

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	4
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỦY SẢN VÀ XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM	8
1.1. Khái niệm và đặc điểm của ngành thủy sản	8
1.1.1. Khái niệm ngành thủy sản	8
1.1.2. Đặc điểm chủ yếu của sản xuất kinh doanh thủy sản.....	8
1.2. Vị trí, vai trò của ngành thủy sản trong nền kinh tế quốc dân	9
1.2.1. Cung cấp thực phẩm, tạo nguồn dinh dưỡng cho mọi người dân Việt Nam	9
1.2.2. Đảm bảo an ninh lương thực, thực phẩm	10
1.2.3. Xoá đói giảm nghèo.....	10
1.2.4. Chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp nông thôn	11
1.2.5. Tạo nghề nghiệp mới, tăng hiệu quả sử dụng đất đai.....	12
1.2.6. Là nguồn xuất khẩu quan trọng	12
1.2.7. Đảm bảo chủ quyền quốc gia, đảm bảo an ninh quốc phòng ở vùng sâu, vùng xa, nhất là ở vùng biển và hải đảo	12
1.3. Tiềm năng phát triển thủy sản Việt Nam	13
1.3.1. Tiềm năng tài nguyên	13
1.3.2. Tiềm năng con người.....	17
1.4. Một số yếu tố ảnh hưởng tới xuất khẩu thủy sản Việt Nam.....	17
1.4.1. Yếu tố bên trong	17
1.4.2. Yếu tố bên ngoài.....	19
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỜI GIAN QUA	21
2.1. Khái quát về tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.....	21
2.1.1. Về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu	21

2.1.2. Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu.....	24
2.1.3. Về thị trường xuất khẩu.....	27
2.2. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU	28
2.2.1. Những nét chung về thị trường nhập khẩu thủy sản EU	28
2.2.1.1. Khái quát thị trường nhập khẩu thủy sản EU	28
2.2.1.2. Hệ thống tiêu thụ và xu hướng tiêu thụ	28
2.2.1.3. Một số quy định của EU đối với hoạt động nhập khẩu thủy sản	32
2.2.1.4. Tầm quan trọng của việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường EU.....	33
2.2.2. Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU trong thời gian qua	34
2.2.2.1. Về kim ngạch xuất khẩu	34
2.2.2.2. Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu.....	37
2.2.2.3. Về thị trường xuất khẩu	38
2.2.2.4. Về hiệu quả xuất khẩu	39
2.3. Đánh giá tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU ..	41
2.3.1. Những kết quả đạt được	41
2.3.2. Những mặt hạn chế.....	43
2.3.3. Nguyên nhân của những mặt hạn chế.....	44
2.3.3.1. Nguyên nhân khách quan	44
2.3.3.2. Nguyên nhân chủ quan	46
CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN 2011-2020	47
3.1. Triển vọng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU	47
3.1.1. Cơ hội	47
3.1.2. Thách thức	49
3.2. Quan điểm, định hướng và mục tiêu đến năm 2020.....	50
3.2.1. Quan điểm, định hướng và mục tiêu	50
3.2.1.1. Quan điểm phát triển	50
3.2.1.2. Định hướng đến năm 2020	51

3.2.1.3. Mục tiêu thực hiện.....	51
3.2.2. Dự báo	52
3.3. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2011-2020	52
3.3.1. Các giải pháp vĩ mô	55
3.2.2 Các giải pháp vi mô	58
3.3. Kiến nghị	61
KẾT LUẬN	64

BẢNG CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nội dung chữ viết tắt bằng tiếng anh	Nội dung chữ viết tắt bằng tiếng việt
1.EU	European Union	Liên minh Châu Âu
2.GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
3.GSP	Generalized System of Preferences	Chương trình ưu đãi thuế quan
4.USD	The United States Dollar	Đơn vị tiền tệ: Đô la Mỹ
5.WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Việt Nam được coi là một nước có tiềm năng rất lớn về thủy sản cả nước ngọt và nước mặn, do đó có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển nghề đánh bắt và nuôi trồng thủy sản tạo ra nguồn cung nguyên liệu dồi dào cho ngành chế biến thủy sản phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Nhờ vậy, xuất khẩu thủy sản đã trở thành một trong những lĩnh vực xuất khẩu quan trọng nhất của nền kinh tế mang lại nguồn ngoại tệ lớn cho đất nước và luôn nằm trong danh sách những ngành có giá trị xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam, tạo nguồn thu nhập đáng kể cho nông - ngư dân và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này.

Theo thống kê của Hải quan Việt Nam, năm 2010 cả nước xuất khẩu được 1,353 triệu tấn thủy sản trị giá 5,034 tỉ đô la (bao gồm cả lũy kế), tăng 11,3% về khối lượng và 18,4% về giá trị so với năm 2009. Trong hai tháng đầu năm 2011 xuất khẩu thủy sản Việt Nam đạt 835 triệu USD, tăng 54,4% so với cùng kỳ năm trước.

Trong số các thị trường xuất khẩu thủy sản chủ yếu của Việt Nam, thị trường EU đóng một vai trò vô cùng quan trọng. Trong suốt nhiều năm liền thị trường này (cùng Mỹ và Nhật Bản) là một trong ba thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam.

Mặc dù vậy, thị trường xuất khẩu thủy sản thế giới ngày càng xuất hiện nhiều đối thủ mới cũng như tính cạnh tranh giữa các nước xuất khẩu thủy sản ngày càng tăng dưới tác động của xu hướng tự do hoá thương mại. Trong khi đó nền thủy sản trong nước dù đã có nhiều thành tựu tiến bộ song vẫn bộc lộ những điểm yếu kém chưa khắc phục được, đồng thời cơ sở vật chất đã lạc hậu không đáp ứng được các nhu cầu của thời đại. Bên cạnh đó, trong những năm gần đây đã có rất nhiều vấn đề đặt ra với hoạt động xuất khẩu thủy sản ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản. Ngành thủy sản Việt

Nam đã chứng kiến và bị lôi kéo vào những vụ kiện bán phá giá, những tin đồn về chất lượng sản phẩm đồng thời đang phải đối mặt với rất nhiều bất lợi của thị trường. Bên cạnh đó, các rào kỹ thuật và thương mại, lượng kháng sinh, nguồn gốc xuất xứ và hình thức điều kiện đánh bắt, về kiểm dịch,... đang là thách thức đối với ngành thủy sản Việt Nam.

Vì vậy, đề tài: “*Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2011-2020*” được chọn để nghiên cứu.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài

Thứ nhất, nghiên cứu tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU trong những năm qua. Xem xét những thành tựu đạt được, hạn chế, những quy định của EU và những vấn đề đặt ra đối với hoạt động xuất khẩu thủy sản Việt Nam hiện nay.

Thứ hai, đề xuất một số giải pháp, định hướng nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2011-2020.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài

- Đối tượng nghiên cứu:

- Nghiên cứu một số vấn đề về thủy sản và xuất khẩu thủy sản Việt Nam.
- Nghiên cứu những giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường EU.

- Phạm vi nghiên cứu:

Về nội dung: nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến trình độ và khả năng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU trong thời gian qua và giai đoạn 2011-2020 tới, tập trung chủ yếu về một số lĩnh vực sau đây: thị trường xuất khẩu, kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu, cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu cũng như những mặt hạn chế còn tồn đọng trong giai đoạn trên.

Về thời gian: số liệu thu thập và nghiên cứu chủ yếu từ năm 2000 đến nay.

4. Phương pháp nghiên cứu đề tài

Để đạt mục tiêu nghiên cứu, đề án đã sử dụng một số phương pháp sau đây:

- Vận dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng, duy vật lịch sử để nghiên cứu các vấn đề vừa toàn diện, vừa cụ thể, có hệ thống để đảm bảo tính logic của đề tài nghiên cứu.

- Sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu như phương pháp quy nạp, diễn giải, phương pháp phân tích tổng hợp, phương pháp phân tích so sánh... để phân tích, đánh giá vấn đề và rút ra kết luận.

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, đề án được trình bày trong 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về thủy sản và xuất khẩu thủy của Việt Nam.

Chương 2: Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU trong thời gian qua.

Chương 3: Định hướng và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2011-2020.

Trong quá trình nghiên cứu, mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng với lượng kiến thức còn hạn chế nên bài viết khó có thể tránh khỏi sai sót và hạn chế. Em rất mong có sự đóng góp của quý thầy cô giáo để đề án hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn PGS.TS Nguyễn Thường Lạng và thư viện trường Đại học Kinh tế quốc dân đã giúp em hoàn thành đề án này.

Xin chân thành cảm ơn!

Nguyễn Minh Tuấn

Hà Nội, Tháng 4/2011

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỦY SẢN VÀ XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM

1.1. Khái niệm và đặc điểm của ngành thủy sản

1.1.1. Khái niệm ngành thủy sản

Ngành thủy sản là ngành nghiên cứu về sự khai thác, nuôi trồng, vận chuyển thủy sản khai thác; bảo quản, chế biến, mua bán, xuất khẩu, nhập khẩu thủy sản; dịch vụ trong hoạt động thủy sản; điều tra, bảo vệ và phát triển nguồn lợi thủy sản.

1.1.2. Đặc điểm chủ yếu của sản xuất kinh doanh thủy sản

- *Đối tượng sản xuất là các sinh vật sống trong nước*

Đối tượng sản xuất của ngành nuôi trồng thủy sản là những cơ thể sống, là các loại động thực vật thủy sản chúng sinh trưởng, phát sinh, phát triển và phát dục theo các quy luật sinh học nên con người phải tạo được môi trường sống phù hợp cho từng đối tượng mới thúc đẩy khả năng sinh trưởng và phát triển của nó.

- *Thủy vực là tư liệu sản xuất chủ yếu không thể thay thế*

Đất đai là tư liệu sản xuất song nó là tư liệu sản xuất đặc biệt khác với các tư liệu khác ở chỗ: diện tích của chúng có giới hạn, vị trí của chúng cố định, sức sản xuất của chúng thì không giới hạn và nếu biết sử dụng hợp lý thì đất đai diện tích mặt nước không bị hao mòn đi mà còn tốt hơn, mặt khác đất đai diện tích mặt nước là tư liệu sản xuất không đồng nhất về chất lượng do cấu tạo thổ nhưỡng, địa hình vị trí dẫn đến độ màu mỡ của đất đai diện tích mặt nước giữa các vùng thường khác nhau. Chính vì vậy khi sử dụng đất đai diện tích mặt nước phải hết sức tiết kiệm, phải quản lý quản lý chặt chẽ diện tích mặt nước cả trên ba mặt pháp chế, kinh tế, kỹ thuật.

- *Sản xuất thủy sản mang tính thời vụ*

Trong nuôi trồng thủy sản ngoài sự tác động trực tiếp của con người, các đối tượng nuôi còn chịu tác động của môi trường tự nhiên. Vì vậy trong nuôi trồng thủy sản, quá trình tái sản xuất kinh tế xen kẽ với quá trình tái sản xuất tự nhiên, thời gian lao động không hoàn toàn ăn khớp với thời gian sản xuất do đó ngành nuôi trồng thủy sản có tình thời vụ rất rõ rệt.

- *Nuôi trồng thủy sản là một ngành phát triển rộng và tương đối phức tạp hơn so với các ngành sản xuất vật chất khác*

Đối tượng sản xuất của ngành nuôi trồng là các loại động vật máu lạnh, sống trong môi trường nước, chịu ảnh hưởng trực tiếp của rất nhiều yếu tố môi trường như thủy lý, thủy hóa, thủy sinh do đó muốn cho các đối tượng nuôi trồng phát triển tốt con người phải tạo môi trường sống phù hợp cho từng đối tượng nuôi. Các biện pháp kỹ thuật sản xuất chỉ khi nào phù hợp với các yêu cầu sinh thái, phù hợp với quy luật sinh trưởng, phát triển và sinh sản của các đối tượng nuôi trồng thì mới giúp đối tượng nuôi phát triển tốt, đạt được năng suất, sản lượng cao và ổn định. Hơn nữa hoạt động nuôi trồng thủy sản là hoạt động sản xuất ngoài trời các điều kiện sản xuất như khí hậu, thời tiết, các yếu tố môi trường ... và sinh vật có ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau đồng thời luôn có sự biến động khôn lường.

1.2. Vị trí, vai trò của ngành thủy sản trong nền kinh tế quốc dân

1.2.1. Cung cấp thực phẩm, tạo nguồn dinh dưỡng cho mọi người dân Việt Nam

Số liệu cho thấy 50% sản lượng đánh bắt hải sản ở vùng biển Bắc Bộ, Trung Bộ và 40% sản lượng đánh bắt ở vùng biển Đông Nam Bộ, Tây Nam Bộ được dùng làm thực phẩm cho nhu cầu của người dân Việt Nam. Nuôi trồng thủy sản phát triển rộng khắp, tới tận các vùng sâu vùng xa, góp phần chuyển đổi cơ cấu thực phẩm trong bữa ăn của người dân Việt Nam, cung cấp nguồn dinh dưỡng dồi dào. Từ các vùng đồng bằng đến trung du miền núi, tất cả các ao hồ nhỏ đều được sử dụng triệt để cho các hoạt động nuôi trồng thủy sản. Trong

thời gian tới, các mặt hàng thủy sản sẽ ngày càng có vị trí cao trong tiêu thụ thực phẩm của mọi tầng lớp nhân dân Việt Nam.

1.2.2. Đảm bảo an ninh lương thực, thực phẩm

Ngành thủy sản là một trong những ngành tạo ra lương thực, thực phẩm, cung cấp các sản phẩm tiêu dùng trực tiếp. Ở tầm vĩ mô, dưới góc độ ngành kinh tế quốc dân, Ngành thủy sản đã góp phần đảm bảo an ninh lương thực thực phẩm, đáp ứng được yêu cầu cụ thể là tăng nhiều đạm và vitamin cho thức ăn. Có thể nói Ngành Thủy sản đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thực phẩm cho người dân, không những thế nó còn là một ngành kinh tế tạo cơ hội công ăn việc làm cho nhiều cộng đồng nhân dân, đặc biệt ở những vùng nông thôn và vùng ven biển. Những năm gần đây, công tác khuyến ngư đã tập trung vào hoạt động trình diễn các mô hình khai thác và nuôi trồng thủy sản, hướng dẫn người nghèo làm ăn. Hiện tại, mô hình kinh tế hộ gia đình được đánh giá là đã giải quyết cơ bản công ăn việc làm cho ngư dân ven biển. Bên cạnh đó, mô hình kinh tế tiểu chủ và kinh tế tư bản tư nhân đã góp phần giải quyết việc làm cho nhiều lao động ở các vùng, nhất là lao động nông nhàn ở các tỉnh Nam Bộ và Trung Bộ. Nghề khai thác thủy sản ở sông Cửu Long được duy trì đã tạo công ăn việc làm cho 48.000 lao động ở 249 xã ven sông.

1.2.3. Xoá đói giảm nghèo

Ngành thủy sản đã lập nhiều chương trình xoá đói giảm nghèo bằng việc phát triển các mô hình nuôi trồng thủy sản đến cả vùng sâu, vùng xa, không những cung cấp nguồn dinh dưỡng, đảm bảo an ninh thực phẩm mà còn góp phần xoá đói giảm nghèo. Tại các vùng duyên hải, từ năm 2000, nuôi thủy sản nước lợ đã chuyển mạnh từ phương thức nuôi quảng canh sang quảng canh cải tiến, bán thâm canh và thâm canh, thậm chí nhiều nơi đã áp dụng mô hình nuôi thâm canh theo công nghệ nuôi công nghiệp. Các vùng nuôi tôm rộng lớn, hoạt động theo quy mô sản xuất hàng hoá lớn đã hình thành, một bộ phận dân cư các vùng ven biển đã giàu lên nhanh chóng, rất nhiều gia đình thoát khỏi cảnh đói nghèo nhờ nuôi trồng thủy sản.

Hoạt động nuôi trồng thủy sản ở các mặt nước lớn như nuôi cá hồ chứa cũng đã phát triển, hoạt động này luôn được gắn kết với các chương trình phát triển trung du miền núi, các chính sách xoá đói giảm nghèo ở vùng sâu vùng xa.

1.2.4. Chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp nông thôn

Việt Nam có đầy đủ điều kiện để phát triển một cách toàn diện một nền kinh tế biển. Nếu như trước đây việc lấn ra biển, ngăn chặn những ảnh hưởng của biển để mở rộng đất đai canh tác là định hướng cho một nền kinh tế nông nghiệp lúa nước thì hiện nay việc tiến ra biển, kéo biển lại gần sẽ là định hướng khôn ngoan cho một nền kinh tế công nghiệp hoá và hiện đại hoá.

Trong những thập kỷ qua, nhiều công trình hồ thủy điện đã được xây dựng, khiến nước mặn ngoài biển thâm nhập sâu vào vùng cửa sông, ven biển. Đối với nền canh tác nông nghiệp lúa nước thì nước mặn là một thảm họa, nhưng với nuôi trồng thủy sản nước mặn, nước lợ thì nước mặn được nhận thức là một tiềm năng mới, vì hoạt động nuôi trồng thủy sản có thể cho hiệu quả canh tác gấp hàng chục lần hoạt động canh tác lúa nước.

Một phần lớn diện tích canh tác nông nghiệp kém hiệu quả đã được chuyển sang nuôi trồng thủy sản. Nguyên nhân của hiện tượng này là do giá thủy sản trên thị trường thế giới những năm gần đây tăng đột biến, trong khi giá các loại nông sản xuất khẩu khác của Việt Nam lại bị giảm sút dẫn đến nhu cầu chuyển đổi cơ cấu diện tích giữa nuôi trồng thủy sản và nông nghiệp càng trở nên cấp bách. Chính phủ đã đưa ra nghị quyết 09 NQ/CP ngày 15/6/2000 về chuyển đổi cơ cấu kinh tế trong nông nghiệp và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, và đó cũng là yếu tố giúp cho quá trình chuyển đổi diện tích nuôi trồng thủy sản càng diễn ra nhanh, mạnh và rộng khắp hơn. Quá trình chuyển đổi diện tích, chủ yếu từ lúa kém hiệu quả, sang nuôi trồng thủy sản diễn ra mạnh mẽ nhất vào các năm 2000-2002: hơn 200.000 ha diện tích được chuyển đổi sang nuôi trồng thủy sản hoặc kết hợp nuôi trồng thủy sản, tuy nhiên từ 2003 đến nay ở nhiều vùng vẫn tiếp tục chuyển đổi mạnh, năm 2003 đạt 49.000 ha và năm 2004 đạt 65.400 ha. Có thể nói nuôi trồng thủy sản đã phát triển với tốc độ nhanh, thu được hiệu quả kinh tế - xã hội đáng kể, từng bước góp phần thay đổi cơ cấu kinh tế ở các

vùng ven biển, nông thôn, góp phần xoá đói giảm nghèo và làm giàu cho nông dân.

