



**LUẬN VĂN:**

**Xuất khẩu thủy sản ở việt nam**

## **lời mở đầu**

Trong những năm qua, từ sau khi đổi mới cơ chế quản lý kinh tế, từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, kinh tế đất nước đã có những bước phát triển vượt bậc. Cùng với chiến lược kinh tế hội nhập và phát triển do Nhà nước đặt ra, thương mại quốc tế trở thành một bộ phận quan trọng có vai trò quyết định đến sự phát triển của quốc gia. Vì vậy việc đẩy mạnh giao lưu thương mại quốc tế nói chung và xuất khẩu hàng hoá dịch vụ nói riêng là mục tiêu phát triển kinh tế hàng đầu của nước ta.

Đối với một nước đang phát triển, có sự khan hiếm về vốn để tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước thì việc phát triển các ngành kinh tế tận dụng được lợi thế vốn có của quốc gia là một điều vô cùng quan trọng.

Trong những năm qua ngành thủy sản nước ta đã khẳng định được lợi thế và vị trí của mình trong nền kinh tế quốc dân. Với việc đòi hỏi vốn đầu tư không lớn, tận dụng được điều kiện tự nhiên xã hội đất nước, ngành thủy sản đã có sự phát triển to lớn, hàng năm đem về cho đất nước một nguồn ngoại tệ lớn phục vụ tái đầu tư thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Xuất khẩu - thành công lớn nhất của ngành thủy sản. Xuất khẩu thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực khai thác, nuôi trồng, chế biến và các dịch vụ hậu cần khác của ngành. Như vậy xuất khẩu đóng một vai trò rất quan trọng đối với ngành thủy sản. Để hiểu rõ hơn về xuất khẩu thủy sản những cơ hội và thách thức. Thông qua việc nghiên cứu và phân tích các tài liệu và số liệu thống kê của ngành thủy sản và xuất khẩu thủy sản để thấy được thực trạng của ngành từ đó có những giải pháp nhằm phát triển và nâng cao vai trò của xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Đề tài: "***Xuất khẩu thủy sản ở Việt Nam*** "

## Nội dung

### I. Tổng quan về ngành thủy sản ở Việt Nam

#### 1. Điều kiện tự nhiên để phát triển ngành thủy sản

Việt Nam nằm trong khu vực nhiệt đới gió mùa ẩm, có đường bờ biển dài hơn 3260 km từ Móng Cái (Quảng Ninh) đến Hà Tiên (Kiên Giang), diện tích vùng nội thủy và lãnh hải rộng hơn 226.000 km<sup>2</sup>, có diện tích vùng đặc quyền kinh tế rộng trên 1.000.000 km<sup>2</sup>, trong vùng biển Việt Nam có trên 400 hòn đảo lớn nhỏ, là nơi có thể cung cấp các dịch vụ hậu cần cơ bản, trung chuyển sản phẩm khai thác, đánh bắt, đồng thời làm nơi neo đậu cho tàu thuyền trong những chuyến ra khơi. Biển Việt Nam còn có nhiều vịnh, đầm phá, cửa sông (trong đó hơn 10.000 ha đang quy hoạch nuôi trồng thủy sản) và trên 400.000 ha rừng ngập mặn. Đó là tiềm năng để Việt Nam phát triển hoạt động khai thác và nuôi trồng thủy hải sản. Cùng đó trong đất liền còn có khoảng 7 triệu ha diện tích mặt nước, có thể nuôi trồng thủy sản trong đó có 120.000 ha hồ ao nhỏ, vườn, 244.000 ha hồ chứa mặt nước lớn, 446.000 ha ruộng úng trũng, nhiễm mặn, cây lúa 1 hoặc 2 vụ bắp bệnh, và 635.000 ha vùng triều.

Khí hậu nhiệt đới gió mùa ẩm và một số vùng có khí hậu ôn đới. Tài nguyên khí hậu đã giúp cho ngành thủy sản phát triển một cách thuận lợi.

Chủng loại sinh vật đa dạng và phong phú với khoảng 510 loài cá trong đó có nhiều loài có giá trị kinh tế cao.

