

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**

NGUYỄN XUÂN MINH

**HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH
XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM
TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

TP. HỒ CHÍ MINH - NĂM 2006

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**

NGUYỄN XUÂN MINH

**HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH
XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM
TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020**

CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ QUẢN LÝ VÀ KẾ HOẠCH HÓA KINH TẾ QUỐC DÂN
Mã số: 5.02.05

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

- 1. PGS, TS ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN**
- 2. TS THÁI ĐẮC LIỆT**

TP. HỒ CHÍ MINH - NĂM 2006

MỤC LỤC

	Trang
LỜI CAM ĐOAN	
MỤC LỤC	
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	
DANH MỤC CÁC BẢNG	
DANH MỤC CÁC HÌNH	
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: SỰ CẦN THIẾT PHẢI XÂY DỰNG HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ	9
1.1 Cơ sở lý luận về sự cần thiết xây dựng hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam	9
1.1.1 <i>Chủ nghĩa trọng thương</i>	9
1.1.2 <i>Lý luận về phân công lao động, lợi thế tuyệt đối và lý thuyết “bàn tay vô hình” của Adam Smith</i>	11
1.1.3 <i>Lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo</i>	12
1.1.4 <i>Lý thuyết yếu tố thâm dụng của Hecksher – Ohlin</i>	13
1.1.5 <i>Lý thuyết về khả năng cạnh tranh quốc gia của Michael Porter và các nhà lý thuyết về quản trị chiến lược</i>	14
1.1.6 <i>Lý thuyết phát triển bền vững</i>	20
1.2 Cơ sở thực tiễn về sự cần thiết đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam ..	22
1.2.1 <i>Nhu cầu tiêu thụ thủy sản trên phạm vi toàn cầu vẫn ở mức cao</i>	22
1.2.2 <i>Khả năng đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam</i>	26
1.2.3 <i>Tác động của việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản đối với sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa và nỗ lực hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam</i>	33
1.3 Kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của một số quốc gia	39
1.3.1 <i>Trung Quốc</i>	40
1.3.2 <i>Thái Lan</i>	44
1.3.3 <i>Ấn Độ</i>	47
1.3.4 <i>Một số mô hình tổ chức phát triển sản xuất và xúc tiến xuất khẩu thủy sản</i> .	48
1.3.5 <i>Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam</i>	53
Kết luận chương 1	54
CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM THỜI GIAN QUA	56
2.1 Tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam thời gian qua	56
2.1.1 <i>Kim ngạch xuất khẩu</i>	56
2.1.2 <i>Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu</i>	59
2.1.3 <i>Thị trường xuất khẩu</i>	63

2.2 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi hoạt động liên quan đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong thời gian qua	79
2.2.1 Các yếu tố bên trong	79
2.2.2 Các yếu tố bên ngoài	114
Kết luận chương 2	133

CHƯƠNG 3: HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020

3.1 Mục tiêu, quan điểm và căn cứ đề xuất giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản	135
3.1.1 Mục tiêu đề xuất các giải pháp	135
3.1.2 Quan điểm đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020	137
3.1.3 Căn cứ xây dựng hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản từ nay đến năm 2020	140
3.2 Hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020	150
3.2.1 Nhóm giải pháp 1: Nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm	150
3.2.2 Nhóm giải pháp 2: Đẩy mạnh xúc tiến thương mại; xây dựng, quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu	155
3.2.3 Nhóm giải pháp 3: Đảm bảo đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản bền vững	166
3.2.4 Nhóm giải pháp 4: Xây dựng các liên kết dọc và ngang trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu	173
3.2.5 Nhóm giải pháp 5: Các giải pháp về khoa học, công nghệ	187
3.2.6 Nhóm giải pháp 6: Phát triển các ngành, lĩnh vực phụ trợ	192

Kết luận chương 3	195
--------------------------------	-----

KẾT LUẬN	197
-----------------------	-----

DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ VÀ BIỂU ĐỒ

Trang

1. BẢNG:

Bảng 1.1: Mức tiêu thụ trung bình hàng năm thực phẩm từ cá và các loại thủy sản khác giai đoạn 1999 – 2001	15
Bảng 1.2: Các nước xuất khẩu thủy sản chính trên thế giới	16
Bảng 1.3: Các nước nhập khẩu thủy sản chính trên thế giới	17
Bảng 1.4: Tiềm năng thủy sản nước mặn	18
Bảng 1.5: Khả năng khai thác một số loại thủy sản biển	19
Bảng 1.6: Những loài cá chiếm tỷ trọng cao của các vùng.....	20
Bảng 1.7: Công suất các tàu đánh bắt hải sản xa bờ phân theo địa phương năm 2000 – 2005	21
Bảng 1.8: Tỷ trọng GDP của ngành thủy sản so với GDP của nền kinh tế theo giá thực tế	25
Bảng 1.9: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản so với tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước từ năm 1994 đến năm 2006	26
Bảng 1.10: Số lao động làm việc trong ngành thủy sản từ năm 1990 đến năm 2005	28
Bảng 2.1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 1990 – 2006	43
Bảng 2.2: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2001 – 2006 (chia theo địa phương)	45
Bảng 2.3: Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu năm 1997 – 2006	46
Bảng 2.4: Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam từ năm 1997 đến năm 2006	51

Bảng 2.5: Xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản năm 1997 – 2006	53
	Trang
Bảng 2.6: Kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng thủy sản sang thị trường Nhật Bản từ 2002 – 2006	54
Bảng 2.7: Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu sang Mỹ năm 2002 – 2006	57
Bảng 2.8: Xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU năm 1997 – 2006	60
Bảng 2.9: Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu sang EU năm 2001 – 2006	61
Bảng 2.10: Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc, Hồng Kông năm 1997 – 2006	62
Bảng 2.11: Xuất khẩu thủy sản sang các nước ASEAN năm 1997 – 2006	63
Bảng 2.12: Sản lượng thủy sản đánh bắt năm 1990 – 2006	66
Bảng 2.13 Diện tích nuôi trồng thủy sản năm 2000 – 2005	70
Bảng 2.14: Tỷ trọng sản lượng thủy sản nuôi trồng trong tổng sản lượng thủy sản năm 1990 – 2006	72
Bảng 2.15: Hiệu quả nuôi tôm theo hình thức nuôi công nghiệp tại Công ty Nuôi trồng Thủy sản Vĩnh Hậu (Bạc Liêu)	
Bảng 2.16: 5 tỉnh có diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản lớn nhất cả nước năm 2005	74
Bảng 2.17: Số lượng cơ sở chế biến thủy sản đủ điều kiện xuất khẩu vào các thị trường năm 2006	74
Bảng 2.18: Kim ngạch XK năm 2006 của 20 doanh nghiệp hàng đầu.....	74
Bảng 2.19: Đơn giá XK trung bình năm 2005, 2006.....	74

Bảng 2.20: Kết quả tổ chức tham gia hội chợ, khảo sát thị trường nước ngoài của VASEP năm 2006	74
	Trang
Bảng 2.21: Vốn đầu tư phát triển thủy sản giai đoạn 2001 – 2005 (theo nguồn vốn)	74
Bảng 2.22: Vốn đầu tư phát triển thủy sản giai đoạn 2001 – 2005 (theo lĩnh vực). 74	
Bảng 2.23: Ma trận các yếu tố bên trong (I.F.E)	91
Bảng 2.24: Diện tích các loại hình mặt nước có thể nuôi trồng thủy sản.....	74
Bảng 2.25: Các mặt hàng Việt Nam cam kết áp dụng mức thuế nhập khẩu là 0% ngay khi gia nhập WTO	74
Bảng 2.26: Các mặt hàng Việt Nam cam kết áp dụng mức thuế nhập khẩu cuối cùng dưới 15%	74
Bảng 2.27: Ma trận các yếu tố bên ngoài (E.F.E)	105
Bảng 3.1: Phương án thị trường – sản phẩm thủy sản xuất khẩu giai đoạn 2007 – 2020	105
Bảng 3.2: Các khóa học cần tổ chức để trang bị kiến thức kinh doanh quốc tế về thủy sản	105

2. HÌNH:

Hình 1.1: Hệ thống các yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh	7
Hình 1.2: Các tác động đến việc hình thành yếu tố đầu vào	9
Hình 2.1: Kênh phân phối thủy sản của Nhật Bản	98
Hình 2.2: Kênh phân phối thủy sản cho người tiêu dùng EU	99

Hình 3.1: Sơ đồ bố trí ao nuôi thực hiện GAP	99
Hình 3.2: Sơ đồ bố trí cơ sở sản xuất giống tôm biển	99
Hình 3.3: Mô hình đội tàu liên hợp đánh bắt xa bờ	99
	Trang
Hình 3.4: Cơ cấu tổ chức hợp tác xã thu mua nguyên liệu	148
Hình 3.5: Cơ cấu tổ chức hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng	152
Hình 3.6: Sơ đồ bố trí các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng	155
Hình 3.7: Mối quan hệ về tổ chức giữa Hội đồng và các tổ chức liên quan	155
Hình 3.8: Mô hình quản lý thông tin phục vụ truy xuất nguồn gốc thủy sản xuất khẩu	99

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
CoC	Quy tắc nuôi có trách nhiệm
DOC	Bộ Thương mại (Hoa Kỳ)
EC	Ủy Ban Châu Âu
EU	Liên minh Châu Âu
FAO	Tổ chức Nông Lương thế giới
FDA	Cục Quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (Hoa Kỳ)
GAP	Quy tắc thực hành nuôi tốt
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
HACCP	Hệ thống kiểm soát mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn
ITC	Ủy Ban Thương mại quốc tế (Hoa Kỳ)
MSC	Hội đồng Quản lý Biển
NAFIQAVED	Cục Quản lý Chất lượng An toàn vệ sinh và thú y thủy sản
SPS	Hiệp định về an toàn vệ sinh động thực vật
TBT	Hiệp định về rào cản kỹ thuật trong thương mại
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
XK	Xuất khẩu
VASEP	Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản

MỞ ĐẦU

1. Lý do nghiên cứu:

Việt Nam đã trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Tư cách thành viên trong tổ chức này giúp Việt Nam nắm bắt những cơ hội mới để đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế theo chiều sâu, trong đó xuất khẩu sẽ có những bước phát triển mạnh mẽ với vị thế mới trên trường quốc tế. Năm 2006 đã đánh dấu một mốc quan trọng trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam: kim ngạch xuất khẩu đạt 39,6 tỷ USD, trong đó kim ngạch thủy sản vượt mức 3,348 tỷ USD.

Xuất khẩu thủy sản đã có những bước tiến quan trọng: kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng từ 205 triệu USD vào năm 1990 lên đến 3,348 tỷ USD vào năm 2006; hàng thủy sản xuất khẩu đã hiện diện ở 127 thị trường trên thế giới. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cũng phải đối mặt với những thách thức mới: liên kết giữa các khâu cung ứng nguyên liệu – thu mua – chế biến lỏng lẻo; chất lượng thủy sản xuất khẩu chưa ổn định, tính cộng đồng trong kinh doanh chưa cao; các nước nhập khẩu đưa ra nhiều rào cản thương mại và kỹ thuật, như: tên gọi hàng hóa, dư lượng kháng sinh, hệ thống đảm bảo chất lượng, áp dụng các biện pháp chống bán phá giá... Đặc biệt, gần đây nhất, Nhật Bản – thị trường xuất khẩu thủy sản chủ lực của Việt Nam – đã nhiều lần cảnh báo về chất lượng thủy sản của Việt Nam, tiến hành kiểm tra 100% lô hàng nhập khẩu của một số doanh nghiệp và nếu tình hình hình không thay đổi, Nhật Bản có thể áp dụng biện pháp cấm nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam [101].

Một trong những nguyên nhân dẫn đến hiện tượng trên là Việt Nam chưa triển khai hệ thống giải pháp đồng bộ để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản một cách bền vững. Yêu cầu cấp thiết của thực tế đòi hỏi phải xây dựng một hệ thống giải

pháp đồng bộ giữa các yếu tố trong từng khâu và giữa các khâu trong toàn chuỗi hoạt động liên quan đến xuất khẩu thủy sản, gồm: nuôi trồng, đánh bắt, chế biến xuất khẩu và dịch vụ hậu cần xuất khẩu thủy sản. Chính vì vậy tác giả đã chọn thực hiện luận án với đề tài: ***“Hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020”***.

2. Mục đích nghiên cứu:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn để khẳng định cần phải có hệ thống đồng bộ các giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong tình hình mới,
- Phân tích những kết quả đạt được và các yếu tố tác động đến xuất khẩu thủy sản Việt Nam trên cơ sở đánh giá tình hình xuất khẩu thủy sản từ năm 1990 đến năm 2006.
- Đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020.

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

- ***Đối tượng nghiên cứu:*** hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.
- ***Phạm vi nghiên cứu:***

+ *Về mặt không gian:* nghiên cứu hoạt động xuất khẩu thủy sản của các chủ thể trên phạm vi lãnh thổ Việt Nam nhưng do điều kiện nghiên cứu, việc khảo sát được thực hiện chủ yếu tại các tỉnh, thành phía nam.

+ *Về mặt thời gian:* nghiên cứu tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ năm 1990 đến năm 2006; các giải pháp đề xuất sẽ được áp dụng từ nay cho đến năm 2020 – giai đoạn quan trọng để hoàn thành nhiệm vụ đưa nước ta, về cơ bản, trở thành một nước công nghiệp.

4. Tổng quan tình hình nghiên cứu và tính mới của đề tài:

Vì tầm quan trọng của ngành thủy sản nên đã có nhiều công trình nghiên cứu về vấn đề này, trong đó có các công trình điển hình như:

- Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ “Phát triển thủy sản Việt Nam – những luận cứ và thực tiễn” do GS,TS Hoàng Thị Chinh thực hiện năm 2003.
- Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ “Những giải pháp về thị trường cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam” do GS,TS Võ Thanh Thu chủ trì thực hiện năm 2002.
- Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ “Những giải pháp tạo dựng và duy trì lợi thế cạnh tranh nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhà nước trong ngành thủy sản” do TS Vũ Thành Hưng (ĐH Kinh tế Quốc dân – Hà Nội) thực hiện năm 2006.
- Các công trình nghiên cứu của Bộ Thủy sản như: Quy hoạch tổng thể phát triển đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 (năm 2006), Quy hoạch phát triển giống thủy sản đến năm 2010 (năm 2003), Chương trình hành động của Bộ Thủy sản về việc đẩy nhanh công nghiệp hóa – hiện đại hóa ngành thủy sản giai đoạn 2010 – 2020 (năm 2004), Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 (năm 2006).

Trong các công trình nghiên cứu nêu trên thì các công trình của Bộ Thủy sản chú trọng nhiều đến các khâu: nuôi trồng, đánh bắt và chế biến thủy sản, nhưng chưa nghiên cứu sâu về xuất khẩu và sự phối hợp đồng bộ giữa các giải pháp. Những công trình của các nhà khoa học đã thấy được tầm quan trọng của tính hệ thống nhưng lại chưa đề cập đến mô hình thích hợp để thực hiện các giải pháp một cách đồng bộ. Thêm vào đó, các công trình của các nhà khoa học đều được thực hiện ở những năm của giai đoạn trước, nên trong điều kiện hội nhập hiện nay cần phải nghiên cứu sâu thêm cho phù hợp với tình hình mới.

So với các công trình nghiên cứu đã thực hiện trước đây, luận án có những điểm mới sau:

- Đánh giá toàn diện thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 1990 - 2006, đặc biệt rút ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ của hoạt động xuất khẩu thủy sản trong bối cảnh cạnh tranh mới trên phạm vi khu vực và thế giới,

- Đưa ra một số quan điểm mới làm cơ sở cho việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, trong đó có:

+ Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản không những giúp phát triển kinh tế, tăng kim ngạch xuất khẩu của cả nước mà còn đóng một vai trò to lớn trong phát triển kinh tế – xã hội của các tỉnh thành ven biển và trong chiến lược an ninh quốc phòng.

+ Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản phải gắn với phát triển bền vững, kết hợp chặt chẽ và hài hòa giữa đánh bắt và nuôi trồng thủy sản, chú trọng đến vấn đề phát triển thủy sản sạch, không tổn hại đến môi trường do vậy, cần phải có một hệ thống đồng bộ các giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản.

+ Nắm vững các quy định về vệ sinh, an toàn thực phẩm, các rào cản phi thuế quan khác của các thị trường nhập khẩu là một trong những yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp chủ động trong việc hoạch định chiến lược kinh doanh.

+ Cần khai thác tốt các nguồn lực trong dân, phát huy tính cộng đồng trong phát triển xuất khẩu thủy sản và quản lý nuôi trồng, đánh bắt thủy sản dựa vào cộng đồng.

- Đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ, phối hợp các yếu tố trong toàn bộ quá trình sản xuất, xuất khẩu thủy sản, xem xét sự tác động qua lại giữa các công đoạn trong quá trình xuất khẩu để đảm bảo các giải pháp đưa ra có tính khả thi cao.

- Đặc biệt, các giải pháp đưa ra đáp ứng được những thay đổi nhanh chóng của môi trường thương mại quốc tế về thủy sản hiện nay, trong điều kiện các rào cản phi thuế quan ngày càng được áp dụng rộng rãi, các tranh chấp thương mại diễn ra thường xuyên hơn khi thị phần của thủy sản xuất khẩu Việt Nam tăng lên, môi trường cạnh tranh quốc tế ngày càng khốc liệt hơn.
- Đề xuất thành lập Hội đồng Điều hành phát triển thủy sản vùng, đảm bảo sự chỉ đạo nhạy bén, kịp thời của Nhà nước trước những thay đổi nhanh chóng của thị trường trên cơ sở khai thác triệt để sức mạnh của tính tự quản từ cộng đồng nhằm đảm bảo thủy sản sạch và an toàn “từ ao nuôi đến bàn ăn”.
- Sử dụng phương pháp điều tra xã hội học đối với các đối tượng chủ yếu tham gia vào chuỗi hoạt động liên quan đến việc xuất khẩu thủy sản.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Để thực hiện các mục tiêu đề ra, luận án đã sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với định lượng, các phương pháp nghiên cứu duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, mô tả, phân tích và thống kê để xử lý số liệu, kết hợp nghiên cứu tại bàn và nghiên cứu tại hiện trường. Đặc biệt, để thực hiện Luận án, tác giả đã sử dụng phương pháp chuyên gia và phương pháp điều tra xã hội học với 3 cuộc khảo sát công phu:

- ***Khảo sát các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu thủy sản:*** Đối tượng khảo sát: 297 doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu thủy sản trong phạm vi cả nước, chủ yếu là các doanh nghiệp tại TPHCM và các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long. Bảng câu hỏi gồm 24 câu (*xem phụ lục IA*). Tác giả nhận được 236 phiếu trả lời. Phương pháp khảo sát: phỏng vấn trực tiếp và gửi bảng câu hỏi qua đường bưu điện. Thời gian thực hiện cuộc khảo sát: từ tháng 09/2004 đến 4/2005. Xử lý kết quả khảo sát: bằng phần mềm xử lý số liệu thống kê SPSS (Statistic Package for Social Science).

- **Khảo sát các hộ nuôi trồng thủy sản:** Đối tượng khảo sát: hộ nuôi trồng thủy sản thuộc 4 huyện của 3 tỉnh Sóc Trăng, Bến Tre và Vĩnh Long. Địa bàn khảo sát là nơi tập trung nhiều hộ nuôi và tác giả có các quan hệ nhất định. Tác giả đã lập bảng câu hỏi gồm 22 câu (*xem phụ lục 2A*), thu về 258 bảng. Phương pháp khảo sát: phỏng vấn trực tiếp. Thời gian thực hiện cuộc khảo sát: là từ tháng 06/2004 đến 9/2004. Xử lý kết quả khảo sát: bằng phần mềm SPSS.

- **Khảo sát kiểm chứng :** Đối tượng khảo sát: 297 doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu thủy sản và 258 hộ nuôi trồng thủy sản đã từng tham gia trong các đợt khảo sát trước đó; thu về 192 phiếu trả lời từ các doanh nghiệp và 205 phiếu từ các hộ nuôi trồng thủy sản. Phương pháp khảo sát: phỏng vấn trực tiếp và gửi bảng câu hỏi qua đường bưu điện. Thời gian thực hiện cuộc khảo sát: từ tháng 04/2006 đến 6/2006. Xử lý kết quả khảo sát: bằng phần mềm SPSS.

CHƯƠNG 1

SỰ CẦN THIẾT PHẢI XÂY DỰNG HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

1.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM:

Trong điều kiện Việt Nam đang nỗ lực hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, hoạt động xuất khẩu, trong đó có xuất khẩu thủy sản, ngày càng được chú trọng và đẩy mạnh. Để phát triển xuất khẩu thủy sản một cách bền vững và hiệu quả, cần nghiên cứu và vận dụng sáng tạo các học thuyết thương mại quốc tế vào điều kiện mới của Việt Nam, điển hình là các học thuyết của chủ nghĩa trọng thương, Adam Smith, David Ricardo, Hecksher-Ohlin, Michael Porter và các nhà nghiên cứu về quản trị chiến lược.

1.1.1 Chủ nghĩa trọng thương:

Các đại biểu của chủ nghĩa trọng thương như Thomas Mun (người Anh), Antoin Montcherétien (người Pháp) cho rằng sự phồn vinh, giàu có của một quốc gia phụ thuộc vào khối lượng tiền tệ của nước ấy. Khối lượng tiền tệ chỉ có thể tăng lên thông qua con đường ngoại thương và bằng cách xuất siêu. Các đại biểu trọng thương đánh giá cao vai trò của nhà nước trong việc phát triển kinh tế.

Trong giai đoạn chủ nghĩa trọng thương thịnh hành, những người theo chủ nghĩa này chủ trương sử dụng các biện pháp kinh tế, như: để có nhiều tiền, phải chú trọng vào hoạt động xuất khẩu. Để mở rộng xuất khẩu, giá cả hàng hóa phải rẻ và do vậy phải giảm chi phí sản xuất; trong nhập khẩu, họ tán thành việc nhập khẩu với quy mô lớn nhưng không phải là nhập hàng tiêu dùng hay hàng xa xỉ mà tập trung nhập khẩu các nguyên vật liệu để sau khi chế biến lại đem

xuất khẩu với khối lượng và giá trị lớn hơn. Ngoài việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, những nhà trọng thương cũng đã quan tâm đến việc khuyến khích sản xuất hàng xuất khẩu bằng cách giúp vốn cho người sản xuất, miễn, giảm thuế đối với hàng xuất khẩu, thu hút thợ giỏi từ nước ngoài vào và lập hàng rào thuế quan để bảo vệ hàng hóa trong nước.

Phái trọng thương đã chủ trương “một cán cân thương mại thặng dư” nên rất chú trọng đến xuất khẩu, tìm mọi cách để tăng được xuất khẩu, cả số lượng và giá trị, còn nhập khẩu thì rất hạn chế, đặc biệt là các sản phẩm đã chế tạo hoàn chỉnh và hàng hóa xa xỉ phẩm. Từ đó, dẫn đến một phương châm hay một chính sách có thể gói gọn trong nguyên tắc “Để ngoại quốc trả cho mình càng nhiều càng tốt, mình trả cho ngoại quốc càng ít càng hay” [24].

Chủ nghĩa trọng thương ở Anh đã có tác động tích cực đến sự phát triển của chủ nghĩa tư bản trong ngành công nghiệp và nông nghiệp, thúc đẩy sản xuất phát triển, sử dụng đội thương thuyền buôn bán khắp nơi trên thế giới, đẩy mạnh giao lưu hàng hóa giữa các nước. Ở Pháp, để phát triển hoạt động sản xuất, giúp nước Pháp trở thành một trung tâm cung cấp hàng công nghiệp cho thế giới, người ta đã đưa ra hệ thống các chính sách như: áp dụng thuế nhập khẩu cao, cấm xuất khẩu nguyên liệu, xây dựng nhiều ngành công nghiệp mới, thành lập các công ty ngoại thương

Hệ thống quan điểm của chủ nghĩa trọng thương tuy còn hạn chế về tính lý luận, chẳng hạn như coi việc buôn bán với nước ngoài không phải xuất phát từ lợi ích chung của cả hai phía mà chỉ có thu vén cho lợi ích quốc gia mình, song nó đã tạo tiền đề quan trọng cho các lý luận kinh tế sau này. Nó khuyến khích các quốc gia tham gia vào hoạt động mậu dịch quốc tế và chú trọng hoạt động

xuất khẩu với vai trò điều tiết kinh tế của nhà nước bằng cách lập ra hàng rào thuế quan, khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu.

Dù có nhiều hạn chế nhưng chủ nghĩa trọng thương vẫn còn nguyên giá trị thời sự ở chỗ: các quốc gia muốn giàu có thì phải đẩy mạnh xuất khẩu, trong đó, vai trò tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất khẩu là rất quan trọng. Trong điều kiện thương mại quốc tế ngày nay, nhà nước lại càng đóng vai trò rất quan trọng trong việc tạo môi trường pháp lý và hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu. Tuy nhiên, nhà nước không thể sử dụng các hình thức trợ cấp trực tiếp căn cứ vào kết quả thực hiện xuất khẩu hay phân biệt đối xử trong quá trình thực thi chính sách hỗ trợ xuất khẩu. Thay vào đó, nhà nước thực hiện các hình thức hỗ trợ gián tiếp như: đầu tư cho công tác nghiên cứu, phát triển khoa học; giáo dục đào tạo, hỗ trợ tiếp thị, thông tin, tư vấn thị trường, phát triển cơ sở hạ tầng...

Một quốc gia muốn phát triển, đặc biệt là trong điều kiện hội nhập thì phải đẩy mạnh xuất khẩu, nhưng để xác định cần xuất khẩu những mặt hàng nào vào các thị trường nào thì cần nghiên cứu các học thuyết của Adam Smith, David Ricardo và Hecksher-Ohlin.

1.1.2 Lý luận về phân công lao động, lợi thế tuyệt đối và lý thuyết “bàn tay vô hình” của Adam Smith:

Adam Smith cho rằng nguồn gốc của sự giàu có là lao động. Mức độ giàu có của một quốc gia tăng lên chỉ có thể bằng hai cách: một là tăng sức sản xuất của lao động hay năng suất lao động có ích và hai là bằng cách tăng số lượng lao động, năng suất lao động tùy thuộc vào sự phân công lao động. Ông cho rằng phân công lao động là một sự tiến bộ hết sức vĩ đại trong sự phát triển sức sản xuất của lao động. Phân công lao động có những ưu điểm, chẳng hạn như: tiết

kiệm thời gian khi di chuyển từ công việc này sang công việc khác, chuyên môn hóa lao động, phát triển sự khéo léo, tài năng, tính tháo vát của người lao động; tạo điều kiện để áp dụng các phương tiện máy móc.