Tại nhiều vùng nông thôn, phong trào nuôi cá ruộng trũng phát triển mạnh mẽ. Đây là hình thức nuôi cho năng suất và hiệu quả khá lớn, được đánh giá là một trong những hướng chuyển đổi cơ cấu trong nông nghiệp, góp phần làm tăng thu nhập cho người lao động và xoá đói giảm nghèo ở nông thôn. Tính đến nay, tổng diện tích ruộng trũng có thể đưa vào nuôi cá theo mô hình cá - lúa là 446.151 ha. Năm 2001, diện tích đã nuôi được xác định là 239.379 ha, con số này vẫn tiếp tục tăng trong những năm tiếp theo.

1.2.5. Tạo nghề nghiệp mới, tăng hiệu quả sử dụng đất đai

Ao hồ nhỏ là một thế mạnh của nuôi trồng thủy sản ở các vùng nông thôn Việt Nam. Người nông dân sử dụng ao hồ nhỏ như một cách tận dụng đất đai và lao động. Hầu như họ không phải chi phí nhiều tiền vốn vì phần lớn là nuôi quảng canh. Tuy nhiên, ngày càng có nhiều người nông dân tận dụng các mặt nước ao hồ nhỏ trong nuôi trồng thủy sản nước ngọt với các hệ thống nuôi bán thâm canh và thâm canh có chọn lọc đối tượng cho năng suất cao như mè, trắm, các loại cá chép, trôi Ấn Độ và các loài cá rô phi đơn tính.

1.2.6. Là nguồn xuất khẩu quan trọng

Trong nhiều năm liên, ngành thủy sản luôn giữ vị trí cao trong bảng danh sách các ngành có giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn nhất đất nước. Theo thống kê của Hải quan Việt Nam, năm 2010 cả nước xuất khẩu được 1,353 triệu tấn thủy sản trị giá 5,034 tỉ đô la (gồm cả lũy kế), tăng 11,3% về khối lượng và 18,4% về giá trị so với năm 2009. Trong hai tháng đầu năm 2011 xuất khẩu thủy sản Việt Nam đạt 835 triệu USD, tăng 54,4% so với cùng kỳ năm trước.

1.2.7. Đảm bảo chủ quyền quốc gia, đảm bảo an ninh quốc phòng ở vùng sâu, vùng xa, nhất là ở vùng biển và hải đảo

Ngành thủy sản luôn giữ vai trò quan trọng trong bảo vệ an ninh, chủ quyền trên biển, ổn định xã hội và phát triển kinh tế các vùng ven biển, hải đảo, góp phần thực hiện chiến lược quốc phòng toàn dân và an ninh nhân dân.

Năm 1997, Thủ tướng chính phủ đã ký Quyết định số 393/TTg phê duyệt Chương trình cho vay vốn tín dụng đầu tư đóng tàu khai thác hải sản xa bờ. Thực hiện quyết định này, từ năm 1997 đến năm 1999, Tổng cục Đầu tư và Phát triển đã cho vay 867.871 triệu đồng, tương đương với 802 con tàu. Năm 2000, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 64/2000/QĐ-TTg về việc sửa đổi quy chế quản lý và sử dụng vốn tín dụng đầu tư phát triển của Nhà nước cho các dự án đóng mới, cải hoán tàu đánh bắt tàu dịch vụ và đánh bắt hải sản xa bờ, tổng số vốn đã duyệt cho vay từ năm 2000 đến năm 2005 là 182.372 triệu đồng để đóng mới 166 con tàu. Việc gia tăng số lượng tàu lớn đánh bắt xa bờ không chỉ nhằm khai thác các tiềm năng mới, cung cấp nguyên liệu cho chế biến mà còn góp phần bảo vệ an ninh quốc phòng trên các vùng biển của nước ta.

Tính đến nay, rất nhiều cảng cá quan trọng đã được xây dựng theo chương trình Biên đông hải đảo, cụ thể là: Cô Tô (Quảng Ninh), Bạch Long Vĩ và Cát Bà (Hải Phòng), Hòn Mê (Thanh Hoá), Cồn Cỏ (Quảng Trị), Lí Sơn (Quảng Nam), Phú Quý (Bình Thuận), Côn Đảo (Bà Rịa-Vũng Tàu), Hòn Khoai (Cà Mau), Nam Du, Thổ Chu và Phú Quốc (Kiên Giang). Hệ thống cảng cá tuyến đảo này sẽ được hoàn thiện đồng bộ để phục vụ sản xuất nghề cá và góp phần bảo vệ chủ quyền an ninh vùng biển của tổ quốc.

1.3. Tiềm năng phát triển thủy sản Việt Nam

1.3.1. Tiềm năng tài nguyên

- *Điều kiện tự nhiên*

Việt Nam với bờ biển dài, hệ thống sông ngòi dày đặc đi sâu vào lãnh thổ quốc gia tạo điều kiện thuận lợi cho ngành thủy sản phát triển.

Việt nam có bờ biển dài 3260 km, 12 đầm, phá, 112 cửa sông, lạch, trong đó 47 cửa có độ từ 1,6 – 3,0 m để đưa tàu cá có công suất 140cv ra vào khi có thủy triều; có hơn 4.000 hòn đảo, bãi đá ngầm lớn nhỏ, gần và xa bờ có thể xây dựng được các cơ sở hạ tầng khai thác xa bờ, nuôi trồng thủy sản và bảo vệ an ninh tổ quốc.

Biển Việt nam bao gồm 2 vùng chính: (1) vùng nội thủy và lãnh hải rộng 226000 km², (2) vùng biển đặc quyền kinh tế rộng 1000.000 km². Có nhiều vũng, vịnh kín gió cho tàu thuyền trú đậu và để nuôi hải sản. Các đảo Bạch Long Vĩ, Lý Sơn, Phú Quý, Côn Đảo, Phú Quốc, Hòn Khoai, Thổ Chu,... thuộc những ngư trường lớn rất thuận lợi cho khai thác thủy hải sản. (Theo Wikipedia)

- *Đặc điểm môi trường và tiềm năng nguồn lợi*

Diện tích vùng ven biển và vùng biển của đất nước ta gấp 3 lần diện tích đất liền, trải dài trên 13 vĩ độ, vùng ven biển và biển Việt nam được chia thành 4 khu vực môi trường:

- + Môi trường nước mặn xa bờ:

Là vùng nước ngoài khơi thuộc vùng đặc quyền kinh tế. Vùng biển tiếp giáp với Thái Bình Dương ở phía Đông và phía Nam, đồng thời tiếp giáp với 2 lục địa Âu - Á nên chế độ khí hậu vừa mang tính chất biển vừa mang tính chất lục địa. Ngoài khơi lại có 3 trũng sâu điển hình: trũng Bắc Hoàng Sa, trũng Á kinh tuyến kéo dài từ ngang Đà Nẵng về phía Nam, trũng Palawan. Vùng lòng chảo nước sâu nằm ở trung tâm biển Đông. Tất cả các vùng trên tạo nên một lợi thế to lớn cho ngành thủy sản nước ta.

Xét về nguồn lợi hải sản có thể liệt kê 3 loại chính là: cá nổi ngoài khơi, cá đáy biển sâu và cá rạn san hô.

Cá nổi ngoài khơi gồm những loài cá có kích thước lớn hoặc vừa, sống ở những vùng nước sâu, di động xa, điển hình cho đối tượng đánh bắt cá là cá thu, cá ngừ, họ cá chuồn và chỉ vào gần bờ sinh sản kiếm ăn, chúng sống tập trung thành đàn ở tầng nước trên.

Cá đáy biển sâu, điển hình là cá chào mào, cá bần chân, cá đèn lồng, cá mú làn khoảng 1.432 loài, chiếm 69% tổng số loài. Một số loài trong nhóm này là đối tượng quan trọng của nghề kéo đáy. Tuy nhiên giá trị kinh tế của chúng không cao.

Cá rạn san hô có khoảng 340 loài, chiếm 16,6% tổng số loài, kích thước thường nhỏ và vừa, màu sắc rực rỡ.

+ Môi trường nước mặn gần bờ:

Là vùng sinh thái quan trọng nhất đối với các loài thủy sinh vật vì có nguồn thức ăn cao nhất do các cửa sông lạch đem phù sa và các loại chất vô cơ, hữu cơ hòa tan làm thức ăn tốt cho các loài sinh vật bậc thấp để rồi chúng trở thành thức ăn cho tôm cá. Ở vùng Đông Nam Bộ và Tây Nam Bộ có sản lượng khai thác cao nhất, chiếm tới hơn 60% tổng sản lượng khai thác của cả nước.

Vịnh Bắc Bộ với trên 3.000 hòn đảo nên nhiều bãi triều quanh đảo có thể nuôi các loài nhuyễn thể có giá trị cao như: trai ngọc, vẹm, hào sông, hào biển, bào ngư, sò huyết...

Nguồn lợi hải sản ước tính: 75 loài tôm, 25 loài mực, 7 loài bạch tuộc, 653 loài tảo biển có giá trị kinh tế cao, 90 loài rong kinh tế, 289 loài san hô và 2.100 loài cá (trong đó có trên 130 loài cá có giá trị kinh tế cao).

Cá biển Việt Nam rất đa dạng, phân bố theo mùa vụ rõ ràng nhưng số lượng loài trong một giống không nhiều, số lượng cá thể trong một loài không lớn. Đa số cá biển phân bố rộng rãi ở vùng biển lân cận và vùng biển thuộc khu vực nhiệt đới và cận nhiệt đới, chủ yếu sống sát đáy bùn vùng biển miền Trung. Thành phần cá tầng đáy rất phong phú, mỗi mẻ lưới kéo đáy trên dưới 30 loài khác nhau gồm cả cá đáy và cá nổi nhưng chủ yếu vẫn là cá nổi.

+ Môi trường nước lợ:

Là vùng nước cửa sông, ven biển và rừng ngập mặn, đầm phá, nơi có sự pha trộn nước biển và nước ngọt từ các dòng sông đổ ra. Phụ thuộc vào mùa (mùa mưa, mùa khô) và thủy triều, nồng độ muối của môi trường nước lợ luôn thay đổi, điều đó thích hợp với những loài sinh vật thủy sinh có khả năng thích nghi, trong đó có nhiều loại thủy sản có giá trị kinh tế cao như tôm he, tôm nung, tôm tảo, cá đối, cá vược, cá tráp, cá trai, cua biển, rau câu.

Tổng diện tích tiềm năng nước lợ trên toàn quốc là 621.009 ha, bao gồm 84.652 ha ở các tỉnh phía bắc, 39.745 ha ở các tỉnh bắc trung bộ, 33.622 ha ở các tỉnh Nam Trung Bộ, 25510 ha ở các tỉnh Đông Nam Bộ và 437.480 ha ở các tỉnh Tây Nam Bộ. Rừng ngập mặn là một bộ phận quan trọng của vùng sinh thái

nước lợ có nguồn thức ăn chính từ thảm thực vật cho các loài động vật thủy sinh, là nơi nuôi dưỡng chính cho ấu trùng của giống tôm he. Trong rừng ngập mặn nước ta cũng như ở khu vực Đông Nam Á nói chung có khoảng 230 loài giáp xác, 211 loài thân mềm, hàng trăm loài các và động vật không xương khác.

Theo ước tính, có khoảng 390.000 ha mặt nước lợ có thể nuôi trồng thủy sản, trong đó có 290.440 ha đang được sử dụng nuôi quảng canh. Các đối tượng nuôi vùng nước lợ là tôm, vẹm, sò, cua, rong câu, cá rô phi... Tôm là loại thủy sản được quan tâm nhất, đặc biệt là tôm sú, kể đến là tôm he, tôm bạc thẻ và tôm nung.

+ Môi trường nước ngọt:

Bao gồm các ao hồ, sông suối, ruộng, hồ chứa tự nhiên trong đất liền.

Nuôi cá ao hồ nước ngọt là nghề nuôi truyền thống gắn với các hộ gia đình. Theo thống kê chưa đầy đủ, tới năm 2008 đã có 92.700 ha diện tích ao hồ đã được để nuôi trồng thủy sản, chiếm 70% tiềm năng ao hồ nhỏ và tập trung ở Đồng bằng Sông Hồng, Đồng bằng Sông Cửu Long.

• Các vùng kinh tế thủy sản:

Căn cứ vào phân vùng kinh tế chung của cả nước, ngành thủy sản được chia thành 7 vùng sinh thái các cụm kinh tế đó là:

- + Vùng Đồng bằng Sông Hồng
- + Miền núi và trung du Bắc Bộ
- + Vùng Bắc Trung Bộ
- + Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ
- + Tây Nguyên
- + Vùng Đông Nam Bộ
- + Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long

1.3.2. Tiềm năng con người

Việt Nam thuộc những nước đông dân trên thế giới. Có khoảng 70% dân số sống ở nông thôn, trong đó dân cư sống ở ven biển có nhịp độ tăng trưởng cao hơn so với bình quân chung của cả nước (khoảng 2,2%).

Dân cư Việt Nam có lợi thế đặc biệt đó là dân số trẻ. Đối với dân cư vùng ven biển, do tỷ lệ sinh đẻ cao, đời sống thấp kém, tuổi thọ không cao nên tỷ trọng sức trẻ trong ngành thủy sản ngày một lớn. Hiện nay lợi thế này vẫn chưa phát huy tốt vì trình độ văn hóa cũng như trình độ chuyên môn của lực lượng lao động này còn thấp.

Như vậy với trạng thái dân hiện nay, số hộ và số nhân khẩu lao động trong ngành thủy sản vẫn tăng đều qua các năm, có khả năng cung cấp đủ sức lao động dồi dào cho ngành, đẩy mạnh sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của ngành thủy sản tạo ra.

1.4. Một số yếu tố ảnh hưởng tới xuất khẩu thủy sản Việt Nam

1.4.1. Yếu tố bên trong

- *Yếu tố địa lý, khí hậu*

Việt Nam là quốc gia có hệ thống sông ngòi dày đặc đi sâu vào vùng lãnh thổ quốc gia tạo điều kiện thuận lợi để phát triển ngành thủy sản. Tuy vậy, do chịu ảnh hưởng điều kiện về khí hậu như: gió, nhiệt độ, không khí, môi trường nước, chế độ mưa, độ mặn tác động đến sự sinh trưởng và phát triển của sinh vật kéo theo sản lượng đánh bắt cá sẽ bị thay đổi. Ngoài ra, các trận lũ lụt, bão cũng có ảnh hưởng lớn đến hệ thống nuôi trồng thủy sản tạo bất lợi cho việc nuôi trồng tôm cua cá nước lợ do bờ đê đập bị phá vỡ, ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu.

Thêm vào đó, thủy sản là mặt hàng có đặc điểm là khó bảo quản sau khi đánh bắt. Do đó, thời tiết xấu dẫn đến thời gian tươi sống của các mặt hàng giảm đi nhanh chóng làm cho việc xuất khẩu các sản phẩm tươi gặp nhiều khó khăn.

Do đó, các yếu tố tự nhiên có tác động vô cùng lớn đến hoạt động sản xuất nuôi trồng thủy sản cũng như hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam ta.

- *Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật*

Khoa học công nghệ kỹ thuật trong nước được đưa vào hoạt động, ứng dụng đem lại hiệu quả cao trong công tác nuôi trồng và chế biến thủy sản từ đó giúp cho chất lượng và số lượng thủy sản tăng, giúp cho xuất khẩu hàng thủy sản có nhiều thuận lợi hơn.

Những năm đầu, chúng ta thường sử dụng những tàu thuyền mang tính chất thủ công để đánh bắt, nhưng đến những năm gần đây khối lượng tàu thuyền máy ngày càng được sử dụng hơn tạo điều kiện thuận lợi cho việc đánh bắt. Việc hình thành và xây dựng cơ sở dịch vụ cho việc khai thác thủy sản diễn biến trên 3 lĩnh vực đó là cơ khí đóng sửa thuyền, bến cảng và dịch vụ cung cấp nguyên vật liệu; thiết bị và hệ thống tiêu thụ sản phẩm, tăng khả năng phát triển thủy sản.

Về cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, điều kiện hạ tầng giao thông vận tải cũng có ảnh hưởng lớn đến thương mại hàng thủy sản. Giao thông thuận tiện sẽ giúp cho thương mại hàng thủy sản diễn ra nhanh chóng hơn, và chớp được nhiều thời cơ hơn.

- *Khả năng khai thác và tiếp cận thị trường nước ngoài của các doanh nghiệp trong nước*

Các doanh nghiệp tiếp cận được với các thị trường khác trên thế giới từ đó sẽ tạo được nhiều đầu mối làm ăn, có nhiều sự lựa chọn hơn trong xuất khẩu thủy sản.

- *Hệ thống luật pháp và chính sách quản lý của nhà nước*

Hệ thống luật pháp và chính sách quản lý của nhà nước có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất khẩu thủy sản thông qua các rào cản thương mại của chính phủ, đó là: các quy định về nuôi trồng và đánh bắt và chế biến thủy sản như các quy định về vệ sinh an toàn vệ sinh; ưu đãi, hỗ trợ của nhà nước về

nguồn vốn, về công nghệ; hàng rào thuế quan, phi thuế quan; chính sách hỗ trợ, viện trợ từ nước ngoài: các chương trình hỗ trợ vốn, công nghệ cho ngành thủy sản từ các quốc gia, tổ chức khác trên thế giới,...

Ngoài ra hệ thống luật pháp minh bạch thông thoáng cũng như các chính sách điều phối nền kinh tế đúng đắn, đặc biệt là chính sách đối ngoại sẽ là nhân tố quyết định tới khả năng thu hút, tìm kiếm và hợp tác với các đối tác kinh tế, lựa chọn thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm xuất khẩu.

1.4.2. Yếu tố bên ngoài

- *Hàng rào kỹ thuật của quốc gia nhập khẩu*

Rào cản kỹ thuật là các yêu cầu hàng hóa nhập khẩu phải đáp ứng một hệ thống các tiêu chuẩn về: quy cách, mẫu mã bao bì nhãn mác, chất lượng, an toàn mức độ ô nhiễm, an toàn đối với người lao động, quy định điều kiện đánh bắt... Tùy theo tình hình kinh tế của từng quốc gia mà mỗi quốc gia lại áp dụng những tiêu chuẩn kỹ thuật khác nhau. Các hàng hóa nhập khẩu vào các nước này phải thỏa mãn các điều kiện mới được phép nhập khẩu vào đây cũng là khó khăn đối với nước xuất khẩu nhưng tạo điều kiện thúc đẩy phát triển về chất lượng và mẫu mã với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam.

- *Thị hiếu người tiêu dùng*

Đối với các sản phẩm thủy sản, đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng là rất quan trọng. Tùy thuộc vào từng thị trường mà nhu cầu và thị hiếu khác nhau. Thông thường đối với những sản phẩm thủy sản, người tiêu dùng ưa thích dùng sản phẩm tươi sống, đảm bảo chất lượng và thời gian chế biến nhanh. Vì vậy để đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng các quốc gia nên có những biện pháp cụ thể như nghiên cứu và phân tích thị trường, quảng cáo...