Tuy nhiên bên cạnh những điều kiện thuận lợi cũng có những khó khăn do điều kiện địa hình và thủy vực phức tạp, hàng năm có nhiều mưa bão, lũ, vào mùa khô lại hay hạn hán và gây khó khăn và cả những tổn thất to lớn cho ngành thủy sản.

#### 2. Điều kiện kinh tế xã hội để phát triển ngành thủy sản

Nghề khai thác thủy sản đã được hình thành từ lâu. Nguồn lao động có kinh nghiệm đánh bắt và nuôi trồng, giá nhân công thấp hơn so với khu vực và thế giới. Hiện nay Nhà nước đang coi thủy sản là ngành kinh tế mũi nhọn do đó có nhiều chính sách đầu tư khuyến khích để đẩy mạnh sự phát triển của ngành.

Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn nhiều khó khăn và vướng mắc đặt ra cho ngành thủy sản nước ta đó là hoạt động sản xuất vẫn còn mang tính tự cấp, tự túc, công nghệ sản xuất thô sơ, lạc hậu, sản phẩm tạo ra chất lượng chưa cao. Nguồn lao động tuy đông nhưng

trình độ văn hoá kỹ thuật không cao, lực lượng được đào tạo chiếm tỷ lệ nhỏ, hầu hết chỉ dựa vào kinh nghiệm do đó khó theo kịp sự thay đổi của điều kiện tự nhiên và nhu cầu thị trường. Cuộc sống của lao động trong nghề vẫn còn nhiều vất vả, bấp bênh do đó không tạo được sự gắn bó với nghề.

Nhưng về cơ bản có thể khẳng định rằng Việt Nam có tiềm năng dồi dào để phát triển ngành thuỷ sản thành một ngành kinh tế quan trọng.

### **3. Vị trí của ngành thuỷ sản trong nền kinh tế quốc doanh**

Hoà chung với quá trình phát triển kinh tế của đất nước, ngành thuỷ sản Việt Nam đã có những đóng góp đáng kể cho đất nước và có những bước tiến nhảy vọt, sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và then chốt trong nền kinh tế quốc dân. Năm 2001, tổng sản lượng thuỷ sản đạt 2.226.900 tấn; trong đó sản lượng khai thác thuỷ sản đạt 1.347.800 tấn, sản lượng nuôi trồng thuỷ sản và khai thác nội địa đạt 879.100 tấn, giá trị kim ngạch thuỷ sản xuất khẩu đạt 1.775,5 triệu USD, giải quyết việc làm cho hơn 3,4 triệu lao động trong cả nước. Đây là thành tựu quan trọng của một thời gian dài phát triển không ngừng, tăng trưởng cả về số lượng và chất lượng của ngành thuỷ sản.

Thuỷ sản là một ngành kinh tế mũi nhọn trong nền kinh tế quốc dân. Trong suốt những năm qua, ngành thuỷ sản đã có những bước chuyển biến rõ rệt, sau những năm cùng toàn dân tộc vừa xây dựng miền bắc XHCN vừa đấu tranh chống Mỹ cứu nước, giành độc lập dân tộc, thống nhất đất nước, rồi sau đó bước vào một giai đoạn thời kỳ suy thoái, ngành đã có những bước tiến rõ rệt, từ chỗ chỉ là một bộ phận không lớn của kinh tế nông nghiệp, trình độ công nghệ lạc hậu đến nay ngành đã có quy mô ngày càng lớn, tốc độ phát triển ngày càng cao, chiếm 4-5% GDP (nếu chỉ tính thuỷ sản gồm có nuôi trồng và khai thác) và trên 10% kim ngạch xuất khẩu, sản phẩm thuỷ sản Việt Nam đã có mặt trên 80 quốc gia đưa Việt Nam thành quốc gia đứng thứ 7 về xuất khẩu thuỷ sản và Nhà nước hiện tại đã xác định thuỷ sản sẽ là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước trong giai đoạn tới.