Theo Adam Smith, cơ sở phân công lao động trong kinh tế thị trường chính là lợi thế tuyệt đối. Ông đã đưa ra nguyên tắc của phân công lao động và buôn bán giữa các nước là: “Nếu một nước ngoài có thể cung cấp cho chúng ta một thứ hàng hóa rẻ hơn chúng ta làm lấy thì tốt nhất chúng ta hãy mua của nước đó với một phần sản phẩm công nghiệp của chúng ta, còn công nghiệp của chúng ta thì hãy đưa ra một loại sản phẩm nào mà chúng ta có lợi thế nào đó” [24]. Nghĩa là, một quốc gia sẽ tiến hành tập trung sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng mà khi sản xuất chúng có hao phí cá biệt quốc gia mình thấp hơn hao phí trung bình thế giới và sẽ nhập khẩu những mặt hàng mà khi sản xuất chúng có hao phí cá biệt quốc gia mình cao hơn hao phí trung bình thế giới. Bằng cách đó, tài nguyên của mỗi nước sẽ được sử dụng có hiệu quả hơn và sản phẩm sản xuất của hai nước sẽ tăng lên. Phần tăng lên này chính là lợi ích từ chuyên môn hóa.

Khác với các học giả trọng thương, Adam Smith cho rằng “bàn tay vô hình” sẽ điều tiết hành vi của các chủ thể tham gia vào hoạt động mua bán thông qua sự tác động của cung – cầu và giá cả. Đó là sự hoạt động của các quy luật kinh tế khách quan mà Adam Smith quan niệm đây là “trật tự tự nhiên”. Theo Adam Smith, để “trật tự tự nhiên” hoạt động, cần có những điều kiện nhất định, đó là sự tồn tại và phát triển của sản xuất hàng hóa và trao đổi hàng hóa; nền kinh tế phải được phát triển trên cơ sở tự do kinh tế, tự do sản xuất, tự do liên doanh liên kết, tự do mậu dịch. Ông cho rằng hoạt động sản xuất và lưu thông hàng hóa được phát triển theo sự điều tiết của “bàn tay vô hình”, nhà nước không nên can thiệp vào kinh tế vì hoạt động kinh tế vốn có cuộc sống riêng của nó.

Tuy nhiên, nếu chúng ta vận dụng lý thuyết lợi thế tuyệt đối thì chỉ có thể giải thích được một phần rất nhỏ trong mậu dịch thế giới ngày nay, chẳng hạn như lý thuyết này không thể giải thích được trường hợp một nước có lợi thế tuyệt đối để sản xuất rất nhiều mặt hàng, còn quốc gia khác thì không có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất bất kỳ mặt hàng nào vẫn tiến hành quan hệ thương mại được với nhau. Lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo sẽ giải thích hiện tượng này.

Hiện nay, Việt Nam có những lợi thế tuyệt đối, thuận lợi cho việc phát triển xuất khẩu thủy sản như: vị trí địa lý thuận lợi, điều kiện tự nhiên ưu đãi với hệ thống sông ngòi, các vùng duyên hải và vùng biển rộng, nghề cá có truyền thống lâu đời, lao động có nhiều kinh nghiệm. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả những lợi thế của Việt Nam, cần nghiên cứu những lợi thế so sánh so với các quốc gia khác, làm cơ sở cho việc xác định các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản một cách phù hợp.

1.1.3 Lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo:

Ngày nay các quốc gia đều nỗ lực tham gia vào phân công lao động và mậu dịch quốc tế. Nỗ lực ấy có một cơ sở lý luận là lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo. Để xây dựng quy luật lợi thế so sánh, David Ricardo đã đưa ra một số giả thiết gồm: chỉ có hai quốc gia và hai loại sản phẩm, mậu dịch tự do, lao động chỉ có thể chuyển dịch hoàn toàn chỉ trong một quốc gia nhưng không có khả năng chuyển dịch giữa các quốc gia, chi phí sản xuất là cố định và lý thuyết tính giá trị bằng lao động.

Theo David Ricardo, một nước có thể xuất khẩu một sản phẩm nào đó sang nước thứ hai nếu ở nước thứ hai không có điều kiện để sản xuất hoặc điều kiện để sản xuất khó khăn hơn nên chi phí lao động hay giá trị của hàng hóa cao

hơn. Ông cũng khẳng định, sau khi đưa ra các dẫn chứng, rằng: ngay cả trong trường hợp một nước hoàn toàn có lợi thế tuyệt đối và nước kia hoàn toàn không có lợi thế tuyệt đối về mọi sản phẩm thì chuyên môn hóa quốc tế trong các hoạt động ngoại thương vẫn có lợi cho tất cả các nước và thương mại quốc tế chủ yếu phụ thuộc vào lợi thế so sánh chứ không phải chỉ phụ thuộc vào lợi thế tuyệt đối.

Với nghề cá có truyền thống lâu đời, lực lượng lao động có nhiều kinh nghiệm, hệ thống cơ sở vật chất và hạ tầng từng bước đáp ứng các yêu cầu phát triển thủy sản xuất khẩu [44], Việt Nam có những lợi thế so sánh để tiếp tục đẩy mạnh phát triển xuất khẩu thủy sản như: chi phí nguyên liệu đầu vào để chế biến thủy sản xuất khẩu khá cạnh tranh, chi phí lao động thấp... Để khai thác tốt các lợi thế đó, chúng ta cần phân tích các yếu tố thuận lợi trong quá trình xuất khẩu thủy sản đối với nước ta.

1.1.4 Lý thuyết yếu tố thâm dụng của Heckscher – Ohlin:

Lý thuyết Heckscher – Ohlin được xây dựng trên cơ sở một số giả thiết : đối tượng nghiên cứu chỉ bao gồm 2 quốc gia, 2 sản phẩm (sản phẩm X và sản phẩm Y) và 2 yếu tố sản xuất (lao động và tư bản); cả 2 quốc gia đều có cùng một trình độ kỹ thuật công nghệ như nhau; sản phẩm X là sản phẩm thâm dụng lao động và sản phẩm Y là sản phẩm thâm dụng tư bản ở cả 2 quốc gia; hiệu quả theo quy mô không đổi; chuyên môn hóa không hoàn toàn trong sản xuất ở cả 2 quốc gia; thị hiếu hay sở thích người tiêu dùng giống nhau ở cả 2 quốc gia; cạnh tranh hoàn toàn trong cả 2 sản phẩm và thị trường yếu tố sản xuất; các yếu tố sản xuất chuyển động hoàn toàn trong mỗi quốc gia nhưng không chuyển động trên phạm vi quốc tế và mậu dịch quốc tế là hoàn toàn tự do, không tính chi phí vận chuyển, không có thuế quan và những cản trở khác.

Eli Hecksher và Bertil Ohlin đã đề xuất quan điểm cho rằng mức độ sẵn có của các yếu tố sản xuất và hàm lượng các yếu tố sản xuất sử dụng để sản xuất ra các sản phẩm khác nhau là yếu tố quan trọng tác động đến cơ cấu thương mại quốc tế. Một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng mà việc sản xuất đòi hỏi sử dụng nhiều một cách tương đối yếu tố sản xuất dồi dào của quốc gia đó.

Lý thuyết Hecksher – Ohlin cho rằng trong quá trình sản xuất, người ta phải phối hợp nhiều yếu tố theo tỷ lệ khác nhau. Những yếu tố thường được nêu ra nhất là: đất đai, nhân công và tư bản. Đầu vào để chế tạo một sản phẩm là những tỷ lệ phối hợp biến thiên của các yếu tố sản xuất, phối hợp kỹ thuật hiện đại sẽ cho sản lượng đầu ra cao nhất. Mỗi thứ hàng hóa có một hàm số sản xuất riêng, mỗi quốc gia có một kỹ thuật chế biến riêng. Theo lý thuyết này, các nước xuất khẩu cần thiết có số lượng lớn các nhân tố sản xuất phong phú sẵn có của bản thân và sản phẩm nhập khẩu cũng phải bao hàm phần lớn các nhân tố sản xuất trong nước khan hiếm.

Trong điều kiện hiện nay, Việt Nam không chỉ quan tâm đến việc phát triển và khai thác các lợi thế “tĩnh” mà cần quan tâm đến các lợi thế “động” như khoa học, kỹ thuật, công nghệ... Việc nâng cao tỷ lệ sản phẩm thủy sản chế biến, sản phẩm giá trị gia tăng... sẽ giúp Việt Nam khai thác hiệu quả hơn nữa lợi thế về các yếu tố sản xuất thuận lợi.

Trong điều kiện hội nhập, tình hình cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Để nâng cao khả năng cạnh tranh của quốc gia, của từng ngành hàng và doanh nghiệp, cần phải nghiên cứu học thuyết về khả năng cạnh tranh của Michael Porter và các lý thuyết về quản trị chiến lược để xác định những ngành, mặt hàng mà Việt Nam có khả năng cạnh tranh tốt, làm cơ sở cho việc đầu tư đẩy mạnh xuất khẩu.

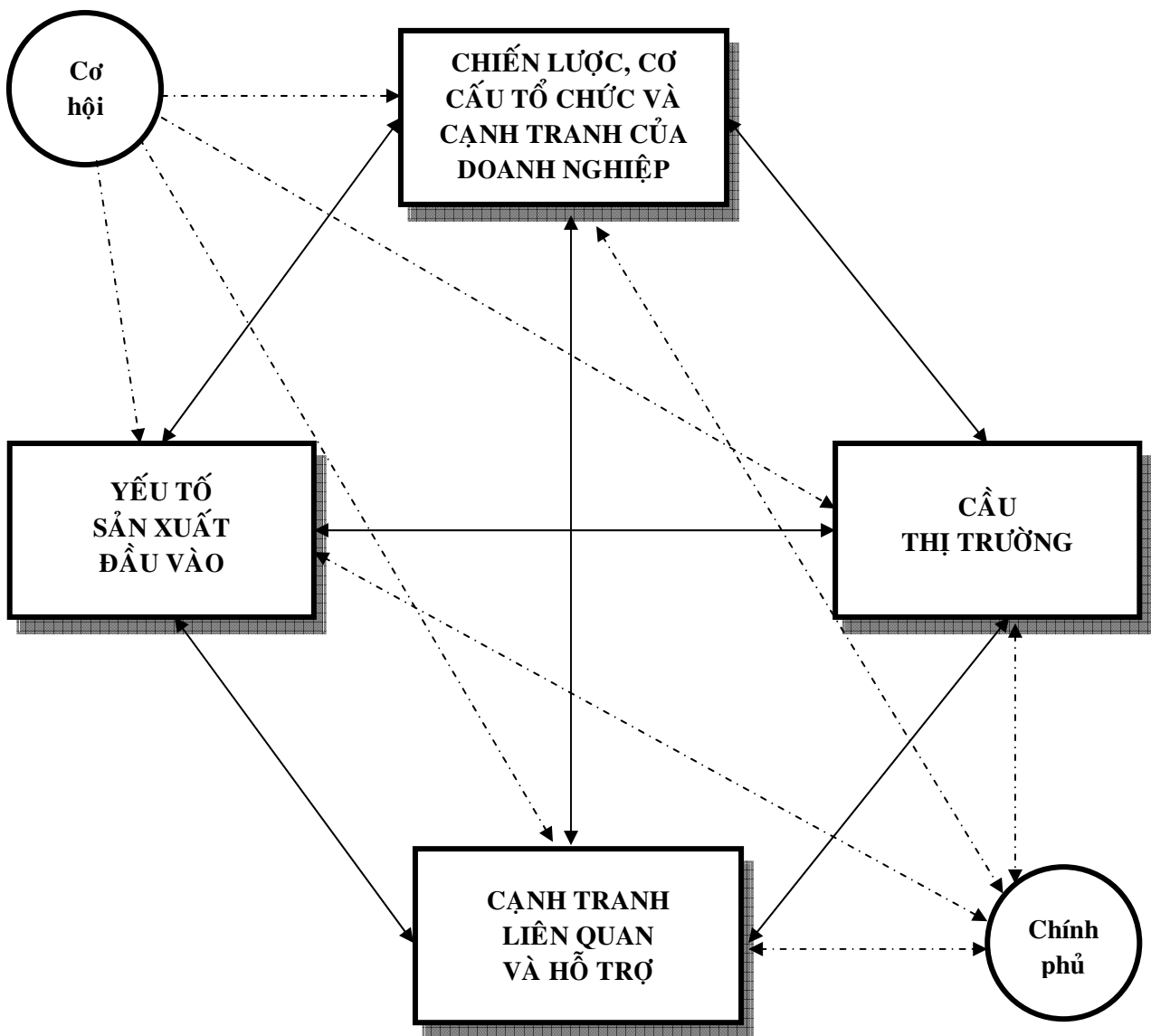
1.1.5 Lý thuyết về khả năng cạnh tranh quốc gia của Michael Porter và các lý thuyết về quản trị chiến lược:

Khả năng cạnh tranh quốc gia thể hiện ở sự liên kết của 4 nhóm yếu tố tạo thành mô hình kim cương Porter (Porter's diamond) gồm: điều kiện về các yếu tố sản xuất đầu vào; điều kiện về cầu; các ngành công nghiệp có liên quan, các ngành hỗ trợ và chiến lược, cơ cấu, mức độ cạnh tranh nội bộ ngành. Ngoài ra, chính phủ cũng là yếu tố quan trọng tác động đến khả năng cạnh tranh [30].

Mô hình “viên kim cương” là khái niệm chỉ một hệ thống có khả năng tương tác, củng cố lẫn nhau. Tác động của một yếu tố sẽ phụ thuộc vào trạng thái của các yếu tố khác.

- **Các điều kiện yếu tố đầu vào:** có thể được nhóm theo một số nhóm chính gồm nguồn nhân lực (số lượng, kỹ năng, chi phí nhân sự...), các nguồn lực vật chất (số lượng, chất lượng, khả năng tiếp cận và chi phí đất đai, nước, đất nuôi trồng thủy sản, khí hậu, vị trí địa lý...), nguồn lực tri thức (quy mô tri thức khoa học, kỹ thuật và thị trường của một quốc gia về hàng hóa và dịch vụ...), các nguồn lực về vốn, cơ sở hạ tầng... Tỷ trọng các yếu tố đầu vào (hay còn gọi là tỷ lệ yếu tố đầu vào) có sự khác nhau giữa các ngành. Các doanh nghiệp của một quốc gia giành được lợi thế cạnh tranh nếu doanh nghiệp có được các yếu tố đầu vào với chi phí thấp hoặc với chất lượng đặc biệt cao có ý nghĩa quan trọng đối với sự cạnh tranh trong một ngành nhất định. Lợi thế cạnh tranh từ các yếu tố đầu vào phụ thuộc vào mức độ hiệu quả và hiệu suất khai thác các yếu tố này. Tuy nhiên, Michael Porter cho rằng hầu hết các quốc gia phát triển hoặc mới phát triển đều có yếu tố đầu vào về cơ sở hạ tầng tương đối giống nhau, lực lượng lao động tương tự nhau. Đồng thời quá trình toàn cầu hóa đã biến một số nguồn lực đầu vào của một số địa phương trở nên kém quan trọng hơn vì một tập

đoàn hoạt động trên phạm vi toàn cầu hiện nay có thể huy động các yếu tố đầu vào từ nhiều nước khác bằng cách mua hoặc triển khai hoạt động sản xuất tại những nước đó. Như vậy, không chỉ khả năng tiếp cận các nguồn lực yếu tố đầu vào mà năng lực sử dụng các nguồn lực này mới có ý nghĩa quan trọng đối với lợi thế cạnh tranh.



Hình 1.1. Hệ thống các yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh

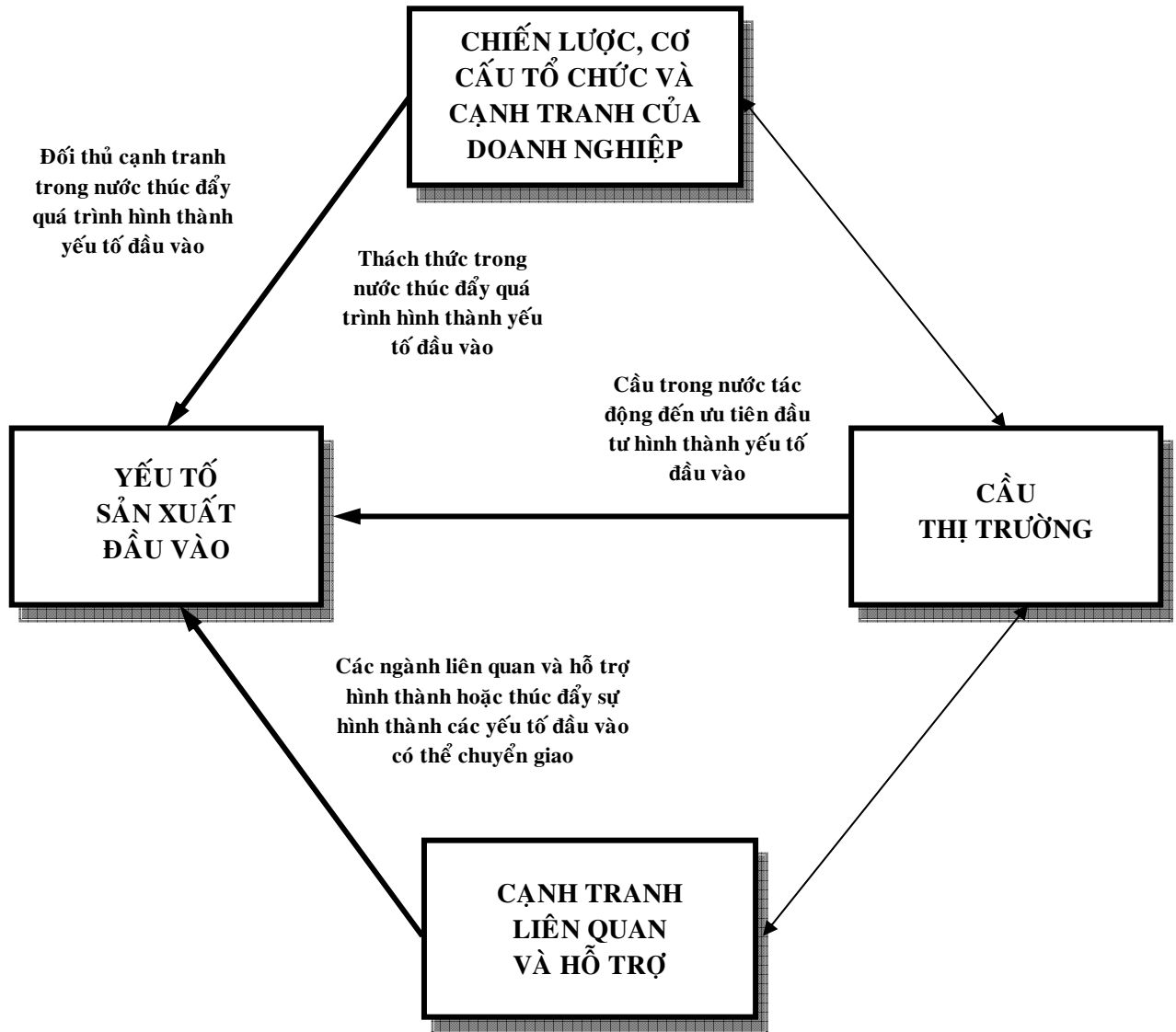
(Nguồn: Michael E. Porter, 1990) [68, tr220]

- **Các điều kiện về cầu thị trường:** bao gồm kết cấu của cầu, khả năng và cơ cấu tăng trưởng của cầu, cơ cấu mà thị hiếu trong nước được chuyển sang các thị trường nước ngoài.
- **Các ngành liên quan và hỗ trợ:** sự tồn tại, phạm vi và mức độ thành công trên phạm vi quốc tế của các ngành liên quan và hỗ trợ ở một quốc gia tác động đến khả năng cạnh tranh.
- **Chiến lược, cơ cấu tổ chức và môi trường cạnh tranh của doanh nghiệp:** Yếu tố thứ tư của lợi thế cạnh tranh quốc gia trong một ngành là bối cảnh mà các công ty được thành lập, tổ chức và quản trị cũng như là bản chất cạnh tranh trong nước. Mục tiêu, chiến lược và cách thức tổ chức công ty trong các ngành khác nhau rất lớn, từ nước này sang nước khác. Hình thức cạnh tranh trong nước cũng có vai trò to lớn trong quá trình đổi mới và triển vọng cuối cùng của thành công quốc tế.

Để có được lợi thế cạnh tranh đòi hỏi phải có một cách tiếp cận mới đối với cạnh tranh: nhận thức được và khai thác lợi thế cạnh tranh về nhân tố sản xuất, phát hiện những phân đoạn chưa được khai thác, tạo ra những đặc điểm sản phẩm mới hoặc thay đổi quá trình sản xuất ra sản phẩm. Để duy trì lợi thế cạnh tranh đòi hỏi phải tiếp tục cải tiến và đổi mới để mở rộng và nâng cấp những nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh thông qua phát triển sản phẩm, quá trình sản xuất, phương pháp marketing và dịch vụ.

Các thành phần của mô hình “viên kim cương” và sự tương tác giữa các thành phần này sẽ tạo nên các lực tác động đến khả năng, định hướng và tốc độ cải tiến, đổi mới của các công ty trong ngành. Michael Porter đã mở rộng lý thuyết của David Ricardo để không chỉ đề cập đến sự khác biệt về năng suất mà

còn bao gồm cả những khác biệt về công nghệ, chất lượng các yếu tố sản xuất và phương thức cạnh tranh; đặc biệt là sự tác động đồng bộ các yếu tố này.



Hình 1.2. Các tác động đến việc hình thành yếu tố đầu vào

(Nguồn: Michael E. Porter, 1990) [84, tr 229]

Theo lý thuyết về chuỗi giá trị của doanh nghiệp, khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp phụ thuộc vào các hoạt động chủ yếu như: hoạt động đầu vào, vận hành, các hoạt động đầu ra, marketing và bán hàng, dịch vụ và các hoạt động hỗ trợ có ảnh hưởng đến tất cả các khâu như: thu mua, phát triển công

nghệ, quản trị nhân sự, quản trị tổng quát. Việc phân tích theo chuỗi giá trị này sẽ giúp các phân tích được tiếp cận một cách hệ thống hơn.

Xét trong điều kiện phát triển thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, để nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành, của sản phẩm xuất khẩu, cần phải nâng cao chất lượng của các yếu tố đầu vào như nguyên liệu (bao gồm cả các khâu đánh bắt, nuôi trồng, thu mua, chế biến, xuất khẩu), lao động, quản lý; phát triển các ngành dịch vụ hỗ trợ như kỹ thuật cơ khí, đóng tàu và sửa chữa ngư cụ, dệt lưới, các dịch vụ tín dụng, bảo hiểm, vận tải, kho bãi...; hoàn thiện các cơ cấu tổ chức và cơ chế phối hợp giữa các doanh nghiệp trong nội bộ ngành và giữa các ngành có liên quan, xây dựng các liên kết hiệu quả dựa trên các ràng buộc về lợi ích kinh tế; triển khai có hiệu quả các chủ trương, thực thi các chính sách của chính phủ để tận dụng các cơ hội kinh doanh mới; chú trọng các hoạt động marketing, quảng bá và xúc tiến thương mại để thúc đẩy xuất khẩu.

Muốn nâng cao khả năng cạnh tranh thì phải có chiến lược khoa học, hợp lý trên cơ sở phân tích các yếu tố tác động một cách đồng bộ. Theo Fred David, cần tập trung phân tích:

- các yếu tố của môi trường bên trong: các yếu tố đầu vào, đầu ra, nguồn nhân lực, khả năng tài chính, công nghệ, hoạt động marketing ... để xác định được ma trận các yếu tố bên trong (Internal Factor Evaluation matrix - I.F.E),
- các yếu tố của môi trường bên ngoài: kinh tế, chính trị, luật pháp, xã hội, yếu tố cạnh tranh... để xác định được ma trận các yếu tố bên ngoài (External Factor Evaluation matrix - E.F.E).

Trên cơ sở các ma trận này, sử dụng ma trận SWOT (Strengths-Weaknesses- Opportunities- Threats) để kết hợp xây dựng các chiến lược, sử dụng ma trận hoạch định chiến lược có khả năng định lượng QSPM (Quantitative

Strategic Planning Matrix) để lựa chọn các chiến lược cần ưu tiên đồng thời tìm ra hệ thống các giải pháp đồng bộ để thực hiện các chiến lược đã xây dựng.

Hơn thế nữa, sự phát triển trong hiện tại phải thực hiện trong mối quan hệ mật thiết về yêu cầu phát triển trong tương lai. Chính vì thế, một khuynh hướng ngày càng được quan tâm rộng rãi và sâu sắc là phát triển bền vững.

1.1.6 Lý thuyết phát triển bền vững:

Việc phát triển và nâng cao khả năng cạnh tranh quốc gia trên cơ sở tác động đồng bộ các yếu tố bởi vì yêu cầu đặt ra là không chỉ đáp ứng yêu cầu phát triển trong hiện tại mà của cả mai sau.

Hội đồng thế giới về Môi trường và Phát triển (WCED) của Liên Hợp Quốc đã đưa ra định nghĩa phát triển bền vững là “sự phát triển đáp ứng được những yêu cầu của hiện tại, nhưng không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu của các thế hệ mai sau”.

Tại Hội nghị thượng đỉnh Trái đất về Môi trường và Phát triển tổ chức tại Rio de Janeiro (Brazil) tháng 5/1992, các nhà hoạt động về kinh tế, xã hội, môi trường cùng với các nhà chính trị đã thống nhất về quan điểm phát triển bền vững, nhấn mạnh 27 nguyên tắc, trong đó đáng lưu ý là:

- Các nước có thể khai thác những tài nguyên của mình theo những chính sách về môi trường và phát triển của mình và có trách nhiệm đảm bảo rằng những hoạt động đó không gây tác hại đến môi trường của các quốc gia khác hoặc những khu vực ngoài phạm vi quyền hạn quốc gia.
- Những biện pháp chính sách về thương mại với những mục đích môi trường không nên trở thành một phương tiện phân biệt đối xử độc đoán hay vô lý hoặc một sự ngăn cản trá hình đối với thương mại quốc tế.

- Để đạt được sự phát triển bền vững và chất lượng cao hơn cho mọi người, các quốc gia nên giảm dần và loại trừ những phương thức sản xuất và tiêu dùng không bền vững.

- Người dân địa phương, những cộng đồng của họ có vai trò quan trọng trong quản lý và phát triển môi trường.

