp một chiếc xe tay ga kiểu dáng giống Spacy mà cô ta thường thấy khi ở Việt Nam. Trầy trật ba tháng trời Hoa mới mua xong và gửi được xe về Angola. Hai tháng sau Hoa lại “bị nhờ” mua nhưng đến 20 chiếc xe kiểu này

và được trả công 400 USD một chiếc. Cộng với 200 USD hoa hồng/ chiếc từ phía người bán, Hoa có trong tay 6.000 USD, số tiền mà cô gái nghèo quê Long An này chưa bao giờ nghĩ đến.

Hoa quyết định bỏ ra hơn 600 USD tặng cho con trai cô bạn Angola một chiếc xe máy Tàu và đổi lại là một lời đề nghị “ Sao em không nhập xe máy sang đây bán”. Gặp đúng thời các nhà máy lắp ráp xe máy bán đồ bán tháo tránh phá sản, Hoa không những được mua gói đầu mà còn mặc sức lựa chọn, kiếm hoa hồng.

Chuyến hàng đầu tiên 120 chiếc, trừ mọi chi phí và cả “ tiêu cực phí”, Hoa lãi 40.000 USD. Đến nay, sau gần hai năm bén duyên với xe máy, Hoa không chỉ nhập trên 500 chiếc/tháng sang Angola mà còn đến Algeria, Ghana...4 showroom xe máy của công ty Phương Hoa đã có mặt ở bốn thành phố lớn và thủ đô của Angola. Điều đáng nói là hơn 45 nhân viên người Việt với mức lương 1.200 USD/tháng đang có mặt tận trời Phi cùng Hoa.

Cứ mỗi độ Tết về, Hoa lại “ gói ghém” 200 – 300 triệu đồng về Việt Nam làm từ thiện. Hoa bảo “ xe máy với nhiều người châu Phi vẫn là niềm mơ ước nên công ty em chắc cũng trụ được lâu”. Nói vậy, nhưng Hoa đang có dự án đưa xe về bán ở vùng nông thôn các nước châu Phi. Cô cho biết, ở Maroc, có một phụ nữ Việt Nam tên Vũ Thị Lợi buôn bán xe máy còn quy mô hơn cô nhiều

2.3 Nâng cao tiềm lực kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong điều kiện hiện nay, những doanh nghiệp Việt Nam có nhu cầu thâm nhập vào thị trường châu Phi đều phải tập trung đầu tư cho nghiên cứu thị trường, thuê kho ngoại quan hoặc mở chi nhánh công ty, đổi mới thiết bị, đầu tư công nghệ hiện đại, thực hiện chuẩn hoá và kiểm tra chất lượng, đa dạng hoá chủng loại sản phẩm, xây dựng thương hiệu, liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất, chế biến kinh doanh xuất khẩu. Tuy nhiên, có một điều chắc chắn là những chi phí phát sinh khi tham gia thị trường mới này sẽ lớn hơn nhiều so với khi tác nghiệp ở các thị trường truyền thống. Điều này thực sự là trở ngại lớn đối với doanh nghiệp. Vì vậy, ngoài những hình thức gọi vốn thông qua phát hành cổ phiếu, thông qua góp vốn từ bạn bè, doanh nghiệp cần chủ động tiếp cận nguồn tín dụng nhà nước. Có một tiềm lực mạnh mẽ, các doanh nghiệp sẽ dễ dàng hơn trong việc xâm nhập thị trường châu Phi. Một điều đặc biệt lưu ý là rút kinh nghiệm từ các doanh nghiệp Trung Quốc cạnh tranh lẫn nhau, phá giá để mưu lợi riêng, các doanh nghiệp Việt Nam nên

liên kết lại, một phần giúp tăng cường tiềm lực cho chính doanh nghiệp, phần nữa sẽ bảo vệ được giá trên thị trường và thu được nhiều lợi nhuận hơn.

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

2.4 Đổi mới, áp dụng nhiều phương thức cạnh tranh.

Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, ưu thế cạnh tranh của sản phẩm đến từ các nhân tố như giá cả và phi giá cả. Cạnh tranh về giá để chiếm lĩnh khách hàng, tăng thị phần là biện pháp đã có từ lâu và được nhiều doanh nghiệp sử dụng. Còn cạnh tranh phi giá là phương thức khá mới mẻ và có nhiều cách vận dụng khác nhau: cạnh tranh về chất lượng, chủng loại sản phẩm, màu sắc, kiểu dáng, quy cách phẩm chất, thương hiệu, bao bì, thời hạn giao hàng, phương thức phục vụ, dịch vụ hậu mãi...Do đặc điểm nền kinh tế Việt Nam trình độ phát triển còn yếu kém, trình độ khoa học kỹ thuật và quản lý lạc hậu, hiệu quả lao động của doanh nghiệp trong nước còn thấp, hàm lượng công nghệ cao trong sản phẩm còn thấp...nên xét trên phương diện cạnh tranh phi giá cả thì rất thiếu tính cạnh tranh. Vì thế, các doanh nghiệp xuất khẩu vào châu Phi cần có cái nhìn tổng thể về các ưu thế cạnh tranh giá cả và phi giá cả, từng bước đưa vào thị trường châu Phi những mặt hàng độc đáo, tăng cường việc sử dụng công nghệ cao và cơ cấu lại hệ thống phân phối, đặc biệt chú ý dịch vụ chăm sóc khách hàng sau khi bán.

KẾT LUẬN

Trong những năm qua, bằng nhiều biện pháp và nhiều phương thức khác nhau, Trung Quốc đã xâm nhập ngày càng sâu và rộng vào thị trường châu Phi. Về cơ bản thì Trung Quốc áp dụng ba biện pháp sau: thứ nhất là tăng cường đầu tư trực tiếp, thứ hai là mở rộng thị trường xuất khẩu, thứ ba là tăng cường viện trợ ODA cùng một số biện pháp hỗ trợ khác. Và trong mỗi chính sách lớn đó, nhà nước Trung Quốc cũng như các doanh nghiệp Trung Quốc đều rất nhanh nhạy nắm bắt thị trường, có nhiều biện pháp hỗ trợ để tạo thuận lợi cho việc chiếm lĩnh thị trường châu Phi. Tuy nhiên, bất kỳ một chính sách nào, dù có hoàn hảo đến mấy cũng không thể tránh khỏi thiếu sót và như đã phân tích thì con đường xâm nhập châu Phi của Trung Quốc còn rất nhiều thách thức và trở ngại. Vấn đề của Việt Nam ở đây là xác định được mục tiêu, tiềm lực của chính mình, xác định được những điểm giống và khác nhau của mình với Trung Quốc, những điểm yếu của Trung Quốc để học tập và rút ra bài học riêng cho mình trong việc xâm nhập vào thị trường châu Phi. Đây là một việc không hề đơn giản và cần những nỗ lực rất lớn từ phía Nhà nước trong việc điều chỉnh chính sách vĩ mô cho đến nỗ lực của các bộ ngành liên quan cho đến từng doanh nghiệp. Nếu chúng ta làm được điều này và kết hợp nhuần nhuyễn, khéo léo với nhau thì chắc chắn rằng, dù nước ta còn nghèo, tiềm lực của ta còn thấp, nhưng cùng với sự nỗ lực của toàn Đảng, toàn dân và trên nền tảng quan hệ hữu nghị truyền thống tốt đẹp Việt Nam – châu Phi thì con đường hướng về châu Phi sẽ rất tươi sáng, rộng mở, và đó cũng sẽ là thành công của chúng ta trên con đường hội nhập với toàn cầu.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- (1): Sách giáo khoa Địa lý lớp 7
- (2), (3), (4), (5): <http://vi.wikipedia.org/wiki/>
- (6): Các nước trên thế giới, Nxb Chính trị quốc gia, tr. 225 – 340).
- (7): <http://www.hanoimoi.com.vn/vn/22/100158/>
- (8): <http://thongtindubao.gov.vn/Default.aspx?mod=News&cat=19&nid=1822>
- (9): <http://www.voanews.com/vietnamese/2006-11-02-voa8sdf.cfm>
- (10): <http://www.mof.gov.vn/Default.aspx?tabid=82&ItemID=28637>
- (11): http://www.cpv.org.vn/print_preview.asp?id=BT250712505
- (12): <http://www.africa-invest.net/News/ShowInfo.aspx?ID=11352>
- (13): <http://www.africa-invest.net/News/ShowInfo.aspx?ID=12009>
- (14): <http://chanye.finance.sina.com.cn/sm/2006-11-02/303399.shtml>
- (15): <http://www.autonet.com.vn/vn/tinthegioi/2487/index.aspx>
- (16): <http://chanye.finance.sina.com.cn/sm/2006-11-02/303399.shtml>
- (17): http://www.vneconomy.com.vn/vie/article_to_print.php?id=666851edd8c442
- (18): <http://www.lanhdao.net/leadership/home.aspx?catid=40&msgid=7608>
- (19): http://iwaas.cass.cn/show/show_fruit.asp?id=501
- (20): <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2251487,00.html>
- (21): Venkatesan Vembu, “Africa comes to China” *Economist.com*
- (22): <http://news.sina.com.cn/c/2007-01-29/195012171970.shtml>
- (23): http://www.cpv.org.vn/print_preview.asp?id=BT250712505
- (24): Esther Pan, “China, Africa, and Oil”
- (25), (26): “China and Africa”
<http://allafrica.com/stories/printable/200611080439.html>
- (27): <http://info.finance.hc360.com/2006/11/09110357875-3.shtml>