## **II. thực trạng xuất khẩu thuỷ sản ở Việt Nam**

### **1. Những thành công trong việc xuất khẩu thuỷ sản ở Việt Nam**

#### ***a. Tốc độ tăng trưởng cao và đóng góp lớn vào GDP cả nước***

Xuất khẩu thuỷ sản có thể coi là thành quả lớn nhất của ngành thuỷ sản Việt Nam, xuất khẩu thuỷ sản đã góp phần xác định vị trí quan trọng của ngành thuỷ sản đối với nền

kinh tế đất nước và trên thị trường quốc tế, từng bước đưa thủy sản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu có những bước tiến rõ rệt trong những năm qua, năm 1986 giá trị xuất khẩu là 0,102 tỷ USD, năm 1992 là 0,37 tỷ USD và tăng lên 1,479 tỷ USD vào năm 2000 và 2,397 tỷ USD năm 2004. Trong suốt nhiều năm liền xuất khẩu thủy sản đứng vị trí thứ ba về giá trị xuất khẩu của cả nước, riêng năm 2004 tụt xuống thứ tư sau ngành giày da, tỷ trọng xuất khẩu thủy sản so với tổng kim ngạch cả nước ở mức cao trên dưới 10%. Như vậy hàng năm xuất khẩu thủy sản có đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu cả nước.

**Bảng 1: Giá trị xuất khẩu của thủy sản so với kim ngạch xuất khẩu cả nước.**

*Đơn vị: Triệu USD*

<b>Năm</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
GTXKTS	670	776	858,6	1478,6	177,5	2014	2014	2199	2400
Tỉ lệ tăng so với năm trước (%)	21,8	15,8	10,6	13,1	20,2	13,3	13,3	9,2	9,1
KN XK cả nước	7255,9	9185	9360	11541	15029	16706	16706	10173	26003
TS so với cả nước (%)	9,23	8,44	9,16	8,41	11,83	12,05	12,05	10,90	9,2

***b. Cơ cấu sản phẩm có sự thay đổi tích cực***

Việc đổi mới công nghệ đã giúp cho các doanh nghiệp có điều kiện đa dạng hoá các mặt hàng xuất khẩu, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu đã có những thay đổi tích cực.

Con tôm vốn được coi là sản phẩm xuất khẩu chủ đạo của ngành thủy sản Việt Nam. Các loại tôm như: Tôm hùm, tôm sú đen, tôm sú trắng và các loại tôm khác chiếm gần một nửa kim ngạch xuất khẩu thủy sản của đất nước. Trong năm 2003 Việt Nam đã xuất khẩu được 12.489.749 tấn tôm các loại, tăng 9,8% so với năm 2002. Xuất khẩu tôm chiếm 47.7% tổng giá trị xuất khẩu hàng thủy sản, chiếm 10% kim ngạch xuất khẩu tôm

trên toàn thế giới. Năm 2004 giá trị xuất khẩu tôm chiếm 52% tăng 17,3% về giá trị và 11,8% về khối lượng.

Xuất khẩu cá chiếm vị trí thứ hai trong các sản phẩm xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu cá đạt thành tích cao nhất trong các sản phẩm xuất khẩu năm 2004 giá trị xuất khẩu cá chiếm 22,8% trong cơ cấu mặt hàng thủy sản xuất khẩu tăng 16,2% về giá trị, tăng 35,5% về khối lượng so với năm 2003. Sự nhảy vọt này là do việc gia tăng xuất khẩu sản phẩm cá tra và cá basa, cá ngừ vào thị trường Mỹ. Riêng cá tra và cá basa chiếm 12,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành, sản lượng xuất khẩu tăng 55% và tăng 53,75% về giá trị so với năm 2003.

Các mặt hàng khác như mực và bạch tuộc giá trị xuất khẩu chiếm 6,7% trong kim ngạch xuất khẩu toàn ngành, tăng 40,2% về giá trị và 32,1% về khối lượng so với cùng kỳ. Sản phẩm thủy sản khô chiếm 4,2% trong kim ngạch xuất khẩu, tăng 32,2% về giá trị, tăng 52% về sản lượng so với cùng kỳ năm trước. Các mặt hàng khác giảm cả về số lượng và giá trị.