Phát triển bền vững còn được xem là quá trình phát triển có sự kết hợp chặt chẽ, hợp lý và hài hòa giữa ba mặt của sự phát triển, gồm: phát triển kinh tế (nhất là tăng trưởng kinh tế), phát triển xã hội (nhất là thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội; xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm) và bảo vệ môi trường.

Định hướng phát triển thủy sản của Việt Nam là “phát triển nuôi trồng thủy sản theo hướng sản xuất hàng hóa lớn đi đôi với bảo vệ môi trường sinh thái, chuyển đổi cơ cấu khai thác qua việc lựa chọn ngư trường, loại hình nghề nghiệp và sản phẩm để nâng cao giá trị hàng hóa, sử dụng hợp lý nguồn lợi, giảm chi phí, nâng cao sức cạnh tranh, bảo đảm tăng trưởng bền vững [29, tr 192]. Việt Nam cần quan tâm hơn nữa đến vấn đề phát triển bền vững trong phát triển thủy sản chẳng hạn: chấm dứt tình trạng khai thác thủy sản bằng các phương pháp mang tính hủy diệt, sử dụng các lưới khai thác có mắt lưới nhỏ... hoặc phát triển đánh bắt, nuôi trồng không theo quy hoạch, mang tính tự phát cao.

Để phát triển kinh tế thủy sản một cách bền vững, cần phải tăng cường và đa dạng hóa các hoạt động sản xuất thủy sản, đảm bảo cho người dân có lợi ích đáng kể từ hoạt động này, tránh gây tác động xấu đến các khu vực khác trong nền kinh tế quốc dân và đến các khu vực, địa phương khác. Để phát triển bền vững về mặt môi trường, cần tôn trọng tài nguyên thiên nhiên và tính toàn vẹn của môi trường, giảm thiểu sử dụng nguồn tài nguyên không có khả năng tái tạo,

sử dụng tài nguyên một cách có hiệu quả, với tốc độ không nhanh hơn mức thiên nhiên có thể tái tạo và tránh gây ô nhiễm, làm ảnh hưởng xấu đến môi trường.

Những nhận xét rút ra:

Qua nghiên cứu các lý thuyết kinh tế cổ điển và hiện đại trong điều kiện vận động phát triển hiện nay của ngành thủy sản Việt Nam, chúng ta có thể khẳng định rằng việc đẩy mạnh xuất khẩu đóng một vai trò rất quan trọng trong phát triển kinh tế. Trong quá trình phát triển xuất khẩu, nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra môi trường pháp lý, môi trường kinh doanh quốc tế thuận lợi cho các doanh nghiệp phù hợp các quy định của Tổ chức Thương mại Thế giới. Để đẩy mạnh xuất khẩu, cần khai thác tốt lợi thế tuyệt đối, lợi thế so sánh của Việt Nam trong quá trình xuất khẩu thủy sản như: vị trí địa lý thuận lợi, điều kiện tự nhiên ưu đãi, chi phí nguyên liệu, chi phí lao động khá cạnh tranh và những yếu tố sản xuất thuận lợi như trình độ công nghệ thu hoạch, bảo quản, chế biến đã đạt trình độ khu vực và nhiều doanh nghiệp đã đạt trình độ thế giới. Tuy nhiên, trong quá trình đẩy mạnh xuất khẩu, nếu không quan tâm đến sự phát triển bền vững, khai thác quá mức một số yếu tố nào đó trong quá trình thì sẽ dẫn đến tình trạng mất cân đối. Để đạt được cân đối đồng bộ và toàn diện, việc nghiên cứu các yếu tố trong mô hình “viên kim cương” của Michael Porter sẽ giúp xác lập sự cân bằng hài hòa và khai thác tốt tác động qua lại giữa các yếu tố đầu vào như: khai thác, đánh bắt, thu mua, chế biến thủy sản xuất khẩu; chính sách của chính phủ, sự hỗ trợ của các ngành có liên quan và công tác tổ chức, điều hành. Việc phân tích các yếu tố thuộc về môi trường bên trong và môi trường bên ngoài của hoạt động xuất khẩu thủy sản sẽ giúp nhận diện những điểm mạnh, điểm yếu, những cơ hội và thách thức mà ngành thủy sản đã, đang và sẽ đối mặt trong thời gian tới để làm cơ sở khoa học cho việc hoạch định các giải pháp phù hợp.

Bên cạnh cơ sở lý luận nói trên, thực tiễn cũng cho thấy rằng trong điều kiện mới cũng cần tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản.

1.2 CƠ SỞ THỰC TIỄN VỀ SỰ CẦN THIẾT ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM

1.2.1 Nhu cầu tiêu thụ thủy sản trên phạm vi toàn cầu vẫn ở mức cao.

Theo thống kê của Tổ chức Nông lương quốc tế của Liên Hợp Quốc – FAO, hiện nay có đến 179 quốc gia trên thế giới sử dụng thủy sản làm thực phẩm hàng ngày. Tại các nước phát triển như Nhật Bản, Mỹ, các nước Châu Âu... thủy sản được xem như loại thức ăn lành mạnh hơn so với thịt lợn, bò, gà. Tại các nước đang phát triển, thủy sản là một trong những nguồn cung cấp protein chủ yếu. Đơn cử ở Việt Nam, thủy sản cung cấp trên 40% đạm có nguồn gốc động vật, đảm bảo dinh dưỡng cho nhân dân. Tùy theo điều kiện tự nhiên, tình hình kinh tế, phong tục tập quán và tôn giáo mà mức độ sử dụng thủy sản làm thực phẩm khác nhau. Theo thống kê, lượng tiêu thụ thủy sản trung bình trên thế giới là 16,1 kg thủy sản/người/năm (xem bảng 1.1).

Bảng 1.1 MỨC TIÊU THỤ TRUNG BÌNH HÀNG NĂM THỰC PHẨM TỪ CÁ VÀ CÁC LOẠI THỦY SẢN KHÁC GIAI ĐOẠN 1999 – 2001

STT	Khu vực	Khối lượng tiêu thụ (tấn)	Dân số (nghìn người)	Mức tiêu thụ trung bình (kg/người/năm)
1	Các nước phát triển	30.227.556	1.317.200	22,9
2	Các nước đang phát triển	67.583.233	4.753.270	14,2
3	Thế giới	97.810.789	6.070.470	16,1

(Nguồn: www.fao.org) [100]

Khu vực Đông và Đông Nam Á chiếm tới 50% tổng tiêu thụ thủy sản của thế giới, trong đó Nhật Bản và Trung Quốc là những nước tiêu thụ lớn nhất, các nước như Philipin, Malaysia và Singapore có mức tiêu thụ thủy sản tính trên đầu người cao [95]. Các nước phát triển ở Tây Âu, Bắc Mỹ... cũng là những trung

tâm tiêu thụ thủy sản lớn. Mức tiêu thụ thủy sản trung bình tại các nước phát triển là 22,9kg/người/năm, trong khi đó mức tiêu thụ này tại các nước đang phát triển là 14,2 kg/người/năm (*xem bảng 1.1*).

Trong thập kỷ qua, với mức tiêu thụ khổng lồ, sản lượng khai thác và nuôi trồng thủy sản ngày càng lớn, mật dịch thủy sản thế giới liên tục tăng trưởng dẫn đến sự sôi động trên thị trường thủy sản thế giới. Cơ cấu sản phẩm trên thị trường thủy sản thế giới vô cùng phong phú với hàng trăm dạng sản phẩm được trao đổi mua bán trên các thị trường và khu vực khác nhau. Có thể phân ra 7 nhóm sản phẩm chính được buôn bán trên thị trường thủy sản thế giới: cá tươi, ướp đông, đông lạnh; giáp xác và nhuyễn thể tươi, ướp đông, đông lạnh; cá hộp; giáp xác và nhuyễn thể hộp; cá khô, ướp muối, hun khói; bột cá và dầu cá [96]. Trong cơ cấu buôn bán hàng thủy sản trên thế giới, hàng thủy sản tươi sống và đông lạnh chiếm tỷ trọng áp đảo và ngày càng tăng (73,6%), tiếp đến là đồ hộp thủy sản (15,9%); thủy sản khô, muối, hun khói chỉ chiếm 5,4% trong khi bột cá chiếm hơn 4% buôn bán hàng thủy sản, còn dầu cá chiếm tỷ trọng không đáng kể 0,9% [96].

Bảng 1.2 cho thấy 10 nước xuất khẩu thủy sản chính trên thế giới chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn thế giới, trong đó năm 2002 Việt Nam đứng hàng thứ 7, năm 2003 Việt Nam đứng hàng thứ 8.

BẢNG 1.2 : CÁC NƯỚC XUẤT KHẨU THỦY SẢN CHÍNH TRÊN THẾ GIỚI
(Đvt: 1.000 USD)

STT	Tên nước	Kim ngạch xuất khẩu		
		Năm 2001	Năm 2002	Năm 2003
1	Trung Quốc	3.999.274	4.485.274	5.243.459
2	Thái Lan	4.039.127	3.676.427	4.506.384
3	Na Uy	3.363.955	3.569.243	3.624.193
4	Hoa Kỳ	3.316.056	3.260.168	3.398.939
5	Ca-na-đa	2.797.933	3.044.403	3.300.313

6	Đan Mạch	2.660.563	2.872.438	3.213.465
7	Tây Ban Nha	1.844.257	1.889.541	2.226.523
8	Việt Nam	1.781.785	2.030.320	2.207.578
9	Hà Lan	1.420.513	1.802.893	2.182.588
10	Chi-lê	1.939.295	1.869.123	2.134.382
11	Cộng 10 nước	27.162.758	28.499.830	31.437.824
12	Thế giới	56.291.398	58.241.516	63.276.285
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	48,25	48,93	49,68

(Nguồn: www.fao.org) [100]

BẢNG 1.3: CÁC NƯỚC NHẬP KHẨU THỦY SẢN CHÍNH TRÊN THẾ GIỚI

(Đvt: 1.000 USD)

STT	Tên nước	Kim ngạch nhập khẩu		
		Năm 2001	Năm 2002	Năm 2003
1	Nhật Bản	13.453.375	13.646.071	12.395.943
2	Hoa Kỳ	10.289.325	10.065.328	11.655.429
3	Tây Ban Nha	3.715.332	3.852.942	4.904.151
4	Pháp	3.055.859	3.206.511	3.771.152
5	I-ta-li-a	2.716.373	2.906.007	3.558.950
6	Đức	2.349.088	2.419.534	2.635.070
7	Anh	2.236.944	2.327.559	2.507.661
8	Trung Quốc	1.787.242	2.197.793	2.388.590
9	Đan Mạch	1.733.545	1.805.598	2.084.573
10	Hàn Quốc	1.626.906	1.861.093	1.934.998
11	Tổng cộng	42.963.989	44.288.436	47.836.517
12	Thế giới	59.695.280	61.608.001	67.250.000
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	71,97	71,89	71,13

(Nguồn: www.fao.org) [100]

Trong những năm qua, 10 nước nhập khẩu thủy sản hàng đầu thế giới luôn chiếm trên 70% tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản, trong đó những nước nhập khẩu chủ yếu là Nhật Bản, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Pháp... Nhu cầu thủy sản tăng lên có 46% là do dân số tăng thêm, phần còn lại là do quá trình phát triển kinh tế, thu nhập tăng lên, ngày càng có nhiều người tiêu dùng chọn thủy sản và các lý do khác.

Như vậy, nhu cầu thị trường thế giới về thủy sản trong thời gian tới vẫn còn rất cao trong khi đó với những điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của mình Việt Nam hoàn toàn có khả năng đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản. Vấn đề này được trình bày chi tiết ở phần 1.2.2.

1.2.2 Khả năng đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

Việt Nam có bờ biển dài 3.260 km với 112 cửa sông lạch, với vùng nội thủy, lãnh hải rộng 226.000 km² và vùng đặc quyền kinh tế khoảng trên 1 triệu km² [6, tr 19]. Tiềm năng thủy sản ở các vùng nước mặn gần và xa bờ rất phong phú, trữ lượng lớn là điều kiện rất thuận lợi để phát triển xuất khẩu thủy sản (xem bảng 1.4, 1.5).

Bảng 1.4: TIỀM NĂNG THỦY SẢN NƯỚC MẶN

(Đvt: Tấn)

Vùng biển	Khả năng khai thác cho phép
Vịnh Bắc bộ	270.000
Trung bộ	370.000
Đông Nam bộ	710.000
Tây Nam bộ	200.000
Giữa biển Đông	250.000
Cộng	1.800.000

(Nguồn : Bộ Thủy sản) [6]

Trong các khu vực có thể đánh bắt thủy sản, vùng biển đông Nam Bộ có trữ lượng khai thác lớn nhất là 2,186 triệu tấn với khả năng khai thác cho phép là 834.000 tấn. Các vùng biển khác có trữ lượng thấp hơn nhưng cũng khá lớn (xem bảng 1.4). Để đảm bảo phát triển bền vững, khả năng khai thác cho phép chỉ bằng khoảng 40% so với trữ lượng.

Bảng 1.5: KHẢ NĂNG KHAI THÁC MỘT SỐ LOẠI THỦY SẢN BIỂN
(Đvt: Tấn)

Vùng biển	Loại thủy sản			
	Cá	Mực ống	Mực nang	Tôm vồ
Vịnh Bắc bộ	272.467	4.708	757	158
Trung bộ	242.560	2.307	5.416	5.402
Nam bộ	1.154.985	16.630	19.482	9.712
Tổng cộng	1.669.985	23.645	25.655	15.272

(Nguồn : Bộ Thủy sản) [6]

Trong các loài thủy sản biển, cá, mực và tôm là những đối tượng có khả năng khai thác lớn. Ở vùng biển Nam Bộ, khả năng khai thác cá lên đến 1,15 triệu tấn; các loại mực có khả năng khai thác trên 35 nghìn tấn. Khả năng khai thác này cho phép Việt Nam duy trì hợp lý mức độ đánh bắt để tạo nguồn nguyên liệu cho hoạt động xuất khẩu.

Bảng 1.6: NHỮNG LOÀI CÁ CHIẾM TỶ TRỌNG CAO CỦA CÁC VÙNG
(Đvt: %)

	VỊNH BẮC BỘ	TRUNG BỘ	ĐÔNG NAM BỘ	TÂY NAM BỘ
1. Cá đáy:				
- Cá phèn bánh đường	10,0-10,7	1-9,7	1,5-1,84	0,5-2,68
- Cá lợng	5,86-7,72	1,08-5,2	1,25-3,9	1,4-3,37
- Cá mối	5-17,7	3,9-18,6	14,56-17,5	1,68-1,98
- Cá trác	2,7-4,7	6,86-7,6	7,0-7,63	
2. Cá nổi				
- Cá nổi	3,0-3,9			
- Cá thu	10-15			
- Cá chim		8,1	7,3	7,1
- Cá chỉ vàng		1,7	20,51	3,8

(Nguồn : Bộ Thủy sản) [6]

Trong số những loài cá trên thì có nhiều loài cá có giá trị xuất khẩu rất cao như: cá bánh đường, cá thu, cá chim. Ngoài ra, nước ta còn có ưu thế về sản lượng cá tra, cá ba sa là những loại cá hiện đang có nhu cầu rất lớn trên thế giới.

Với nỗ lực đầu tư nâng cao năng lực kỹ thuật, công nghệ trong khai thác đánh bắt thủy sản, bà con ngư dân và các doanh nghiệp đã đầu tư đóng mới, nâng cấp, cải hoán tàu thuyền. Các loại máy tầm ngư, định vị với công nghệ hiện đại đã được trang bị với số lượng tương ứng là 5.481 và 19.029 cái [90]. Năm 2004, tổng công suất các tàu đánh bắt thủy sản trong cả nước là 2.641.700 CV [85, 34] (*xem bảng 1.7*). Năm 2005, tổng số tàu cá có gắn máy của nước ta là 90.880 chiếc, với tổng công suất là 5.317.477 CV [16].

**BẢNG 1.7: CÔNG SUẤT CÁC TÀU ĐÁNH BẮT HẢI SẢN XA BỜ
PHÂN THEO ĐỊA PHƯƠNG NĂM 2000 – 2005**

(Đvt: nghìn CV)

Khu vực	2000	2002	2003	2004	2005
Đồng bằng sông Hồng	49,2	78,5	95,5	90,4	92,1
Đông Bắc Bộ	10,1	20,7	22,5	22,6	22,6
Bắc Trung bộ	96,5	122,1	125,3	137,6	131,2
Duyên hải Nam Trung Bộ	227,2	351,2	391,6	476,7	456,8
Đông Nam bộ	96,3	411,3	457,7	629,2	694,1
Đồng bằng sông Cửu Long	905,8	963,7	1.100,3	1.285,2	1.527,0
Cả nước	1.385,1	1.947,5	2.192,9	2.641,7	2.923,8

(*Nguồn: Tổng Cục Thống kê*) [85, tr 234]

Để đảm bảo khả năng phát triển thủy sản xuất khẩu một cách bền vững, Việt Nam cần chú trọng hoạt động nuôi trồng để bổ sung và duy trì nguồn lợi thủy sản.

Thực tế cũng cho thấy rằng xuất khẩu thủy sản thời gian qua đã tăng trưởng mạnh mẽ và có những đóng góp lớn đối với đất nước. Mục 1.2.3 sẽ cho thấy rõ điều đó.

1.2.3 Tác động của việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản đối với sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa và nỗ lực hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam

1.2.3.1 Sản xuất thủy sản ngày càng đóng vai trò quan trọng trong GDP cả nước.

Nghề cá đã đóng góp gần 4% tổng sản phẩm quốc nội GDP (không bao gồm giá trị gia tăng đáng kể của chế biến, phân phối và thương mại thủy sản), góp phần đưa ngành thủy sản trở thành một trong những ngành mang lại ngoại tệ lớn cho đất nước, chỉ sau ngành dầu khí, may mặc, da giày và giải quyết gần 4 triệu việc làm và thu nhập thêm cho hàng triệu lao động [88, 3].

**Bảng 1.8: TỶ TRỌNG GDP CỦA NGÀNH THỦY SẢN
SO VỚI GDP CỦA NỀN KINH TẾ THEO GIÁ THỰC TẾ**
(Đvt: tỷ đồng)

Năm	GDP cả nền kinh tế	GDP của ngành thủy sản	Tỷ trọng (%)
1994	178.534	4.762	2,67
1995	228.892	6.664	2,91
1996	272.036	9.771	3,59
1997	313.623	10.130	3,23
1998	361.017	11.598	3,21
1999	399.942	12.651	3,16
2000	441.646	14.906	3,38
2001	481.295	17.904	3,72
2002	535.762	20.340	3,80
2003	613.443	24.125	3,93
2004	715.307	27.474	3,84
2005	837.858	32.363	3,86
2006	973.791	38.252	3,93

(Nguồn: Niên giám Thống kê các năm 2000 – 2005, trang web gso.gov.vn) ([81], [82], [83], [84], [85], [86], [102])

Qua bảng 1.8, chúng ta dễ dàng nhận thấy đóng góp của ngành thủy sản vào GDP của nền kinh tế có khuynh hướng ngày càng tăng, thể hiện vai trò ngày càng quan trọng của ngành trong nền kinh tế nước ta: năm 1994, GDP của ngành thủy sản chiếm 2,67% tổng GDP của cả nền kinh tế; đến năm 2005, tỷ lệ này tăng lên đến 3,86% và năm 2006 là 3,93%.

1.2.3.2 Thủy sản ngày càng thể hiện rõ và khẳng định vai trò là một ngành hàng xuất khẩu chủ lực

Mặc dù thủy sản là mặt hàng xuất khẩu chịu sự biến động lớn của tình hình kinh tế nói chung của các nước nhập khẩu, song trong thời gian qua, thủy sản đã thể hiện những vai trò của ngành hàng này trong chiến lược hướng về xuất khẩu của Việt Nam. Một trong những biểu hiện cụ thể đó là kim ngạch xuất khẩu thủy sản ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Bảng 1.9: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU THỦY SẢN SO VỚI TỔNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CẢ NƯỚC TỪ NĂM 1994 ĐẾN NĂM 2006
(Đvt: triệu USD)

Năm	Tổng kim ngạch XK	Kim ngạch XK thủy sản	Tỷ trọng (%)
1994	4.054,3	556,3	13,7
1995	5.448,9	621,4	11,4
1996	7.255,9	696,5	9,6
1997	9.185,0	782,0	8,5
1998	9.360,3	858,0	9,2
1999	11.541,4	973,6	8,4
2000	14.482,7	1.478,5	10,2
2001	15.029,0	1.816,4	12,1
2002	16.706,1	2.021,7	12,1
2003	20.176,0	2.275,6	11,3
2004	26.003,0	2.400,8	9,23
2005	32.000,0	2.739,0	8,56
2006	39.600,0	3.364,0	8,50

(Nguồn: Niên giám Thống kê các năm 2000 – 2005, trang web gso.gov.vn) ([81], [82], [83], [84], [85], [86], [103], [105])

1.2.3.3 Ngành thủy sản góp phần giải quyết công ăn việc làm, tạo điều kiện xóa đói, giảm nghèo:

Trong thời gian qua, với sự phát triển liên tục và khá bền vững, ngành thủy sản đã tạo ra một lượng đáng kể công ăn việc làm cho nền kinh tế, tỷ trọng

lao động làm việc trong ngành thủy sản so với tổng lao động trong cả nước ngày càng tăng lên.

Bảng 1.10: SỐ LAO ĐỘNG LÀM VIỆC TRONG NGÀNH THỦY SẢN
TỪ NĂM 1990 ĐẾN NĂM 2005

(Đvt: 1.000 người)

Năm	Tổng số lao động	Lao động trong ngành thủy sản	Tỷ trọng (%)
1990	29.412,3	286,3	0,97
1995	33.030,6	462,9	1,40
2000	37.609,6	988,9	2,63
2001	38.562,7	1082,9	2,81
2002	39.507,7	1.282,1	3,25
2003	40.573,8	1.326,3	3,27
2004	41.586,3	1.404,6	3,38
2005	42.709,1	1.477,1	3,46

(Nguồn : Tổng Cục Thống kê) ([81], [82], [86], [102])

Qua các số liệu trong bảng 1.10, ta thấy tỷ trọng lao động trong ngành thủy sản tăng đều trong cả thập niên 90. Đến năm 2000, tỷ lệ lao động trong ngành thủy sản cao hơn gấp đôi so với tỷ lệ này vào năm 1990 và năm 2004, tỷ trọng này cao hơn gấp 3 lần so với năm 1990 [23]. Điều đó khẳng định rõ ràng về khả năng giải quyết công ăn việc làm của ngành thủy sản so với các ngành kinh tế khác trong phạm vi cả nước. Xét về chỉ số phát triển thì lao động trong ngành thủy sản có tốc độ tăng trưởng rất cao, trung bình khoảng 10% so với tốc độ 2,3% của toàn bộ nền kinh tế.

Về tác động của các hoạt động liên quan đến thủy sản, Ngân hàng Thế giới đã đưa ra nhận định: “Nuôi trồng thủy sản nước ngọt đã chứng minh được tiềm năng giúp đa dạng hóa sản xuất nông nghiệp quy mô nông hộ ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và Đồng bằng sông Hồng, cung cấp thực phẩm, cải thiện cuộc sống và góp phần giảm nghèo, đặc biệt ở những vùng xa thuộc các tỉnh miền núi phía Bắc ... Thành công của dự án phát triển nuôi trồng thủy sản ở

các tỉnh miền núi phía Bắc do UNDP tài trợ đã chứng minh nuôi trồng thủy sản có điều kiện phát triển ở các tỉnh miền núi, góp phần cải thiện đời sống, nâng cao thu nhập và xóa đói giảm nghèo”. [91, phụ lục, tr 6]

1.2.3.4 Hỗ trợ cho nỗ lực thâm nhập thị trường thế giới.

Thông qua hoạt động xuất khẩu thủy sản, Việt Nam có điều kiện thâm nhập vào các thị trường tiềm năng thuộc các châu lục khác nhau trên thế giới. Năm 1998, so với năm 1997, hàng thủy sản Việt Nam thâm nhập thêm vào thị trường Áo, Ailen, Hy Lạp, Ôman, Costa Rica, Zambia và Nga; năm 1999 là các thị trường Argentina, Estonia, Triều Tiên; năm 2000 là các thị trường Dominica, Cộng Hòa Trung Phi, Fiji. Các thị trường Saint Helena, Pakistan tiêu thụ nhiều thủy sản xuất khẩu của Việt Nam từ năm 2003.

Không chỉ mở rộng thị trường tiêu thụ đơn thuần mà kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các thị trường đã tăng lên đáng kể. Nếu năm 1997 chỉ có 22 thị trường đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 triệu USD trở lên (gồm: Nhật, Mỹ, Đức, Anh, Bỉ, Hà Lan, Ý, Pháp, Tây Ban Nha, Hồng Kông, Trung Quốc, Campuchia, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thái Lan, Úc, Canada, Libi, Thụy Sĩ, Đài Loan, Hàn Quốc) thì năm 1998 thêm 4 thị trường là Đan Mạch, Ixraen, Lào và Na Uy. Sau đó các thị trường CHDCND Triều Tiên, Thụy Điển, Lithuania, Nga, Séc đều đạt kim ngạch thủy sản từ 1 triệu USD trở lên. Năm 2003, danh sách các nước có kim ngạch nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam đã xuất hiện thêm các thị trường Hy Lạp, Philipin, Ba Lan, Libăng, Mêhicô.

Như vậy, thông qua hoạt động xuất khẩu thủy sản, Việt Nam có điều kiện thâm nhập vào nhiều thị trường với mức độ tham gia vào các hoạt động thương mại ngày càng lớn hơn, giúp Việt Nam phát huy tối đa lợi thế của mình trong phân công lao động quốc tế.

Ngoài ra, việc xuất khẩu thủy sản còn góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư, phát triển thủy sản còn có tác động tích cực đến việc xây dựng diện mạo cho nông thôn ven biển, góp phần xóa đói giảm nghèo và tạo điều kiện triển khai công tác an ninh quốc phòng trong bối cảnh cả nước ra sức phát triển kinh tế một cách bền vững và hội nhập kinh tế khu vực cũng như hội nhập kinh tế thế giới một cách có hiệu quả.

Việt Nam có đầy đủ tiềm năng để phát triển xuất khẩu thủy sản và trong thời gian qua, xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã phát triển nhanh chóng, có nhiều đóng góp quan trọng cho đất nước. Nhưng đó chỉ là những biểu hiện bề nổi, nếu nghiên cứu sâu thì sẽ nhận thấy xuất khẩu thủy sản Việt Nam phát triển còn thiếu bền vững và đạt hiệu quả chưa cao, bởi thiếu một hệ thống giải pháp đồng bộ để phát triển xuất khẩu thủy sản (*sẽ được trình bày chi tiết ở chương 2*).