- *Câu về hàng thủy sản nhập khẩu*

Trên thế giới, sự gia tăng dân số và sự phát triển kinh tế xã hội là một trong những nguyên nhân dẫn đến nhu cầu thủy sản trên toàn thế giới không ngừng tăng. Thị trường tiêu thụ ngày nay quan tâm nhiều hơn đến thủy sản như là nguồn thực phẩm dinh dưỡng vô cùng quan trọng không chỉ cung cấp 16%

nhu cầu protein của con người mà còn đáp ứng các chất khoáng và axit Omega 3 cần thiết cho cơ thể để phát triển trí não ngăn ngừa một số loại bệnh tật như béo phì các vụ ngộ độc hay dịch bệnh hoành hành với hầu hết các loài gia súc gia cầm và thủy sản là lựa chọn an toàn nhất.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỜI GIAN QUA

2.1. Khái quát về tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

2.1.1. Về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu

Bảng 1.1: Sản lượng và kim ngạch xuất khẩu thủy sản giai đoạn 2007-2010

ĐVT: Sản lượng (nghìn tấn); Kim ngạch (triệu USD)

Chỉ tiêu	Năm				Chênh lệch (%)		
	2007	2008	2009	2010	2008/ 2007	2009/2008	2010/2009
Sản lượng	1.164	1.239	1.219	1.353	6,4	-1,6	11,3
Kim ngạch	3.760	4.510	4.251	5.034	19,9	-5,7	18,4

Nguồn: Hải quan Việt Nam - Tổng cục thống kê

Năm 2007, sau khi Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên của WTO, quan hệ thương mại của Việt Nam với các nước trên thế giới được mở rộng, điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế đất nước nói chung và thúc đẩy xuất khẩu nói riêng. Trong năm 2007, ngành thủy sản Việt Nam đã xuất khẩu được 1.164 nghìn tấn thủy sản các loại, đạt kim ngạch 3,76 tỷ USD, tăng 14% về lượng và 11,7% về trị giá so với 2006, vượt 4,4% so với kế hoạch. Cho đến năm 2007, công nghệ chế biến thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam đã ngang bằng với trình độ của các nước trong khu vực và bước đầu tiếp cận với công nghệ của thế giới.

Ngành thủy sản Việt Nam đã bước vào năm 2008 với rất nhiều khó khăn khi mà cả thế giới đang rơi vào tình trạng lạm phát, nền kinh tế tăng trưởng chậm, tỷ giá đồng USD bấp bênh, chi phí đầu vào cho sản xuất tăng vọt, lãi suất ngân hàng cao ngất ngưởng,... trong khi tình hình nhập khẩu và tiêu thụ các sản phẩm thủy sản trên hầu hết các thị trường trọng điểm đều giảm đáng kể. Trong nước giá vật tư đầu vào cho sản xuất thủy sản tăng cao, trong khi giá các mặt hàng thủy sản trong nước lại giảm khiến ngư dân và nông dân gặp khó khăn

trong việc duy trì sản xuất. Tuy nhiên, xuất khẩu thủy sản năm 2008 vẫn tiếp tục tăng trưởng, đạt 4,5 tỉ USD với sản lượng xuất khẩu trên 1.239 nghìn tấn, tăng 6,4% về lượng và 19,9% về giá trị so với năm 2007. Trong các nước xuất khẩu thủy sản trên thế giới, Việt Nam được coi là một trong những nước có tốc độ tăng trưởng thủy sản nhanh nhất, với tốc độ tăng trưởng trung bình trong giai đoạn 1998-2008 đạt 18%/năm.

Năm 2009, hàng thủy sản nước ta đạt kim ngạch xuất khẩu 4,25 tỷ USD, giảm 5,7% so với năm 2008. Có ba nguyên nhân cho sự sụt giảm trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2009 đó là do dư âm của khủng hoảng tài chính đã tác động đến các nước nhập khẩu chính mặt hàng này của Việt Nam dẫn đến khối lượng nhập khẩu giảm. Thứ hai, do sự cạnh tranh không lành mạnh của các doanh nghiệp, làm giá xuống thấp tổn hại đến uy tín và thương hiệu của sản phẩm cá tra của Việt Nam.

Năm 2010 được xem là một năm thành công của ngành thủy sản Việt Nam khi thiết lập con số kỷ lục mới với kim ngạch xuất khẩu trên 5 tỷ USD. Cả nước đã xuất khẩu trên 1,35 triệu tấn thủy sản, trị giá trên 5,03 tỷ USD, tăng 11,3% về khối lượng và 18,4% về giá trị so với năm 2009, được xếp vào top 6 nước có nền xuất khẩu thủy sản lớn nhất toàn cầu.

Với sự tham gia của 969 doanh nghiệp, thủy sản Việt Nam đã xuất khẩu đến 162 thị trường. Trong đó, top 10 thị trường lớn nhập khẩu thủy sản Việt Nam đạt 3,4 tỷ USD, chiếm 68% tổng giá trị xuất khẩu và đều có mức tăng trưởng cao từ 10 - 25% so với năm 2009, trong đó thị trường Pháp tăng trưởng mạnh nhất: 68%. Thị trường Mỹ đứng đầu về giá trị nhập khẩu với 971 triệu USD, chiếm khoảng 19,3% tổng kim ngạch xuất khẩu. Tiếp đến là Nhật Bản: 897 triệu USD, chiếm 17,8%; Hàn Quốc với 386 triệu USD, chiếm 7,7%; Trung Quốc và Hồng Kông với 247 triệu USD, chiếm 4,9%; Đức với 210 triệu USD, chiếm 4,1%... Một số mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính như: tôm đạt 2,1 tỷ USD (chiếm 42% tổng kim ngạch xuất khẩu); cá tra: 1,44 tỷ USD (28,4%); nhuyễn thể: 488,8 triệu USD (9,7%); cá ngừ: 293 triệu USD (5,8%)...

Tuy vậy, ngành thủy sản Việt Nam vẫn đang gặp không ít những khó khăn. Đó là việc nhiều doanh nghiệp khó tiếp cận nguồn vốn vay sản xuất, chế biến và đặc biệt là tình trạng thiếu nguyên liệu và nhân công. Những tác động tiêu cực từ cuộc khủng hoảng tài chính vẫn còn để lại hệ quả, làm tăng giá nguyên liệu đầu vào, cước vận tải, bao bì, lãi suất ngân hàng... Ngoài ra là những tác động của thiên tai, dịch bệnh và các rào cản thương mại từ các nước nhập khẩu...

Do vậy, nhiều chuyên gia đã cảnh báo nếu Việt Nam không đưa ra các chính sách phát triển phù hợp để ứng phó với tình hình thị trường, đặc biệt là làm tốt vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm cho các sản phẩm thì mới hướng đến mục tiêu phát triển bền vững cho toàn ngành, hướng đến vấn đề xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm thủy sản Việt Nam.

Với những kết quả trên, ngành thủy sản Việt Nam vẫn tiếp tục kỳ vọng đạt được kim ngạch xuất khẩu cao trong năm 2011. Hiện nay, nhu cầu thủy sản trên thế giới vẫn tiếp tục tăng mạnh, do nguồn cung thủy sản ở một số nước sụt giảm tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp của Việt Nam. Thêm vào đó, các yếu tố hỗ trợ như tăng tỷ giá, thị trường ngày càng được mở rộng và ổn định, các chính sách thương mại song phương được cải thiện, các doanh nghiệp sớm nắm bắt được nhu cầu và đảm bảo về chất lượng sản phẩm sẽ tạo nên những lợi thế lớn để Việt Nam hướng tới mục tiêu đạt 5,3 tỷ USD trong năm nay.

Theo thống kê từ Tổng cục Hải quan, trong nửa tháng 1/2011, giá trị xuất khẩu thủy sản chính ngạch của cả nước đạt 184,7 triệu USD, tăng 34,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung cả tháng đầu năm 2011 đạt 435 triệu USD, giảm 15,4% so với tháng 12/2010 tăng 39,1% so với cùng kỳ năm 2010, đạt 7,8% so với kế hoạch năm. Các thị trường có trị giá xuất khẩu cao nhất là EU đạt 108 triệu USD, tăng 38%; Hoa Kỳ đạt 84 triệu USD, tăng 88%; Nhật Bản đạt 68 triệu USD, tăng 37%; Hàn Quốc đạt gần 35 triệu USD, tăng 35,6% so với tháng 1/2010. Tổng giá trị thủy sản xuất khẩu sang 4 thị trường này đạt 294 triệu USD, chiếm 67,7% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản cả nước. Theo báo cáo mới

nhất, tính từ ngày 1/2/2011 đến hết ngày 15/2/2011, xuất khẩu thủy sản đạt 77,6 triệu USD.

2.1.2. Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Bảng 1.2: Sản lượng các mặt hàng thủy sản xuất khẩu giai đoạn 2007–6th/2010

ĐVT: Nghìn tấn

Mặt hàng	Năm				Chênh lệch (%)		
	2007	2008	2009	6t/2010	2008/2007	2009/2008	6 th -2010/6 th -2009
Tôm	160,5	192	209	87,2	18	8,9	20,6
Cá tra & basa	372	644	608	304	73,1	(5,6)	14,3
Loại khác	631,5	403	402	61,9	(36,2)	(0,2)	-

Nguồn: Hải quan Việt Nam

Bảng 1.3: Kim ngạch các mặt hàng thủy sản xuất khẩu giai đoạn 2007–6th/2010

ĐVT: Triệu USD

Mặt hàng	Năm				Chênh lệch (%)		
	2007	2008	2009	6t/2010	2008/2007	2009/2008	6t/2010/6t/2009
Tôm	1.500	1.630	1.692	718	7,7	3,8	21,9
Cá tra & basa	-	1.460	1.357	653	-	(7,5)	7,9
Loại khác	-	1.420	1.202	256	-	(15,4)	-

Nguồn: Hải quan Việt Nam

Bảng 1.4: Tỷ lệ các mặt hàng thủy sản xuất khẩu giai đoạn 2007–6th/2010

ĐVT: %

Mặt hàng	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	6t/2010
Tôm	39,9	36,1	39,8	35,1
Cá tra & basa	-	32,4	31,9	31,9
Loại khác	-	31,5	28,3	33

Nguồn: Hải quan Việt Nam

- Về mặt hàng tôm đông lạnh:

Về cơ cấu sản phẩm xuất khẩu thủy sản cho thấy không có sự biến động nhiều giữa các nhóm sản phẩm, nhìn chung tôm vẫn là nhóm sản phẩm chủ lực

chiếm gần 40% kim ngạch xuất khẩu thủy sản qua các năm. Trong năm 2007, xuất khẩu được 160,5 nghìn tấn tôm đông lạnh thu về kim ngạch hơn 1,5 tỷ USD. Đứng đầu là thị trường Nhật Bản tiếp theo là Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Canada, Đài Loan, Ôxtrâyliya, Asean, Hồng Kông,... Năm 2008, Việt Nam xuất khẩu được 192 nghìn tấn tôm đông lạnh mang về kim ngạch hơn 1,63 tỷ USD, tăng 18,8% về lượng và 7,7% về trị giá so với năm 2007, chiếm 36,1% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Các thị trường xuất khẩu chính của mặt hàng này năm 2008 là Nhật Bản, Mỹ và EU đều giảm nhu cầu nhập khẩu nên các nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã chuyển hướng từ trọng tâm của các cuộc khủng hoảng là EU, Nhật, Mỹ, Hàn Quốc sang khai phá các thị trường mới như Nga, Ukraina, Ai Cập,... Năm 2009, tôm đông lạnh xuất khẩu được 209 nghìn tấn đạt kim ngạch 1,692 tỷ USD tăng 8,9% về lượng và 3,8% về trị giá, chiếm 39,8% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản. Năm 2009, Việt Nam xuất khẩu tôm vào 82 thị trường trong đó 10 thị trường đầu tiên chiếm hơn 80% cả về khối lượng lẫn giá trị gồm Nhật Bản, Mỹ, Hàn Quốc, Đài Loan, Đức, Trung Quốc, Úc, Canada, Anh và Bỉ.

Trong 6 tháng đầu năm 2010, xuất khẩu tôm đông lạnh tăng 20,6% về lượng nhưng tăng 21,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2009, điều này chứng tỏ giá xuất khẩu tôm trong 6 tháng đầu năm 2010 đã cao hơn so với năm 2009. Sở dĩ giá xuất khẩu tôm trong năm 2010 cao hơn so với 2009 là do nguồn cung thế giới giảm trong khi nhu cầu tiêu thụ tăng cao. Các nước xuất khẩu tôm lớn như Indonesia hay Mexico sản lượng tôm xuất khẩu giảm đáng kể do ảnh hưởng từ nguồn cung trong nước vì sự cố tràn dầu và dịch bệnh.

- *Về mặt hàng cá đông lạnh:*

Vị trí mặt hàng xuất khẩu đứng thứ 2 là cá tra và cá basa đông lạnh. Mấy năm gần đây con cá tra thể hiện rõ tiềm năng to lớn trên vùng sông nước Đồng bằng sông Cửu Long, tạo nên sức tăng trưởng nhảy vọt của xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Hiện nay, EU, Đông Âu và một số nước Bắc Mỹ vẫn có nhu cầu cao đối với philê cá tra đông lạnh, đây là sự thay thế thích hợp cho philê cá thối trắng hiện đang sụt giảm dần sản lượng trên phạm vi toàn thế giới.

Năm 2008, Việt Nam xuất khẩu được 644 nghìn tấn cá đông lạnh tăng 73,1% về sản lượng xuất khẩu so với năm 2007 đạt kim ngạch 1,46 tỷ USD, chiếm 32,4% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản. Sản lượng cá đông lạnh xuất khẩu tăng vọt là do giá và lượng tiêu thụ các sản phẩm thủy sản có giá trị cao như tôm và cá ngừ đều giảm mạnh, chuyển hướng nhiều sang các sản phẩm có giá trị thấp như bạch tuộc, mực ống và cá thịt trắng, giúp cho lượng xuất khẩu các loại sản phẩm này vẫn giữ được đà tăng trưởng. Và đặc biệt sản phẩm cá tra và cá ba sa đã được người tiêu dùng không chỉ tại Mỹ ưa chuộng mà ngày càng thể hiện rõ ưu thế tại thị trường các nước trong khối EU. Năm 2009, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tiếp tục gặp phải nhiều vụ kiện bán phá giá và một số sự cố về chất lượng tại thị trường Italia và Ai Cập, hình ảnh con cá tra của Việt Nam bị giới truyền thông của một số nước Châu Âu bôi bẩn cung gây một số khó khăn nhất định cho việc tiêu thụ mặt hàng này tại một số nước Châu Âu. Sản lượng xuất khẩu cá tra & basa giảm xuống chỉ còn 608 nghìn tấn đạt kim ngạch 1,357 tỷ USD, giảm 5,6% về lượng và 7,55 về giá trị, chiếm 31,9% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của cả nước. Ngoài hai sản phẩm chính là tôm và cá đông lạnh xuất khẩu thì Việt Nam còn xuất khẩu nhiều mặt hàng thủy sản khác như cá biển, cá ngừ, nhuyễn thể, thủy sản khô, các sản phẩm giá trị gia tăng từ tôm và cá tra & basa.

Bên cạnh những thuận lợi do diễn biến tỷ giá đem lại thì trong 6 tháng đầu năm 2010, các thị trường xuất khẩu cũng có những chuyển biến tích cực cho xuất khẩu cá tra của Việt Nam. Tại thị trường Mỹ mặc dù bị áp thuế chống bán phá giá nhưng tốc độ xuất khẩu cá tra vào thị trường này vẫn tăng mạnh và duy trì ở mức cao. Trong 6th/2010 xuất khẩu cá tra vào Mỹ đạt giá trị 65,5 triệu USD tăng 10% so với cùng kỳ năm 2009. Bên cạnh đó xuất khẩu mặt hàng này vào Nga cũng rất khả quan khi Nga xóa bỏ lệnh cấm nhập khẩu đối với cá tra của Việt Nam và xuất khẩu sang thị trường này đang hồi phục rất nhanh. Trên thị trường thế giới, cá tra Việt Nam vẫn có thế mạnh gần như độc quyền. Tuy nhiên sản phẩm cá tra xuất khẩu vẫn chủ yếu là phi lê đông lạnh nên giá thấp. Cá tra, basa của Việt Nam trong thời gian tới phải đối mặt với không ít khó khăn

khi mà các thị trường nhập khẩu lớn như Mỹ, Ai Cập hay Braxin đang xem xét đưa cá tra vào diện phải kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt hơn. Bên cạnh đó là sự cạnh tranh không lành mạnh của các doanh nghiệp trong nước vì tranh giành thị trường nên đã hạ giá thành làm giảm giá trị xuất khẩu chung của toàn ngành và đưa cá tra Việt Nam vào nguy cơ bị áp thuế chống bán phá giá không chỉ của Mỹ mà còn nhiều thị trường khác. Năm 2009, cá tra Việt Nam xuất khẩu sang 133 thị trường. Trong đó, ba thị trường hàng đầu đều có kim ngạch trên 100 triệu USD là Mỹ, Tây Ban Nha, Đức. So với năm 2008, cá tra mất 14 thị trường cũ, có thêm 17 thị trường mới.

2.1.3. Về thị trường xuất khẩu

**Bảng 1.5: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường
giai đoạn 2007–6th/2010**

DVT: Nghìn USD

Thị trường	Năm				Chênh lệch (%)		
	2007	2008	2009	6t/2010	2008 so với 2007	2009 so với 2008	6t/2010 so với 6t/2009
EU	923.965	1.149.207	1.050.453	515.000	24,4	(8,6)	8,5
Nhật Bản	753.593	830.154	760.725	373.000	10,2	(8,4)	18,7
Mỹ	728.523	738.888	711.149	339.000	1,44	(3,8)	13
Khác	1.363.622	1.791.867	1.728.986	820.000	31,4	(3,5)	-
Tổng	3.763.703	4.510.116	4.251.313	2.047.000	19,8	(5,7)	17

Nguồn: Tổng cục thống kê

Ba khối thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Việt Nam là EU, Mỹ, Nhật Bản chiếm khoảng 60% kim ngạch xuất khẩu thủy sản hàng năm của Việt Nam. Trong đó dẫn đầu là thị trường EU. Các thị trường quan trọng khác như Tây Ban Nha, Đức, Hà Lan, Ý, Nga, Australia, Canada, Đài Loan, Hồng Kông... Ngoài ra, hàng thủy sản Việt Nam cũng đang bắt đầu thâm nhập vào thị trường mới phát triển như: Đông Âu, Trung Đông, châu Mỹ La Tinh.

Cơ cấu đã có sự thay đổi Đức trước là nước nhập khẩu lớn nhất thủy sản của Việt Nam đã bị đẩy xuống thay vào đó sự tăng lên của nước Pháp. Giá trị

xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Đức là 86,1 triệu USD tăng rất nhẹ là 9,6% so với 2009 còn của Pháp là gần 52 triệu USD tăng 63%. Lúc đầu thủy sản Việt Nam chỉ có mặt tại một số quốc gia trong khối EU và con số đó đã tăng lên qua các năm.