**Bảng 2: Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu của thủy sản Việt Nam**

*Đơn vị: %*

	1997	2000	2001	2002	2003	2004
Tôm đông lạnh	54	45	44	47,8	47,7	52
Cá đông lạnh	14	16	17	22,9	21,0	22,8
Hàng khô	8	13	11	6,8	3,3	4,2
Các động vật thân mềm	15	7	7	7,1	5,1	6,7
Các sản phẩm khác	9	19	21	15,4	22,8	13,4

*(Tính toán dựa vào số liệu của Trung tâm tin học - Bộ Thủy sản)*

**c. Thị trường xuất khẩu được mở rộng**

Nhờ quá trình đổi mới công nghệ thiết bị, đa dạng hoá cơ cấu sản phẩm và nâng cao chất lượng, thị trường xuất khẩu của thủy sản Việt Nam đã được mở rộng hơn.

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn thì vấn đề thị trường được các doanh nghiệp quan tâm hơn lúc nào hết, bằng những biện pháp xúc tiến thương mại, hiệu động tìm kiếm bạn hàng và thị trường mới thay vì thụ động ngồi chờ khách hàng đã giúp các doanh nghiệp mở rộng thị trường mới, đồng thời duy trì và phát triển các thị trường truyền thống. Đến nay sản phẩm thủy sản của Việt Nam đã có mặt tại 80 nước và vùng lãnh thổ.

**Bảng 3: Giá trị xuất khẩu thủy sản Việt Nam theo các thị trường**

*Đơn vị: USD*

	Châu á	Châu Âu	Mỹ	Nhật Bản	Thị trường khác	Tổng
<b>2000</b>	412396176	71782420	301303916	469472915	223654122	1478609549
<b>2001</b>	475502919	90745293	489034965	465900792	256301785	1777485754
<b>2002</b>	497803341	73719852	654977324	537459466	258860933	2022820916
<b>2003</b>	290925817	116739138	777656159	582837870	431417822	2199576806
<b>2004</b>	413861348	231527515	60296450	772194720	380228081	2400781114

*Nguồn: Tổng hợp báo cáo giá trị xuất khẩu các năm của Trung tâm tin học - Bộ Thủy sản*

## **2. Những mặt tồn tại cần khắc phục của xuất khẩu thủy sản**

Nhìn vào thực tế xuất khẩu thủy sản chúng ta có thể thấy được những thành công, những chuyển biến tích cực góp phần ổn định và phát triển kinh tế đất nước. Tuy nhiên bên cạnh đó xuất khẩu thủy sản Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, khó khăn nhất định, trong đó phải kể đến:

Thứ nhất, đó là thiếu nguồn nguyên liệu đảm bảo chất lượng cho hoạt động chế biến. Chế biến thủy sản cho xuất khẩu phụ thuộc rất lớn vào nguồn nguyên liệu, chất lượng nguồn nguyên liệu có cao thì mới đảm bảo chất lượng sản phẩm chế biến đạt yêu cầu xuất khẩu.

Chủng loại thủy sản xuất khẩu còn nghèo nàn, chưa phong phú, chủ yếu là tôm, mực đông lạnh, cá tra và các ba sa dưới dạng thô, mới chỉ qua sơ chế vì vậy mà giá trị xuất khẩu thấp, tính cạnh tranh của sản phẩm không cao, việc xuất khẩu cá sản phẩm cao cấp có phần chưa được chú trọng.