1.3 KINH NGHIỆM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA:

Để rút ra những bài học kinh nghiệm phù hợp nhằm giúp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong thời gian tới, cần nghiên cứu kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu của các nước Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ. Đây là những nước dẫn đầu thế giới về sản lượng nuôi trồng, đánh bắt thủy sản và kim ngạch xuất khẩu thủy sản. Những nước này có điều kiện kinh tế – xã hội và tình hình phát triển ngành thủy sản tương đồng với Việt Nam. Do đó, những kinh nghiệm đúc kết từ việc nghiên cứu bài học thành công của các nước này có thể áp dụng tại Việt Nam. Ngoài ra, việc nghiên cứu một số mô hình thành công của các tổ chức xúc tiến, đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản cũng giúp Việt Nam rút ra những cách thức phù hợp để tổ chức hoạt động xuất khẩu thủy sản một cách bền vững.

1.3.1 Trung Quốc

Trung Quốc hiện đang là nước sản xuất và xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới. Năm 2001, Trung Quốc sản xuất 51 triệu tấn thủy sản và sản phẩm thủy sản, chiếm 35% tổng sản lượng thủy sản toàn cầu [33]. Ngoài ra, với kim ngạch xuất khẩu thủy sản khoảng 4 tỷ USD vào năm 2001, Trung Quốc đã vượt qua Thái Lan, trở thành nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu trên thế giới [60]. Với nỗ lực của toàn ngành, Trung Quốc đã đạt được nhiều kết quả quan trọng trong xuất khẩu thủy sản. Năm 1980, tổng khối lượng xuất nhập khẩu thủy sản chỉ mới đạt 0,4 tỷ USD, năm 1997 đạt 2,43 triệu tấn, trị giá 4,36 tỷ USD [66]. Đến năm 2002, xuất nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc đạt 4,576 triệu tấn, trị giá 6,96 tỷ USD, trong đó xuất khẩu thủy sản đạt 2,085 triệu tấn, trị giá 4,49 tỷ USD, tương ứng tăng 6,8% và 12,1% so với năm 2001 [33]. Năm 2002, Trung Quốc cũng đã gia tăng việc xuất khẩu thủy sản nuôi (ví dụ: tôm he, cá rô phi), mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản vào Mỹ, đa dạng hóa sản phẩm thông qua việc đầu tư vào công nghệ chế biến và kiểm soát chất lượng thủy sản xuất khẩu. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Trung Quốc đạt đến 8 tỷ USD.

Để tạo được những kết quả khả quan trong xuất khẩu thủy sản, Trung Quốc đã thực hiện nhiều biện pháp mang tính phối hợp đồng bộ:

- Về chiến lược phát triển: Tích cực đẩy mạnh việc điều chỉnh có tính chiến lược kết cấu nghề cá, tiến hành cải tiến cơ cấu ngành, chuyển hướng mạnh từ nghề cá truyền thống sang nghề cá hiện đại, từ chú trọng hoạt động đánh bắt sang hoạt động nuôi trồng, tăng hàm lượng chế biến, chú trọng việc đầu tư vào các chủng loại sản phẩm có giá trị gia tăng cao, liên tục mở rộng thị trường xuất khẩu và phản ứng nhanh chóng khi thị trường xuất khẩu mục tiêu xuất hiện nhiều rào cản thương mại mới. [42]

- Về hoạt động nuôi trồng thủy sản: Phát triển hoạt động nuôi trồng, căn cứ vào diễn biến và dự báo thị trường để định hướng cho người dân cơ cấu đối tượng

nuôi trồng phù hợp, các giống loài mới, có nhiều ưu điểm, là đặc sản của các vùng; tiến hành giao khoán mặt nước nuôi trồng thủy sản, khuyến khích hoạt động nuôi trồng, cấp giấy chứng nhận nuôi trồng để người dân yên tâm sản xuất và có trách nhiệm đối với sản phẩm, chú trọng công tác phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ [67].

- Về hoạt động khai thác thủy sản: Cân bằng hoạt động khai thác, đánh bắt xa bờ trên cơ sở bảo vệ nguồn tài nguyên biển, môi trường sinh thái; chú trọng đầu tư cho công nghệ chế biến, nhất là đối với các sản phẩm giá trị gia tăng và sản phẩm mới, thủy sản sinh thái [49].

- Về chế biến thủy sản: Chú trọng an toàn thực phẩm thông qua việc xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật trong chế biến và hệ thống giám sát kiểm tra chất lượng thủy sản; thực hiện chuyên môn hóa nghề cá để nâng cao hiệu quả kinh doanh thủy sản theo phương châm “phát triển một giống, hình thành một sản nghiệp, làm giàu cho hàng vạn quần chúng”[61].

- Về phát triển nghề cá bền vững: bảo vệ tài nguyên thủy sản, môi trường vùng nước nghề cá, nghỉ đánh bắt theo mùa, chống dùng điện, chất độc hại, chất nổ để đánh cá... đồng thời cân đối tốt sự phát triển nguồn nguyên liệu phục vụ chế biến qua các hoạt động khai thác và nuôi trồng với sự phát triển của hệ thống chế biến thủy sản.

- Về công tác tổ chức: Thành lập các cơ quan đặc nhiệm chuyên quản lý các thủy vực. Nhân sự của các cơ quan đặc nhiệm được điều động từ các cơ quan chức năng như: Bộ Nông Nghiệp, Bộ Vệ sinh Môi trường, Bộ Khí tượng, Bộ Vệ sinh dịch tễ ... với nhiệm vụ khảo sát, quản lý các thủy vực, phòng chống tình trạng ô nhiễm, tiến hành khống chế mật độ thả nuôi, xây dựng hệ thống kiểm tra giám định môi trường thủy sản.

1.3.2 Thái Lan

Trong thập niên 90 và những năm đầu thế kỷ 21, ngành thủy sản Thái Lan đã có những bước phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là hoạt động xuất khẩu. Nếu như năm 1990, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Thái Lan chỉ đạt 2,3 tỷ USD thì năm 2004 kim ngạch đã tăng gấp đôi so với năm 1990, đạt 4,6 tỷ USD. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Thái Lan đạt 4,9 tỷ USD.

Thái Lan đạt được thành công đáng kể trong xuất khẩu thủy sản là nhờ vào những nguyên nhân chính sau:

- Về nuôi trồng: Cục Nghề cá đã và đang thực hiện nhiều biện pháp kiểm soát và giám sát nghề nuôi, chú trọng đặc biệt đến phòng ngừa dư lượng thuốc và hóa chất cũng như khả năng nhiễm vi sinh, ngăn chặn ô nhiễm môi trường và duy trì chất lượng nước ở các vùng nuôi thủy sản như đăng ký trại nuôi, thanh tra và giám sát trại, đăng ký nhà máy sản xuất thức ăn cho nuôi trồng thủy sản, quản lý sử dụng hóa chất...
- Về nghiên cứu thị trường và chiến lược sản phẩm: chú trọng nghiên cứu phát triển mặt hàng mới, đặc biệt là các sản phẩm ăn liền và các sản phẩm giá trị gia tăng, theo sát xu hướng của thị trường và lối sống đang thay đổi của người tiêu dùng, đồng thời tìm kiếm những thị trường mới có triển vọng. Ví dụ: nhờ nghiên cứu và phát hiện các nước theo đạo Hồi có sức mua rất mạnh thực phẩm theo quy định của Hồi giáo, Cục Xúc tiến xuất khẩu Thái Lan đã liên tục tổ chức Hội chợ triển lãm quốc tế thực phẩm của người theo đạo Hồi ở Thái Lan (THAIMEX). Nhờ vậy, hiện nay thủy sản của Thái đã có mặt trên thị trường của các nước Trung Đông như Iran, Iraq, Libi... Như vậy, Thái Lan đã chú trọng đến việc mở rộng thị trường xuất khẩu, kể cả những phân khúc thị trường tiêu thụ tiềm năng có yêu cầu rất đặc biệt.

- Về chế biến thủy sản và công tác tổ chức: Cục Nghề cá Thái Lan đã thành lập phòng kiểm soát chất lượng và thanh tra thủy sản để thống nhất quản lý chất lượng thủy sản và vấn đề cấp chứng chỉ cho tất cả sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Cục Nghề cá là đơn vị duy nhất đủ thẩm quyền cấp giấy phép xuất khẩu thủy sản Thái Lan sang các nước EU, cam kết đảm bảo tất cả các cơ sở sản xuất thủy sản và các sản phẩm theo đúng quy định của EU và các chỉ thị có liên quan khác. Cục Nghề cá còn chú trọng đến việc nâng cao trình độ cán bộ và trang thiết bị hiện đại cho phòng thí nghiệm, hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện chương trình quản lý chất lượng nhằm đạt được những tiêu chuẩn tầm cỡ thế giới, theo kịp yêu cầu về thanh tra và kiểm soát chất lượng. Nhờ có sự quản lý thống nhất đó, giấy chứng nhận do Cục Nghề cá cấp được nhiều nước khác công nhận như: Nhật Bản, Ôxtrâylia, New Zealand, Nam Phi, Brazil và các nước Châu Á khác.

1.3.3 Ấn Độ

Ấn Độ là một trong các quốc gia có ngành thủy sản phát triển và có đóng góp quan trọng cho nền kinh tế quốc dân. Ngành thủy sản chiếm khoảng 3,2% tổng kim ngạch xuất khẩu, là ngành lớn thứ 4 về đóng góp ngoại tệ cho đất nước, tạo việc làm trực tiếp cho khoảng 6 triệu ngư dân và hàng triệu người trong ngành công nghiệp thực phẩm thủy sản và các ngành truyền thống khác. Ngành thủy sản hướng đến xuất khẩu của Ấn Độ chủ yếu dựa vào sản phẩm tôm đông lạnh, chiếm trên 30% khối lượng và 70% giá trị xuất khẩu thủy sản của nước này, trong đó Nhật Bản nhập khẩu 15% khối lượng và 30% giá trị. Hiện Ấn Độ là nước cung cấp tôm đông lạnh lớn nhất sang Nhật Bản và lớn thứ 3 sang Mỹ, tuy sản lượng tôm của Ấn Độ chỉ bằng 15% tổng sản lượng tôm trên thế giới. Chiếm tỷ trọng lớn nhất về khối lượng xuất khẩu thủy sản của Ấn Độ là cá,

đứng đầu là cá hổ đạt 99.339 tấn (trên 56%) trong tổng khối lượng xuất khẩu 174.976 tấn. [73]

Xuất khẩu thủy sản Ấn Độ tăng đáng kể trong 10 năm qua, từ 97.179 tấn năm 1987 – 1988 lên hơn 378.000 tấn năm 1996 – 1997, tăng 289%. Về giá trị xuất khẩu, tăng từ 5,132 tỷ rupi năm 1987 – 1988 lên 41,21 tỷ rupi năm 1996 – 1997, tăng 676%. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Ấn Độ đạt 1,5 tỷ USD. Liên minh Châu Âu là thị trường xuất khẩu chủ yếu của Ấn Độ (chiếm 26,72% về khối lượng và 17,31% về giá trị), sau đó là các thị trường: Mỹ, Nhật Bản, các nước thuộc khu vực Trung Đông, Trung Quốc.

Để đạt được những thành tựu trên trong quá trình xuất khẩu thủy sản, Ấn Độ đã thực hiện nhiều biện pháp khác nhau, trong đó đáng chú ý là những biện pháp sau:

- Về quản lý chất lượng thủy sản xuất khẩu: Chính phủ Ấn Độ đã ban hành một số văn bản pháp lý để đảm bảo quản lý chất lượng và đưa ra tiêu chuẩn bắt buộc đối với một số loại thủy sản và sản phẩm thủy sản, quản lý kế hoạch kiểm tra trước khi giao hàng, thành lập Hội đồng thanh tra xuất khẩu từ năm 1963. Hơn nữa, các công ty ngay từ đầu cũng tự xác định và đề ra chính sách chất lượng cho mình. Hầu hết các công ty đang áp dụng HACCP như một phương pháp đảm bảo tính chân thực của sản phẩm. Các công ty chế biến thủy sản là những công ty đầu tiên áp dụng HACCP (đối với xuất khẩu) nên hàng thủy sản đã xuất thành công sang các thị trường kỹ tính và chặt chẽ của thế giới như Mỹ, EU, Nhật Bản...

- Về công tác tổ chức: Ấn Độ thành lập Cơ quan Phát triển Xuất khẩu Thủy sản (Marine Products Export Development Authority - MPEDA) vào năm 1972 với chức năng quản lý và giám sát tất cả các lĩnh vực trong ngành thủy sản, các tiêu

chuẩn xuất khẩu, chế biến, mở rộng thị trường và đào tạo; giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản tìm hiểu thị trường, xúc tiến xuất khẩu, tìm hiểu các yêu cầu về buôn bán và nhập các mặt hàng thiết yếu của các nước. MPEDA đã thành lập hai văn phòng xúc tiến thương mại ở nước ngoài: ở Tokyo năm 1978 và ở New York năm 1983. Các văn phòng liên lạc chặt chẽ với các quan chức sứ quán Ấn Độ, duy trì các mối quan hệ cộng đồng ở các nước sở tại để cải thiện hình ảnh hàng thủy sản Ấn Độ. Công tác xúc tiến xuất khẩu và quảng bá thương hiệu được đặc biệt quan tâm với sự tạo điều kiện của chính phủ và sự tham gia rất tích cực của các doanh nghiệp. Ngoài ra, MPEDA còn tiến hành một số chương trình hỗ trợ tài chính, khuyến khích, hỗ trợ các nhà chế biến và xuất khẩu sản xuất các mặt hàng theo định hướng xuất khẩu, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, phục vụ thị trường quốc tế, đưa ra các chương trình đào tạo về nuôi, chế biến, bảo quản thủy sản một cách vệ sinh và nhiều vấn đề quan trọng.

Nghiên cứu kinh nghiệm của Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ, chúng ta nhận thấy muốn phát triển xuất khẩu thủy sản thành công, cần phải thực hiện hệ thống giải pháp đồng bộ, phối hợp chặt chẽ giữa các khâu đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu; trong mỗi khâu cũng cần có sự phối hợp chặt chẽ, phải làm đúng ngay từ đầu. Muốn làm được điều đó phải có một mô hình tổ chức phù hợp. Để có căn cứ lựa chọn mô hình thích hợp cho Việt Nam, dưới đây xin giới thiệu một số mô hình tổ chức phát triển sản xuất và xuất khẩu thủy sản tại một số nước.

1.3.4 Một số mô hình tổ chức phát triển sản xuất và xúc tiến xuất khẩu thủy sản:

Ngành thủy sản được quan tâm thích đáng ở những nước mà ngành có vị trí khá quan trọng trong nền kinh tế như là Mỹ, Na Uy, Ấn Độ, Thái Lan... Để có thể thực hiện hệ thống các giải pháp đồng bộ bảo đảm xuất khẩu thủy sản hiệu

quả, nhiều nước và tổ chức đã xây dựng nhiều mô hình hoạt động có vai trò đáng kể, ví dụ như: Cục Xúc tiến XK Thủy sản Ấn Độ (MPEDA); Cục nghề cá biển Hoa Kỳ (NFI), Liên minh Tôm miền Nam Hoa Kỳ (SSA), Hiệp hội thủy sản đông lạnh Thái Lan (Thai Frozen Foods Association - TFFA) ... trong đó Cục nghề cá biển (Sea Fish Industry Authority - SEAFISH) của Vương quốc Anh và Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản Na Uy (Norwegian Seafood Export Council - NSEC) là những tổ chức phát triển sản xuất và xúc tiến xuất khẩu thủy sản tiêu biểu.

1.3.4.1 Cục nghề cá biển (SEAFISH) – Vương quốc Anh

SEAFISH được thành lập năm 1981 với sự đồng bảo trợ của Bộ Môi trường, Thực phẩm và Nông thôn (Defra), Bộ Môi trường và Nông thôn Scotland (Seerad), Chính quyền xứ Welsh (WAG) và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Bắc Ailen (Dard-IN)[104]. Nguồn quỹ hoạt động của SEAFISH là lấy từ các khoản thu thuế khi các doanh nghiệp bán thủy sản, các nhà chế biến, nhập khẩu, bán lẻ mua thủy sản lần thứ nhất. Nhiệm vụ của SEAFISH là giúp ngành thủy sản tăng giá trị của từng loại thủy sản được cung ứng, tìm những cơ hội thị trường mới cho các doanh nghiệp và liên kết vấn đề phát triển nghề cá có trách nhiệm với việc đảm bảo hệ sinh thái biển. SEAFISH giúp khuếch trương việc tiêu thụ thủy sản thông qua việc cung cấp thông tin về chất lượng, sự an toàn và những lợi ích nói chung của thủy sản cho người tiêu dùng.

SEAFISH đóng một vai trò tư vấn quan trọng trong việc thành lập các hội đồng tư vấn vùng (RAC – Regional Advisory Council) để giúp ngư dân có thể tham gia một cách có hiệu quả vào hoạt động quản lý khai thác thủy sản tại Vương quốc Anh nói riêng và Châu Âu nói chung. Các hội đồng tư vấn vùng có sự tham gia của cộng đồng, của các chủ thể tham gia vào quá trình xuất khẩu thủy sản. SEAFISH cung cấp các hoạt động huấn luyện đào tạo, kiểm định công

nhận những nhà máy chế biến đạt các tiêu chuẩn quy định, các hoạt động khuyến ngư. SEAFISH còn bảo trợ cho Diễn đàn ngành thủy sản - là tổ chức đại diện duy nhất của những công ty đánh bắt, chế biến, kinh doanh và bán lẻ thủy sản. Quan điểm của tổ chức này là việc xây dựng, tuân thủ các tiêu chuẩn ngày càng được nâng cao kết hợp với các nỗ lực xúc tiến thị trường là động lực cơ bản giúp thúc đẩy sự phát triển của ngành thủy sản. Trong điều kiện đó, SEAFISH rất xem trọng việc triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc thủy sản trong toàn bộ chuỗi hoạt động liên quan đến cung ứng thủy sản một cách bền vững.

Về tài chính, 80% kinh phí hoạt động của SEAFISH là từ việc thu phí và 20% là từ các nguồn thu khác. Việc thu phí được thực hiện khi các công ty mua bán thủy sản lần thứ nhất. Theo quy định của SEAFISH, việc mua bán thủy sản lần thứ nhất diễn ra khi một sản phẩm được mua từ: ngư dân hoặc chủ tàu, nhà cung cấp nước ngoài bao gồm cả nhập khẩu trực tiếp hay mua từ một cửa hàng đông lạnh ở Anh, hàng giao theo điều kiện DDP (Giao hàng tại đích đến đã nộp thuế) hay mua từ các nước thuộc Liên minh Châu Âu hoặc những người nuôi trồng, thu hoạch thủy sản. Các khoản thu phí này không áp dụng với cá hồi và tôm nước ngọt. Mức thu phí không thay đổi từ năm 1999 đến nay và trong thời gian tới nếu có tăng thì cũng tăng dần dần với mức độ không đáng kể. Tổng phí thu được hàng năm vào khoảng gần 9 triệu bảng Anh [104].

Về cơ cấu tổ chức, SEAFISH có Hội đồng quản trị và Ban Điều hành. Hội đồng quản trị có Chủ tịch, Phó Chủ tịch, các ủy viên phụ trách các khu vực: Xứ Wales, Bắc Ailen, Scotland hay các mảng công tác chế biến, dịch vụ thực phẩm, bán lẻ, nuôi trồng, nghiên cứu - phát triển, công nghệ – đào tạo và dịch vụ kinh doanh. Ban Điều hành gồm: Tổng Giám đốc và các Giám đốc phụ trách các mảng công tác (các Giám đốc này đồng thời tham gia Hội đồng quản trị). Bộ phận nghiên cứu - phát triển gồm các chuyên viên phụ trách về kinh tế, nuôi

trồng thủy sản, thương mại – chất lượng, phát triển nhân sự và phụ trách thông tin thị trường; bộ phận công nghệ – đào tạo gồm các hoạt động an toàn biển, nghề cá, đào tạo, pháp chế, công nghệ thủy sản; bộ phận kinh doanh gồm: tài chính, thu phí và công nghệ thông tin.

Với những hoạt động của mình, kể từ khi thành lập SEAFISH đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của hoạt động nuôi trồng, đánh bắt, chế biến thủy sản tại Vương quốc Anh với nhiều dự án và chương trình thiết thực hỗ trợ cho hoạt động quản lý nhà nước về thủy sản.

Mô hình hoạt động của SEAFISH cho thấy khuynh hướng đồng quản lý trong đó ngư dân, các doanh nghiệp khai thác, chế biến, bán lẻ thủy sản cùng tham gia vào quá trình quản lý và ra quyết định là một hướng đi mới, phù hợp với thực tế phát triển của ngành thủy sản. Việc thu phí để tạo nguồn tài chính trang trải cho các hoạt động của SEAFISH cũng gợi mở một khả năng triển khai tại các nước đang rất quan tâm phát triển thủy sản hướng đến xuất khẩu như Việt Nam.

1.3.4.2 Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản Na Uy (NSEC)

Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản Na Uy (NSEC) do Quốc hội Na Uy thành lập vào ngày 01/07/1991, có chức năng cung cấp thông tin và hoạt động quảng bá, marketing cho ngành thủy sản Na Uy; các hoạt động của NSEC tuân theo các quy định trong Đạo luật về xuất khẩu thủy sản (Fish Export Act). Hội đồng thực hiện một số chức năng hành chính và là cơ quan tham mưu cho Bộ Thủy sản. Hoạt động của Hội đồng dựa vào các khoản phí thu theo quy định. Lãnh đạo Hội đồng do Bộ Thủy sản bầu chọn, trên cơ sở giới thiệu của các tổ chức hoạt động trong ngành thủy sản với nhiệm kỳ hoạt động là 2 năm. Với tư cách là một tổ chức tham gia vào việc soạn thảo các quy định, NSEC thông qua danh sách các công ty xuất khẩu, cung cấp thông tin cho ngành thủy sản và phối hợp các hoạt động

marketing cho ngành thủy sản Na Uy cả ở trong nước và nước ngoài; liên kết các hoạt động nghiên cứu, đào tạo và công nghệ trong việc marketing thủy sản. NSEC có trụ sở chính tại Tromsø và các văn phòng đại diện tại Hamburg (Đức), Paris (Pháp), Rio de Janeiro (Brasil), Tokyo (Nhật) và Hồng Kông, Bắc Kinh (Trung Quốc).

Hoạt động của NSEC tập trung vào 4 mảng chính:

- Marketing: căn cứ vào tình hình cụ thể của ngành thủy sản, NSEC định hướng và hỗ trợ cho các hoạt động marketing của các doanh nghiệp. NSEC thành lập các nhóm tư vấn về marketing cho nhiều nhóm sản phẩm thủy sản khác nhau.
- Thông tin thị trường: NSEC chuẩn bị các số liệu thống kê và tiến hành các phân tích thị trường thủy sản. Người tiếp nhận thông tin là các công ty xuất khẩu và các doanh nghiệp trong ngành. Mục tiêu của hoạt động này là đảm bảo ngành thủy sản, các cơ quan chức năng và bản thân NSEC đưa ra những quyết định phù hợp nhất. Để thực hiện tốt chức năng này, NSEC có quan hệ chặt chẽ với các cơ quan chức năng về thủy sản và các viện nghiên cứu, trường đại học.
- Tiếp cận thị trường: NSEC xây dựng một hệ thống thông tin về thị trường như hạn ngạch nhập khẩu, mức thuế suất và các điều kiện kinh doanh tại các thị trường khác để cung cấp cho các doanh nghiệp.
- Hoạt động quảng bá: Với tư cách là một cơ quan quảng bá cho ngành thủy sản Na Uy, thông qua các hoạt động của mình, NSEC góp phần quảng bá hình ảnh của ngành thủy sản ở trong và ngoài nước.

1.3.5 Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam:

Qua nghiên cứu kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của các nước Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ và hai tổ chức xúc tiến xuất khẩu thủy sản là Cục nghề cá biển SEAFISH (Vương quốc Anh) và Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản

NSEC (Nauy), có thể rút ra những bài học nghiệm sau đây nhằm đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong điều kiện đặc thù của Việt Nam:

Một là, phải có hệ thống các giải pháp đồng bộ trong tất cả các khâu nuôi trồng, đánh bắt, bảo quản, chế biến thủy sản xuất khẩu và dịch vụ hậu cần nghề cá; chú trọng vấn đề đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, đầu tư đổi mới công nghệ;

Hai là, việc áp dụng các tiêu chuẩn quản lý chất lượng đóng một vai trò quan trọng trong việc triển khai chiến lược sản phẩm tại thị trường nước ngoài;

Ba là, chú trọng việc mở rộng thị trường để khai thác tốt các phân khúc thị trường và tránh các rủi ro vì quá phụ thuộc vào thị trường;

Bốn là, dành nhiều nguồn lực ưu tiên cho các hoạt động xúc tiến xuất khẩu, quảng bá thương hiệu trên cơ sở đảm bảo chất lượng và giá cả cạnh tranh;

Năm là, phát triển ngành thủy sản trên cơ sở bền vững trên cơ sở cân đối giữa đánh bắt, nuôi trồng và chế biến thủy sản nhằm thực hiện có hiệu quả các quy hoạch phát triển thủy sản; quan tâm thích đáng đến bảo vệ nguồn lợi thủy sản và môi trường.