Bảng 1.6: Cơ cấu kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường giai đoạn 2007-6th/2010

DVT: %

Thị trường	2007	2008	2009	6t/2010
EU	24,55	25,5	24,7	25,5
Nhật Bản	20	18,4	17,9	18,5
Mỹ	19,4	16,4	16,73	16,8
Khác	36,05	39,7	40,67	39,2
Tổng	100	100	100	100

Nguồn: Tổng cục thống kê

2.2. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU

2.2.1. Những nét chung về thị trường nhập khẩu thủy sản EU

2.2.1.1. Khái quát thị trường nhập khẩu thủy sản EU

Do vị trí địa lý và khí hậu khắc nghiệt, cộng thêm nguồn thủy sản của EU đang nằm dưới giới hạn an toàn sinh học, buộc EU phải áp dụng biện pháp hạn chế khai thác và đánh bắt thủy sản trong khi nhu cầu tiêu dùng thủy sản của EU vẫn tăng nhanh. Vì vậy, để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong khối, EU buộc phải nhập khẩu thủy sản từ các quốc gia châu Mỹ, châu Á trong đó có Việt Nam.

EU là một trong những thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất thế giới với giá trị nhập khẩu thủy sản hàng năm vượt 5,52 tỷ Euro. Phần lớn sản phẩm thủy sản được nhập khẩu từ các nước nội bộ trong khối. Tuy nhiên, để bổ sung một số sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ (chủ yếu là các sản phẩm thủy sản nước ấm) EU cũng nhập khẩu thủy sản từ hơn 180 quốc gia trên thế giới.

2.2.1.2. Hệ thống tiêu thụ và xu hướng tiêu thụ

Thị trường thủy sản EU được chia làm ba khu vực chính:

Đầu tiên là thị trường Bắc Âu (bao gồm Vương quốc Anh, các nước vùng Scandinavi và Hà Lan). Các nước Bắc Âu đều có biển, nguồn hải sản tương đối phong phú, có nghề đánh bắt hải sản truyền thống nên có thể mạnh về xuất khẩu hải sản (trong đó có tôm, nhất là các loại tôm nước lạnh). Nhập khẩu tôm của các nước này chủ yếu có tính chất bổ sung chủng loại cho nhau giữa các nước trong khu vực. Nhập khẩu từ khu vực châu Á không lớn do sức tiêu thụ của các nước này khá thấp (do dân số ít, khách du lịch đến Bắc Âu không đông và người dân không có tập quán ăn nhiều hải sản). Người tiêu dùng ở Bắc Âu ưa dùng các loại cá nước lạnh như cá trích, cá thu, cá minh thái, cá tuyết, cá mình dẹt (cá thồn bơn...) và cá hồi nước ngọt.

Thứ hai là thị trường Trung Âu (bao gồm Đức, Áo, Ba Lan, và Cộng hoà Séc). Các nước khu vực Trung Âu ít có truyền thống ăn cá do những nước này có đất liền bao quanh và đường bờ biển ngắn hơn so với diện tích đất liền;

Cuối cùng là các nước thuộc khu vực Địa Trung Hải tiêu thụ nhiều những loài cá như cá mực, (mực ống, mực phủ) và nhiều loại động vật thân mềm (sò, trai).

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu đã làm cho tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản của các nước EU giảm 5,85% (năm 2009) tương đương với 12,2 tỉ Euro. Khối lượng nhập khẩu giảm 0,6% tương đương với 4,045 triệu tấn sản phẩm. Tây Ban Nha, Hà Lan, Đan Mạch, Italia và Pháp là những nhà nhập khẩu với khối lượng kim ngạch lớn. Tuy nhiên, trong 8 tháng đầu năm 2010, nhập khẩu thủy sản của EU từ Việt Nam đã được khôi phục, tăng gần 6,5%. Hà Lan là nước nhập khẩu khối lượng lớn nhất trong số các thành viên của EU, chiếm gần 14,87% giá trị nhập khẩu, đứng vị trí số 1; tiếp theo Đan Mạch (13,53%); Tây Ban Nha (13,23%); Đức (10,66%). (Nguồn: Vasep)

Cá fillet là nhóm sản phẩm thủy sản nhập khẩu lớn nhất xét về giá trị. Nhập khẩu cá tươi ướp lạnh, các loại giáp xác và cá được chế biến hoặc bảo quản qua chế biến cũng tăng, trong khi nhập khẩu động vật thân mềm (sò, trai) giảm 0,8% năm 2009.

Cá fillet (chủ yếu là cá hồi, cá ngừ) vẫn là loại thủy sản được ưa chuộng ở tất cả các thị trường EU, tiếp theo là cá tươi, cá ướp lạnh. Đức là nước nhập khẩu lớn nhất sản phẩm cá fillet và thịt cá, hoạt động nhập khẩu đã gia tăng trong những năm gần đây. Tây Ban Nha, Ý và Pháp là những nước nhập khẩu hàng đầu động vật thân mềm (sò, trai, mực) chiếm hơn 50% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU.

Năm 2009, tổng giá trị nhập khẩu cá tươi và ướp lạnh tăng 7,54%, đạt 2,511 triệu Euro. Cá tươi và ướp lạnh là loại sản phẩm được các nước thành viên EU nhập khẩu tương đối lớn về mặt giá trị chiếm 12,9% tổng giá trị thủy sản của EU. Extônia, Đan Mạch và Đức là những nước nhập khẩu cá hồi chính. Cả ba nước này chiếm tới 80% tổng thị trường nhập khẩu cá hồi của EU.

Thị trường nhập khẩu thủy sản Tây Ban Nha: là thị trường tiêu thụ thủy sản lớn nhất EU, với mức tiêu thụ khoảng 44kg/người/năm. Tây Ban Nha nhập khẩu chủ yếu là các sản phẩm tôm đông lạnh, cá tươi và đông lạnh, nhuyễn thể, cá hun khói và cá đóng hộp. Tôm đông lạnh là sản phẩm chính với sản lượng nhập khẩu hàng năm đạt trên 31 ngàn tấn. Tây Ban Nha là một trong số những quốc gia có số lượng tàu đánh cá lớn nhất thế giới, với nghề đánh bắt và chế biến truyền thống. Hàng năm, đánh bắt và chế biến thủy sản của Tây Ban Nha đóng góp 250.000 tấn sản phẩm, trong đó 50% dành cho xuất khẩu. Các mặt hàng thủy sản của Tây Ban Nha chủ yếu xuất sang EU, gồm cá ngừ, cá trích và nhiều loài thân mềm, nhuyễn thể. Cùng với tiêu dùng nội địa, Tây Ban Nha đang thực hiện nhiều dự án đầu tư thủy sản vào các nước châu Phi và Nam Mỹ. Các thị trường nhập khẩu chính của Tây Ban Nha là Trung Quốc, Argentina, Colombia, Ấn Độ, Thái Lan và Malaixia,....

Thị trường nhập khẩu thủy sản của Pháp: là thị trường nhập khẩu thủy sản lớn thứ hai trong khu vực EU (sau Tây Ban Nha). Các sản phẩm tiêu thụ chủ yếu là cá hồi, cá tuyết. Các sản phẩm mới cá ngừ, tôm cua cũng đang có xu hướng phát triển mạnh tại Pháp. Trung bình, người dân Pháp tiêu thụ 24 kg thủy sản/năm (so với 21kg/năm của EU), chiếm 7% trong tổng giá trị nhập khẩu thủy sản của toàn EU và 4% về sản lượng.

Thị trường nhập khẩu thủy sản Đức: Đức chiếm vị trí trung tâm của Tây Âu, với cơ sở hạ tầng được thiết lập nối với các quốc gia ở phía Đông, tiếp giáp với đường biên giới của 6 quốc gia thuộc EU và EFTA. Đức nhập khẩu một khối lượng lớn sản phẩm thủy sản, nên công nghiệp chế biến thủy sản là một trong những ngành công nghiệp chế biến thực phẩm lớn nhất của Đức.

Mặc dù, mức tiêu dùng sản phẩm thủy sản trên đầu người của Đức không cao, nhưng với dân số trên 80 triệu người và không có nền sản xuất nội địa lớn, nên Đức là thị trường nhập khẩu khá nhiều thủy sản, đứng thứ 3 ở châu Âu (sau Tây Ban Nha và Pháp). Hằng năm, lượng tôm nhập khẩu vào Đức đáp ứng khoảng 2/3 nhu cầu thị trường nội địa. Nhập khẩu tôm nước ấm vào Đức dưới dạng đông lạnh (không đầu, bóc vỏ hoặc cả vỏ) và các dạng chế biến chín sẽ tiếp tục gia tăng do ngày càng có nhiều hộ gia đình ở Đức ăn thủy sản và tôm.

Thị trường nhập khẩu thủy sản Anh: Anh có điều kiện thuận lợi trong việc đánh bắt hải sản (chiếm tới 1/5 sản lượng hải sản của EU), nhưng Anh vẫn phải nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu trong nước. Nhập khẩu tôm của Anh không lớn so với cá do thói quen tiêu dùng của người Anh là thích ăn các loại cá đã qua chế biến (như cá rán, cá viên,...), mặt hàng tôm nhập khẩu chủ yếu để phục vụ cộng đồng người châu Á sinh sống ở Anh.

Thị trường nhập khẩu thủy sản Italy: là thị trường nhập khẩu thủy sản lớn thứ 5 của EU. Tổng sản lượng thủy sản của Italy chỉ vào khoảng 0,6 triệu tấn/năm, tuy nhiên với hơn 57 triệu dân và hàng chục triệu khách du lịch, hàng năm Italy phải nhập khẩu từ 0,9-1 triệu tấn thủy sản. Thị trường nhập khẩu thủy sản của Italy hầu như ít biến động trong nhiều năm qua. Các mặt hàng nhập khẩu chính của Italy là cá ngừ đóng hộp, mực đông lạnh, tôm và cá philê đông lạnh.

Dự báo, thị trường nhập khẩu thủy sản EU sẽ tạo nhiều cơ hội cho xuất khẩu thủy sản (là nhóm hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất) của các nước đang phát triển trong thời gian tới. Chính sách đối với nhập khẩu thủy sản của EU bao gồm chú ý đến nhu cầu của cả người sản xuất lẫn người tiêu dùng, đảm bảo phát triển bền vững và tính liên kết xã hội ngày càng cao.

2.2.1.3. Một số quy định của EU đối với hoạt động nhập khẩu thủy sản

Hiện nay, EU được coi là thị trường có hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm vào loại nghiêm ngặt nhất thế giới. Hàng thủy sản của các nước đưa vào EU phải tuân thủ các quy định sau:

Quy định về vệ sinh: các nước muốn đưa thủy sản vào EU phải nằm trong danh sách các nước được phép xuất khẩu vào EU. Các lô hàng phải kèm theo giấy chứng nhận đáp ứng các yêu cầu của EU do cơ quan chức năng của nước xuất khẩu cấp.

Quy định về chất lượng và an toàn thực phẩm: theo các quy chế 91/492/EEC và 91/493/EEC, các sản phẩm phải đáp ứng tiêu chuẩn cụ thể về vệ sinh, độ tươi, nhiễm vi sinh tối đa, dư lượng hóa chất, chất độc, độc tố sinh học biển và kí sinh trùng.

Quy định về giám sát: Quyết định 94/356/EEC yêu cầu nhà sản xuất có hàng thủy sản xuất khẩu sang EU phải tổ chức giám sát hoạt động sản xuất và chế biến của mình phù hợp với tiêu chuẩn HACCP. Tiêu chuẩn HACCP là điều kiện quan trọng của doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào EU.

Nguyên vật liệu đóng gói cho phép, bao bì và nhãn mác: Hướng dẫn khung 89/109/EEC về nguyên vật liệu tiếp xúc trực tiếp với thức ăn, và hướng dẫn cụ thể đối với vật liệu đóng gói bằng nhựa (hướng dẫn 2002/72/EEC).

Nếu hàng nhập khẩu của bất kì quốc gia nào bị một nước thành viên EU phát hiện có vấn đề về chất lượng lập tức sẽ bị đưa lên hệ thống cảnh báo nhanh về thực phẩm (RASFF) cho tất cả các thành viên khác. Từ đó, EU sẽ có những biện pháp cấm hoặc hạn chế nhập khẩu riêng đối với từng trường hợp vi phạm cụ thể.

Theo quy định mới, từ ngày 1/1/2010, thủy sản nhập khẩu vào EU phải phù hợp với quy định IUU (*Illegal unreported and unregulated fishing-Luật phải chứng minh được nguồn gốc thủy sản*). Theo đó các lô hàng phải có thông tin từ tên tàu khai thác, tên chủ tàu, phương tiện đánh bắt và vùng biển khai thác, loại sản phẩm và trọng lượng, giấy khai báo chuyến hàng trên biển, trong khu

vực cảng, tàu tiếp nhận hoặc đơn vị tiếp nhận trong cảng... Như vậy để xuất khẩu vào EU, doanh nghiệp không thể sử dụng các lô hàng hải sản không rõ nguồn gốc, không đủ chứng từ.

2.2.1.4. Tầm quan trọng của việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường EU

Ngày nay, với mọi quốc gia, dù trình độ phát triển kinh tế và khoa học kỹ thuật đạt đến mức độ nào đi chăng nữa, dù tài nguyên thiên nhiên phong phú và giàu có đến đâu thì hoạt động xuất khẩu vẫn giữ vai trò hết sức quan trọng. Có thể nói, xuất khẩu đã trở thành yếu tố sống còn và không thể thiếu của mỗi quốc gia. Đối với Việt Nam, xuất khẩu thực sự có ý nghĩa chiến lược trong sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế. Xuất khẩu là tiền đề vững chắc để công nghiệp hoá đất nước và là mũi nhọn ưu tiên trong nền kinh tế quốc dân. Đảng ta đã nhiều lần khẳng định tầm quan trọng đặc biệt của hoạt động xuất khẩu và coi đó là một trong ba chương trình kinh tế lớn. Có đẩy mạnh xuất khẩu, mở cửa ra thị trường thế giới mới có điều kiện thực hiện thắng lợi các mục tiêu phát triển kinh tế xã hội và ổn định đời sống nhân dân.

Trong nhiều năm trở lại đây, thủy sản luôn là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Giá trị xuất khẩu của ngành này đóng góp không nhỏ vào tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước nói riêng và sự tăng trưởng kinh tế của cả đất nước nói chung. Văn kiện đại hội đảng IX đã khẳng định rõ: “Phát huy lợi thế về thủy sản, tạo thành một ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước trong thế kỷ thứ 21, vươn lên hàng đầu trong khu vực..”.

Với phương châm đa dạng hoá mặt hàng, đa phương hoá thị trường trong xuất khẩu, thì việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU là một vấn đề tất yếu. Bởi Liên minh châu Âu đã và đang chứng minh cho thế giới thấy sự liên kết ngày càng sâu sắc của toàn khối cùng những thành tựu kinh tế, chính trị, xã hội rõ nét. Chính vì thế, EU được coi là thị trường chiến lược trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nói chung và mặt hàng thủy sản nói riêng. Hơn thế nữa, trong tình hình hiện nay khi mà nhập khẩu thủy sản của thị trường Nhật Bản có dấu hiệu chững lại và Mỹ đặt ra những quy định pháp lý không thống nhất gây

khó khăn cho hàng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường này thì việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang thị trường rộng lớn EU sẽ là một giải pháp mang tính chiến lược. Xuất khẩu thủy sản sang EU là một nhân tố cần thiết để chúng ta tận dụng các nguồn lực trong nước một cách triệt để và có hiệu quả hơn, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

2.2.2. Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU trong thời gian qua

2.2.2.1. Về kim ngạch xuất khẩu

Năm 2010, Việt Nam được đánh giá là một trong những nước có nguồn lợi thủy, hải sản giàu có và phong phú trong khu vực và trên thế giới và có tốc độ tăng trưởng thủy sản nhanh nhất, đứng thứ 4 về sản lượng sản xuất và qui mô xuất khẩu thủy sản (sau Thái Lan, Indonesia, Malaysia).

Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản có sự thay đổi rõ nét từ năm 2000. Nếu như trước đây Việt Nam chỉ xuất khẩu qua hai thị trường trung gian là Hồng Kông và Singapore thì nay sản phẩm thủy sản của Việt Nam đã có mặt tại 170 quốc gia trên thế giới và được nhiều quốc gia ưa chuộng. Trong số các thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, thị trường EU được coi là thị trường xuất khẩu thủy sản chiến lược của Việt Nam với thị phần chiếm 25,7% tổng kim ngạch xuất khẩu (so với Mỹ 16% và Nhật Bản 19%). (*Nguồn CPV*)

Từ những năm 1980, sản phẩm xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã xuất hiện tại thị trường EU với một nhãn hiệu là Seaprodex. Ngay từ những năm đầu xâm nhập vào thị trường EU, sản phẩm thủy sản được xuất khẩu chung với những mặt hàng nông sản khác với số lượng ít nhưng đã gây ra cảm tình với người tiêu dùng Châu Âu.

Thấy được, sự quan trọng của xuất khẩu thủy sản, Việt Nam đã chú trọng việc nuôi trồng và khai thác, bên cạnh giữ vững thị trường truyền thống, ngành thủy sản Việt Nam đã chủ trương đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, trong đó EU là một trong những lựa chọn hàng đầu. Trong những năm gần đây kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam nói chung và sang thị trường EU nói riêng liên tục tăng ở mức cao.

Bảng 2.1: Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU giai đoạn 2000-2009

ĐVT: Sản lượng (nghìn tấn); Kim ngạch (triệu USD)

Năm	Kim ngạch	Sản lượng
2000	71,8	20,2908
2001	90,7	26,6591
2002	73,7	29,6128
2003	116,7	38,1868
2004	231,5	73,4592
2005	367,3	123,350
2006	723,5	219,967
2007	912	274,700
2008	1140	394,000
2009	1100	345,000

Nguồn: Hải quan Việt Nam

Hiện nay, EU trở thành bạn hàng truyền thống của Việt Nam trở thành đối tác xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam. Cùng với xu hướng tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ xuất khẩu thủy sản toàn ngành nói chung, có thể thấy tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU giai đoạn 2000-2005 hết sức khả quan:

Trong những năm 2000-2002, hoạt động xuất khẩu thủy sản bị chững lại và có xu hướng giảm sút, sau khi EU tăng cường kiểm tra dư lượng kháng sinh và hạ thấp ngưỡng phát hiện dư lượng các chất này trong sản phẩm. Nhờ những nỗ lực khắc phục của cơ quan quản lý, các doanh nghiệp và nông ngư dân Việt Nam, Từ năm 2003 kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã nhanh chóng tăng trở lại. Theo bảng số liệu 1 năm 2003 kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 116,7 triệu USD năm 2004 là 231,5 triệu và đến năm 2005 là 367,3 triệu USD.

Khối lượng thủy sản xuất khẩu năm 2005 là 110911,2 tấn, trị giá 367,3 triệu USD chiếm 7% kim ngạch xuất khẩu thủy sản cả nước.