http://www.cfr.org/publication/11886/perils_of_beijings_africa_strategy.html

(28): <http://www.moi.gov.vn/BForum/detail.asp?Cat=12&id=1817>

(29): <http://www.mofa.gov.vn/quocte/africa03/nn%20Kinh%20te%20thuong%20mai.htm>

(30): <http://www.mofa.gov.vn/quocte/africa03/Kinh%20te%20thuong%20mai.htm>

(31), (32), (33), (34):

http://www.hatrade.com.vn/thuongmai_chitiet.asp?matin=BT3080445684&matheloai=0

(35):

<http://www.vienkinhte.hochiminhcity.gov.vn/xemtin.asp?idcha=2726&cap=4&id=2731>

(36), (37): Nghiên cứu châu Phi và Trung Đông” số 5 năm 2007, trang 47

(38): <http://www.vinafrica.com/bizcenter>

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT VÀ BẢNG BIỂU

ĐTTT: Đầu tư trực tiếp

ĐTNN: Đầu tư nước ngoài

RMB: Nhân dân tệ

USD: Đô la Mỹ

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc ra thế giới giai đoạn 1985 – 2005 (trang 14).

Bảng 2: Bảng so sánh định gốc, liên hoàn kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Châu Phi giai đoạn 1990 – 2006 (trang 34).

Bảng 3: Các quốc gia Châu Phi có kim ngạch thương mại vượt mức 100 triệu USD với Trung Quốc thời kỳ 1990 – 2002 (trang 37).

Bảng 4: Tín dụng xuất khẩu của China Eximbank giai đoạn 1994 đến 2005 (trang 39).

Bảng 5: Kim ngạch xuất khẩu, tổng thu VAT, hoàn thuế VAT, chi tiêu của chính phủ Trung Quốc và tỷ trọng hoàn thuế so với chi tiêu chính phủ Trung Quốc giai đoạn 1985 – 2005 (trang 40).

Box 1: Những điều chưa biết về thị trường Châu Phi – trang 81.

Biểu đồ 1: Kim ngạch ĐTTT của Trung Quốc vào châu Phi trong các năm từ 1996 đến 2006 – trang 27

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Châu Phi giai đoạn 1990 – 2006 - trang 34.

PHỤ LỤC 1: KIM NGẠCH XUẤT NHẬP KHẨU

của Trung Quốc vào Châu phi giai đoạn 1990 – 2006

(Triệu USD)

Năm	Kim ngạch xuất nhập khẩu	Kim ngạch xuất khẩu	Kim ngạch nhập khẩu	Thặng dư thương mại
1990	166,451	129,691	36,76	92,931
1991	142,556	99,999	42,997	57,442
1992	205,054	139,079	65,975	73,104
1993	253,071	152,744	100,327	52,417
1994	264,263	174,865	89,398	85,467
1995	392,113	249,369	142,744	106,625
1996	403,081	256,633	146,448	110,185
1997	567,3	320,92	246,38	74,54
1998	553,228	405,571	147,657	257,914
1999	648,364	410,85	237,514	173,336
2000	1059,781	504,271	555,51	-51,239
2001	1079,954	600,658	479,296	121,362
2002	1238,91	696,167	542,743	153,424
2003	1854,543	1018,412	836,131	182,281
2004		138,2		
2005		186,8		
2006	2880	2670	210	2460