Sáu là, cần thành lập một tổ chức điều phối, quản lý hoạt động khai thác, đánh bắt để đảm bảo nguồn lợi thủy sản không bị khai thác quá mức, đảm bảo sự phát triển bền vững và xúc tiến, quảng bá hoạt động xuất khẩu thủy sản trên cơ sở khai thác hiệu quả của phương thức “đồng quản lý” với sự tham gia tích cực của cộng đồng và tăng cường vai trò tích cực của Nhà nước trong việc tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Những kinh nghiệm trên đều đã được các nước, các tổ chức áp dụng một cách đồng bộ để tạo ra một bước chuyển biến thực chất trong toàn ngành thủy sản và trong hoạt động xuất khẩu.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Qua nghiên cứu các lý thuyết kinh tế cổ điển và hiện đại, xét trong điều kiện vận động phát triển hiện nay của ngành thủy sản Việt Nam, chúng ta có thể khẳng định rằng việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong điều kiện mới hiện nay là hết sức cần thiết. Xuất khẩu thủy sản sẽ giúp mang về một nguồn ngoại tệ quan trọng, phục vụ cho nhu cầu về vốn đầu tư cho chiến lược công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước trên cơ sở khai thác các cơ hội kinh doanh mới khi Việt Nam đã là thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Trong nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, vai trò tạo môi trường pháp lý và hỗ trợ của Nhà nước là rất quan trọng. Khi xuất khẩu, cần chú trọng việc tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, có sức cạnh tranh trên thị trường thế giới. Với khuynh hướng tiêu thụ thủy sản hiện nay, hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vẫn còn nhiều khả năng đáp ứng cả về số lượng, chủng loại và chất lượng thủy sản. Những lợi thế so sánh của Việt Nam như: tiềm năng nguồn lợi thủy sản; khả năng khai thác, đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản và dịch vụ hậu cần nghề cá của Việt Nam vẫn có thể cho phép ngành thủy sản tiếp tục phát triển, mở rộng. Việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển xuất khẩu thủy sản của Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ và các tổ chức phát triển xuất khẩu thủy sản của Anh và Na Uy cũng giúp cho Việt Nam rút ra những bài học kinh nghiệm cần thiết cho việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong giai đoạn mới như:

- cần có hệ thống giải pháp đồng bộ trong tất cả các khâu: đánh bắt, nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thủy sản và dịch vụ hậu cần nghề cá,
- chú trọng chất lượng sản phẩm xuất khẩu,

- không ngừng mở rộng thị trường tiêu thụ với sự hỗ trợ tích cực và hiệu quả của các tổ chức phát triển xuất khẩu thủy sản,
- khai thác sức mạnh tổng hợp của quản lý nhà nước và tính tự quản của cộng đồng.

Như vậy, trên cơ sở xem xét các khía cạnh có liên quan đến hoạt động xuất khẩu thủy sản Việt Nam, chúng ta có thể khẳng định rằng Việt Nam có đầy đủ điều kiện để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trên cơ sở khai thác bền vững tài nguyên biển đi đôi với việc phát triển nguồn lợi thủy sản, đáp ứng nhu cầu phát triển dài hạn. Việc phân tích tình hình xuất khẩu thời gian qua và các yếu tố tác động đến hoạt động xuất khẩu thủy sản bao gồm cả các yếu tố của môi trường bên trong như: hoạt động đánh bắt, nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thủy sản, công tác marketing, các hoạt động dịch vụ hỗ trợ, công tác tổ chức điều hành lẫn các yếu tố của môi trường bên ngoài như điều kiện tự nhiên, môi trường kinh tế, môi trường chính trị, môi trường pháp lý (*được trình bày ở chương 2*) sẽ giúp đánh giá đầy đủ tình hình xuất khẩu thủy sản của nước ta, làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp đồng bộ đẩy mạnh thủy sản của Việt Nam từ nay đến năm 2020 (*được trình bày ở chương 3*).

CHƯƠNG 2

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

Trong giai đoạn 1990 – 2006, ngành thủy sản Việt Nam đã đạt được những bước tiến dài trong quá trình phát triển ngành, tích cực đóng góp vào quá trình công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước, tạo nên những dấu ấn phát triển quan trọng.

2.1 TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

2.1.1 Kim ngạch xuất khẩu

Thời gian qua, thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và nếu xét về kim ngạch xuất khẩu, thủy sản chỉ đứng sau dầu thô, dệt may, da giày. Trên thị trường thế giới, Việt Nam đang dần trở thành một trong những nước xuất khẩu thủy sản quan trọng với kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng qua các năm, từ năm 1990 đến năm 2006.

Bảng 2.1: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM
GIAI ĐOẠN 1990 - 2006

Năm	Kim ngạch (triệu USD)	Tốc độ tăng trưởng so với năm trước (%)
1990	205,0	-
1991	262,2	27,9
1992	305,1	16,4
1993	368,4	20,7
1994	556,3	51,0
1995	621,4	11,7
1996	696,5	12,1
1997	782,0	12,3
1998	858,0	9,7
1999	973,6	13,5
2000	1.478,5	51,9
2001	1.816,4	22,9
2002	2.021,7	11,3
2003	2.275,6	12,6

2004	2.400,8	5,5
2005	2.739,0	14,1
2006	3.348,0	22,8

(Nguồn: Tổng cục Thống kê, VASEP) ([81], [82], [83], [84], [103])

Bảng 2.1 cho thấy năm 1990, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 205 triệu USD. Mười năm sau, năm 2000, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đã đạt 1.478,5 triệu USD, bằng 721% so với năm 1990 [22]. Ngành thủy sản chỉ mất 12 năm để tăng kim ngạch xuất khẩu lên gấp 10 lần, từ 205 triệu USD năm 1990 lên đến 2021,7 triệu USD vào năm 2002 [62] và năm 2006, kim ngạch xuất khẩu đã vượt ngưỡng 3 tỷ USD. Như vậy, trong 16 năm qua, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam đạt kết quả khá ngoạn mục so với các ngành kinh tế khác và so với các nước trong khu vực. Ngay cả khi cuộc khủng hoảng tài chính – tiền tệ ở Châu Á có ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế các nước trên thế giới và kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng khác có sút giảm thì kim ngạch xuất khẩu thủy sản vẫn tăng. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản trong các năm 2001, 2002, 2003 có tốc độ tăng trưởng khá cao. Năm 2004, do hậu quả của các vụ kiện bán phá giá, điều kiện sản xuất trong nước gặp nhiều khó khăn nên tốc độ tăng trưởng năm 2004 có chậm lại nhưng sau đó đã nhanh chóng đạt lại tốc độ tăng trưởng 14,1% vào năm 2005 và 24,1% vào năm 2006.

Trong cả nước, các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long là những địa phương có kim ngạch xuất khẩu thủy sản lớn, đứng đầu là Cà Mau, Cần Thơ, Sóc Trăng, An Giang ... Nhìn chung, trong các tỉnh dẫn đầu cả nước về xuất khẩu thủy sản, khuynh hướng phổ biến là duy trì được tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu khả quan (xem bảng 2.2).

Bảng 2.2: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM 2001 – 2006

(CHIA THEO ĐỊA PHƯƠNG)

(Đvt: triệu USD)

Đơn vị	Năm 2001	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006
Khối trung ương	196,0	201,8	128,7	
Khối địa phương	1620,4	2199,0	2610,3	
Trong đó: Cà Mau	442,0	500,0	303,6	576,3
TPHCM	191,8	204,0	167,0	489,9
Cần Thơ	(*) 248,3	(*) 290,9	129,2	337,7
Sóc Trăng	300,0	310,0	206,6	317,9
An Giang	128,7	121,0	44,2	253,8
Khánh Hòa	170,0	230,0	122,5	249,6
Bà Rịa –VT	126,3	147,0	47,2	207,4
Bạc Liêu	87,3	109,1	93,6	110,7
Tỉnh khác	504,6	698,3	506,5	
Tổng cộng	1816,4	2400,8	2739,0	

(Nguồn: Bộ Thủy sản) ([7], [11], [14], [15], [16]) (*): tính cả kim ngạch XK từ tỉnh Hậu Giang

2.1.2 Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Với nguồn lợi thủy sản phong phú, Việt Nam có thể xuất khẩu nhiều loại thủy sản có tính kinh tế cao. Tuy nhiên, trong thực tế thời gian qua các mặt hàng thủy sản vẫn còn khá đơn điệu.

Bảng 2.3: CƠ CẤU HÀNG THỦY SẢN XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 1998 - 2006

(Đvt: %)

Nhóm hàng	Năm							
	1998	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006
Tôm	53,2	49,6	44,8	47,8	46,5	52,5	50,1	43,6
Cá	12,9	12,4	15,5	22,9	20,5	23,0	25,1	34,2
Hải sản khô	5,5	7,9	13,4	6,8	3,3	4,2	4,8	4,3
Mực, bạch tuộc	10,8	11,3	7,4	7,1	5,1	6,8	6,7	6,6
Thủy sản khác	17,6	18,8	18,9	15,4	24,6	13,5	13,3	11,3
Tổng cộng	100	100	100	100	100	100	100	100

(Nguồn: Tổng cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Qua bảng 2.3 có thể nhận thấy rằng tôm vẫn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, có kim ngạch xuất khẩu chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản, sau đó là mặt hàng cá với tỷ trọng có khuynh hướng ngày càng tăng, đặc biệt đối với mặt hàng cá tra, cá ba sa, kim ngạch xuất khẩu năm 2007 có thể đạt 1 tỷ USD. Mực, bạch tuộc và hải sản khô trong các năm gần đây chỉ chiếm khoảng 10% kim ngạch xuất khẩu thủy sản. Tuy nhiên, nhìn chung các mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua chủ yếu là các mặt hàng sơ chế hoặc nguyên liệu. Các mặt hàng chế biến có giá trị gia tăng cao vẫn còn chiếm tỷ lệ khiêm tốn. Hiệu quả xuất khẩu các sản phẩm thủy sản chưa cao do thiếu một hệ thống giải pháp đồng bộ giữa các khâu tạo nguồn nguyên liệu, khâu chế biến và xuất khẩu và công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm chưa đáp ứng tốt yêu cầu của các thị trường.

2.1.3 Thị trường xuất khẩu

Thời gian qua, các doanh nghiệp Việt Nam đã nỗ lực đa dạng hóa thị trường xuất khẩu nhằm mở rộng khả năng tiêu thụ và nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam. Nhật Bản, Mỹ, EU, Trung Quốc là những thị trường xuất khẩu thủy sản chủ yếu của Việt Nam nhưng vị trí của các thị trường này cũng biến động theo thời gian. Tính đến tháng 12/2006, hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt ở 127 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Bảng 2.4: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 1997-2006

(Đvt: %)

Thị trường	Năm						
	1997	2000	2002	2003	2004	2005	2006
Nhật Bản	48,9	31,6	26,6	25,6	31,4	29,7	25,2
Mỹ	5,0	20,2	32,4	34,4	24,7	23,1	19,8
EU	9,6	6,7	4,2	5,6	10,2	15,9	21,6
Trung Quốc, Hồng Kông	13,6	19,8	15,0	6,5	5,5	4,9	4,4

ASEAN	8,2	5,3	3,9	3,2	6,9	4,5	4,5
Các nước khác	14,7	16,4	17,9	24,7	21,3	21,9	24,5
Tổng cộng	100	100	100	100	100	100	100

(Nguồn: Tổng cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Qua bảng 2.4, chúng ta có thể rút ra một số nhận xét về thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong giai đoạn 1997 – 2006 như sau: Nhật Bản vẫn là thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam nhưng tỷ trọng của thị trường này có khuynh hướng ngày càng giảm đi (năm 1997 chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu nhưng đến năm 2005 chỉ chiếm gần 30%). Mỹ và EU ngày càng trở thành những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam với tỷ trọng có khuynh hướng tăng dần lên.

Dưới đây xin phân tích sâu một số thị trường chủ yếu:

2.1.3.1 Thị trường Nhật Bản

Từ đầu thập niên 80 đến nay, Nhật Bản luôn là bạn hàng nhập nhiều thủy sản Việt Nam nhất, có nhiều năm kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Bảng 2.5: XUẤT KHẨU THỦY SẢN SANG NHẬT BẢN GIAI ĐOẠN 1997 - 2006

Năm	Kim ngạch (triệu USD)	Tốc độ tăng trưởng so với năm trước (%)
1997	382,1	-
1998	357,4	-6,5
1999	381,3	+6,7
2000	467,3	+22,6
2001	465,9	-0,3
2002	538,0	+15,5
2003	582,9	+8,3
2004	754,9	+29,5
2005	813,4	+7,7
2006	842,6	+3,6

(Nguồn: VASEP) [103]

Nhìn chung kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường Nhật Bản có khuynh hướng tăng đều, tốc độ phát triển trung bình đạt 9%/ năm, ít có những diễn biến đột biến về thị trường. Tôm, mực và bạch tuộc, cá ngừ đông lạnh là những mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản (xem bảng 2.6).

Bảng 2.6: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÁC NHÓM HÀNG THỦY SẢN SANG THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN TỪ 2002 – 2006

(Đvt: Giá trị: triệu USD; Tỷ trọng (TT):%)

Nhóm hàng	Năm 2002		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006	
	Giá trị	TT	Giá trị	TT	Giá trị	TT	Giá trị	TT
Tôm	347,4	64,6	522,7	69,2	549,7	67,6	581,2	69,0
Mực, bạch tuộc	66,0	12,3	72,5	9,6	81,1	9,9	93,6	11,1
Cá	56,5	10,5	66,2	8,8	80,6	9,8	80,5	9,6
Hàng khô	23,5	4,3	23,7	3,2	24,8	3,1	15,3	1,8
Hải sản khác	44,6	8,3	69,8	9,2	77,2	9,6	72,0	8,5
Tổng	538,0	100	754,9	100	813,4	100	842,6	100

(Nguồn: Tổng cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Về nhu yếu thể, đặc biệt là các nhu yếu thể chân đầu (chủ yếu là mực ống, mực nang) được người tiêu dùng Nhật rất ưa thích, chế biến theo nhiều dạng, từ dạng tươi như sushi, sashimi đến các dạng rán, xông khói, nướng, tẩm gia vị, thậm chí cả dưới dạng sơ chế nguyên con, philê, cắt mỏng, thái miếng, cắt khoanh và các món ăn với các sản phẩm khô, ướp lạnh, ướp đông... [2].

Mặt hàng tôm luôn duy trì được khuynh hướng kim ngạch xuất khẩu luôn tăng và chiếm tỷ trọng trên 60% kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Nhật. Năm 2006, Nhật Bản đứng đầu về tiêu thụ tôm, chiếm gần 40% tổng giá trị xuất khẩu tôm của Việt Nam. Các nhóm hàng khác đều có sự biến động nhất định, nhưng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu mực, bạch tuộc, cá, hàng khô ngày càng giảm. Một

trong những nguyên nhân là do các doanh nghiệp ngày càng nỗ lực đa dạng hóa sản phẩm, đầu tư vào các sản phẩm giá trị gia tăng....

Nhìn chung, trong thời gian qua Nhật Bản vẫn là thị trường nhập khẩu thủy sản rất quan trọng của Việt Nam, nhưng ngay tại thị trường này, xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng bộc lộ sự phát triển không bền vững. Năm 2006, Nhật Bản bắt đầu thực hiện Luật An toàn Vệ sinh Thực phẩm và tăng cường công tác kiểm tra dư lượng kháng sinh, hóa chất. Sau khi đã nhiều lần cảnh báo về việc các nhà xuất khẩu phải tuân thủ các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm nhưng một số doanh nghiệp vẫn vi phạm, phía Nhật Bản đã thực hiện biện pháp kiểm tra 100% lô hàng tôm, mực xuất khẩu của Việt Nam và thậm chí, nếu tình hình vẫn tiếp diễn, họ có thể cấm nhập khẩu một số mặt hàng thủy sản xuất khẩu từ Việt Nam [101]. Do vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cần đảm bảo chất lượng sản phẩm, chú trọng nghiên cứu tập quán tiêu dùng để áp dụng cách thức đóng gói, bao bì phù hợp và nghiêm túc thực hiện thời gian giao hàng đã quy định để từng bước tạo dựng uy tín vững chắc tại thị trường này.

2.1.3.2 Thị trường Mỹ:

Mỹ là thị trường có sức tiêu thụ lớn nhất thế giới cả về khối lượng và giá trị trao đổi hàng hóa. Trong thời gian qua, sau khi các hoạt động mậu dịch được nối lại, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng đã năng động thâm nhập thị trường này. Dù đây là thị trường có nhiều ràng buộc, cản trở thương mại, hệ thống luật pháp phức tạp nhưng đây cũng là thị trường nhập khẩu còn nhiều tiềm năng chưa khai thác [78]. Có thể khẳng định Mỹ là thị trường mà kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đạt tốc độ phát triển rất cao. Dù năm 1998, nền kinh tế Mỹ cũng bị ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng tài chính – tiền tệ Châu Á và sức mua trong nhiều ngành bị giảm sút, nhưng kim

ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này đạt tốc độ phát triển đến 205,1%. Năm 2000, tốc độ phát triển kim ngạch đạt 230,3%. Chính tốc độ phát triển “quá nóng” đó đã dẫn tới các tranh chấp thương mại vô lý liên quan đến cá tra, cá ba sa, tôm... vào những năm 2003, 2004. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu thủy sản vẫn gia tăng và đạt tốc độ tăng trưởng tương ứng là 34,1% và 19,3%. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản năm 2005 sang thị trường này đạt 632,7 triệu USD.

Các mặt hàng xuất sang Mỹ tính theo giá trị nhiều nhất vẫn là tôm đông lạnh, đạt 466 triệu USD, chiếm 71,20% kim ngạch xuất khẩu (tăng 37,62% so với năm 2001), cá đông lạnh đạt 15,03%, cá tra, cá ba sa, cá ngừ, mực đông lạnh, mực khô và các mặt hàng giá trị gia tăng. Năm 2002 cũng là một năm sóng gió vì Việt Nam phải tiếp tục đấu tranh chống lại vụ kiện bán phá giá cá tra, cá ba sa [66]. Ảnh hưởng của vụ kiện đã gây nhiều khó khăn cho hoạt động xuất khẩu sản phẩm này. Ngay sau khi có quyết định sơ bộ về thuế suất, các giao dịch về cá tra, cá ba sa gần như bị đình trệ do các nhà nhập khẩu lo ngại bị đánh thuế cao.

**Bảng 2.7: CƠ CẤU HÀNG THỦY SẢN XUẤT KHẨU SANG MỸ
GIAI ĐOẠN 2002 – 2006**

(Đvt: Giá trị: triệu USD; Tỷ trọng (TT):%)

Nhóm hàng	Năm 2002		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006	
	Giá trị	TT	Giá trị	TT	Giá trị	TT	Giá trị	TT
Tôm	467,3	71,2	392,5	66,2	434,1	68,5	422,9	63,7
Cá	145,0	22,1	141,4	23,8	126,2	19,9	159,4	24,0
Mực, bạch tuộc	3,3	0,5	3,9	0,7	5,5	0,9	7,7	1,1
Hàng khô	0,3	0,1	2,9	0,5	2,4	0,4	3,1	0,5
Hải sản khác	39,8	6,1	52,1	8,8	65,8	10,3	71,2	10,7
Tổng	655,7	100	592,8	100	634,0	100	664,3	100

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Việt Nam hiện đứng thứ 9 trong số các nước xuất khẩu tôm vào Mỹ. Ngoài mặt hàng tôm, cá đông lạnh cũng đang được xuất khẩu sang thị trường Mỹ với số lượng ngày càng tăng, đặc biệt là cá tra.

Nhìn chung, thị trường Hoa Kỳ có sức tiêu thụ lớn và các kênh phân phối mang tính chuyên nghiệp và hiệu quả cao, có thể giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam xuất khẩu với khối lượng hàng hóa có giá trị lớn. Tuy nhiên khi kinh doanh tại thị trường này, các doanh nghiệp cần đặc biệt quan tâm đến môi trường pháp lý và các tranh chấp thương mại có thể phát sinh để chủ động phòng ngừa, đối phó. Các doanh nghiệp cần có chiến lược kinh doanh lâu dài, đa dạng hóa sản phẩm, xây dựng các liên kết kinh doanh chặt chẽ với các nhà phân phối thủy sản tại chỗ để tận dụng hệ thống phân phối cũng như những am hiểu thị trường của các nhà phân phối lớn, tránh rủi ro phát sinh.

2.1.3.3 Thị trường EU:

EU là thị trường tương đối khó tính đối với các mặt hàng thực phẩm nói chung và đặc biệt là thủy sản, vì đây là loại thực phẩm được tiêu thụ phổ biến tại các nước thành viên EU [5]. Kim ngạch xuất khẩu có khuynh hướng tăng qua các năm (*xem bảng 2.8*). Từ kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 74,9 triệu USD vào năm 1997 đã tăng lên đến 436,7 triệu USD vào năm 2005. Năm 2006, EU trở thành thị trường tiêu thụ thủy sản xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam [103].

Bảng 2.8: XK THỦY SẢN SANG THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN 1997 - 2006

Năm	Kim ngạch (triệu USD)	Tốc độ phát triển so với năm trước (%)
1997	74,9	-
1998	93,3	+24,6
1999	89,8	-3,80
2000	99,2	+10,5
2001	107,0	+7,90

2002	84,4	-21,1
2003	127,2	+50,7
2004	243,9	+91,7
2005	436,7	+ 79,0
2006	723,5	+ 65,7

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Trong Liên minh Châu Âu, Bỉ, Italia, Đức, Hà Lan, Pháp, Anh là những thị trường chủ yếu tiêu thụ thủy sản Việt Nam. Tuy nhiên, giá trị nhập khẩu của các thị trường này vẫn còn khiêm tốn.

Nếu như tôm là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Nhật và Mỹ thì ở EU, ngoài tôm là mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất, cá, bạch tuộc và mực cũng được tiêu thụ khá mạnh.

BẢNG 2.9: CƠ CẤU HÀNG THỦY SẢN XK SANG EU GIAI ĐOẠN 2002 - 2006
(Đvt: %)

Nhóm hàng	Năm 2002	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006
Tôm	23,7	29,8	26,1	28,6	21,3
Cá	25,7	28,7	45,4	46,2	59,5
Hàng khô	0,4	0,1	0,3	0,5	0,3
Mực, bạch tuộc	16,6	13,6	9,3	7,6	7,0
Hải sản khác	33,6	27,8	18,9	17,1	11,9
Tổng	100	100	100	100	100

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Trong những năm qua, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang thị trường EU các sản phẩm nhuyễn thể chân đầu (bạch tuộc các cỡ, mực ống, mực nang đông lạnh...), cá đông lạnh (đặc biệt là cá ngừ), tôm đông lạnh và một số hải sản khác.

Nhu cầu trên thị trường EU đa dạng, sức mua lớn, giá cả lại hấp dẫn... nên triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường này rất lớn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp phải đảm bảo chất lượng sản phẩm và các biện pháp

kiểm soát chất lượng để đáp ứng những quy định rất nghiêm ngặt và các chế tài nghiêm khắc.

2.1.3.4 Thị trường Trung Quốc và Hồng Kông:

Thị trường Trung Quốc và Hồng Kông có sức mua thủy sản rất lớn do dân số ở thị trường này đông và tập quán tiêu dùng thủy sản trong các bữa ăn hàng ngày hay lễ tiệc là rất phổ biến. Một phần thủy sản nhập khẩu đáp ứng nhu cầu thực phẩm của người dân Trung Quốc, phần khác dùng làm nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến thủy sản của nước này.

**Bảng 2.10: XUẤT KHẨU THỦY SẢN SANG
THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC, HỒNG KÔNG GIAI ĐOẠN 1997 - 2006**

Năm	Kim ngạch (triệu USD)	Tốc độ phát triển so với năm trước (%)
1997	106,4	-
1998	118,1	+11,0
1999	116,9	-1,0
2000	291,7	+149,5
2001	316,7	+8,6
2002	302,3	-4,5
2003	147,8	-51,1
2004	131,2	-11,2
2005	134,4	+2,4
2006	145,6	+8,3

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Năm 2000, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc bằng 420,1% kim ngạch của năm 1999, nhưng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này vào năm 2003 chỉ bằng 29,5% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của năm 2002. Điều đó đã thể hiện rõ tính biến động rất lớn của thị trường này. Trong các năm từ 1997 đến 2004, Hồng Kông nhập khẩu chủ yếu là các mặt hàng tôm,

cá, mực đông lạnh có giá trị cao, còn thị trường Trung Quốc chủ yếu nhập khẩu mực khô, cá khô, cá muối và gần đây là các loại cua biển tươi sống.

Hiện nay, hoạt động xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc cũng đã phát sinh những khó khăn vướng mắc, ví dụ như phương thức giao hàng và thanh toán còn nhiều rủi ro, vận chuyển khó khăn, chi phí vận chuyển bằng đường bộ cao, cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng tốt yêu cầu bảo quản hàng hóa, các yêu cầu về ghi nhãn, bao gói và chứng nhận kiểm dịch cũng gây ra nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Việc các doanh nghiệp hiện đang xuất khẩu thủy sản sang Hồng Kông để xuất khẩu sang một nước thứ 3 có thể khiến cho các thị trường nhập khẩu tính đến những biện pháp kiểm soát khác.

2.1.3.5 Thị trường ASEAN:

Các nước ASEAN chỉ chiếm một tỷ trọng khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam và tỷ trọng này có xu hướng giảm dần, từ 8,2% vào năm 1997 xuống chỉ còn 3,2% vào năm 2003. Năm 2002, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các nước ASEAN đạt tốc độ phát triển cao nhất, bằng 122,5% so với năm 2001 – năm có kim ngạch xuất khẩu chỉ bằng 83,4% so với năm 2000. Thị trường ASEAN không có những biến động lớn do các nước trong khu vực cũng có khả năng khai thác nuôi trồng thủy sản để đáp ứng nhu cầu trong nước. Thủy sản nhập khẩu chủ yếu được sử dụng làm nguyên liệu cho ngành chế biến trong nước. Năm 2004, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các thị trường ASEAN tăng vọt, bằng 226,7% kim ngạch năm 2003 nhưng năm 2005, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 74,4% của năm 2004. Năm 2006, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này có tăng lên chủ yếu nhờ vào việc xuất khẩu cá đông lạnh và hàng khô.

Bảng 2.11: XUẤT KHẨU THỦY SẢN SANG CÁC NƯỚC ASEAN
GIAI ĐOẠN 1997 – 2006 (Đvt: triệu USD)

Năm	Kim ngạch	Tốc độ phát triển (%)
1997	64,1	-
2000	77,8	122,3
2001	64,9	83,4
2002	79,5	122,5
2003	73,1	91,9
2004	165,7	226,7
2005	123,2	74,4
2006	151,0	22,5

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê, VASEP và tính toán của tác giả) ([81], [82], [83], [84],[102], [103])

Trong khối ASEAN, Thái Lan và Singapore là hai nước nhập khẩu nhiều thủy sản Việt Nam nhất, tập trung là tôm, cá, mực đông lạnh với kim ngạch khoảng từ 25 – 30 triệu USD/năm.

Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường các nước ASEAN vẫn còn khiêm tốn do điều kiện sản xuất và phát triển ngành thủy sản của Việt Nam và các nước này có nhiều điểm tương đồng. Để tăng kim ngạch xuất khẩu, các doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu tập quán tiêu dùng, đặc biệt là nhu cầu tiêu thụ thủy sản của người theo đạo Hồi và người Hoa vốn chiếm một tỷ lệ cao trong cơ cấu dân số các nước ASEAN.