Ngành thủy sản Việt Nam ngày càng đang dần vươn lên với kim ngạch xuất khẩu thủy sản không ngừng tăng:

Năm 2007, tổng vụ y tế và bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng đã 2 lần cử đoàn thanh tra sang thanh tra thanh tra trường trình dư lượng hóa chất độc hại trong nuôi trồng thủy hải sản (1/2007) và thanh tra hoạt động kiểm soát VSATTP thủy sản chung và thủy sản nhuyễn thể hai mảnh vỏ (9/2007). Kết quả EU đã đánh giá cao hoạt động kiểm soát VSATTP của Việt Nam, đáp ứng các yêu cầu của EU và tiếp tục được nhập khẩu vào thị trường EU. Điều đó chứng tỏ sự nỗ lực của ngành thủy sản Việt Nam đã nâng cao chất lượng và cố gắng đáp ứng các quy định mà EU đưa ra đối với hàng thủy sản Việt Nam. Theo bảng số 1 năm 2006 kim ngạch xuất khẩu thủy sản là 723,5 triệu USD năm 2007 là 912 triệu và năm 2008 là 1140 triệu. Nhưng đến năm 2009 do cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 đã làm tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản của các nước EU giảm 5,85% (năm 2009) kéo kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU cũng giảm 5,7%. Mặc dù giảm nhưng là không đáng kể thêm vào đó năm 2008 Việt Nam chỉ có 269 doanh nghiệp được phép xuất khẩu thủy sản vào EU nhưng đến năm 2009 con số doanh nghiệp được phép xuất khẩu vào EU tăng lên 330. Điều đó cũng dần nói lên ngành thủy sản Việt Nam chiếm được lòng tin của EU.

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu làm giảm 4,3% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, trong đó xuất khẩu vào EU giảm 4,6% so với trước đó (đạt giá trị gần 1,11 tỉ USD). Tuy nhiên, mức giảm của thị trường EU vẫn không mạnh nếu như so sánh với kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ và Nhật Bản với mức giảm lên tới 7,2% (sang Mỹ) và 12% (sang Nhật Bản). Sở dĩ, năm 2009 xuất khẩu thủy sản sang EU không sụt giảm nhiều như xuất khẩu sang Mỹ và Nhật Bản là do những nguyên nhân: Thứ nhất, kinh tế EU tuy đã rơi vào tình trạng suy thoái nhưng nhìn chung vẫn còn sang sủa hơn so với Nhật Bản và Mỹ; Thứ hai, các doanh nghiệp Việt Nam đã chú trọng tới các hoạt động xúc tiến thương

mại và mở rộng thị trường tại châu Âu, tham gia nhiều hoạt động quảng bá, hội chợ triển lãm thủy sản. Nhờ vậy số doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản sang EU đã tăng lên tới 330 doanh nghiệp.

Đến năm 2010 ngành thủy sản Việt Nam có dấu hiệu khả quan hơn so với năm 2009 kim ngạch xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2010 là 515 triệu USD tăng 8,5% so với cùng kì năm ngoái.

2.2.2.2. Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Bảng 2.2: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang EU 6th/2010 và tốc độ tăng so với cùng kì năm 2009

DVT: Sản lượng (nghìn tấn); Kim ngạch (triệu USD); Tốc độ tăng: %

Mặt hàng	Sản lượng	Tốc độ tăng	Kim ngạch	Tốc độ tăng
Cá	135	4,6	326	1
Tôm	15,8	30	115	36
Mực - Bạch tuộc	11,5	13,4	40	30
Thủy sản khác	10,7	6,2	34	13,1

Nguồn: Hải quan Việt Nam

Nhìn chung các mặt hàng xuất khẩu vào EU là khá đa dạng với nhiều chủng loại. Hàng thủy sản Việt Nam hiện đã xuất khẩu tới 27 quốc gia EU, gồm các mặt hàng sản phẩm cá, tôm, mực, bạch tuộc...

Giai đoạn 2000-2001 xuất khẩu sang EU chủ yếu là tôm đông lạnh với kim ngạch năm 2000 là 38,6 triệu USD. Nhưng đến năm 2004 xuất khẩu cá của Việt Nam sang EU tăng trưởng mạnh với kim ngạch xuất khẩu là 231,5 triệu USD và cơ cấu này có sự thay đổi qua các năm do nhu cầu và mức sống đang dần thay đổi.

Nhóm sản phẩm cá: Đây là nhóm sản phẩm chiếm tỷ trọng chủ yếu trong tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU và cũng là mặt hàng có tốc độ phát triển cao nhất trên thị trường EU. Nhóm sản phẩm này bao gồm các mặt

hàng chính là Cá ngừ tươi, cá tra, cá basa, cá đông lạnh các loại. Trong số sản phẩm từ cá, cá fillet của Việt Nam chiếm tỷ trọng cao nhất và chỉ đứng sau Trung Quốc. Cá fillet xuất khẩu từ các nước chiếm một tỷ lệ khá cao khoảng 11,1% sản lượng nhập khẩu cá của thị trường EU.

Việt Nam là nước có năng suất và chất lượng cá cao, chi phí, giá thành thấp, cá xuất khẩu nước ta vì vậy có khả năng cạnh tranh hơn so với nhiều nước và dễ vượt qua các rào cản về vệ sinh an toàn thực phẩm của EU.

Nhóm sản phẩm tôm: là nhóm sản phẩm quan trọng thứ hai sau cá fillet trong cơ cấu xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU. Tuy vậy, nhóm này chủ yếu là tôm đông lạnh và mới chỉ chiếm một tỷ lệ rất khiêm tốn, khoảng 4,31% sản lượng nhập khẩu của thị trường này (trong khi đó Ecuador chiếm 12,39%, Ấn Độ chiếm 9,13% và Thái Lan chiếm 4,46%). Sở dĩ như vậy vì năng suất và chất lượng nuôi tôm của Việt Nam còn thấp, làm cho chi phí, giá thành tôm xuất khẩu cao hơn so với các nước khác. Thêm vào đó, khả năng cạnh tranh của Việt Nam yếu, khó chiếm lĩnh thị trường EU. Hơn nữa, trình độ và kinh nghiệm marketing, quảng bá và tiếp thị trên thị trường nước ngoài của các doanh nghiệp Việt Nam kém, nguồn lực đầu tư cho việc mở rộng thị trường hạn chế.

Nhóm sản phẩm mực, bạch tuộc: Nhu cầu về mực vẫn chủ yếu là mực ống Lôligô, loại mực này được đánh giá là tốt trên thị trường EU nên lượng tiêu dùng có xu hướng tăng. Tuy nhiên, đến nay nhóm sản phẩm này cũng mới chỉ chiếm một tỷ lệ khoảng 5,24% lượng nhập khẩu của thị trường EU, trong khi đó Thái Lan chiếm 7,53% và Ấn Độ chiếm 10,3% .

2.2.2.3. Về thị trường xuất khẩu

Các nước trong khối EU nhập khẩu thủy sản của Việt Nam là: Italia, Hà lan, Đức, Pháp, Bỉ, Anh, Ba Lan, Tây Ban Nha, Thụy Điển. Trong năm 2004 các nước Bỉ, Italia, Đức, Hà Lan nhập khẩu thủy sản nhiều nhất của Việt Nam nhưng đến năm 2008 có sự thay đổi 5 quốc gia đứng đầu EU về nhập khẩu thủy sản của Việt Nam là Đức, Italia, Tây Ban Nha, Hà Lan và Bỉ. Nhưng đến 6 tháng

đầu năm 2010 có sự thay đổi về quốc gia đứng đầu về nhập khẩu thủy sản của Việt Nam:

**Bảng 2.3: Giá trị xuất khẩu 6th/2010 so với cùng kì năm 2009
sang các nước trong khối EU**

ĐVT: Kim ngạch (triệu USD); Tốc độ tăng:%

Nước	Kim ngạch	Tốc độ tăng
Italia	60,2	12,8
Hà Lan	55,3	9,8
Pháp	52	63
Bỉ	45,3	8
Anh	38,3	20,3
Ba Lan	20,3	14
Đức	86,1	9,6
Tây Ban Nha	80	0,4

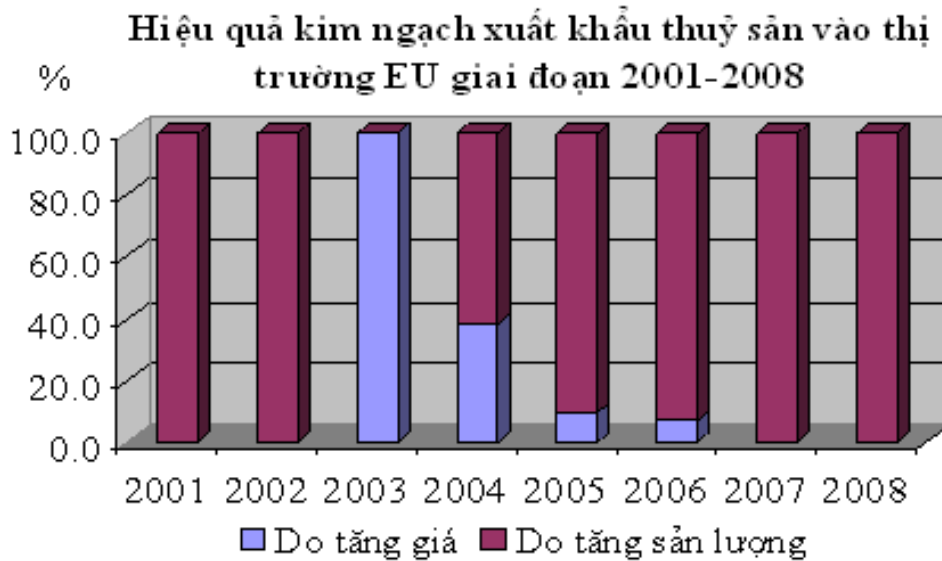
Nguồn: Hải quan Việt Nam

Cơ cấu đã có sự thay đổi Đức trước là nước nhập khẩu lớn nhất thủy sản của Việt Nam đã bị đẩy xuống thay vào đó sự tăng lên của nước Pháp. Giá trị xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Đức là 86,1 triệu USD tăng rất nhẹ là 9,6% so với 2009 còn của Pháp là gần 52 triệu USD tăng 63%. Lúc đầu thủy sản Việt Nam chỉ có mặt tại một số quốc gia trong khối EU và con số đó đã tăng lên qua các năm.

2.2.2.4. Về hiệu quả xuất khẩu

Qua số liệu thống kê cho thấy, trong suốt giai đoạn trước sản lượng và giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang EU của Việt Nam tăng đều qua các năm (trừ năm 2009). Trung bình giai đoạn 2000-2009, sản lượng tăng bình quân 37%/năm, về giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 32%/năm, rõ ràng tốc

độ tăng về sản lượng nhanh hơn tốc độ tăng về giá trị, điều này là một trong những nguyên nhân dẫn tới hiệu quả xuất khẩu sang EU của Việt Nam là chưa cao.



(Tính toán dựa vào nguồn số liệu của VASEP qua các năm)

Kết quả tính toán cho thấy, có lẽ đây là thị trường xuất khẩu thủy sản có hiệu không cao đối với ngành thủy sản Việt Nam, để gia tăng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này các doanh nghiệp chế biến thủy sản trong nước phải đẩy mạnh sản lượng xuất khẩu thủy sản vào thị trường này, cụ thể như các năm 2001, 2002, 2007 và 2008 trong 100% phần tăng lên của tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này thì 100% là do yếu tố tăng sản lượng tạo ra, tương tự năm 2005, 2006 trong 100% phần tăng lên của tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu yếu tố tăng giá chỉ chiếm có dưới 10%, còn lại 90% là do yếu tố tăng sản lượng, chỉ duy nhất có năm 2003 xuất khẩu vào thị trường này có hiệu quả, trong 100% phần tăng lên của tổng giá trị kim ngạch xuất có đến 100% là do yếu tố tăng giá tạo ra.

Hiện nay ngành công nghiệp chế biến thủy sản của Việt Nam đang chạy đua với việc sản xuất với khối lượng hàng hoá thủy sản ngày một nhiều hơn để ra tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản ở các thị trường trên thế giới, điều này chứng tỏ rằng các doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam đang tập chung phát triển theo chiều rộng (cả về số lượng nhà máy chế biến lẫn công suất), chưa

chú trọng đến công tác quy hoạch phát triển theo chiều sâu (đầu tư có trọng điểm các nhà máy chế biến thủy sản với công nghệ cao chế biến các mặt hàng giá trị gia tăng) để tăng hiệu quả sử dụng nguồn tài nguyên thủy sản trong nước lên theo hướng tăng giá trị sản xuất trên cùng một đơn vị nguyên liệu chế biến (có nghĩa là sản phẩm sản xuất ít hơn nhưng giá trị kim ngạch xuất khẩu mang lại nhiều hơn).

Để đảm bảo giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt 8-9 tỷ USD vào năm 2020 và vẫn phải song song với việc gia tăng sản lượng chế biến thủy sản như hiện nay là không có hiệu quả và không bền vững, việc làm này sẽ đặt các doanh nghiệp chế biến rơi vào tình trạng thiếu nguyên liệu trầm trọng, giảm tính cạnh tranh trên trường quốc tế. Nếu làm tốt công tác quy hoạch phát triển ngành chế biến thủy sản theo chiều sâu sẽ giảm một phần áp lực thiếu nguyên liệu và nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp chế biến thủy sản của Việt Nam trên trường quốc tế trong thời gian tới.

Ngoài ra việc tiêu hao ít nguyên liệu hơn trong chế biến và chế biến ra các mặt hàng giá trị gia tăng mà vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu theo như kế hoạch và mục tiêu đề ra mà không khai thác quá mức nguồn tài nguyên thủy sản trong nước cũng đồng nghĩa với việc chúng ta bảo vệ được nguồn tài nguyên thủy sản trong nước giúp phát triển bền vững ngành thủy sản trong thời gian tới. Đây cũng là mục tiêu chung cần hướng tới của ngành thủy sản nói riêng cũng như chiến lược xuất khẩu của Việt Nam nói chung đến năm 2020.

2.3. Đánh giá tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU

2.3.1. Những kết quả đạt được

Mặc dù sự kiểm tra chặt chẽ của cơ quan quản lý thực phẩm EU được cụ thể hóa bằng Luật IUU, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vẫn không ngừng tăng, đưa thủy sản lên vị trí dẫn đầu trong số các sản phẩm thực phẩm xuất khẩu vào EU, đem lại cho đất nước một nguồn ngoại tệ lớn. Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang EU đã đạt được kết quả đáng khích lệ. Chất lượng hàng thủy

sản của Việt Nam không ngừng được nâng cao, hoạt động đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng phục vụ nuôi trồng, đánh bắt thủy sản luôn được đổi mới, công nghệ chế biến thủy sản (theo tiêu chuẩn HACCP- là loại giấy chứng nhận được phép xuất khẩu thủy sản vào EU) luôn được cải tiến. Các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu thủy sản đều có đủ tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm và được EU chấp nhận. Những thành tựu và đổi mới đó đã tạo được uy tín trên thị trường EU.

Trong những năm qua, tỷ trọng hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU liên tục tăng cả về mặt giá trị lẫn sản lượng. Sản lượng tăng từ mức 20 nghìn tấn năm 2000 đến 219 nghìn tấn năm 2006 và năm 2009 là 345 nghìn tấn. Trị giá xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU cũng liên tục tăng trên 100 triệu USD năm 2003 lên đến 723,5 triệu USD năm 2006 và 515 triệu trong 6 tháng năm 2010. EU trở thành thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam.

Bên cạnh những thành tựu đó, trong những năm qua cũng đánh dấu những kết quả đạt được trong việc vượt qua các rào cản thương mại của hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU.

Về mặt thuế quan:

Do Việt Nam được hưởng chế độ GSP nên hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang EU cũng có nhiều lợi thế hơn so với các quốc gia khác. Đặc biệt là từ khi EU cho phép được hưởng chế độ thuế quan này. Việt Nam luôn đáp ứng được các điều kiện của EU đối với các quốc gia được hưởng GSP, do đó Việt Nam vẫn luôn nằm trong danh sách các quốc gia được hưởng GSP của EU.

Việc đáp ứng các tiêu chuẩn của EU về tiêu chuẩn kỹ thuật:

Mặc dù sự kiểm tra chặt chẽ của cơ quan quản lý thực phẩm EU được cụ thể hóa bằng luật IUU, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vẫn không ngừng tăng, đưa thủy sản lên vị trí dẫn đầu trong số các sản phẩm thực phẩm xuất khẩu sang EU, đem lại cho đất nước nguồn ngoại tệ lớn. Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang EU đã đạt được những kết quả đáng khích lệ. Chất lượng hàng thủy sản của Việt Nam không ngừng được nâng cao, hoạt động đầu tư xây

dựng cơ sở hạ tầng phục vụ nuôi trồng, đánh bắt thủy sản luôn được đổi mới, công nghệ chế biến thủy sản (theo tiêu chuẩn HACCP-là loại giấy chứng nhận được phép xuất khẩu thủy sản vào EU) luôn được cải tiến. Các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu thủy sản đều có đủ tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm và được EU chấp nhận. Những thành tựu đổi mới đó đã tạo uy tín trên thị trường EU. Chính vì vậy, các doanh nghiệp thủy sản đã tăng cường việc áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật phù hợp với yêu cầu và đòi hỏi khắt khe của EU

Về vấn đề bán phá giá hàng thủy sản:

Khác so với thị trường Mỹ, hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường EU gặp rất ít và hầu như không có vụ kiện bán phá giá nào. Một phần là do nhu cầu nhập khẩu thủy sản của thị trường EU lớn nên EU thường không dùng biện pháp chống bán phá giá như một biện pháp trả đũa thương mại hay mang tính chính trị như Mỹ. Bên cạnh đó hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang EU với mức giá hợp lý và nhiều chủng loại có lợi thế cạnh tranh khá cao đặc biệt tôm và cá. Hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam hầu như không gây ảnh hưởng cho hàng nội địa của EU nên thường không bị kiện bán phá giá. Đây cũng là một lợi thế cho hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường EU.

2.3.2. Những mặt hạn chế

Bên cạnh những thành tựu đạt được vẫn còn tồn tại không ít hạn chế làm cản trở việc thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU:

Thứ nhất, tuy kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU tăng trưởng ngày càng cao trong những năm vừa qua, nhưng hàng thủy sản hàng năm của Việt Nam vẫn chiếm thị phần nhỏ trên thị trường này. Bên cạnh đó EU là thị trường rộng lớn có số đơn đặt hàng nhiều trong khi các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ bé hạn chế về tài chính, năng suất lao động thấp, nguồn nguyên liệu đầu vào cho sản xuất không ổn định. Chính điều đó làm lỡ nhiều đơn đặt hàng từ phía EU.

Thứ hai, công nghệ chế biến thủy sản của chúng ta vẫn lạc hậu cho nên thủy sản Việt Nam xuất khẩu vào EU chủ yếu vẫn là hàng thô, sơ chế, những

mặt hàng chế biến sâu và giá trị gia tăng còn ít cho nên chưa vận dụng những ưu đãi về thuế mà hiệp định khung đem lại. Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chưa đa dạng chủ yếu tập trung vào một số mặt hàng: cá tra, cá basa, cá mực cá ngừ. Mẫu mã còn đơn điệu chưa hấp dẫn khách hàng. Chất lượng hàng thủy sản chưa cao nên trước những đòi hỏi ngày càng khắt khe về số lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm chỉ có doanh nghiệp áp dụng hiệu quả tiêu chuẩn HACCP mới được phép xuất khẩu sang EU. Càng khó khăn hơn khi đầu năm 2010 thủy sản xuất khẩu vào EU phải đáp ứng điều kiện của IUU.