Trình độ công nghệ và kỹ thuật sản xuất, chế biến và bảo quản tuy có được cải tiến nhưng vẫn ở trình độ thấp so với các nước cùng xuất khẩu khác như: Thái Lan, Indônêxia, Trung Quốc... Cùng với đó trình độ cán bộ quản lý doanh nghiệp còn nhiều hạn chế cả về kiến thức và kinh nghiệm cạnh tranh trên thị trường quốc tế đã làm giảm lợi thế so sánh của xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Khả năng phát triển thị trường cho xuất khẩu thủy sản cũng còn nhiều yếu kém. Công tác dự báo nhu cầu, nghiên cứu kỹ đặc điểm, nhu cầu, truyền thống văn hoá, yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường còn bị bỏ ngỏ làm hạn chế tốc độ mở rộng thị trường. Bên cạnh đó kinh nghiệm trong việc giải quyết các vụ kiện và tranh chấp thương mại cũng còn nhiều hạn chế. Vấn đề thị trường vẫn là vấn đề khó khăn cho xuất khẩu thủy sản nước ta, làm sao để không bị mất thị phần và phát triển mở rộng đó là bài toán lớn đặt ra với các doanh nghiệp nói riêng và toàn ngành thủy sản nói chung. Do khó khăn xuất khẩu vào thị trường Mỹ mà 2 năm liên tiếp 2003 - 2004 xuất khẩu thủy sản Việt Nam không đạt mục tiêu đề ra, năm 2004 kim ngạch xuất khẩu thủy sản chỉ đạt 93% kế hoạch mặc dù đã tăng 9,2% so với năm 2003.

Việc xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu là một điểm yếu lớn của thủy sản Việt Nam. Đây là một vấn đề mang tính chiến lược và cần được đầu tư lâu dài nhưng các doanh nghiệp lại chưa có kế hoạch và chương trình xúc tiến thương mại trên thị trường nước ngoài. Và việc mất thương hiệu là điều rất dễ xảy ra (điển hình là nước mắm Phú Quốc). Các doanh nghiệp còn ít tham gia vào các hội chợ triển lãm để chủ động tìm kiếm khách hàng do đó nhiều khi để mất hợp đồng xuất khẩu vào tay các đối thủ cạnh tranh. Điều này cần được nhanh chóng khắc phục để khẳng định thương hiệu thủy sản Việt Nam và phát triển mở rộng thị trường.

### **III. Một số giải pháp để ngành xuất khẩu thủy sản phát triển**

#### **1. Nâng cao chất lượng và đa dạng hoá các sản phẩm**

Cùng với việc mở rộng thị trường việc đa dạng hoá sản phẩm cũng là hướng quan trọng tạo thế gọng kìm cho ngành thủy sản xuất khẩu vào thị trường thế giới. Đầu tiên phải đa dạng hoá các mặt hàng, đa dạng hoá về phương thức chế biến, điều này đòi hỏi hiểu biết rất kỹ về công nghệ chế biến, đặc điểm phong tục tập quán, về nhu cầu của từng thị trường. Tiếp theo đó sẽ là đa dạng hoá về nguyên liệu chế biến, tạo tiền đề cho việc mở rộng và thay đổi một cơ cấu hàng xuất khẩu phù hợp hơn với nhu cầu thị trường.



Tạo ra một nguồn nguyên liệu có chất lượng cao. Có thể nói chất lượng nguyên liệu thủy sản cần được đảm bảo ngay từ khâu đánh bắt nuôi trồng. Muốn vậy, trước hết phải xây dựng hệ thống dịch vụ kỹ thuật, tuyển chọn, bồi dưỡng nguồn nhân lực giúp người nuôi trồng có giống chất lượng tốt, sạch bệnh, đạt hiệu quả cao. Kế tiếp, khâu nuôi trồng thủy sản phải theo đúng quy trình, tránh dịch bệnh, tránh sử dụng các loại thuốc kháng sinh không cho phép, đảm bảo dư lượng kháng sinh cho phép khi thu hoạch

Tăng cường sự liên kết chặt chẽ, hình thành mối quan hệ giữa các thành phần từ người khai thác nuôi trồng đến các nhà chế biến, thương mại, để giảm các chi phí, bằng cách đầu tư cho nghiên cứu khoa học, trợ giúp các hộ nuôi trồng vốn và kỹ thuật, và khi đó các nhà chế biến và xuất khẩu sẽ có được nguồn nguyên liệu ổn định chất lượng cao thông qua các hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Ngoài việc phấn đấu giảm giá thành, để có ưu thế trong xuất khẩu, việc đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm theo đúng tiêu chuẩn HACCC có tầm quyết định tới sự sống còn của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần tự hoàn thiện năng lực quản lý, tự giác kiểm tra và thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm, chỉ có như thế mới đảm bảo cho sự phát triển của mỗi doanh nghiệp xuất khẩu hàng thủy sản nói riêng và toàn ngành nói chung.