2.1.3.6 Các thị trường khác:

Nỗ lực đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam thể hiện khá rõ khi tỷ trọng giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ngoài Mỹ, Nhật, EU, Trung Quốc, Hồng Kông và ASEAN đã tăng từ 14,7% năm 1997 lên đến 24,7% vào năm 2003 [10], [14]. Giá trị tuyệt đối cũng đạt tốc độ phát triển rất cao, từ 115,4 triệu USD vào năm 1997 lên đến 597,3 triệu USD vào năm 2005. Trong các thị trường này, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Đài Loan, Hàn Quốc, Thụy Sĩ, Australia và Canada chiếm khoảng 10%. Các thị

trường còn lại chiếm tỷ trọng không đáng kể. Năm 2006, hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt tại 127 thị trường, tăng 20 thị trường so với năm 2005.

Tóm lại, trong 16 năm phát triển (từ 1990 đến 2006), xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã đạt được bước phát triển đáng kể: kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên, xuất khẩu thủy sản chuyển từ quy mô sản xuất nhỏ sang quy mô sản xuất lớn, mang tính sản xuất hàng hóa ngày càng rõ nét với cơ cấu mặt hàng xuất khẩu ngày càng đa dạng, có hàm lượng chế biến ngày càng cao. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đã cố gắng sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất với điều kiện đặc thù của ngành, tối đa hóa hiệu quả đầu tư thông qua việc khai thác các công nghệ mới trong chuỗi các hoạt động liên quan đến xuất khẩu thủy sản, đầu tư một cách có hệ thống và đáp ứng tốt nhất yêu cầu về sản phẩm, công nghệ, vệ sinh an toàn thực phẩm, khâu phân phối ... trên cơ sở nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng tại thị trường nước ngoài, tối đa hóa hữu dụng của sản phẩm. Các doanh nghiệp trở thành những chủ thể đối tượng năng động trong nỗ lực đa dạng hóa thị trường xuất khẩu nhằm khai thác tốt lợi thế so sánh của doanh nghiệp tại từng thị trường, trong từng chủng loại sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Nỗ lực đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cũng giúp giảm đi đáng kể rủi ro do quá phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu chủ lực.

Tuy nhiên, sự phát triển của hoạt động xuất khẩu thủy sản chưa tương xứng với tiềm năng, bộc lộ những dấu hiệu phát triển chưa bền vững và chưa hiệu quả. Để có cơ sở đề xuất các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam, cần phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi hoạt động liên quan đến xuất khẩu thủy sản thời gian qua.

2.2. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHUỖI HOẠT ĐỘNG LIÊN QUAN ĐẾN XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN QUA.

Hoạt động xuất khẩu thủy sản chịu sự tác động của các yếu tố bên trong và bên ngoài. Việc nghiên cứu, đánh giá sự tác động của các yếu tố này ảnh hưởng đến chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản trong 16 năm qua sẽ giúp nhận diện đầy đủ và toàn diện, sâu sắc về hoạt động xuất khẩu thủy sản và các nguyên nhân dẫn đến thành công cũng như những điều chưa làm được trong lĩnh vực này. Từ đó, có thể đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ nhằm tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới. Các phân tích dựa trên lý thuyết về chuỗi giá trị của Michael Porter và các nhà nghiên cứu về quản trị chiến lược với các phân tích về môi trường bên trong (I.F.E) và môi trường bên ngoài (E.F.E).

Để các đánh giá, phân tích những yếu tố môi trường bên trong và môi trường bên ngoài sát với tình hình thực tế, tác giả đã tiến hành cuộc khảo sát các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh, xuất khẩu thủy sản (với 236 phiếu trả lời) và khảo sát các hộ nuôi trồng thủy sản (với 258 phiếu trả lời). Các chuyên gia trong ngành cũng được tham khảo ý kiến đánh giá về các yếu tố của môi trường tác động đến chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản khi xây dựng các ma trận yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài.

2.2.1 Các yếu tố bên trong:

Các yếu tố bên trong tác động đến kết quả xuất khẩu thủy sản thời gian qua gồm các hoạt động trong chuỗi giá trị xuất khẩu thủy sản (gồm đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu) và các yếu tố như hoạt động marketing, tài chính, nhân sự, tổ chức.

2.2.1.1 Khai thác đánh bắt thủy sản:

Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến khối lượng nguyên liệu phục vụ cho xuất khẩu thủy sản là hoạt động đánh bắt thủy sản. Cho đến nay, sản lượng thủy sản đánh bắt vẫn chiếm một tỷ trọng cao trong tổng sản lượng thủy sản (xem bảng 2.12).

Bảng 2.12: SẢN LƯỢNG THỦY SẢN ĐÁNH BẮT GIAI ĐOẠN 1990 – 2006
(Đvt: nghìn tấn)

Năm	Sản lượng khai thác	Tỷ trọng của sản lượng khai thác trong tổng sản lượng (%)
1990	728,5	81,8
1995	1195,3	75,4
2000	1660,9	73,8
2001	1724,8	70,8
2002	1802,6	68,1
2003	1856,1	65,4
2004	1922,9	62,5
2005	1995,4	58,1
2006	2001,7	54,2

(Nguồn: Bộ Thủy sản và Tổng Cục Thống kê) ([7], [10], [11], [14], [81], [82], [83], [84])

Qua các năm, sản lượng thủy sản đánh bắt luôn chiếm trên 60% tổng sản lượng thủy sản, có năm lên đến 83% (như năm 1992). Điều này cho thấy tính phụ thuộc của ngành thủy sản Việt Nam vào kết quả đánh bắt thủy sản rất cao, ngành dễ bị tác động mạnh nếu điều kiện đánh bắt không thuận lợi [58]. Ngoài ra, với mức độ khai thác như vậy khiến cho nguồn lợi thủy sản dần cạn kiệt [59]. Tuy nhiên, chúng ta cũng đã nỗ lực giảm tỷ trọng của sản lượng đánh bắt trong tổng sản lượng. Nếu như năm 1992, tỷ trọng này là 83% thì đến năm 2000 chỉ còn 73,8% và 65,4% vào năm 2003 và năm 2005 là 58,1% và năm 2006 chỉ còn 54,2%. Đây là một diễn biến tích cực, thể hiện nỗ lực vừa khai thác nhưng vẫn đồng thời bảo vệ, phát triển nguồn tài nguyên biển. Khoảng trên 45% sản lượng

đánh bắt thủy sản là từ các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long; gần 20% là từ các tỉnh Đông Nam bộ. Sản lượng đánh bắt thủy sản ở các khu vực khác không đáng kể do điều kiện tự nhiên.

Hoạt động khai thác thủy sản xa bờ đã đạt được một số kết quả nhất định như là: phát triển thêm lực lượng tàu có công suất lớn để khai thác xa bờ, góp phần chuyển đổi cơ cấu nghề nghiệp, từng bước công nghiệp hóa – hiện đại hóa ngành khai thác hải sản, khai thác được nguồn lực trong dân, tạo công ăn việc làm và thu nhập cho ngư dân [8, 11]. Tuy nhiên, hoạt động khai thác đánh bắt chủ yếu hoạt động ở các vùng biển gần bờ, chưa thực hiện việc cấp phép khai thác có hiệu quả [21]. Nguyên nhân cơ bản là các tàu thuyền đánh bắt có công suất nhỏ, tình trạng kỹ thuật kém, không thể vươn ra khơi xa. Hiệu quả triển khai chương trình đánh bắt xa bờ còn hạn chế, sử dụng chưa đúng mục đích, tỷ lệ thu hồi vốn thấp dù chính phủ đã hạ lãi suất vay vốn và kéo dài thời hạn vay lên đến 12 năm [76]. Từ năm 1997 đến giữa năm 2003, ngành thủy sản đã đóng mới được 1.362 tàu khai thác hải sản xa bờ từ nguồn vốn vay ưu đãi 1.338,6 tỷ đồng nhưng hiện chỉ thu hồi được 15% tổng số nợ [97]. Nợ quá hạn và lãi đến hạn chưa thu được lên đến 684,4 tỷ đồng, chiếm 55% dư nợ. Theo báo cáo tổng kết ngành năm 2004, đến năm 2004 chỉ mới bán đấu giá được 55 tàu, các tàu được bán đấu giá đều có giá thấp, tàu bán giá thấp nhất chỉ bằng 16,5% dư nợ [16, tr 2]. Hoạt động đánh bắt xa bờ chưa được quan tâm đầu tư thích đáng về công tác thông tin liên lạc, cứu hộ, cứu nạn nên khi có thiên tai xảy ra, đội tàu đánh bắt xa bờ nếu không đủ trang thiết bị hiện đại hay công suất đủ lớn thường bị thiệt hại nặng [75]. Hậu quả nặng nề của cơn bão số 1 (Chanchu) năm 2006 vừa qua đã cho thấy sự thiếu đồng bộ rất nghiêm trọng và phát triển không bền vững: không có cơ quan nào quản lý số tàu thuyền hiện đang hoạt động khai thác thủy sản trên vùng biển nước ta, các cơ quan chỉ quan tâm đến việc xây dựng hệ

thống truyền, phát thông tin dự báo thời tiết và báo bão nhưng không có cơ quan nào kiểm tra về tình hình trang bị các thiết bị tiếp nhận thông tin trên các tàu đánh cá, các tàu cá có công suất từ 100- 200 CV không đủ sức vươn ra các ngư trường xa nên khi có tin bão đến đã không kịp xoay trở. Hoạt động đánh bắt xa bờ của bà con ngư dân vẫn mang nặng tính tự phát, chưa có một hình thức tổ chức hệ thống, hiệu quả giúp bà con vừa đảm bảo hoạt động khai thác đánh bắt, vừa giúp tăng thêm nguồn nguyên liệu nhưng vẫn nằm trong một kế hoạch phát triển tổng thể mang tính bền vững [71]. Điều rất đáng lo ngại là nhận thức của bà con ngư dân về vệ sinh an toàn thực phẩm, kỹ thuật đánh bắt, ý thức bảo vệ môi trường, thậm chí bảo vệ bản thân họ còn quá yếu kém.

Tóm lại, hoạt động đánh bắt thủy sản thời gian qua đã có những bước phát triển đáng kể, tạo nguồn nguyên liệu cho khâu chế biến. Tuy nhiên, công tác bảo quản sau thu hoạch đúng kỹ thuật để đảm bảo nguyên liệu sạch vẫn còn nhiều hạn chế, lao động nghề cá phần lớn chưa được tập huấn, đào tạo, chương trình đánh bắt xa bờ cần được củng cố, phát triển.

2.2.1.2 Nuôi trồng thủy sản xuất khẩu:

BẢNG 2.13: DIỆN TÍCH NUÔI TRỒNG THỦY SẢN GIAI ĐOẠN 2000 – 2005

(Đvt: nghìn ha)

Mặt nước	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Diện tích nước mặn, lợ	397,1	502,2	556,1	612,8	642,3	677,2
<i>Trong đó:</i> Nuôi cá	50,0	24,7	14,3	13,1	11,2	16,5
Nuôi tôm	324,1	454,9	509,6	574,9	598,0	616,9
Nuôi hỗn hợp	22,5	22,4	31,9	24,5	32,7	43,4
Ươm giống	0,5	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
Diện tích nước ngọt	244,8	253,0	241,6	254,8	277,8	282,7
<i>Trong đó:</i> Nuôi cá	225,4	228,9	232,3	245,9	267,4	272,1
Nuôi tôm	16,4	21,8	6,6	5,5	6,4	6,5
Nuôi hỗn hợp	2,2	0,5	0,4	1,0	1,1	1,2

Ươm giống	0,8	1,8	2,3	2,4	2,9	2,9
TỔNG CỘNG	641,9	755,2	797,7	867,6	920,1	959,9

(Nguồn: Tổng cục Thống kê) ([85, tr 230])

Bảng 2.13 cho thấy diện tích nuôi trồng thủy sản đã tăng đáng kể trong thời gian qua: từ 641,9 nghìn ha vào năm 2000 lên đến 959,9 nghìn ha vào năm 2005. Trong đó, diện tích nuôi trồng thủy sản nước mặn, nước lợ tăng nhanh hơn nhiều so với diện tích nuôi trồng thủy sản nước ngọt (170,5% so với 115,5%). Khoảng 3/4 diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản là nước mặn hoặc nước lợ [91]. Trong diện tích mặt nước mặn, lợ, phần lớn diện tích là phục vụ cho việc nuôi tôm, còn diện tích nước ngọt chủ yếu là nuôi cá. Diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản tăng qua các năm trong giai đoạn 2000 – 2005, đáp ứng nhu cầu nuôi trồng thủy sản trong cả nước, hạn chế việc đánh bắt thủy sản quá mức, tạo điều kiện để phát triển ngành thủy sản một cách bền vững. Một số cách thức phát triển nuôi trồng thủy sản mới cũng được nghiên cứu triển khai, ví dụ như nuôi thủy sản trên đất cát [45].

Với nỗ lực đẩy mạnh cơ giới hóa, hiện đại hóa trong hoạt động nuôi trồng thủy sản, các hộ nông thôn đã trang bị máy móc thiết bị có kỹ thuật cao hỗ trợ cho hoạt động nuôi trồng. Theo số liệu thống kê năm 2001, cả nước có 3.912.733 máy bơm nước, 34.431 máy sục khí, quạt đập nước... [91, tr 124]. Các thiết bị này đã tạo nền tảng kỹ thuật cần thiết cho các hoạt động chuyển giao kỹ thuật mới và nâng cao năng suất nuôi trồng thủy sản trong thời gian tới. Sản lượng thủy sản thu được từ hoạt động nuôi trồng chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng sản lượng thủy sản của cả nước, như thể hiện trong bảng 2.14.

Bảng 2.14: TỶ TRỌNG SẢN LƯỢNG THỦY SẢN NUÔI TRỒNG TRONG TỔNG SẢN LƯỢNG THỦY SẢN GIAI ĐOẠN 1990 - 2006

Năm	Sản lượng TS nuôi trồng (nghìn tấn)	Tỷ trọng TS nuôi trồng (%)
1990	162,1	18,2

1995	389,1	24,6
2000	589,6	26,2
2005	1.437,4	41,9
2006	1694,3	45,8

(Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả) [85]

Nhìn chung, trong những năm đầu thập niên 90, sản lượng nuôi trồng thủy sản tăng không đáng kể nhưng đến năm 1994 thì sản lượng này tăng vọt, bằng 183% so với năm 1993 [64]. Trong những năm gần đây, sản lượng nuôi trồng thủy sản tăng trung bình gần 20%/năm. Năm 2005, An Giang dẫn đầu cả nước với sản lượng thủy sản nuôi trồng đạt 172.265 tấn; Cà Mau với 120.263 tấn; Bạc Liêu 110.466 tấn; các tỉnh Đồng bằng sông Cửu long chiếm 64,2% tổng sản lượng thủy sản nuôi trồng trong cả nước. [85]

Nếu xét về đối tượng nuôi thì cá và tôm là hai đối tượng nuôi phổ biến, chiếm khối lượng lớn trong tổng sản lượng thủy sản nuôi trồng. Sản lượng cá nuôi tăng tương đối đều đặn từ năm 1990 đến nay. Năm 2003, sản lượng cá nuôi đạt 573.400 tấn, bằng 443,5% so với năm 1990 [13]. Do điều kiện thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu tương đối thuận lợi nên sản lượng tôm nuôi tăng trong hầu hết các năm (ngoại trừ năm 1996, 1997). Trong các năm 2001, 2002, 2003, sản lượng tôm nuôi tăng vọt, từ 93,5 nghìn tấn vào năm 2000 đạt sản lượng 154,9 nghìn tấn vào năm 2001; 186,2 nghìn tấn năm 2002 và 223,8 nghìn tấn vào năm 2003, 281,8 nghìn tấn vào năm 2004 và 330,2 nghìn tấn vào năm 2005. Năm 2005, một số địa phương có sản lượng nuôi tôm lớn là Cà Mau (83.860 tấn), Bạc Liêu (63.616 tấn), Sóc Trăng (42.837 tấn) [15, tr3]. Năm 2005, An Giang đạt sản lượng cá nuôi là 170.000 tấn, Đồng Tháp đạt 110.915 tấn, Cần Thơ đạt 82.107. tấn.

Phương thức nuôi phong phú, đa dạng: nuôi chuyên canh tôm, nuôi luân canh tôm – lúa, nuôi tôm – rừng với các hình thức nuôi thâm canh, bán thâm

canh, nuôi quảng canh cải tiến, nuôi quảng canh, nuôi hữu cơ.. Tình hình áp dụng các hình thức nuôi khác nhau, tùy vào đặc điểm điều kiện sản xuất tại từng khu vực. Ví dụ về nuôi tôm:

- Phương thức quảng canh, quảng canh cải tiến: Phương thức nuôi này vẫn còn chiếm tỷ lệ lớn do không phải đầu tư lớn. Năm 2005 diện tích nuôi theo phương thức này là 536.863 ha, chiếm 88,8% tổng diện tích nuôi tôm trong cả nước; các tỉnh ven biển đồng bằng sông Cửu Long chiếm đến 91% với diện tích nuôi là 486.855 ha.

- Phương thức nuôi tôm thâm canh, bán thâm canh: yêu cầu đầu tư cao, năm 2005 diện tích nuôi theo phương thức này là 67.616 ha, chiếm 11,2%. Khu vực các tỉnh ven biển nam Trung Bộ: phương thức nuôi thâm canh, bán thâm canh cho năng suất nuôi cao nhất cả nước.

- Phương thức nuôi công nghiệp: Các dự án nuôi tôm công nghiệp Công Lương – Hoài Nhơn (Bình Định) đạt năng suất bình quân 3 – 3,5 tấn/ha.

Trong các hình thức nuôi thì hình thức nuôi công nghiệp đạt hiệu quả cao, ví dụ: kết quả nuôi trồng tại Công ty Nuôi trồng thủy sản Vĩnh Hậu tỉnh Bạc Liêu như sau:

Bảng 2.15: HIỆU QUẢ NUÔI TÔM THEO HÌNH THỨC NUÔI CÔNG NGHIỆP TẠI CÔNG TY NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VĨNH HẬU (BẠC LIÊU)

Năm	Diện tích (ha)	Sản lượng (tấn)	Năng suất (tấn/ha)	Lợi nhuận (triệu đồng)
2001	13,9	65,5	4,70	1.170
2002	28,8	168,0	5,84	4.275
2003	45,97	285,0	6,20	4.944
2004	104,98	422,0	4,02	4.500

(Nguồn:[18,13])

Đối với các loài thủy sản nước mặn, phương thức nuôi phổ biến là nuôi trong lồng. Đối với các loài thủy sản nước ngọt, phương thức nuôi phổ biến ở các tỉnh

phía nam là nuôi trong lồng bè trên sông, trong ao hầm ven sông và hiện nay là nuôi trong ao trên bãi bồi giữa sông và nuôi đặng quầng chắn ven sông.

**Bảng 2.16: 5 TỈNH CÓ DIỆN TÍCH MẶT NƯỚC
NUÔI TRỒNG THỦY SẢN LỚN NHẤT CẢ NƯỚC NĂM 2005**

(Đvt: nghìn ha)

STT	Tỉnh	Diện tích
01	Cà Mau	276,2
02	Bạc Liêu	118,7
03	Kiên Giang	90,7
04	Sóc Trăng	55,0
05	Bến Tre	41,6

(Nguồn: Bộ Thủy sản, 2006) [18, 48-49]

Diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản trong thời gian qua có khuynh hướng ngày càng tăng lên, từ 453,6 nghìn ha vào năm 1995, đạt diện tích 641,9 nghìn ha năm 2000 và lên tới 858,3 nghìn ha vào năm 2003. Năm 2004, diện tích nuôi thủy sản đạt 902.900 ha [15, 3]. Năm 2005, sản lượng nuôi trồng thủy sản ước đạt 1.437.000 tấn, tăng 19,53% so với năm 2004 và tăng 143,79% so với năm 2000, trong đó sản lượng tôm nuôi đạt 330.200 tấn, cá các loại đạt 933.500 tấn. Các tỉnh có diện tích mặt nước nuôi trồng lớn chủ yếu tập trung ở các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long và Đông Nam bộ (xem bảng 2.16).

Nghiên cứu tình hình nuôi trồng thủy sản cho thấy công tác quy hoạch vẫn còn nhiều bất cập, thể hiện ở mối tương quan giữa các vùng quy hoạch; tính tương tác giữa các yếu tố trong chuỗi hoạt động nuôi trồng; sự kịp thời định hướng quy hoạch đối tượng nuôi gắn với diễn biến thị trường. Năm 2002, 2003 khi giá cá tra, cá ba sa ở mức cao, các hộ nuôi đạt được lợi nhuận từ 50 – 60% thì phát sinh hiện tượng mọi người đổ xô nhau chuyển sang nuôi cá tra, cá ba sa. Khi thị trường Mỹ có những biến động, khả năng cung quá lớn so với nhu cầu tiêu thụ của thị trường thì diễn biến về giá rất bất lợi cho người dân và tình hình

nuôi một số loại đối tượng biến động rất lớn. Hội nghị thảo luận Đề án quy hoạch phát triển nuôi cá tra, cá basa được tổ chức vào tháng 12/2002 cũng đã đi đến nhận định: “Một số địa phương đã triển khai công tác quy hoạch về quản lý nuôi cá tra, cá basa nhưng chưa có quy hoạch chung của toàn vùng. Một số tỉnh chưa có quy hoạch chi tiết vùng nuôi nên người dân phát triển nuôi tự phát, làm ảnh hưởng môi trường và dẫn đến tình trạng thừa và thiếu cá trong vùng vào từng thời điểm, dẫn đến cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp” [40]. Hội Nghề cá Việt Nam cũng đã đưa ra lời cảnh báo: “Nếu chúng ta không kiên quyết quy hoạch tổng thể và cụ thể trong nuôi trồng thủy sản và không nghiêm chỉnh chấp hành quy hoạch thì trong 5 - 10 năm hoặc mau hơn nữa, nhiều vùng đất của chúng ta sẽ bị ô nhiễm nghiêm trọng”. Tại Hội thảo “Quy hoạch sản xuất và tiêu thụ cá tra, basa vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020” tổ chức tại Cần Thơ ngày 19/09/2006, Phân viện Quy hoạch thủy sản phía Nam (Bộ Thủy sản) đã đưa ra mục tiêu đến năm 2010, khu vực này có diện tích nuôi cá tra, cá basa là 10.200 ha và đến năm 2020 tăng lên đến 16.000 ha. Các đại biểu tham dự đều cho rằng quy hoạch đó chưa tính đến sức chịu đựng về mặt môi trường của sông Tiền và sông Hậu vì với diện tích 1 ha nuôi cá, cần sử dụng tới 450-600 tấn thức ăn. Bộ Thủy sản cũng đã cảnh báo về “bài toán quy hoạch và sự gay gắt môi trường sinh thái các vùng nuôi” [17,4].

Để đảm bảo năng suất nuôi trồng thủy sản và an toàn dịch bệnh, con giống đóng một vai trò rất quan trọng. Nếu như trước đây các trại giống thủy sản chủ yếu tập trung ở các tỉnh miền Trung thì đến nay các tỉnh như Cà Mau, Kiên Giang, Trà Vinh... cũng đã bắt đầu sản xuất giống tôm sú. Tính trên phạm vi cả nước, đến hết năm 2004, có 5094 trại sản xuất với năng lực sản xuất 25,9 tỷ tôm giống P15 [15, 3]. Năm 2006, sản lượng sản xuất con giống của cả nước đạt 20

tỷ cá giống và 25 tỷ tôm giống [16, 4]. Trong Cuộc khảo sát các hộ nuôi trồng thủy sản do tác giả thực hiện, 76,4% số hộ được khảo sát trả lời địa điểm mua con giống là trung tâm giống thủy sản; 73,3% cho rằng họ rất quan tâm đến chất lượng con giống (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 2*). Những con số này cho thấy người dân cũng đã bắt đầu quan tâm thích đáng đến việc lựa chọn con giống phục vụ cho hoạt động nuôi trồng của mình. Ngoài tôm sú giống, chúng ta cũng đã bắt đầu nghiên cứu sản xuất thành công giống tôm rảo, tôm he, cua, ghẹ... Điều đáng phấn khởi là Việt Nam đã phát triển khoa học công nghệ trong lĩnh vực sản xuất con giống, chẳng hạn như chuyển đổi giới tính cá rô phi bằng hoóc môn [9], chuyển đổi giới tính bằng di truyền, cho đẻ nhân tạo cá tra, cá ba sa...[12]. Tuy vậy, quá trình phát triển sản xuất giống thủy sản cũng còn bộc lộ nhiều hạn chế, chẳng hạn như quy hoạch trại sản xuất giống thủy sản chưa hợp lý, mang tính tự phát, do vậy không đảm bảo an toàn về mặt môi trường và tính kinh tế; chất lượng con giống còn thấp (cỡ con giống, hiện tượng lai tạp, lai cận huyết, cho con giống bố mẹ đẻ quá nhiều lần trong năm...) [27], chưa chú trọng việc bảo vệ nguồn giống tự nhiên; các hoạt động nghiên cứu khoa học công nghệ trong lai tạo giống chưa đáp ứng kịp thời và hiệu quả nhu cầu sử dụng con giống cho hoạt động nuôi trồng.

Một yếu tố khác có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động nuôi trồng thời gian qua đó là công tác chuyển giao kỹ thuật nuôi trồng và ứng dụng khoa học công nghệ đến từng hộ nuôi trồng thủy sản còn đạt hiệu quả thấp [87, 10]. Kênh phối hợp giữa các trường đại học, viện nghiên cứu với cán bộ khuyến ngư và các hộ ngư dân vẫn chưa xác lập cơ chế phối hợp nhanh chóng, hiệu quả. Chỉ có 61,6% số hộ được khảo sát trả lời là họ có nhận được sự hỗ trợ của cán bộ kỹ thuật, cán bộ khuyến ngư trong đó chỉ có 10,9% số hộ tiếp cận sự hỗ trợ này dưới hình thức tập huấn, 14,3% là thông qua hướng dẫn trực tiếp còn lại là thông qua việc cung

cấp tài liệu và các hình thức khác (*xem phụ lục số 2*). Công tác khuyến ngư có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với hoạt động nuôi trồng thủy sản. Qua kết quả khảo sát các hộ nuôi, trong số các hộ trả lời là có nhận được sự hỗ trợ của cán bộ khuyến ngư có đến 81,1% số hộ mua con giống ở các trung tâm giống thủy sản và quan tâm đến chất lượng con giống khi mua; 94,3% số hộ quan tâm đến vấn đề vệ sinh môi trường thủy sản; 54,1% số hộ không sử dụng chất kích thích tăng trưởng và 42,15% số hộ chọn cách báo cho cán bộ kỹ thuật, cán bộ khuyến ngư khi đối tượng nuôi trồng bị chết để được hướng dẫn cách xử lý (*xem phụ lục số 2*). Các yếu tố quan trọng tác động đến việc nuôi trồng thủy sản đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm gồm: xây dựng và cải tạo hệ thống nuôi, kỹ thuật nuôi, quản lý môi trường nuôi, quản lý sức khỏe cá tôm trong ao nuôi và thu hoạch [4, 48].