Thứ ba, sức cạnh tranh của hàng thủy sản xuất khẩu còn thấp. Tuy hàng thủy sản của Việt Nam có sức cạnh tranh trên thị trường EU nhưng vẫn thấp so với đối thủ như: Hà Lan, Na Uy, Maroc, Trung Quốc, Ấn Độ... có thể thấy điều này qua thị phần của ta còn nhỏ so với các nước này. Sức cạnh tranh hàng thủy sản tăng nhưng không ổn định, tốc độ tăng còn chậm. Điểm yếu nhất của sức cạnh tranh hàng thủy sản của Việt Nam là khả năng đáp ứng yêu cầu về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm chưa cao.

Thứ tư, hoạt động thâm nhập thị trường của doanh nghiệp Việt Nam còn thụ động phụ thuộc nhiều vào phía đối tác EU, Công nghệ chế biến thủy sản của Việt Nam dù đã được chú ý đầu tư, nâng cấp song vẫn lạc hậu.

Tuy nhiên sự biến động của thị trường EU do cuộc khủng hoảng tài chính-tiền tệ thế giới năm 2008 và khủng hoảng nợ công của Hy Lạp đang lan rộng sang các nước EU buộc ngành thủy sản Việt Nam có sự điều chỉnh chiến lược và những giải pháp ứng phó kịp thời chuyển hướng xuất khẩu sang thị trường phi truyền thống, các thị trường đang nổi lên.

2.3.3. Nguyên nhân của những mặt hạn chế

2.3.3.1. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, tuy các quốc gia thành viên EU áp dụng cùng một chính sách ngoại thương với các nước ngoài khối nhưng do mỗi quốc gia lại có một nền văn hoá riêng cho nên cách giải quyết các tình huống trong thực tế của họ là không giống nhau. Bởi vậy các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam khi đưa

các sản phẩm thủy sản vào một quốc gia là thành viên của EU cần phải hiểu rõ được văn hoá của mỗi nước để có các phương thức bán hàng và marketing cho phù hợp.

Thứ hai, do EU là thành viên của tổ chức WTO cho nên các chế độ quản lý xuất nhập khẩu của khu vực này cũng phải phù hợp với nguyên tắc của WTO. Các mặt hàng được quản lý bằng hạn ngạch có xu hướng giảm nhưng lại được thay thế bằng các biện pháp phi thuế quan và một trong số đó chính là hàng rào kỹ thuật. Hàng thủy sản Việt Nam muốn xâm nhập thị trường EU phải vượt qua được hàng rào kỹ thuật đó (gồm tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn về vệ sinh, tiêu chuẩn về lao động, tiêu chuẩn an toàn cho người lao động và tiêu chuẩn về môi trường). Hàng thủy sản Việt Nam trong thời buổi hiện nay chưa thể đáp ứng hết được các tiêu chuẩn hết sức khắt khe đó cho nên sản lượng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU chưa thể hiện rõ được tiềm lực thủy sản của Việt Nam.

Thứ ba, EU đang có xu hướng nói lỏng cơ chế quản lý xuất nhập khẩu, cải cách về chính sách do đó trong những năm tới thủy sản Việt Nam sẽ phải cạnh tranh hết sức khốc liệt với sản phẩm thủy sản của các nước khác trên thị trường EU. Trong đó có thể kể đến điển hình là Trung Quốc. Điều đó buộc các nhà xuất khẩu thủy sản của Việt Nam phải tìm ra các biện pháp để nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành sản phẩm, thay đổi về cung cách phục vụ cho tốt hơn.

Thứ tư, EU có một hệ thống kênh phân phối phức tạp. Do các siêu thị, các công ty bán lẻ hay các cửa hàng ở thị trường EU không mua hàng trực tiếp từ các nhà xuất khẩu nước ngoài mà thông qua các trung tâm thu mua lớn của EU hay các công ty xuyên quốc gia do đó các mặt hàng muốn vào thị trường EU phải thông qua các công ty này. Do đó đã hạn chế khả năng đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này, cũng như việc đa dạng hoá và nâng giá bán.

Thứ năm, các chính sách chủ yếu của EU là với các thị trường lớn có tính chiến lược như Mỹ, Nhật Bản, Châu Mỹ, Châu Âu. Do vậy hàng thủy sản Việt

Nam khi vào EU dù đã được hưởng những chế độ ưu đãi nhưng vẫn có sự phân biệt so với các sản phẩm từ các thị trường nói trên.

2.3.3.2. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, ngành sản xuất thủy sản của Việt Nam chủ yếu theo hộ gia đình, quy mô sản xuất nhỏ thêm vào đó các doanh nghiệp Việt Nam ít có sự liên kết với nhau. Điều này khiến các doanh nghiệp hầu như đơn độc trước sự cạnh tranh của các đối thủ nước ngoài trước thị trường rộng lớn. Nó cũng là nguyên nhân dẫn tới thiếu việc thiếu thông tin về thị trường xuất khẩu, về nhu cầu sản phẩm và thị hiếu người tiêu dùng.

Thứ hai, nảy sinh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Cạnh tranh mua nguyên liệu giảm giá bán để tranh khách hàng; lạm dụng hóa chất để tăng trọng, vi phạm các quy định ghi nhãn mác sản phẩm. Những điều này đã bị đối thủ nước ngoài lợi dụng, gây tác hại tới uy tín và quyền lợi chung của cộng đồng doanh nghiệp ảnh hưởng không tốt đến khả năng cạnh tranh hàng hóa thủy sản xuất khẩu. Điều này tạo ra cung cầu ảo gây ra sự sai lệch về giá cả rất lớn.

Thứ ba, số nhà máy chế biến thủy sản không ngừng tăng lên trong khi năng lực nuôi trồng, khai thác trong nước còn có hạn, cạnh tranh trở nên gay gắt. Đội ngũ cán bộ quản lý và lực lượng chưa có trình độ làm giảm hiệu quả của quá trình sản xuất.

Thứ tư, con giống để nuôi trồng thủy sản còn rất ít chưa đa dạng và không đảm bảo, chất lượng còn thấp.

Thứ năm, có thể thấy công tác nghiên cứu phân tích xu hướng biến động, dự báo thị trường tìm hiểu sâu về khách hàng còn chưa hiệu quả. Chưa thông báo kịp thời thay đổi môi trường kinh doanh, những quy định pháp luật để doanh nghiệp chủ động đối phó, chưa có đủ năng lực để đáp ứng nhu cầu đa dạng của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN 2011-2020

3.1. Triển vọng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU

3.1.1. Cơ hội

EU hiện là một thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng đối với các nước Châu Á, trong đó có Việt Nam. Đây cũng là thị trường chính của thủy sản Việt Nam hàng chục năm qua và có nhiều triển vọng cho việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong thời gian tới. Điều này được minh chứng qua các nhân tố sau:

Thứ nhất, Việt Nam đã bình thường hoá quan hệ ngoại giao với Cộng đồng Châu Âu từ năm 1990. Hiệp định hợp tác với EU ngày 17/7/1995, tạo cơ hội thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ mỗi qua hệ hợp tác với các quốc gia thành viên và cả cộng đồng trên mọi lĩnh vực hỗ trợ phát triển khoa học kỹ thuật, đào tạo nguồn nhân lực, văn hoá xã hội, đầu tư kinh tế thương mại và đến nay, Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của tổ chức Thương mại thế giới WTO.

Thứ hai, việc ngành thủy sản Việt Nam đáp ứng yêu cầu cao của EU về vệ sinh an toàn thực phẩm đã giúp sản phẩm thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang EU không những ngày càng tăng mà còn có chỗ đứng vững chắc ở các thị trường đòi hỏi khắt khe khác như Mỹ, Nhật Bản và Canada.

Thứ ba, do sản lượng thủy sản khai thác tự nhiên ngày càng giảm vì những quy định liên quan đến bảo vệ nguồn lợi và môi trường, nên EU ngày càng phụ thuộc vào thủy sản nhập khẩu. Chính vì vậy, thương mại cũng sẽ được ưu tiên trong chính sách hỗ trợ của EU, giúp các nước phát triển hiểu rõ hơn về WTO, các hàng rào kỹ thuật trong thương mại hoặc kiểm dịch động vật. Ngành thủy sản Việt Nam có thể được lợi rất lớn do EU ưu tiên hỗ trợ trong lĩnh vực kiểm dịch động vật. Ngoài ra EU còn dành quỹ hỗ trợ thông qua quỹ tín thác Châu Á, Quỹ đầu tư Châu Á. Việt Nam là một trong 178 nước được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) với mức thuế thấp hơn 3,5% so với mức thuế

thông thường. Được hưởng GSP, thuế xuất khẩu thủy sản sang EU không những sẽ giảm, mà việc xem xét mức thuế sẽ được thực hiện sau 3- 5 năm chứ không phải hàng năm như trước đây với số lượng mặt hàng nhiều hơn. Hiện nay, tỷ lệ mặt hàng thủy sản được hưởng GSP lên tới 80%. Bên cạnh đó, người tiêu dùng EU ngày càng tiêu dùng nhiều thủy sản hơn, vì họ cho rằng thủy sản là loại thực phẩm sạch và bổ dưỡng. Đây là tín hiệu tốt cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào EU, hàng năm Việt Nam xuất khẩu hàng trăm nghìn tấn hàng thủy sản gồm tôm, cá ngừ, nhuyễn thể hai mảnh vỏ và nhiều mặt hàng cá đông lạnh các loại.

Thứ tư, nếu trước đây rất khó thực thi các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm vì giữa các nước khác nhau có những quy định khác nhau, thì bây giờ EU chỉ có một cơ quan quản lý duy nhất là cục quản lý ATTP của EU, một khuôn khổ luật pháp duy nhất và một cơ chế duy nhất là luật chung về thực phẩm để có thể đảm bảo nếu xảy ra rủi ro liên quan đến an toàn thực phẩm thì chỉ trong vòng 1 giờ đã được đệ trình lên cục quản lý an toàn thực phẩm EU. Nếu biện pháp đề xuất được đa số thành viên cục quản lý an toàn thực phẩm EU ủng hộ, thì sản phẩm có mối nguy cơ đó sẽ bị triệu hồi khỏi các kênh phân phối trên thị trường. Với những quy định mới này là hoàn toàn có lợi, thứ nhất nó dễ áp dụng, không phải nghiên cứu quá nhiều văn bản; thứ hai là mọi vấn đề rõ ràng hơn, các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm đã được hệ thống hoá và đảm bảo tính logic; thứ ba là không một nước thành viên nào được quyền đặt ra thêm quy định riêng đối với hàng nhập khẩu.

Như vậy, với các nhân tố nêu trên cùng với nhu cầu tiêu thụ thủy sản có xu hướng tăng mạnh ở các nước châu Âu, hàng trăm doanh nghiệp Việt Nam đã đáp ứng yêu cầu và được phép xuất khẩu vào thị trường EU sẽ tạo mọi nhiều cơ hội hơn để tăng cường xuất khẩu sang khối thị trường này. Hiện EU là thị trường có mức tăng trưởng mạnh của thủy sản Việt Nam. Trong tương lai, mức tăng trưởng này có khả năng tiếp tục tăng mạnh. Sự cạnh tranh với mức giá rẻ của các mặt hàng đảm bảo chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm là yếu tố quyết định giữ vững thị trường xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam tại thị

trường EU. Có thể khẳng định triển vọng xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường này là rất tốt và ổn định trong các năm tới.

3.1.2. Thách thức

Bên cạnh những cơ hội phát triển, trong những năm tới ngành thủy sản Việt Nam vẫn còn phải vượt qua rất nhiều thách thức lớn.

Thứ nhất, thị trường xuất khẩu thủy sản thế giới ngày càng xuất hiện nhiều đối thủ mới cũng như tính cạnh tranh giữa các nước xuất khẩu thủy sản ngày càng tăng dưới tác động của xu hướng tự do hoá thương mại. Trong khi đó nền thủy sản trong nước dù đã có nhiều thành tựu tiến bộ song vẫn bộc lộ những điểm yếu kém chưa khắc phục được, đồng thời cơ sở vật chất đã lạc hậu không đáp ứng được các nhu cầu của thời đại, hiệu quả đánh bắt và nuôi trồng thủy sản còn phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên. Đối với ngành chế biến thủy sản thì hầu hết đều chưa có quá trình tự động hoá trong sản xuất, giá thành không ổn định, sức cạnh tranh của các sản phẩm còn kém. Đặc biệt trong thời đại hiện nay việc xuất khẩu các sản phẩm mới chỉ qua sơ chế hay đông lạnh không còn phù hợp nữa, bên cạnh đó việc không có được (hay chưa xây dựng được) các nhãn hàng có uy tín, bán với giá thấp hơn so với các sản phẩm của các nước khác sẽ ảnh hưởng khá nghiêm trọng tới khả năng cạnh tranh của thủy sản Việt Nam với các nước xuất khẩu thủy sản khác.

Thứ hai, các nước phát triển vừa tiến hành giảm thuế, dỡ bỏ hàng rào phi thuế quan nhưng lại vừa đưa ra các quy định chặt chẽ hơn về an toàn vệ sinh thực phẩm, các biện pháp phòng vệ thương mại. Điều này tác động không tốt đến các mặt hàng được sản xuất ở các nước đang phát triển (đặc biệt là đối với mặt hàng nông sản, thủy sản) do nó tác động làm tăng chi phí sản xuất, cũng như các nước phát triển áp dụng các biện pháp này như một rào cản đối với hàng hoá các nước.

Thứ ba, khó khăn nảy sinh từ bản thân các thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Thị trường Châu Á là thị trường trọng điểm về xuất khẩu thủy sản của Việt Nam nhưng thời gian gần đây cũng có nhiều biến động. Nhật Bản

trong những năm gần đây nhìn chung đã bão hoà và khó tăng nhanh về sản lượng nhập khẩu thủy sản, bên cạnh đó việc xuất hiện và cạnh tranh của các nước xuất khẩu khác cũng gây rất nhiều khó khăn cho việc duy trì thị phần của thủy sản Việt Nam ở khu vực này. Trong những thị trường có mức thu nhập cao như EU, Mỹ thì tỷ trọng hàng thủy sản Việt Nam còn thấp do các quy định về chất lượng và an toàn vệ sinh hàng thủy sản. Còn các thị trường khác thì tỷ trọng xuất khẩu của hàng thủy sản Việt Nam là rất nhỏ, chưa được quan tâm đúng mức và chưa khai thác được tiềm năng của các thị trường này.

Thứ tư, Việt Nam luôn ở trong tình trạng thiếu thông tin thị trường, năng lực quản lý còn kém, kinh nghiệm và kiến thức, cách thức tiếp cận thị trường cũng như khả năng phát triển hệ thống kinh doanh và phản ứng với sự thay đổi chính sách thường chậm.

Thứ năm, năng lực cạnh tranh và tính năng động của nền kinh tế còn yếu, cơ cấu kinh tế, cơ cấu đầu tư còn nhiều bất hợp lý, cơ chế thị trường còn nhiều vấn đề chưa được giải quyết. Hệ thống tài chính còn nhiều vấn đề bất cập, cũng như trình độ công nghệ còn thấp, cải cách diễn ra chậm chạp, tư duy còn thấp đã gây ra những khó khăn cho khả năng tiếp cận, thâm nhập các thị trường của các mặt hàng của Việt Nam trong đó có thủy sản.

3.2. Quan điểm, định hướng và mục tiêu đến năm 2020

3.2.1. Quan điểm, định hướng và mục tiêu

Trích: “Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020” của thủ tướng chính phủ - Số:10/2006/QĐ-TTg.

3.2.1.1. Quan điểm phát triển

1. Phát triển ngành thủy sản thành một ngành sản xuất hàng hoá lớn, có năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh cao, có cơ cấu sản phẩm đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng trong nước, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu, tiếp tục giữ vững là ngành có kim ngạch xuất khẩu cao và có tỷ trọng GDP đáng kể trong các ngành nông, lâm, ngư nghiệp trong các năm tới.

2. Phát triển ngành thủy sản nhanh và bền vững trên cơ sở khai thác, sử dụng tốt mọi tiềm năng về đất đai, mặt nước và lao động, đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá; áp dụng nhanh các tiến bộ khoa học - công nghệ sản xuất; tiếp tục chuyển dịch cơ cấu các ngành nghề sản xuất, kinh doanh, có cơ cấu hợp lý giữa khai thác với nuôi trồng, gắn sản xuất với chế biến, tiêu thụ sản phẩm và bảo vệ môi trường sinh thái.

3.2.1.2. Định hướng đến năm 2020

1. Tiếp tục phát huy lợi thế về tiềm năng, trên cơ sở công nghiệp hoá, hiện đại hoá, phát triển các vùng sản xuất tập trung gắn với phát triển công nghiệp chế biến và dịch vụ nghề cá, hình thành các trung tâm nghề cá lớn tại một số trọng điểm ven biển và đồng bằng Nam Bộ.

2. Đa dạng cơ cấu sản phẩm thủy sản chế biến, đồng thời phát triển sản xuất một số loại sản phẩm chủ lực mang tính đặc trưng của thủy sản Việt Nam, có giá trị và sức cạnh tranh cao để chiếm lĩnh thị trường xuất khẩu, giữ vững là ngành có kim ngạch xuất khẩu cao.

3. Đồng thời với phát triển khai thác xa bờ hợp lý, ổn định khai thác vùng ven bờ, phát triển mạnh nuôi trồng thủy sản, đa dạng hình thức nuôi và cơ cấu giống nuôi, nhất là nuôi trên biển, nhằm khai thác tiềm năng còn lớn, giải quyết việc làm lao động nông thôn ven biển, có thu nhập ổn định, góp phần quan trọng bảo vệ nguồn lợi thủy sản, bảo vệ môi trường sinh thái ven biển bền vững, đồng thời là nguồn cung cấp chủ yếu nguyên liệu cho xuất khẩu.

3.2.1.3. Mục tiêu thực hiện

Cuối năm 2010, Bộ NN-PTNT vừa tổ chức hội thảo góp ý quy hoạch phát triển chế biến thủy sản toàn quốc đến năm 2020 lần thứ 3.

Tại hội thảo, Giám đốc Trung tâm Tư vấn và Quy hoạch phát triển thủy sản – Tổng cục Thủy sản cho biết mục tiêu phát triển của quy hoạch chế biến thủy sản đến năm 2020 là phát triển thành ngành sản xuất có công nghệ tiên tiến, hiện đại, hiệu quả; tạo dựng được các tập đoàn, công ty chế biến thủy sản lớn có tiềm lực kinh tế mạnh, làm đầu tàu cho sự phát triển các nhóm sản phẩm chủ

lực; thực hiện thành công việc quản lý hệ thống theo chuỗi, truy xuất nguồn gốc tại tất cả các khâu cho các sản phẩm xuất khẩu chủ lực....