## **2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và trình độ sản xuất**

Tích lũy vốn, đầu tư đổi mới trang thiết bị máy móc, nâng cao chất lượng đa dạng hoá sản phẩm là tiêu đề cho xuất khẩu của doanh nghiệp

Bắt đầu với xuất phát điểm thấp hơn các nước trong khu vực và trên thế giới do đó trình độ nguồn lao động và trình độ quản lý còn yếu kém. Cần tích cực đào tạo kỹ thuật canh tác, nuôi trồng thông qua các lớp tập huấn trực tiếp cho bà con nông dân, cử các kỹ sư xuống tận nơi hướng dẫn kỹ thuật. Nâng cao trình độ quản lý cho các nhà quản lý và cán bộ thị trường, tạo cơ hội tiếp cận học tập các nước có nền kinh tế phát triển, từ đó nâng cao hiệu quả công tác nghiên cứu thị trường, cung cấp thông tin thị trường chính xác nhất, đem lại hiệu quả cao nhất cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Mỗi doanh nghiệp nói riêng và toàn bộ ngành phải có được chiến lược cụ thể để tăng cường xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm đến các khách hàng trên toàn thế giới. Đồng thời phải xây dựng và quảng bá thương hiệu tránh các trường hợp bị đánh cắp

thương hiệu như trường hợp đã xảy ra với nước mắm Phú Quốc. Thương hiệu sẽ là vũ khí quan trọng trong cuộc chiến cạnh tranh vô cùng gay gắt hiện nay.

## **kết luận**

Qua phân tích có thể thấy được ngành thủy sản Việt Nam đã có nhiều phát triển to lớn, là ngành có khả năng cạnh tranh, do có lợi thế về nguồn tài nguyên thiên nhiên, nguồn nhân công rẻ. Tuy nhiên, các yếu tố như cơ sở hạ tầng, trình độ năng lực sản xuất và quản lý kém đã làm giảm sức cạnh tranh của các sản phẩm thủy sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

Thị trường thủy sản thế giới đang phát triển và mở rộng, cơ hội phát triển cho ngành thủy sản Việt Nam là rất lớn nhưng bên cạnh đó thách thức cũng rất nhiều. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt đòi hỏi Nhà nước, ngành và các doanh nghiệp cần có sự kết hợp để nâng cao chất lượng sản phẩm, tận dụng tối đa lợi thế so sánh của Việt Nam, mở rộng thị trường thế giới.

### **tài liệu tham khảo**

1. Thủy sản Việt Nam - Phát triển và hội nhập
2. Thị trường xuất nhập khẩu thủy sản - PGS.TS. Nguyễn Văn Nam
3. Tạp chí Thủy sản các số năm 2002 - 2005.
4. Tạp chí Kinh tế phát triển, các số năm 2004 - 2005.
5. VnExpress - Tin nhanh Việt Nam - <http://vnexpress.net>
6. Bộ Thủy sản - [http:// www.fistenet.gov.Viet Nam](http://www.fistenet.gov.VietNam)

## Mục lục

<b>Lời nói đầu</b> .....	1
<b>Nội dung</b> .....	2
<b>I. Tổng quan về ngành thủy sản ở Việt Nam</b> .....	2
1. Điều kiện tự nhiên để phát triển ngành thủy sản .....	2
2. Điều kiện kinh tế xã hội để phát triển ngành thủy sản .....	2
3. Vị trí của ngành thủy sản trong nền kinh tế quốc doanh.....	3
<b>II. Thực trạng xuất khẩu thủy sản ở Việt Nam</b> .....	4
1. Những thành công trong việc xuất khẩu thủy sản ở Việt Nam .....	4
2. Những mặt tồn tại cần khắc phục của xuất khẩu thủy sản .....	7
<b>III. Một số biện pháp để ngành xuất khẩu thủy sản phát triển</b> .....	8
1. Nâng cao chất lượng và đa dạng hoá các sản phẩm.....	8
2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và trình độ sản xuất .....	9
<b>Kết luận</b> .....	10