Tuy nhiên, thực trạng phát triển nuôi trồng thủy sản thời gian qua cũng bộc lộ những hạn chế sau:

- Công tác quy hoạch triển khai chưa đồng bộ, có nơi chưa hợp lý; các quy hoạch chi tiết chưa cân nhắc đầy đủ đến các khía cạnh như sức tải của môi trường, đầu ra của sản xuất, liên kết để cung ứng nguyên liệu ổn định và phát triển bền vững,
- Các hoạt động tuyên truyền, khuyến ngư đã được triển khai rộng nhưng phương thức tuyên truyền chưa thật sự phù hợp với khả năng tiếp nhận thông tin của người nuôi trồng thủy sản nên hiệu quả chưa đạt mức mong đợi,
- Hệ thống thủy lợi chưa được thiết kế để phục vụ đặc thù sản xuất riêng của ngành thủy sản [79],

- Các vùng nuôi còn mang tính nhỏ lẻ, phân tán nên khó khăn cho công tác phát triển các vùng nuôi sạch bệnh, có quy mô phù hợp, thuận lợi cho việc triển khai sản xuất theo quy phạm sản xuất tốt GAP (Good Aquaculture Practice) [26],
- Chất lượng con giống bố mẹ chưa được kiểm tra chặt chẽ, ảnh hưởng đến chất lượng con giống và năng suất nuôi,
- Việc kiểm soát sử dụng kháng sinh, hóa chất dù được quan tâm chỉ đạo triển khai nhưng hiệu quả còn hạn chế.

Những hạn chế trong khâu nuôi trồng có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng nguyên liệu chế biến xuất khẩu. Một trong những nguyên nhân của hạn chế này là chưa triển khai đồng bộ các giải pháp thuộc các khâu có liên quan đến hoạt động nuôi trồng nên chưa giải quyết triệt để các tồn tại hiện nay.

2.2.1.3 Chế biến thủy sản xuất khẩu:

Thập niên 90 đã chứng kiến sự ra đời, nâng cấp và đổi mới công nghệ của các cơ sở chế biến thủy sản dọc theo chiều dài đất nước với công suất lớn. Nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế đã đầu tư hàng chục triệu USD cho các dây chuyền chế biến thủy sản xuất khẩu hiện đại với các thiết bị đông lạnh, hầm lạnh, kho bảo quản lạnh, dây chuyền cấp đông, máy làm đá, máy hút chân không, máy đóng gói, xe tải lạnh. Công nghiệp chế biến đã có sự phát triển vượt bậc với các loại sản phẩm giá trị gia tăng cao như tôm IQF, mực surimi, sashimi, sushi, các thực phẩm phối chế. Các sản phẩm chế biến phổ biến gồm tôm, cá, mực ướp đông và các sản phẩm giá trị gia tăng khác; mặt hàng thủy sản đông hộp cũng từng bước được đa dạng hóa, khẩu vị được điều chỉnh cho phù hợp với các thị trường mục tiêu và được người tiêu dùng chấp nhận ngày càng rộng rãi. Hệ thống cơ sở chế biến thủy sản bố trí trong khắp cả nước có đủ năng lực để đáp

ứng nhu cầu chế biến hàng thủy sản xuất khẩu. Đến hết năm 2005, cả nước có 439 cơ sở chế biến thủy sản, tăng 113,1% so với năm 2000, trong đó có 320 cơ sở chế biến thủy sản đông lạnh xuất khẩu với công suất cấp đông trên 4262 tấn/ngày, đa số đạt trình độ công nghệ tiên tiến của các nước trong khu vực và tiếp cận được trình độ công nghệ của thế giới. Nhìn chung, nhiều nhà máy đã được nâng cấp, đảm bảo điều kiện vệ sinh ở khu vực chế biến, tổng công suất đã được tăng lên, thời gian cấp đông đã giảm xuống, trung bình là 3 – 4 giờ, các kho lạnh được đầu tư nâng cấp; nhiều doanh nghiệp đã đủ điều kiện để xuất khẩu vào các thị trường xuất khẩu quan trọng (*xem bảng 2.17*).

**BẢNG 2.17 SỐ LƯỢNG CƠ SỞ CHẾ BIẾN THỦY SẢN
ĐỦ ĐIỀU KIỆN XUẤT KHẨU VÀO CÁC THỊ TRƯỜNG NĂM 2006**

(Đvt: doanh nghiệp)

Thị trường	Số lượng cơ sở
EU/ Thụy Sĩ/ Na Uy	209
Hàn Quốc	298
Trung Quốc	290
Mỹ	350
Canada	298
Đạt tiêu chuẩn ngành của VN	308

(*Nguồn: NAFIQUAVED, 2006*)

Ngoài những kết quả đã đạt được, hoạt động chế biến thủy sản xuất khẩu vẫn còn một số hạn chế, đó là:

Một là, sự mất cân đối giữa năng lực sản xuất chế biến và khả năng cung ứng nguyên liệu. Từ chỗ các doanh nghiệp muốn khai thác năng lực chế biến và khả năng thị trường xuất khẩu nên đã xảy ra tình trạng tranh mua nguyên liệu mà chưa quan tâm thích đáng đến chất lượng nguyên liệu [37]. “Do tình trạng đầu tư xây dựng cơ sở chế biến thiếu quy hoạch, quy mô nhỏ, công nghệ lạc hậu, chưa gắn kết với vùng nguyên liệu, chưa gắn với yêu cầu thị trường dẫn đến

nhiều doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu ở các tỉnh phía Bắc và bắc miền Trung sản xuất không hiệu quả, có nguy cơ phá sản” [15, tr 5], [17,2]. Tình trạng bơm chích tạp chất vào nguyên liệu vẫn còn khá phổ biến và chưa được kiểm soát có hiệu quả [52].

Hai là, cơ sở hạ tầng cho việc thu hoạch vận chuyển nguyên liệu thủy sản chưa được đầu tư đồng bộ và đúng mức, phần nào làm ảnh hưởng đến chất lượng nguyên liệu thủy sản.

Ba là, hàm lượng chế biến thủy sản xuất khẩu vẫn còn thấp, chủng loại thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn đơn điệu. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu chưa ổn định, chưa đáp ứng triệt để các yêu cầu chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm của các thị trường xuất khẩu [57], [92]. Trong cuộc khảo sát các doanh nghiệp do tác giả thực hiện, có đến 67,3% doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm chế biến và đóng gói hoàn chỉnh; 43,6% doanh nghiệp có xuất khẩu sản phẩm đã qua chế biến, nhưng vẫn còn đến 23,8% doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm ở dạng thô (*xem phụ lục số 1*).

Bốn là, trình độ tay nghề của lao động chế biến thủy sản còn thấp, phần lớn là lao động phổ thông chưa được huấn luyện kỹ thuật chế biến một cách hệ thống.

Năm là, hoạt động kiểm soát chất lượng ở nhiều doanh nghiệp chưa được xem trọng và đầu tư đúng mức, khả năng kiểm soát nguồn gốc nguyên liệu hoặc nỗ lực loại bỏ dư lượng kháng sinh hiệu quả còn thấp [50], các doanh nghiệp chưa quan tâm đến việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm [41]. Việc áp dụng HACCP trong các cơ sở chế biến thủy sản xuất khẩu có khi còn mang tính hình thức, đối phó với các thị trường nhập khẩu, với cơ quan kiểm tra [48].

Sáu là, công tác quy hoạch hệ thống chế biến thủy sản xuất khẩu dù đã được quan tâm triển khai nhưng kết quả đạt được không như dự kiến dẫn đến tình trạng thiếu nguyên liệu chế biến và các bất cập khác về môi trường. [38]

2.2.1.4 Tổ chức xuất khẩu thủy sản:

Tính đến hết năm 2005, toàn ngành thủy sản có 439 cơ sở chế biến, trong đó có 320 cơ sở chế biến thủy sản xuất khẩu [25]. Hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp này đều tham gia xuất khẩu trực tiếp. Một doanh nghiệp thường có nhiều cơ sở chế biến khác nhau, sản xuất các mặt hàng khác nhau và có các code xuất khẩu khác nhau để có thể linh hoạt trong việc xuất khẩu vào các thị trường nước ngoài. Phương thức xuất khẩu chủ yếu là xuất khẩu trực tiếp cho các nhà phân phối hoặc thông qua các văn phòng đại diện ở nước ngoài. Các doanh nghiệp hàng đầu chiếm đến gần 40% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước; các doanh nghiệp đã không ngừng mở rộng thị trường và nâng cao kim ngạch xuất khẩu thủy sản (xem bảng 2.18).

BẢNG 2.18 KIM NGẠCH XUẤT KHẨU NĂM 2006 CỦA
20 DOANH NGHIỆP HÀNG ĐẦU

(Đvt: triệu USD)

STT	Doanh nghiệp	Kim ngạch	STT	Doanh nghiệp	Kim ngạch
1	Minh Phú	131,8	11	STAPIMEX	55,1
2	NAVICO	111,1	12	Vĩnh Hoàn	54,2
3	CAMIMEX	89,4	13	CADOVIMEX	52,4
4	Kim Anh	83,8	14	SEA Minh Hải	52,3
5	Minh Hải Jostoco	65,3	15	CAFATEX	51,6
6	Phương Nam	63,2	16	SEAPRIMEXCO	48,9
7	Viet Foods	62,3	17	AMANDA FOODS	48,7
8	Út Xi	60,2	18	HV Co, Ltd	48,0
9	FIMEX	55,7	19	Quốc Việt	48,0
10	AGIFISH	55,5	20	Vietnam FishOne	40,0

(Nguồn: VASEP, 2006)

Năm 2006, các doanh nghiệp đã xuất khẩu sang 127 thị trường, cơ cấu thị trường đã có sự thay đổi tích cực: không còn quá phụ thuộc vào một số thị trường, tiếp tục giữ vững khả năng cạnh tranh trên phần lớn thị trường.

Về giá hàng xuất khẩu, nhìn chung giá xuất khẩu trung bình có tăng nhẹ so với giá hàng năm 2005 (*xem bảng 2.19*).

BẢNG 2.19 ĐƠN GIÁ XUẤT KHẨU TRUNG BÌNH NĂM 2005, 2006

(Đvt: USD/kg)

Thị trường	Đơn giá xuất khẩu trung bình năm 2005	Đơn giá xuất khẩu trung bình năm 2006	Mức tăng (+) hoặc giảm (-) so với năm 2005
Nhật Bản	6,76	6,80	+ 0,04
Mỹ	6,80	6,70	-0,10
EU	3,20	3,30	-0,10
ASEAN	2,56	3,10	+0,54
Trung Quốc	2,81	2,90	+0,08
Hàn Quốc	2,1	2,40	+0,30

(*Nguồn: VASEP, 2006*)

Bên cạnh những thành tựu đạt được thì khi nghiên cứu hoạt động xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp có thể thấy các doanh nghiệp xuất khẩu vẫn còn những bất cập như: chưa xây dựng được chiến lược định giá hiệu quả; phần lớn định giá trên cơ sở giá của đối thủ cạnh tranh và không tính toán một cách khoa học khi định giá. Chính vì thế hiện tượng “tranh mua, tranh bán”, “ép giá” hàng xuất khẩu diễn ra tương đối phổ biến ở nhiều thị trường [43]. Qua kết quả khảo sát căn cứ định giá của các doanh nghiệp, có thể nói các doanh nghiệp chủ yếu lấy thị trường và đối thủ cạnh tranh làm cơ sở quan trọng để định giá xuất khẩu. Đó là cách thức định giá phổ biến khi sản phẩm có sức cạnh tranh chưa cao và tương đối bị động bởi vì các doanh nghiệp muốn trở thành công ty hàng đầu trên thị trường (market leader) và chủ động trong cạnh tranh cần định giá theo chi phí hay lợi nhuận biên để thực hiện chức năng định hướng thị trường.

Kết quả khảo sát này hoàn toàn phù hợp với thực trạng của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản trong cả nước nói chung.

Trong thanh toán tiền hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp chủ yếu vẫn sử dụng phương thức thanh toán tín dụng chứng từ và chuyển tiền là phổ biến nhất. Có 191 doanh nghiệp (chiếm 80,9% số doanh nghiệp được phỏng vấn) trả lời họ thường chọn L/C là phương thức thanh toán phổ biến cho các lô hàng nhập khẩu; 82 doanh nghiệp sử dụng phương thức chuyển tiền, chiếm tỷ lệ 34,7%; phương thức nhờ thu kèm chứng từ được 45 doanh nghiệp sử dụng, chiếm 19,1%; các phương thức khác được sử dụng không đáng kể (*xem phụ lục số 1*). Ngoài ra, các doanh nghiệp chưa quan tâm đầy đủ đến việc sử dụng các công cụ để tránh rủi ro do biến động tỷ giá hối đoái chẳng hạn như nghiệp vụ option, future, SWAP...

Các doanh nghiệp Việt Nam chưa chú trọng việc xây dựng hệ thống phân phối mang tính chiến lược. Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu thủy sản qua trung gian, đa số là các công ty thương mại chứ chưa tính đến việc thâm nhập các mắt xích khác trong chuỗi cung ứng, trong đó có khâu phân phối rất quan trọng. Chính việc không thâm nhập hiệu quả vào các mắt xích trong hệ thống phân phối, các doanh nghiệp Việt Nam khó nắm bắt được khuynh hướng tiêu dùng của thị trường mục tiêu.

Qua cuộc khảo sát các doanh nghiệp cho thấy có đến 81,4% doanh nghiệp phân phối thủy sản xuất khẩu thông qua nhà nhập khẩu nước ngoài và 27,1% doanh nghiệp áp dụng cách phân phối thông qua đại lý phân phối chuyên nghiệp ở nước ngoài (*xem phụ lục số 1*). Như vậy đa số các doanh nghiệp vẫn chưa áp dụng phương thức trực tiếp tham gia vào hệ thống phân phối ở thị trường nước ngoài để mang lại hiệu quả tối đa cho hoạt động xuất khẩu. Việc phân phối qua

các kênh khác như thông qua các doanh nghiệp được điều hành bởi các Việt kiều... chiếm tỷ trọng không đáng kể.

Cũng như trong các khâu khác, trong khâu tổ chức xuất khẩu thủy sản còn thiếu một sự gắn kết chặt chẽ, không bền vững làm hạn chế hiệu quả xuất khẩu [43]. Tuy nhiên, gần đây đã xuất hiện một số điểm sáng về liên kết các khâu trong chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản, tạo thành một liên kết chặt chẽ trong cả chu trình, đáp ứng yêu cầu thủy sản sạch “từ ao nuôi đến bàn ăn” và có khi các thị trường còn yêu cầu thủy sản sạch “từ con giống đến bàn ăn” theo cách tiếp cận truy xuất nguồn gốc thủy sản [94]. Thời gian qua, mô hình liên kết gắn chặt các khâu đã dần dần trở nên phổ biến với kinh nghiệm của Công ty Agifish, Afifex và Nam Việt ở tỉnh An Giang cũng đã tổ chức cho các ngư dân trong các câu lạc bộ nuôi cá sạch theo tiêu chuẩn quốc tế SQF 1000 và SQF 2000 [53].

Minh họa 2.1

Liên hợp sản xuất cá sạch Agifish: Mô hình liên kết sản xuất mới và hiệu quả

Agifish là công ty xuất khẩu thủy sản đầu tiên áp dụng mô hình sản xuất khép kín từ khâu sản xuất con giống, nuôi ở điều kiện thuận lợi, áp dụng công nghệ chế biến hiện đại, cho đến khâu kiểm soát chất lượng sản phẩm chặt chẽ để sản phẩm đến người tiêu dùng an toàn, sạch bệnh với mô hình Liên hợp sản xuất cá sạch với sự tham gia của 5 nhóm thành viên: các nhà sản xuất giống, các ngư dân nuôi cá thương phẩm, các nhà cung cấp thức ăn, các nhà cung cấp thuốc thú y thủy sản và các nhà chế biến xuất khẩu. Agifish áp dụng các chương trình quản lý chất lượng HACCP, ISO 9001:2000, SQF 1000, BRC vào sản xuất để đảm bảo chất lượng tốt nhất cho sản phẩm đáp ứng các yêu cầu khắt khe của thị trường. Sản phẩm cá basa, cá tra fillet đông lạnh của Công ty được xuất khẩu sang các thị trường như: Mỹ, Hồng Kông, EU, các nước ASEAN Để chủ động

về nguồn nguyên liệu và đảm bảo nguyên liệu sạch, Agifish đã thành lập “Liên hợp sản xuất cá sạch Agifish” trong đó nhà máy chế biến là trung tâm, các chủ trang trại liên kết thành nhóm, được hỗ trợ về kỹ thuật sản xuất sạch, an toàn, có sự hướng dẫn, kiểm soát, đánh giá của công ty giám định SGS (Société Générale de Surveillance), thông tin về toàn bộ quy trình được lưu trữ trên máy tính, phục vụ cho việc truy xuất thông tin khi khách hàng có nhu cầu kiểm tra về các khâu trước đó. Ngư dân phải tham gia các lớp bồi dưỡng và được Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn An Giang và SGS cấp giấy chứng nhận.

(Nguồn: Tổng hợp từ website: www.agifish.com.vn và tạp chí Thương mại Thủy sản 11/2005)

Một điển hình khác về mô hình liên kết trong sản xuất và chế biến, xuất khẩu thủy sản là tại Công ty xuất nhập khẩu lâm thủy sản Bến Tre (FAQUIMEX). Nhằm liên kết các hoạt động trong các lĩnh vực: cung ứng giống, vốn, kỹ thuật, thuốc hóa chất, thức ăn và thu mua nguyên liệu, nâng cao năng suất và hiệu quả trong quản lý cộng đồng, tác động tích cực đến môi trường nuôi, hạn chế dịch bệnh và tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm cho nguyên liệu, phát triển nghề nuôi bền vững, công ty FAQUIMEX đã thành lập Tổ sản xuất liên kết tôm bền vững FAQUIMEX vào tháng 9/2006 với 9 cơ sở nuôi tôm có tổng diện tích nuôi là 138 ha, thành lập Liên hiệp sản xuất cá tra bền vững FAQUIMEX vào tháng 11/2006 với 9 hộ nuôi tự nguyện tham gia với 22 ao nuôi, tổng diện tích nuôi lên đến 91,7ha. Trong thời gian tới, công ty FAQUIMEX có kế hoạch tiếp tục thành lập Tổ sản xuất Liên kết Nghêu bền vững [101].

Công tác tổ chức xuất khẩu thủy sản thời gian qua đã đạt được những kết quả quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp thâm nhập vào thị trường thủy

sản thế giới [93]. Tuy nhiên, qua thực tiễn cũng cho thấy tính liên kết trong chiến lược xuất khẩu của các doanh nghiệp còn yếu, các hoạt động chưa được phối hợp đồng bộ nên hiệu quả xuất khẩu chưa tương xứng với tiềm năng của các doanh nghiệp [56].

2.2.1.5 Công tác marketing xuất khẩu thủy sản:

Thời gian qua, các doanh nghiệp đã đầu tư đáng kể cho các hoạt động nghiên cứu thị trường, tiến hành các chiến lược marketing, đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu trong khuôn khổ các chương trình của Chính phủ hoặc trong các kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả của các nỗ lực ấy là các doanh nghiệp đã mở ra nhiều thị trường mới với những cơ hội kinh doanh đầy hứa hẹn. Trong thời gian qua, Bộ Thủy sản, VASEP và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã có nhiều nỗ lực quảng bá hình ảnh và tạo ấn tượng mới về thủy sản Việt Nam với các thị trường quan trọng thông qua việc tham gia các hội chợ, triển lãm thủy sản quốc tế để quảng bá sản phẩm thủy sản Việt Nam. Thông qua các hội chợ này, các doanh nghiệp đã ký được nhiều hợp đồng xuất khẩu (xem bảng 2.20).

BẢNG 2.20 KẾT QUẢ TỔ CHỨC THAM GIA HỘI CHỢ, KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI CỦA VASEP NĂM 2006

Hoạt động	Số doanh nghiệp tham gia	Số người tham gia đoàn VN	Số khách hàng giao dịch	Số hợp đồng/thỏa thuận đã ký kết
Hội chợ Fish International tại Bremen (Đức)	8	30	155	(*)
Hội chợ Fish International tại Bremen (Đức) (Dự án ASIA INVEST)	24	25	310	9
Hội chợ Gulfood Dubai UAE	6	15	Khá đông	5
Hội chợ Thủy sản Boston	21	70	829	14
Hội chợ Thủy sản Châu Âu (Bỉ) kết hợp khảo sát Thụy Sĩ	21	75	1.065	29

Hội chợ Thực phẩm và đồ uống Alimentaria (Mexico)	1	9	Khá đông	(*)
Hội chợ Công nghệ và Thủy sản Nhật Bản	10	27	121	7
Hội chợ Thực phẩm quốc tế World Food Moscow (Liên bang Nga)	7	15	135	2
Hội chợ Thủy sản đông lạnh Conxema (Tây Ban Nha)	11	31	213	1
Hội chợ Thủy sản và nghề cá Busan (Hàn Quốc)	7	21	60	15
Cộng	116	318	2.888	82

(Nguồn: VASEP, 2006) (Ghi chú: (*): doanh nghiệp không báo số liệu)

Hàng năm, ngành thủy sản tổ chức Hội chợ Vietfish (do VASEP tổ chức) hoặc Vinafish (do Hội Nghề cá tổ chức) để quảng bá các doanh nghiệp và sản phẩm của ngành. Trang web www.vasep.com.vn trở thành một địa chỉ thuận lợi để Hiệp hội quảng bá thủy sản Việt Nam với khách hàng có quan tâm. Những nội dung quảng cáo trên các tạp chí chuyên ngành như Seafood Business (Mỹ), Seafood International (EU), The Suisan Time (Nhật Bản), Product de la Mer (Pháp), Infofish (Châu Á) đã giúp thủy sản Việt Nam được biết đến rộng rãi hơn tại các thị trường ngoài nước. Những ngày hội văn hóa trong đó có chương trình giới thiệu thủy sản xuất khẩu Việt Nam giúp mang lại những ấn tượng đầy thuyết phục về những sản phẩm này.

Hầu như tất cả các doanh nghiệp đều nhận thức được tầm quan trọng của việc xây dựng, quảng bá và phát triển thương hiệu để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản [54]. Trong cuộc khảo sát các doanh nghiệp do tác giả thực hiện, đa số các doanh nghiệp (72,6%) đều chọn cách tham gia các triển lãm, hội chợ quốc tế chuyên về thủy sản như là một cách để quảng bá sản phẩm của họ. Tham gia vào các hoạt động xúc tiến xuất khẩu do Cục Xúc tiến Thương mại (Bộ Thương mại) hoặc các trung tâm xúc tiến xuất khẩu của các tỉnh, thành cũng là hình thức được 45,2% doanh nghiệp chọn thực hiện. Các hình thức khác như quảng cáo qua các sách, báo, tạp chí, Internet cũng được các doanh nghiệp quan tâm

(khoảng 30% các doanh nghiệp thực hiện các hình thức này). Hình thức đặt văn phòng đại diện tại các thị trường xuất khẩu tiềm năng chưa được các doanh nghiệp quan tâm đầu tư (chỉ có 18,4%) (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 1*) Tuy nhiên, điều đáng tiếc là nhận thức ấy chưa đi đôi với việc đầu tư thích đáng để thương hiệu thủy sản Việt Nam có chỗ đứng vững chắc tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu. Có đến 59,3% doanh nghiệp chưa đầu tư thích đáng vào việc xây dựng và quảng bá thương hiệu. Thông tin này đã phản ánh thực trạng phần lớn thủy sản Việt Nam hiện diện trên các thị trường nước ngoài với thương hiệu của nhà phân phối hay nhà nhập khẩu (*xem phụ lục số 1*).

Tuy nhiên, trên thực tế hình ảnh thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa in đậm trong tâm trí người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu như mong đợi bởi vì hiện nay phần lớn thủy sản Việt Nam xuất khẩu đều qua các nhà phân phối trung gian. Sau khi nhập khẩu, các nhà phân phối này lại tiến hành hoạt động đóng gói, sơ chế, dán nhãn với thương hiệu của họ trước khi sản phẩm đến các siêu thị, nhà hàng hay người bán lẻ. Đây là điểm hạn chế do công tác xây dựng và quảng bá thương hiệu thủy sản xuất khẩu chưa được chú trọng, quan tâm đúng mức. Các doanh nghiệp Việt Nam chưa quan tâm đầy đủ và đầu tư đúng mức cho hoạt động quảng bá, xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường. Việc xây dựng, bảo vệ và quảng bá thương hiệu chưa được quan tâm, dẫn đến các tranh chấp thương mại như trường hợp Mỹ không cho phép các doanh nghiệp sử dụng tên gọi Catfish để gọi cá tra, cá ba sa dù đây là một đòi hỏi vô lý. Nếu các doanh nghiệp đầu tư đến việc đăng ký nhãn hiệu độc quyền tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu thì đã có thể tránh các tranh chấp thương mại liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ.

Ngoài ra, các hoạt động e-marketing chưa thật sự hiệu quả: trang web www.fistenet.gov.vn chủ yếu thực hiện chức năng thông tin của ngành từ góc độ

hành chính, trang web www.vasep.com chủ yếu đảm bảo quyền lợi của các hội viên chứ chưa đáp ứng nhu cầu thông tin rộng rãi của các doanh nghiệp có tham gia xuất khẩu, nhất là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Các doanh nghiệp cũng đã xây dựng các trang web nhưng chủ yếu mang tính chất giới thiệu về tiềm năng thủy sản Việt Nam hoặc chủng loại sản phẩm mà chưa hướng mạnh đến marketing và xúc tiến xuất khẩu.

Công tác marketing xuất khẩu đóng vai trò rất quan trọng trong việc tiêu thụ sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Các doanh nghiệp đã chủ động triển khai các hoạt động này nhưng thiếu tính phối hợp, chưa xây dựng được thương hiệu chung của ngành. Một số doanh nghiệp thủy sản tạo được dấu ấn thương hiệu ở trong nước nhưng ở thị trường nước ngoài, thủy sản Việt Nam chưa có thương hiệu mạnh của ngành hay của từng doanh nghiệp. Điều đó cũng hạn chế nhất định đến hiệu quả xuất khẩu thủy sản.