Phân đầu xuất khẩu thủy sản đạt 8-9 tỉ USD vào năm 2020; hệ thống chế biến thủy sản có đủ năng lực chế biến sản phẩm làm sẵn, sản phẩm có giá trị gia tăng đạt tỉ trọng 60%-70% tổng sản lượng thủy sản chế biến.

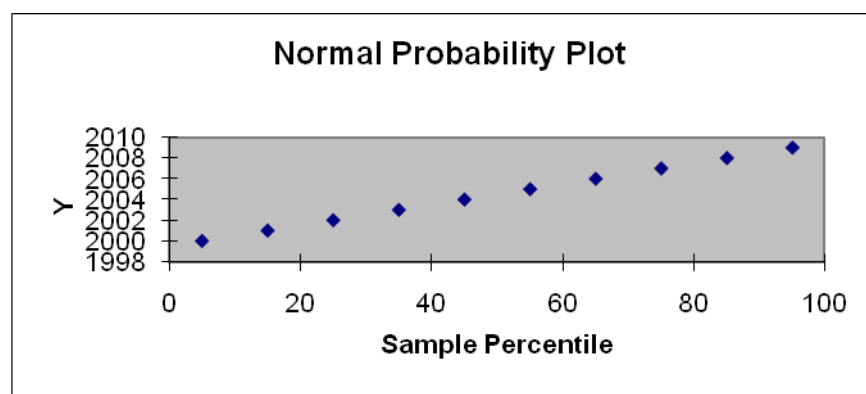
Từ năm 2010, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU sẽ có thêm nhiều trở ngại, do không chỉ chịu ảnh hưởng từ xu hướng siết chặt chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm mà còn thêm các quy định mới như quy định IUU được EU đưa ra chính thức được áp dụng vào ngày 1/1/2010. Theo đó EU yêu cầu “chứng nhận thủy sản khai thác” đối với tất cả nhà xuất khẩu thủy sản nhằm ngăn chặn, phòng ngừa và loại bỏ các hoạt động khai thác thủy sản bất hợp pháp và không theo quy định.

Căn cứ vào tình hình thực tiễn của ngành đồng thời dựa vào nghiên cứu, nhận định về thị trường EU, mục tiêu ngành thủy sản đưa ra với kim ngạch xuất khẩu sang EU trên 1,3 tỷ USD một năm và thực hiện tốt các chương trình như ATVSTP, quy định IUU, đạt các tiêu chuẩn và quy định khác mà EU đề ra.

3.2.2. Dự báo

* Dựa theo số liệu thống kê lượng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU từ 2000 đến 2009, ta xây dựng hàm dự báo:

Kết quả xử lý số liệu:



SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.106521
R Square	0.011347
Adjusted R Square	-0.11223
Standard Error	3.193037
Observations	10

ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	0.936105	0.936105	0.091816	0.769611
Residual	8	81.56389	10.19549		
Total	9	82.5			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	2003.873	2.303573	869.8975	3.42E-21	1998.561	2009.185	1998.561	2009.185
X Variable 1	1.94E-06	6.39E-06	0.303011	0.769611	-1.3E-05	1.67E-05	-1.3E-05	1.67E-05

PROBABILITY OUTPUT

<i>Percentile</i>	<i>Y</i>
5	2000
15	2001
25	2002
35	2003
45	2004
55	2005
65	2006
75	2007
85	2008
95	2009

Hàm dự báo được lập như sau:

$$Y = 2003.873 + 1.94E-06.X$$

3.3. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2011-2020

Để thúc đẩy xuất khẩu hàng thủy sản sang thị trường EU phát triển cho tương xứng với tiềm năng của ngành thủy sản trong nước cũng như đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của người dân EU thì chúng ta có thể áp dụng một số biện pháp sau:

3.3.1. Các giải pháp vĩ mô

- Hoàn thiện hệ thống pháp lý phù hợp hơn với nhu cầu và tạo thuận lợi cho xuất khẩu thủy sản. Cần phải rà soát và thay đổi những quy định không còn phù hợp với thời đại ngày nay như một số điều trong luật thủy sản, luật đầu tư nước ngoài, luật khuyến khích đầu tư trong nước để tạo ra các điều kiện thông thoáng hơn cho phát triển và thu hút vốn đầu tư nước ngoài để phát triển ngành thủy sản. Bên cạnh đó cần đào tạo các cán bộ công chức đáp ứng đủ các tiêu chuẩn trong thời kỳ mới. Ngoài ra cần tiếp tục đẩy mạnh cải cách các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quản lý về ngành thủy sản từ trung ương đến địa phương để xoá bỏ bớt các thủ tục rườm rà gây mất thời gian, công sức mất niềm tin của người kinh doanh cũng như các nhà xuất khẩu, đầu tư.

- Gắn công nghệ nguồn với sản xuất xuất khẩu thủy sản trong chiến lược xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU. Do xưa nay chúng ta chủ yếu nhập khẩu công nghệ từ các nước châu á lên chất lượng không cao, không bền mà EU lại yêu cầu rất khắt khe về chất lượng mặt hàng thủy sản bởi vậy nếu chúng ta cần tăng cường nhập khẩu các công nghệ tiên tiến từ EU để phục vụ cho quá trình sản xuất hàng xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU sẽ làm tăng hiệu quả sản xuất cũng như chất lượng sản phẩm. Do đó hàng thủy sản sẽ xâm nhập vào thị trường EU dễ dàng hơn và có sức cạnh tranh với các sản phẩm thuộc các quốc gia khác. Các phương pháp thu hút có thể áp dụng các phương pháp như đầu tư của chính phủ hay thu hút các nhà đầu tư của các nước EU tham gia vào quá trình sản xuất hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó cách thứ hai là

hợp lý hơn cả bởi chúng ta vừa có công nghệ vừa có các chuyên gia giúp đỡ sử dụng tối ưu công nghệ, đồng thời cũng nâng cao về chất lượng sản phẩm.

- Nâng cao chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm. Do thị trường EU là một thị trường vô cùng khó tính về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm cho nên thủy sản Việt Nam muốn phát triển và thâm nhập sâu vào thị trường này đòi hỏi phải đáp ứng được các yêu cầu của họ. Chính vì vậy trong chúng ta cần nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua các phương pháp như thông tin tuyên truyền về an toàn vệ sinh thực phẩm cho những người trực tiếp sản xuất ra sản phẩm cũng như người tiêu dùng, giáo dục cho họ ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng và vệ sinh thực phẩm. Bên cạnh đó cần xây dựng bộ máy quản lý chất lượng an toàn vệ sinh về thủy sản từ trung ương đến địa phương để đảm bảo thủy sản Việt Nam đáp ứng được nhu cầu của thị trường dù là khó tính nhất.

- Đẩy nhanh quá trình chuyển đổi sở hữu cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước. Đây là một quyết định đúng đắn của nhà nước bởi lẽ điều này sẽ làm cho các doanh nghiệp có thể chủ động hơn trong việc thực hiện các chương trình chiến lược, cũng như thu hút được sự quan tâm góp vốn của xã hội.

- Hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU. Do hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đều là các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho nên tiềm lực cũng như sức cạnh tranh là không cao. Vì điều này cho nên sự hỗ trợ của nhà nước thông qua các ngân hàng thương mại là vô cùng cần thiết. Nhà nước lên sử dụng hiệu quả quỹ hỗ trợ xuất khẩu để cho các doanh nghiệp vay vốn với lãi suất thấp để giải quyết vấn đề về vốn đầu tư đổi mới, đơn giản hoá thủ tục vay vốn và các yêu cầu thế chấp khi vay vốn. Ngoài ra nhà nước cũng xúc tiến thành lập các ngân hàng chuyên doanh của khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp lớn để giúp đỡ cho các doanh nghiệp đang gặp khó khăn từ đó có thể tăng khả năng xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU.

- Nhà nước có thể hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại như đẩy mạnh phát triển thị trường thông qua

việc ký kết các hiệp định song phương và đa phương, đẩy mạnh quan hệ ở cấp chính phủ về mở rộng thị trường cho các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta như thủy sản. Bên cạnh đó nhà nước cũng có các chính sách để thúc đẩy, tạo điều kiện cho sản phẩm của các doanh nghiệp có thể tiếp cận được thị trường cũng như người tiêu dùng EU.

- Nhà nước cũng cần đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Cần bồi dưỡng và đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho các chương trình như khai thác thủy sản xa bờ, nuôi trồng thủy sản và chế biến thủy sản bởi đây là những nguồn cung cấp chính các sản phẩm để thực hiện hoạt động xuất khẩu thủy sản. Ngoài ra cũng cần chú ý tới các trường đào tạo và dạy nghề về thủy sản vì đây là nơi sẽ cung cấp ra các cán bộ có năng lực tay nghề để phục vụ cho sự phát triển ngành thủy sản sau này. Cụ thể thì đối với ngành khai thác cần đào tạo đội ngũ đánh bắt có kiến thức về các vấn đề như luật hàng hải, thời kỳ sinh sản của các loại thủy sản. Còn về nuôi trồng và chế biến thủy sản thì cần đào tạo các cán bộ cho phù hợp với đòi hỏi ngày càng cao của xã hội. Hoặc cũng có thể liên kết với các nước phát triển để cử người đi đào tạo nghiên cứu ở nước ngoài rồi về phổ biến giúp đỡ cho ngư dân.

- Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu cho mặt hàng thủy sản của Việt Nam. Trong bối cảnh hiện nay khi thủy sản Việt Nam chưa tạo cho mình được chỗ đứng vững chắc trên thị trường thì sự giúp đỡ của nhà nước là vô cùng quan trọng. Nhà nước sẽ giúp xây dựng thương hiệu cho một số mặt hàng chủ đạo, và cho phép các mặt hàng này được đăng ký sử dụng tên thương hiệu quốc gia. Việc làm này sẽ đem lại các lợi ích như tạo hiệu quả tổng thể, mở cửa cho mọi công ty, duy trì các hoạt động kiểm soát dư lượng chất độc hại trong nuôi trồng và chế biến thủy sản. Ngoài ra còn giúp cho việc thiết lập hệ thống giám sát cảnh báo dịch bệnh thủy sản cũng như giúp cho xây dựng và triển khai đề án mã hoá truy xuất nguồn gốc, hoàn thiện hệ thống văn bản liên quan đến quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm.

- Ngoài ra việc hỗ trợ và nâng cao năng lực cho các ngành phụ trợ như khai thác thủy sản, nuôi trồng thủy sản cũng có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Để đảm

bảo tính hiệu quả và bền vững trong khai thác thì nhà nước có thể sử dụng các biện pháp như tăng cường nghiên cứu, điều tra để định hướng khai thác cho phù hợp kết hợp với việc tổ chức các mô hình khai thác thủy sản sao cho đạt được hiệu quả cao nhất, tăng đầu tư cơ sở vật chất phương tiện cũng như nâng cấp các trang thiết bị trên tàu để gia tăng khối lượng và đảm bảo chất lượng. Bên cạnh đó cũng cần có các biện pháp để hỗ trợ cho ngành nuôi trồng thủy sản như tập trung vào tổ chức liên kết sản xuất sạch, tạo ra năng suất lớn. Nhà nước cũng lên chỉ đạo cho các cơ sở nghiên cứu và sản xuất thủy sản chủ động trong việc tạo ra được các sản phẩm sạch thoả mãn được các nhu cầu khắt khe của thị trường EU đồng thời phải mở rộng quy mô nuôi các loại cá có giá trị xuất khẩu cao như cá giò, cá song, cá tráp, cá vược, cá ngừ đại dương cũng như một số loại có giá trị cao như bào ngư, hải sâm. Nhà nước cũng lên khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia vào nuôi trồng thủy sản để tạo ra cung cấp đủ không những về khối lượng mà còn đáp ứng được cả về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Ngoài ra việc quản lý tốt việc nhập khẩu thức ăn, thuốc ngừa dịch bệnh, việc thí điểm nuôi thủy sản bằng thức ăn nhân tạo để tiến tới giảm sự ô nhiễm môi trường hay việc đầu tư vào hệ thống thủy lợi cũng có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của ngành thủy sản không chỉ ở hiện tại mà còn trong tương lai.

3.2.2 Các giải pháp vi mô

- Sự hỗ trợ của nhà nước có ý nghĩa quan trọng đối với mọi doanh nghiệp tuy nhiên để có được các phương hướng cũng như các thành công trong kinh doanh thì doanh nghiệp vẫn là người quyết định. Để thúc đẩy xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU được phát triển mạnh hơn nữa thì vai trò của các doanh nghiệp càng lớn. Dưới đây là một số biện pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU của doanh nghiệp:

- Thâm nhập các kênh phân phối của EU. Do các kênh phân phối của thị trường EU là hết sức phức tạp và hàng hoá của Việt Nam muốn thâm nhập sâu hơn vào thị trường EU thì phải thông qua các kênh phân phối này do đó chúng ta phải có các biện pháp thích hợp để thâm nhập các kênh này. Để thâm nhập được

vào thị trường EU cũng như các kênh phân phối của thị trường nay đòi hỏi sản phẩm thủy sản của ta phải đáp ứng các yêu cầu như nắm bắt được thị hiếu khách hàng, đảm bảo thời gian giao hàng, duy trì chất lượng sản phẩm. Qua đó các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam có thể áp dụng phương pháp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì có thể liên kết với cộng đồng người Việt ở EU để đầu tư sản xuất và xuất khẩu vào EU, còn với các doanh nghiệp lớn hơn thì có thể liên doanh để trở thành các công ty con của các công ty xuyên quốc gia của EU hoặc có thể sử dụng hình thức liên doanh với các đối tác trong việc sử dụng giấy phép, nhãn hiệu hàng hoá của nhau.

- Đảm bảo về vệ sinh an toàn vệ sinh thủy sản. Với các doanh nghiệp việc này có thể được thực hiện thông suốt quá trình sản xuất từ nuôi trồng cho đến chế biến thủy sản. Khi nuôi trồng thủy sản, phải thực hiện theo quy định bộ thủy sản về liều lượng thuốc kháng sinh, bảo quản thủy sản không sử dụng những loại thuốc cấm. Còn về quá trình chế biến sản phẩm, phải thực hiện nghiêm chỉnh theo quy định nhà nước. Các hoá chất, các chất phụ gia bảo quản dùng trong quy trình chế biến phải được nhà nước cho phép đảm bảo không gây hại cho người sử dụng, cũng như phải có các biện pháp phản ứng kịp thời khi có những biến cố như phát hiện mầm bệnh.

- Tăng cường đầu tư và hoàn thiện quản lý ở cấp doanh nghiệp. Điều này sẽ giúp cho doanh nghiệp có thể nghiên cứu kỹ thị trường và khách hàng cũng như đề ra được các phương hướng phát triển đúng đắn cho doanh nghiệp, nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Bên cạnh đó cũng phải tăng cường đầu tư mở rộng sản xuất để đảm bảo luôn đáp ứng kịp thời các nhu cầu của khách hàng cũng như không bị lạc hậu về công nghệ so với các đối thủ cạnh tranh về xuất khẩu thủy sản khác. Có như vậy mới đảm bảo cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam có một sự phát triển bền vững, có khả năng củng cố và mở rộng phát triển trên một thị trường khó tính như thị trường EU.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam muốn tồn tại lâu dài và phát triển trên thị trường EU cần phải tiến hành xây dựng, nâng cao và phát triển

thương hiệu. Người dân EU là những người có mức thu nhập vào loại cao nhất thế giới do đó khả năng thanh toán, nhu cầu của họ là rất cao. Đối lại thì họ cũng yêu cầu các mặt hàng phải có chất lượng, đảm bảo an toàn và đặc biệt phải có thương hiệu. Họ sẵn sàng bỏ ra hàng nghìn EURO để mua một sản phẩm có thương hiệu nổi tiếng. Nhưng họ sẽ không bỏ ra vài trăm EURO để mua một sản phẩm tương tự nhưng không có thương hiệu. Vì họ cho rằng thương hiệu đi kèm với nó là sự bảo đảm về chất lượng và an toàn. Đặc biệt với một sản phẩm thuộc về thực phẩm như thủy sản thì độ an toàn là trên hết do đó việc tạo ra các sản phẩm có thương hiệu sẽ giúp cho việc tiêu thụ sản phẩm thủy sản sẽ dễ dàng hơn và thu hút nhiều khách hàng hơn.

- Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản nói riêng thì nguồn nguyên liệu có ý nghĩa sống còn và cũng là một trong những yếu tố đảm bảo giữ chữ tín với khách hàng. Và để tạo được sự chủ động trong xuất khẩu thủy sản thì các doanh nghiệp cần chú ý tạo ra nhiều nguồn cung cấp thông qua việc ký hợp đồng với nhiều nhà cung cấp (không bao giờ được phụ thuộc vào một nhà cung cấp). Bên cạnh đó các doanh nghiệp cũng có thể góp vốn đầu tư vào các trang trại nuôi trồng thủy sản để tạo sự chủ động cho mình. Ngoài ra còn có thể tìm kiếm nhà cung ứng nước ngoài để đề phòng tình huống nguồn cung cấp trong nước không đáp ứng được về khối lượng hoặc chất lượng.

- Các doanh nghiệp để tăng sức mạnh cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn ở nước ngoài có thể tiến hành liên kết với nhau. Do các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam hầu hết đều là các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho nên để cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn trên thế giới là rất khó khăn vì vậy các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam nên liên kết với nhau để tạo ra sức mạnh cạnh tranh.

- Đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử trong kinh doanh và xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU. Thương mại điện tử mang lại những lợi ích vô cùng lớn cho doanh nghiệp bởi vì thông qua các trang Web của doanh nghiệp

khách hàng có thể hiểu rõ được phần nào về doanh nghiệp qua đó góp phần xây dựng uy tín cũng như đẳng cấp cho doanh nghiệp.

- Các doanh nghiệp cần khai thác có hiệu quả quỹ phát triển doanh nghiệp của EU. Việc các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tiến hành xâm nhập thị trường EU có thể coi là một bước phát triển khách quan trong thời đại mới. Tuy nhiên do các doanh nghiệp này chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho nên việc thiếu vốn để gia tăng sản xuất cũng như nâng cấp thiết bị là một điều tất yếu. Song doanh nghiệp lại không thể cứ ỷ lại vào sự giúp đỡ của nhà nước do đó quỹ phát triển doanh nghiệp của EU có thể coi là một giải pháp cho việc vay vốn của doanh nghiệp. Các khoản tài trợ, vay vốn này sẽ giúp cho doanh nghiệp có khả năng để nâng cấp các thiết bị, gia tăng các hình thức dịch vụ để thoả mãn nhu cầu khách hàng cũng như mở rộng sản xuất, thực hiện hiện đại hoá doanh nghiệp và thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng của doanh nghiệp.

- Nâng cao trình độ cho cán bộ và công nhân chế biến. Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay để phát triển ngoài có công nghệ tiên tiến cần có một đội ngũ các nhà quản lý có trình độ, công nhân lành nghề. Chính vì vậy doanh nghiệp cần tổ chức các khoá đào tạo cho các nhà quản lý cũng như người lao động giúp họ có khả năng ứng biến, xử lý các tình huống xảy ra để đảm bảo cho việc hoạt động cũng như xuất khẩu của doanh nghiệp luôn được diễn ra theo kế hoạch.

3.3. Kiến nghị

Qua nghiên cứu cho thấy, trong những năm qua hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU đã đạt được những thành tựu đáng kể, đóng góp không nhỏ vào GDP của cả nước. Bên cạnh đó hoạt động xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU vẫn bộc lộ nhiều hạn chế mà nguyên nhân chủ yếu là việc đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, vấn đề thông tin cho các doanh nghiệp và đặc biệt là sự liên kết của các doanh nghiệp trước một thị trường lớn. Điều này sẽ tác động trực tiếp đến khả năng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU trong thời gian tới.

Vì vậy, để giải quyết vấn đề này, em muốn đưa ra một số kiến nghị như sau:

➤ *Đối với doanh nghiệp trong nước:*

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng khốc liệt và các thị trường các nước ngày càng dựng nên nhiều rào cản kỹ thuật và thuế quan để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng cũng như các nhà sản xuất nội địa thì đòi hỏi doanh nghiệp phải nỗ lực hơn nữa trong việc đảm bảo chất lượng và tăng cường đa dạng hoá sản phẩm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng của thế giới để có thể đảm bảo sự tồn tại cũng như phát triển vững chắc của công ty.

Bên cạnh đó công ty cần chú trọng hơn và có định hướng phát triển công tác R&D cũng như công tác marketing. Trong dài hạn công ty nên xây dựng bộ phận R&D và marketing với đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp.

Ngoài ra công ty cũng nên có biện pháp để có thể chủ động hơn về nguyên liệu hạn chế sự phụ thuộc vào cung cầu và giá cả trên thị trường bằng cách tự xây dựng vùng nguyên liệu hoặc có hợp đồng bao tiêu hay hỗ trợ vốn và công nghệ cho người nuôi để tạo ra sự liên kết chặt chẽ giữa nhà cung cấp và doanh nghiệp.

➤ *Đối với Nhà nước:*

- Cần hỗ trợ nhiều hơn nữa các biện pháp thiết thực nhằm thúc đẩy ngành thủy sản phát triển theo chiều sâu cho các doanh nghiệp cũng như các địa phương nằm trong vùng quy hoạch nuôi trồng thủy sản về vốn và công nghệ.

- Hỗ trợ cho các địa phương trong việc đào tạo, huấn luyện nguồn nhân lực để quản lý vùng nuôi trồng thủy sản an toàn.

- Nhà nước cũng cần tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có cơ hội gặp gỡ giao thương với các đối tác nước ngoài và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vay vốn tín dụng hoặc chuyển đổi hình thức kinh doanh cũng như huy động các nguồn vốn khác nhằm mở rộng quy mô sản xuất cả về chiều rộng và chiều sâu.

- Trước tình hình thiếu hụt nguyên liệu nghiêm trọng như hiện nay thì nhà nước nên có chính sách mở rộng cho vay vốn đối với người nuôi để họ có thể

một mặt khôi phục sản xuất tạo thu nhập cho bản thân và tạo cơ hội cho họ có thể trả nợ cho ngân hàng. Mặt khác có thể giúp doanh nghiệp có đủ nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu.

- Nên đầu tư và khuyến khích tư nhân đầu tư xây dựng các nhà máy chế biến thức ăn thủy sản để hạn chế vào thức ăn nhập khẩu để đảm bảo nguồn cung nhằm bình ổn giá thành cho sản xuất thủy sản nguyên liệu.

Hiệp hội Thủy sản Việt Nam nên có những biện pháp đề rắn đề nhằm hạn chế việc các doanh nghiệp do cạnh tranh không lành mạnh làm giảm giá trị xuất khẩu cá tra của Việt Nam.

KẾT LUẬN

Thị trường EU là một thị trường tiềm năng, một thị trường mở ra những cơ hội lớn cho Việt Nam đẩy mạnh hoạt động thương mại của mình. Nhưng đồng thời cũng là thị trường có sự cạnh tranh gay gắt đối với hầu hết tất cả các mặt hàng trong đó có mặt hàng thủy sản xuất khẩu. Những năm gần đây, thị trường EU lại càng đưa ra nhiều quy định khắt khe đối với mặt thủy sản của các nước xuất khẩu điều đó sẽ gây ra rất nhiều khó khăn cho thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Vì vậy chúng ta phải có các bước đi chiến lược đối với thị trường rộng lớn này.

Qua nghiên cứu cho thấy, trong những năm qua hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU đã đạt được những thành tựu đáng kể, đóng góp không nhỏ vào GDP của cả nước. Bên cạnh đó hoạt động xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU vẫn bộc lộ nhiều hạn chế mà nguyên nhân chủ yếu là việc đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, vấn đề thông tin cho các doanh nghiệp và đặc biệt là sự liên kết của các doanh nghiệp trước một thị trường lớn. Điều này sẽ tác động trực tiếp đến khả năng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU trong thời gian tới.

Vì vậy, để giải quyết vấn đề này, chúng ta cần không ngừng đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu thủy sản sang EU. Phải có sự kết hợp chặt chẽ giữa nhà nước, hiệp hội, doanh nghiệp và ngư dân nhằm tạo ra một hướng đi thống nhất; sự quy hoạch về nguyên liệu và đặc biệt là chất lượng thủy sản. Đạt được điều này đòi hỏi phải có sự hỗ trợ và phối hợp đồng thời của các ngành kinh tế khác trong nền kinh tế với mục tiêu xây dựng một nền kinh tế phát triển bền vững.

PHỤ LỤC

Hiệp định chống bán phá giá của WTO

Hiệp định của WTO là không được phân biệt đối xử khi áp dụng thuế chống phá giá, tức là nếu hàng hóa bị bán phá giá được xuất khẩu từ những quốc gia khác nhau với cùng biên độ phá giá như nhau thì sẽ áp đặt mức thuế chống phá giá ngang nhau.

Quá trình toàn cầu hóa kinh tế đang diễn ra mạnh mẽ, mang lại nhiều lợi ích và thúc đẩy sự phát triển kinh tế của nhiều quốc gia trên cơ sở một nền thương mại và đầu tư công bằng. Tuy nhiên nhiều nước đang phát triển và kém phát triển phải đối mặt với tình trạng hàng hóa nhập khẩu bán phá giá tại thị trường của mình, và gánh chịu những thiệt hại cho sản xuất trong nước.

Theo Hiệp định về thực hiện Điều VI Hiệp định chung về thuế quan và thương mại GATT (hay còn được biết đến dưới tên gọi Hiệp định chống bán phá giá), một sản phẩm bị coi là bán phá giá nếu như giá xuất khẩu của sản phẩm được xuất khẩu từ một nước này sang một nước khác thấp hơn mức giá có thể so sánh của sản phẩm tương tự được tiêu dùng tại nước xuất khẩu theo các điều kiện thương mại thông thường.

Bán phá giá được xác định dựa vào 2 yếu tố cơ bản là: 1- biên độ phá giá từ 2% trở lên; 2- số lượng, trị giá hàng hóa bán phá giá từ một nước vượt quá 3% tổng khối lượng hàng nhập khẩu (ngoại trừ trường hợp số lượng nhập khẩu của các hàng hóa tương tự từ mỗi nước có khối lượng dưới 3%, nhưng tổng số các hàng hóa tương tự của các nước khác nhau được xuất khẩu vào nước bị bán phá giá chiếm trên 7%).

Theo quy định của WTO, biên độ phá giá được xác định thông qua việc so sánh với mức giá có thể so sánh được của hàng hóa tương tự được xuất khẩu sang một nước thứ ba thích hợp, với điều kiện là mức giá có thể so sánh được này mang tính đại diện, hoặc được xác định thông qua so sánh với chi phí sản xuất tại nước xuất xứ hàng hóa cộng thêm một khoản chi phí hợp lý cho quản

trị, bán hàng, các chi phí chung khác và một khoản lợi nhuận. Như vậy, có thể hiểu rằng biên độ phá giá là mức chênh lệch giá thông thường của hàng hóa tương tự với mức giá xuất khẩu hiện tại. Việc xác định giá thông thường được tính toán rất phức tạp dựa trên cơ sở sổ sách và ghi chép của nhà xuất khẩu hoặc nhà sản xuất là đối tượng đang được điều tra với điều kiện là sổ sách này phù hợp với các nguyên tắc kế toán được chấp nhận rộng rãi và phản ánh được một cách hợp lý các chi phí.

Để xác định hàng hóa có bị bán phá giá hay không, việc bán phá giá có gây thiệt hại đáng kể cho ngành sản xuất trong nước hay không để áp đặt các biện pháp chống phá giá thì điều quan trọng nhất và phức tạp nhất này ở quá trình điều tra về bán phá giá. Ở những quốc gia khác nhau, việc điều tra sẽ được thực hiện bởi các cơ quan chức năng khác nhau. Theo quy định trong Hiệp định về chống bán phá giá của WTO thì việc điều tra chỉ được tiến hành khi có đơn yêu cầu bằng văn bản của ngành sản xuất trong nước hoặc của người nhân danh cho ngành sản xuất trong nước. Đơn yêu cầu sẽ được coi là đủ tư cách đại diện cho ngành sản xuất trong nước nếu như đơn này nhận được sự ủng hộ bởi các nhà sản xuất chiếm tối thiểu 50% tổng sản lượng của sản phẩm tương tự được làm ra. Tuy nhiên, việc điều tra sẽ không được bắt đầu nếu như các nhà sản xuất bày tỏ ý kiến tán thành điều tra chiếm ít hơn 25% tổng sản lượng của sản phẩm tương tự được ngành sản xuất trong nước làm ra.

Trong thương mại quốc tế, khi hàng hóa bị xem là bán phá giá thì chúng có thể bị áp đặt các biện pháp chống bán phá giá (anti-dumping) như thuế chống phá giá, đặt cọc hoặc thế chấp, cam kết hạn chế định lượng hoặc điều chỉnh mức giá của nhà xuất khẩu nhằm triệt tiêu nguy cơ gây thiệt hại cho ngành sản xuất trong nước nhập khẩu, trong đó thuế chống bán phá giá là biện pháp phổ biến nhất hiện nay. Về thực chất, thuế chống bán phá giá là một loại thuế nhập khẩu bổ sung đánh vào những hàng hóa bị bán phá giá ở nước nhập khẩu nhằm hạn chế những thiệt hại do việc bán phá giá đưa đến cho ngành sản xuất của nước đó nhằm bảo đảm sự công bằng trong thương mại (nói chính xác đó là một sự bảo hộ hợp lý cho sản xuất trong nước).

Thuế chống bán phá giá đánh vào các nhà sản xuất riêng lẻ chứ không phải là thuế áp đặt chung cho hàng hóa của một quốc gia. Nguyên tắc chung nêu ra trong Hiệp định của WTO là không được phân biệt đối xử khi áp dụng thuế chống phá giá, tức là nếu hàng hóa bị bán phá giá được xuất khẩu từ những quốc gia khác nhau với cùng biên độ phá giá như nhau thì sẽ áp đặt mức thuế chống phá giá ngang nhau. Mức thuế chống phá giá sẽ phụ thuộc vào biên độ phá giá của từng nhà xuất khẩu chứ không phải áp dụng bình quân (ngay cả khi các nhà xuất khẩu từ cùng một quốc gia) và không được phép vượt quá biên độ phá giá đã được xác định.

Tuy nhiên, không phải bất kỳ trường hợp bán phá giá nào cũng bị áp đặt các biện pháp chống bán phá giá. Theo quy định của WTO cũng như luật pháp của rất nhiều nước thì thuế chống bán phá giá chỉ được áp đặt khi hàng hóa được bán phá giá gây thiệt hại đáng kể hay đe dọa gây thiệt hại đáng kể cho ngành sản xuất ở nước nhập khẩu. Như vậy, nếu một hàng hóa được xác định là có hiện tượng bán phá giá nhưng không gây thiệt hại đáng kể cho ngành sản xuất mặt hàng đó ở nước nhập khẩu thì sẽ không bị áp đặt thuế chống bán phá giá và các biện pháp chống phá giá khác. Thiệt hại cho ngành sản xuất trong nước được hiểu là tình trạng suy giảm đáng kể về sản lượng, mức tiêu thụ trong nước, lợi nhuận sản xuất, tốc độ phát triển sản xuất, việc làm cho người lao động, đầu tư tới các chỉ tiêu khác của ngành sản xuất trong nước hoặc dẫn đến khó khăn cho việc hình thành một ngành sản xuất trong nước. Chính vì những lý do trên mà các nước, nhất là những nước phát triển đã và đang sử dụng lý do chống bán phá giá để chèn ép một cách bất bình đẳng các nước đang phát triển. Điển hình của vụ việc này là các vụ kiện tôm và cá ba sa của Mỹ đối với các nhà sản xuất các mặt hàng này của Việt Nam và một số nước khác. Để đảm bảo tính công bằng trong thương mại quốc tế, tất cả các nước liên quan cần nghiên cứu và thực hiện đúng những quy định của Hiệp định chống bán phá giá của GATT/ WTO.

Cuộc chơi với sự công bằng... 'tương đối':

Khái niệm bán phá giá mới được biết đến ở VN không lâu, và chúng ta mới có một số kinh nghiệm trong vị trí bị đơn của các vụ kiện chứ chưa bao giờ

là nguyên đơn. Để khởi kiện các DN nước ngoài bán phá giá, có nhiều yếu tố mới cần xem xét.

Xác định hành vi bán phá giá:

Thông lệ quốc tế định nghĩa hành động bán phá giá là bán sang nước khác với giá thấp hơn thị trường trong nước. 'Than phiền' chỉ là theo cảm tính, còn để khởi kiện thì phải tìm bằng chứng có tính thuyết phục, và điều này thường không đơn giản.

Bằng chứng thứ hai của hành động bán phá giá là căn cứ vào giá bán cao nhất của sản phẩm sang một nước thứ ba, hay chi phí sản xuất của DN tại nước xuất khẩu cộng thêm chi phí bán hàng và lợi nhuận nhất định. Đây là trường hợp mà Mỹ đã áp dụng trong vụ kiện cá basa của VN bán phá giá vào thị trường Mỹ.

Một bằng chứng khác để kiện bán phá giá là việc chính phủ trợ cấp cho DN sản xuất hàng xuất khẩu. Phía Mỹ cùng một số nước khác đã cố gắng tìm bằng chứng này trong các vụ kiện bán phá giá đối với VN nhưng đều thất bại.

Chi phí kiện bán phá giá:

Để khởi kiện và xét xử một vụ bán phá giá, như vụ kiện cá basa, phía Mỹ đã phải huy động một lực lượng hùng hậu các luật sư kinh nghiệm dày mình, cũng như mọi lý lẽ từ kinh tế đến chính trị. Bộ Thương mại Mỹ cũng phải cử các đoàn điều tra sang VN nhiều lần để 'xem' qui trình sản xuất của từng DN cụ thể. Vụ kiện bán phá giá đó đã phải kéo dài 14 tháng và kết quả cũng mang tính áp đặt hơn là thuyết phục. Liệu chúng ta có sẵn sàng cho những chi phí lớn như vậy không?

Thị hành án và trả đũa:

Nếu một mặt hàng bị buộc là bán phá giá, nước nhập khẩu có thể áp một loại thuế bán phá giá với hai mục đích: để nâng giá bán tại thị trường nhập khẩu - bảo vệ các DN của mình, và để trừng phạt các DN ở nước xuất khẩu. Khi đó, phản ứng của phía bị đơn thường như thế nào?

Nếu một nước không công nhận kết quả vụ kiện vì cho là bất hợp lý, họ có thể tuyên bố trả đũa thương mại bằng việc tăng thuế nhập khẩu với nước kia, kết quả là các nước nhỏ sẽ bị thiệt nhiều hơn.

Các nước thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) có thể khiếu nại kết quả vụ kiện lên WTO để hy vọng có kết quả công bằng hơn. Nhưng ngay cả khi kết luận một nước sai mà không thuyết phục được chính phủ nước đó, WTO cũng chỉ có thể cho phép nước kia trả đũa thương mại “một cách hợp pháp”.

Các điều kiện để thắng trong cuộc chơi:

Thứ nhất, khi các DN đơn lẻ của chúng ta không đủ nguồn lực để tìm hiểu thị trường và thông tin về đối thủ, không đủ khả năng tài chính để tham gia vụ kiện, thì vai trò của các hiệp hội là hết sức quan trọng. Vậy các hiệp hội của VN đã đủ mạnh và đủ gắn bó với DN chưa?

Thứ hai, chúng ta càng sớm tham gia vào WTO thì càng sớm được hưởng một luật chơi tương đối công bằng. Phải hiểu nghĩa tương đối để không nên kỳ vọng một cách tuyệt đối vào quyền lực của WTO. Nước Mỹ đã từng bị cộng đồng Châu Âu kiện về nâng thuế mặt hàng thép, và kết quả WTO cũng chỉ có thể cho phép Châu Âu trả đũa.

Thứ ba, không ai có thể bán phá giá trên phạm vi toàn cầu. Nếu khai thác được thị trường thế giới một cách đầy đủ, chúng ta hoàn toàn có thể đối phó với hành vi bán phá giá. Đặc biệt, các mặt hàng xuất khẩu của Trung Quốc cũng tương đồng với các mặt hàng xuất khẩu của VN.

Thứ tư, tất cả các DN phải xem lại giá thành của chúng ta đã hợp lý chưa? Từ giá đất để đầu tư nhà xưởng, chi phí vận tải, đến các chi phí “phi chính thức”, nếu chúng ta có giá hợp lý, chúng ta không thể thua trận.

(Theo Tổng cục Hải Quan)

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Giáo trình: Quản trị kinh doanh xuất nhập khẩu – ĐHKQTĐ – Nhà xuất bản Thống kê.*
2. *Giáo trình: Quản trị kinh doanh Thương mại quốc tế - ĐHKQTĐ – Nhà xuất bản giáo dục.*
3. Trần Chí Thành - *Tài liệu: Thị trường EU và khả năng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam - Nhà xuất bản Lao động - xã hội .*
4. Nguyễn Văn Nam - *Tài liệu: Thị trường xuất nhập khẩu thủy sản - Nhà xuất bản thống kê.*
5. Vũ Chí Lộc - *Tài liệu: Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Châu Âu - Nhà xuất bản lý luận chính trị.*
6. *Hồ sơ các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam - Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Thương mại .*
7. *Thời báo Kinh tế Việt Nam các số 2000-2010.*
8. *Các Báo và Tạp chí khác có liên quan.*
9. Một số trang web:
 - www.fistenet.gov.vn
(Trang thông tin điện tử Tổng cục thủy sản)
 - www.mof.gov.vn
(Cổng thông tin Bộ Tài Chính)
 - www.agroviet.gov.vn
(Cổng thông tin điện tử Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn)

- www.thuysanvietnam.com.vn
(*Tạp chí thủy sản Việt Nam*)
- www.thuongmai.vn
(*Tin tức Thương mại*)
- www.vietlinh.com.vn
(*Trang tin điện tử Việt Linh*)
- www.vietnamnet.vn
(*Báo VietNamNet*)
- <http://www.nafiqad.gov.vn/>
(*Cục quản lý chất lượng nông lâm và thủy sản*)