2.2.1.6 Về hoạt động tín dụng, đầu tư và các dịch vụ khác:

Bên cạnh những nỗ lực của ngành thủy sản, hoạt động xuất khẩu còn chịu sự ảnh hưởng của những ngành dịch vụ như: tài chính - tín dụng, vận tải, bảo hiểm và điều kiện cơ sở hạ tầng ...

Trong thời gian qua, các doanh nghiệp thủy sản đã tiếp cận tốt hơn với các dịch vụ tài chính – tín dụng, các nguồn vốn đầu tư phục vụ nhu cầu phát triển của ngành thông qua các chủ trương của Nhà nước, như: chính sách tín dụng ngân hàng phục vụ phát triển nông nghiệp và nông thôn, chính sách tín dụng ngân hàng đối với kinh tế trang trại Các chương trình nuôi trồng, đánh bắt thủy sản, đóng tàu hay phát triển cơ sở hạ tầng nghề cá nhận được sự tạo điều kiện của các ngân hàng thương mại, trong đó đáng kể có Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam với các chính sách cho vay ưu đãi theo

đúng quy định về vốn vay, điều kiện, thủ tục ... và do vậy số vốn vay tín dụng không ngừng tăng lên. Ví dụ, trong 6 năm từ năm 2000 đến năm 2005, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam đã cho vay vốn phát triển nuôi trồng thủy sản là 23.032 tỷ đồng: năm 2000 là 1.547 tỷ đồng, năm 2001 là 2.507 tỷ đồng (tăng 62% so với năm 2000), năm 2002 là 3.771 tỷ đồng (tăng 50,4% so với năm 2001), năm 2004 là 5.168 tỷ đồng (tăng 44% so với năm 2003), năm 2005 là 6.443 tỷ đồng (gấp 4,2 lần so với năm 2000) [18, 30].

**BẢNG 2.21: VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN THỦY SẢN
GIAI ĐOẠN 2001 – 2005 (THEO NGUỒN VỐN)**

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Giai đoạn 1996 - 2000	Giai đoạn 2001 – 2005
Tổng mức đầu tư	9.185.600	30.689.000
- Trong nước	7.846.890	26.085.650
+ Ngân sách	1.750.600	6.830.910
+ Tín dụng	3.150.000	10.434.260
+ Huy động	2946.290	8.820.480
- Ngoài nước	1.338.710	4.603.350
+ ODA	250.000	1.200.000
+ FDI	950.000	2.747.350
+ Khác	138.710	656.000

(Nguồn: Bộ Thủy sản, 2006, [18, 52])

Trong giai đoạn 1996 – 2000, vốn đầu tư vào ngành thủy sản từ vốn tín dụng chiếm đến 34,29% tổng vốn đầu tư và số vốn có nguồn gốc từ việc huy động từ các nguồn khác chiếm đến 32,08%, trong khi đó vốn đầu tư từ ngân sách chỉ chiếm 19,06%. Vốn đầu tư từ nước ngoài gồm cả vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, hỗ trợ phát triển chính thức và nguồn khác chỉ chiếm 14,57%. Trong giai đoạn 2000 – 2005, cơ cấu vốn đầu tư vào ngành thủy sản nhìn chung không có sự biến động lớn, đặc biệt là tỷ trọng vốn đầu tư nước ngoài, tỷ trọng vốn có nguồn gốc từ tín dụng là không thay đổi, chỉ có vốn đầu tư từ ngân sách tăng lên, chiếm 22,26%.

**BẢNG 2.22: VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN THỦY SẢN
GIAI ĐOẠN 2001 – 2005 (THEO LĨNH VỰC)**

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Giai đoạn 1996 - 2000	Giai đoạn 2001 – 2005
Tổng mức đầu tư	9.185.600	30.689.000
Nuôi trồng	2.328.550	9.670.100
Khai thác	2.894.380	8.135.600
Chế biến, thương mại	2.435.100	4.769.000
Khác	1.527.570	8.114.300

(Nguồn: Bộ Thủy sản, 2006, [18, 52])

Trong giai đoạn 1996 – 2000, vốn đầu tư vào lĩnh vực nuôi trồng chiếm 25,35% tổng vốn đầu tư; khai thác: 31,51% và chế biến, thương mại: 26,51%. Sang giai đoạn 2000 – 2005, đã diễn ra một xu hướng thay đổi theo hướng tỷ trọng vốn đầu tư vào lĩnh vực nuôi trồng trong tổng vốn đầu tư tăng lên (từ 25,35% tăng lên 31,51%) và tỷ trọng vốn đầu tư vào khai thác và chế biến, thương mại giảm tương đối đáng kể.

Các dịch vụ vận tải, bảo hiểm, logistic khá phát triển với các loại hình sản phẩm từng bước đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản do các doanh nghiệp bảo hiểm, vận tải, giao nhận của Việt Nam đã đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ vận tải bằng đường hàng không, đường biển với các sản phẩm bảo hiểm hàng đông lạnh, hàng khô và thủy sản đóng hộp trên nhiều tuyến vận tải khác nhau.

Cơ sở hạ tầng kinh tế nói chung ngày càng được đầu tư một cách tương đối có hệ thống như điện, nước, giao thông ... đã tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Tuy nhiên sự phát triển các dịch vụ, tài chính, tín dụng, ngân hàng vẫn chưa đáp ứng tốt nhu cầu của doanh nghiệp và ngư dân một cách kịp thời trong khi nhu cầu về vốn trong các mùa vụ là rất cao, các ngân hàng thương mại vẫn

còn dè dặt với nhiều dự án nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, thương mại thủy sản do rủi ro khá cao vì thủy sản xuất khẩu vẫn chưa thật sự hoàn toàn an toàn và có khả năng bị tiêu hủy, tái xuất, tái chế biến khi các thị trường xuất khẩu áp dụng biện pháp kiểm tra hàng thủy sản khi nhập khẩu hoặc các dự án đóng tàu, đánh bắt xa bờ có độ rủi ro cao.

Các dịch vụ vận tải, bảo hiểm phục vụ cho hoạt động giao nhận hàng thủy sản xuất khẩu chưa đáp ứng tốt nhu cầu của các doanh nghiệp. Hoạt động đầu tư và tín dụng chưa đáp ứng nhu cầu của các hộ nuôi trồng, đánh bắt và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản do đặc điểm rủi ro cao của ngành khi phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên. Cần có các giải pháp tháo gỡ mang tính hệ thống để tạo bước phát triển mới cho hoạt động xuất khẩu thủy sản thời gian tới.

2.2.1.7 Tính liên kết giữa các khâu trong chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản:

Quá trình đánh bắt, nuôi trồng, thu mua, chế biến và xuất khẩu thủy sản hợp thành một chuỗi khép kín đòi hỏi phải có sự gắn kết chặt chẽ nhưng trên thực tế tính liên kết trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu còn rất lỏng lẻo và thậm chí chưa được đặt ra một cách có chiến lược dài hạn. Người nuôi trồng thủy sản không thực hiện đúng các cam kết theo hợp đồng tiêu thụ sản phẩm đã ký kết với các doanh nghiệp. Khi thị trường bình thường hay diễn biến về giá bất lợi cho người nuôi trồng, đánh bắt thì họ sẽ thực hiện theo đúng hợp đồng đã ký kết. Khi giá nguyên liệu tăng lên, họ thường hủy hợp đồng và bán nguyên liệu cho các thương lái tự do hay cho các doanh nghiệp khác. Chính tình hình này làm cho mối liên kết giữa doanh nghiệp chế biến xuất khẩu và người đánh bắt nuôi trồng chưa thực sự khăng khít, làm cho hoạt động chế biến thường xuyên ở trạng thái bị động. 64,3% số hộ được khảo sát thường bán thủy sản thu hoạch được cho các thương lái nhưng chỉ có 8,1% số hộ bán thủy sản cho cán bộ thu mua của các công ty. Tuy nhiên lại có đến 57,4% số hộ cho rằng chưa bao giờ nghĩ đến việc

ký hợp đồng với thương lái hoặc cho rằng việc này là không cần thiết lắm. 65,9% số hộ cho rằng không cần thiết phải ký kết hợp đồng tiêu thụ với các doanh nghiệp (*xem phụ lục số 2*). Đó là một biểu hiện cho thấy tình trạng liên kết lỏng lẻo giữa khâu nguyên liệu và đầu vào của hoạt động chế biến. “Một tồn tại nhức nhối nhiều năm chưa được giải quyết là nông dân và doanh nghiệp luôn bất đồng nhau. Nếu giá cá giảm thì doanh nghiệp sẵn sàng hạ nông dân “đo ván” và ngược lại. Giữa hai bên chưa thiết lập được cơ chế chia sẻ lợi ích và rủi ro trên nguyên tắc đồng thuận, điều tiết giữa sản xuất và tiêu thụ cùng có lợi. Từ đó, luôn dẫn đến mất ổn định về cung cấp và lợi nhuận” [46]. Ý thức tuân thủ luật pháp về hợp đồng của một số đối tượng liên quan còn thấp, do vậy những chủ trương đúng đắn như ký kết hợp đồng tiêu thụ trên thực tế chưa phát huy hết tác dụng tích cực của nó. Một trong những nguyên nhân của tình trạng này là ngư dân và người nuôi trồng thủy sản hiện nay đa số đang hoạt động tự do, chưa tham gia rộng rãi vào các tổ chức điều phối nào ở các địa phương.

2.2.1.8 Triển khai nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ:

Trong thời gian qua, ngành thủy sản đã đầu tư đáng kể cho các hoạt động nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ vào trong các khâu nghiên cứu trữ lượng, nghiên cứu tái tạo nguồn lợi, phát triển công nghệ sản xuất giống (ví dụ: giống tôm, cá tra, cá basa bố mẹ sạch bệnh, cá rôphi, ốc hương, cua biển, cá biển...), chuyển giao công nghệ sản xuất thức ăn, chế phẩm sinh học, công nghệ chế biến thủy sản xuất khẩu, công nghệ xử lý nước thải. Các doanh nghiệp đã trang bị nhiều hệ thống máy móc, trang thiết bị hiện đại phục vụ cho hoạt động sản xuất chế biến.

Tuy nhiên, việc chuyển giao kỹ thuật và quy trình đến các doanh nghiệp đặc biệt là người nuôi trồng, đánh bắt thủy sản còn nhiều hạn chế. Qua khảo sát, có đến 35,3% số hộ cho biết hình thức tiếp nhận thông tin kỹ thuật chủ yếu

là qua tài liệu hướng dẫn, chỉ có 14,3% số hộ được hướng dẫn trực tiếp và 10,9% số hộ được tham gia tập huấn. Do đặc thù về trình độ văn hóa của người nuôi trồng, đánh bắt thủy sản, các hình thức tuyên truyền, hướng dẫn nói trên chưa phù hợp. Họ cần được hướng dẫn một cách cụ thể, chi tiết.

2.2.1.9 Vai trò của các hội, hiệp hội ngành nghề:

Hoạt động xuất khẩu thủy sản thời gian qua đạt được những thành quả quan trọng và lớn lao là kết quả tổng hợp của nỗ lực toàn ngành, trong đó có vai trò và tác động quan trọng của các hội, hiệp hội ngành nghề thủy sản, đó là Hội nghề cá Việt Nam (VINAFISH) và Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP).

Hội nghề cá Việt Nam (VINAFISH) là tổ chức xã hội – nghề nghiệp của những người làm nghề cá thuộc mọi thành phần kinh tế, được thành lập vào năm 1992, hoạt động theo nguyên tắc tự nguyện, tự trang trải kinh phí với sự hướng dẫn và bảo trợ của ngành thủy sản. Hội có chức năng, nhiệm vụ tuyên truyền, giáo dục, vận động mọi hội viên đoàn kết giúp đỡ nhau trong hoạt động sản xuất kinh doanh phát triển nghề cá, tổ chức đào tạo huấn luyện nhằm áp dụng khoa học, kỹ thuật, công nghệ về nghề cá cho hội viên, ngư dân; mở rộng hoạt động quan hệ quốc tế về nghề cá.

Hội Nghề cá Việt Nam đã tích cực tham gia các chương trình của Bộ Thủy sản như Chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản, Chương trình khai thác hải sản xa bờ, Chương trình phát triển chế biến xuất khẩu thủy sản thông qua nhiều hoạt động phong phú liên quan đến nuôi trồng, khai thác hải sản, thực hiện các chương trình xóa đói giảm nghèo lồng ghép, tổ chức hội thảo quốc tế, hội chợ Vinafish ... Các hoạt động của Hội đã góp phần thúc đẩy sự phát triển

của công tác đánh bắt, nuôi trồng thủy sản trong cả nước, bước đầu tạo ra sự gắn kết phát triển giữa khâu thu mua nguyên liệu và chế biến xuất khẩu.

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) được thành lập năm 1998 với tư cách là một tổ chức tự nguyện của các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản với mục đích liên kết và phối hợp hành động của các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản, giúp nhau nâng cao giá trị, chất lượng và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm thủy sản Việt Nam trên thị trường, tạo và phát triển nguồn nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu thủy sản đồng thời đại diện và bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của các hội viên. Đến tháng 12/2006, VASEP có 227 hội viên trong đó có 169 hội viên chính thức, 56 hội viên liên kết và 2 hội viên danh dự.

Trong gần 8 năm hoạt động, VASEP đã trở thành mẫu hình hoạt động khá thành công cho các hội nghề nghiệp. Nổi bật là trong các vụ kiện bán phá giá cá tra, cá ba sa, VASEP đã hỗ trợ các doanh nghiệp về mặt pháp lý để theo đuổi vụ kiện. Với cố gắng đương đầu với chính sách dư lượng kháng sinh của Liên minh Châu Âu, VASEP đã nhanh chóng cung cấp thông tin, hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm giải pháp phát hiện sớm dư lượng chloramphenicol trong nguyên liệu.... VASEP còn tổ chức nhiều hoạt động đào tạo, hội thảo, cung cấp thông tin phong phú, đa dạng và cập nhật dưới các hình thức như trang web, tạp chí, bản tin ... Đánh giá về vai trò của VASEP, Bộ trưởng Bộ Thủy sản Tạ Quang Ngọc đã phát biểu tại Đại hội toàn thể VASEP năm 2005: “VASEP đã trở thành cầu nối không thể thiếu giữa các doanh nghiệp với các cơ quan Nhà nước, trong đó có Bộ Thủy sản. Đặc biệt, Hiệp hội đã thể hiện vai trò đại diện của doanh nghiệp trong việc giải quyết những vấn đề mà Nhà nước cũng không thể làm thay được. Tôi hình dung một điều rõ ràng là Hiệp hội càng phát triển

thì doanh nghiệp càng mạnh lên và xuất khẩu thủy sản càng có chuyển biến rõ rệt” [103].

Bên cạnh các hoạt động thành công của mình, VASEP vẫn chưa trở thành một Hiệp hội đúng nghĩa do các doanh nghiệp chưa nhìn nhận đầy đủ về vai trò của hiệp hội, đặc biệt trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay. Các doanh nghiệp chưa triệt để tuân thủ các thỏa thuận để tạo ra một thị trường thủy sản ổn định. Hiện tượng tranh mua, tranh bán vẫn còn phổ biến. Người nuôi trồng, người kinh doanh xuất khẩu chưa tìm được tiếng nói chung về quyền lợi do vậy VASEP vẫn chưa khai thác tốt tính cộng đồng của doanh nghiệp trong kinh doanh thủy sản xuất khẩu.

2.2.1.10 Công tác lãnh đạo, điều hành của Bộ Thủy sản:

Trong thời gian qua, lãnh đạo Bộ Thủy sản cũng đã không ngừng thay đổi cách lãnh đạo, điều hành theo hướng gắn với thực tiễn hoạt động sản xuất kinh doanh hơn, nhanh chóng điều hành cho phù hợp với những diễn biến mới của thực tế hoạt động nuôi trồng, đánh bắt, thu mua, chế biến và xuất khẩu của các doanh nghiệp, đặc biệt là khi có những quy định mới từ các thị trường xuất khẩu như: hướng dẫn cho các doanh nghiệp phương thức xuất khẩu phù hợp khi Mỹ quy định phải ký quỹ, chỉ đạo kịp thời thực hiện các giải pháp cân đối trong sản xuất và tiêu thụ, kéo dài thời vụ hay chỉ đạo kiên quyết loại bỏ dư lượng kháng sinh bị cấm [19] hay bơm chích tạp chất vào nguyên liệu, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thành lập các hội, uỷ ban ngành hàng thuộc các hội để nhanh ứng phó có hiệu quả trước diễn biến mới. Bộ Thủy sản cũng đã tổ chức các hội nghị chuyên đề để xử lý các vấn đề phát sinh trong thực tế, ví dụ Hội nghị bàn biện pháp giải quyết tôm giống cho vụ nuôi năm 2006 (19/1/2006), Hội nghị đánh giá kết quả thực hiện chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản giai đoạn 2001-2005 và bàn giải pháp thực hiện đến năm 2010 (ngày 13/4/2006), Hội nghị tổng

kết đợt kiểm tra tăng cường tạp chất trong nguyên liệu thủy sản năm 2006 (đợt 1) (ngày 11/8/2006), Hội nghị về các giải pháp phát triển nuôi trồng thủy sản bền vững ven biển miền Trung (ngày 7 và 8/9/2006), Hội nghị đánh giá việc thực hiện chủ trương ngăn ngừa nhiễm hóa chất, kháng sinh trong sản phẩm hải sản (ngày 20/9/2006), Hội nghị bàn về giải pháp thực hiện Chương trình Phát triển Xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 (ngày 20/12/2006) ...

Nhìn chung, công tác chỉ đạo, điều hành của Bộ Thủy sản gần đây đã gắn chặt với những diễn biến trong hoạt động nuôi trồng, đánh bắt hay chế biến và xuất khẩu thủy sản để kịp thời đưa ra những chủ trương và biện pháp thích hợp [56]. Tuy nhiên cần tính đến đặc thù riêng của mỗi vùng miền về phát triển thủy sản xuất khẩu để các giải pháp hiệu quả hơn, quyết liệt hơn với một cơ cấu tổ chức cho phép các cơ quan quản lý phản ứng nhanh hơn với những thay đổi của thị trường.

Qua phân tích các yếu tố của môi trường bên trong tác động đến hoạt động xuất khẩu thủy sản thời gian qua, ngành thủy sản có những điểm mạnh như:

- kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên;
- hoạt động đánh bắt, nuôi trồng đã dần dần cân đối về sản lượng, tạo tiền đề cho việc hạn chế khai thác thủy sản quá mức;
- nguồn lao động khá dồi dào và có kinh nghiệm;
- trình độ sản xuất, chế biến của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đã ngang tầm khu vực và thế giới;

- các doanh nghiệp đã quan tâm tới việc triển khai các hệ thống quản lý và đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế; quan hệ công nhận chất lượng với các nước có nhiều bước phát triển;
- thị trường xuất khẩu rộng, cho phép các doanh nghiệp thực hiện chiến lược giảm thiểu rủi ro, tăng tính chủ động trong xuất khẩu;
- chủng loại sản phẩm xuất khẩu khá phong phú;
- hoạt động của các hội, hiệp hội ngành nghề khá phát triển và công tác chỉ đạo, điều hành của Bộ Thủy sản ngày càng gắn sát với diễn biến của thực tiễn.

Tuy nhiên ngành cũng còn nhiều điểm yếu như:

- chất lượng sản phẩm chưa đáp ứng tốt yêu cầu của các nước và chưa ổn định;
- đầu tư cho hoạt động marketing, xây dựng và quảng bá thương hiệu chưa đồng bộ;
- chưa quan tâm thích đáng đến môi trường pháp lý trong kinh doanh quốc tế và tính trung thực trong kinh doanh;
- chưa liên kết và hài hòa tốt lợi ích của các chủ thể tham gia vào quá trình xuất khẩu thủy sản;
- phát triển thủy sản chưa bền vững (xét về quy hoạch, môi trường...),
- quy mô sản xuất còn nhỏ lẻ,
- lao động nghề cá chưa được huấn luyện và đào tạo để đáp ứng những yêu cầu mới về an toàn vệ sinh thực phẩm;
- việc kiểm soát sử dụng kháng sinh và hóa chất chưa hiệu quả; cơ sở hạ tầng phát triển chưa tương xứng với yêu cầu phát triển và
- năng suất lao động chưa cao.

Từ những phân tích trên đây, có thể tổng hợp ma trận các yếu tố bên trong của chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản như sau:

Bảng 2.23: MA TRẬN CÁC YẾU TỐ BÊN TRONG (I.F.E)

STT	Yếu tố	Trọng số	Điểm	Cộng
1	Cân đối sản lượng đánh bắt và nuôi trồng	0,05	4	0,20
2	Trình độ sản xuất, chế biến ngang tầm khu vực và thế giới	0,09	4	0,36
3	Triển khai các hệ thống quản lý và đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	0,09	3	0,27
4	Quan hệ công nhận chất lượng với các nước chưa đáp ứng tốt nhu cầu phát triển xuất khẩu thủy sản	0,07	2	0,14
5	Thị trường xuất khẩu rộng; kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên	0,06	4	0,24
6	Chủng loại sản phẩm xuất khẩu khá phong phú	0,05	3	0,15
7	Hoạt động của các hội, hiệp hội ngành nghề	0,05	3	0,15
8	Công tác chỉ đạo, điều hành của Bộ Thủy sản	0,06	3	0,18
9	Chất lượng sản phẩm chưa đáp ứng tốt yêu cầu của các nước và chưa ổn định	0,07	2	0,14
10	Hoạt động marketing, xây dựng và quảng bá thương hiệu chưa đồng bộ	0,07	2	0,14
11	Chưa quan tâm thích đáng đến môi trường pháp lý trong kinh doanh quốc tế và tính trung thực trong kinh doanh	0,06	2	0,12
12	Chưa liên kết và hài hòa tốt lợi ích của các chủ thể tham gia vào quá trình xuất khẩu thủy sản	0,06	2	0,12
13	Phát triển thủy sản chưa bền vững	0,04	2	0,08
14	Lao động nghề cá chưa được huấn luyện và đào tạo phù hợp; hình thức chuyển giao kỹ thuật, công nghệ chưa phù hợp với khả năng tiếp nhận của lao động	0,04	2	0,08
15	Kiểm soát sử dụng kháng sinh và hóa chất chưa hiệu quả	0,08	1	0,08
16	Cơ sở hạ tầng phát triển chưa tương xứng với yêu cầu phát triển	0,06	2	0,12
	Cộng	1,00		2,57

(Nguồn: Tính toán của tác giả và ý kiến chuyên gia)

(Ghi chú: các bước phát triển ma trận I.F.E được giải thích tại Phụ lục 4)

Tổng số điểm của các yếu tố thuộc ma trận I.F.E là 2,57 cao hơn so với mức trung bình là 2,5. Điều đó cho thấy các doanh nghiệp của ngành thủy sản đã

có phản ứng với các yếu tố của môi trường bên trong, đã quan tâm đến việc phát huy các thế mạnh và giảm thiểu các điểm yếu trong quá trình xuất khẩu thủy sản.

2.2.2 Các yếu tố bên ngoài:

2.2.2.1 Điều kiện tự nhiên phát triển xuất khẩu thủy sản:

Vùng biển Việt Nam có trên 2000 loài cá thuộc 190 họ, trong đó 100 loài có giá trị kinh tế cao. Ở Bắc bộ có khoảng 961 loài, trong đó có 60 loài có giá trị kinh tế, điển hình là các loài cá hồng, thu, đáy... Miền Trung có 177 loài, thuộc 81 họ, trong số đó có những loài có giá trị kinh tế cao như hổ, thu, mối... Nam bộ có khả năng khai thác lớn nhất, với 369 loài thuộc 105 họ, những loài cá điển hình là mối, nục... Còn Vịnh Thái Lan có 271 loài thuộc 71 họ với các loài có giá trị cao như liệt, khế... [101]

Bảng 2.24: DIỆN TÍCH CÁC LOẠI HÌNH MẶT NƯỚC
CÓ THỂ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN (Đvt: ha)

Loại hình mặt nước	Diện tích tiềm năng	Diện tích có khả năng nuôi
Ao, hồ nhỏ	120.000	113.000
Mặt nước lớn	340.000	198.220
Ruộng trũng	580.000	306.003
Vùng triều	660.000	414.417
Tổng cộng	1.700.000	1.031.640

(Nguồn: Bộ Thủy sản) [6]

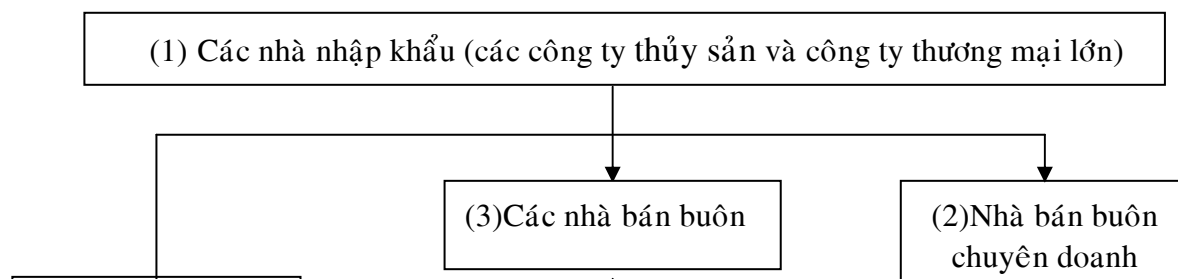
Những điều kiện tự nhiên thuận lợi cho hoạt động đánh bắt, nuôi trồng thủy sản là tiền đề quan trọng để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới.

2.2.2.2 Môi trường kinh tế:

- **Nhu cầu tiêu thụ thủy sản:** Thủy sản được xem là loại thực phẩm tốt cho sức khỏe con người. Người tiêu dùng ngày càng có khuynh hướng chọn thủy sản làm

nguồn thực phẩm sử dụng hàng ngày trong bối cảnh các loại bệnh dịch khác như bò điên, chứng “lở mồm long móng”, cúm gà,.... xảy ra ở nhiều nơi trên thế giới. Thủy sản là thực phẩm chủ yếu trong bữa ăn hàng ngày của người dân nhiều nước trên thế giới. Trong bản nghiên cứu với tựa đề “Triển vọng tương lai đối với các sản phẩm thủy sản: những dự báo trung hạn đến năm 2010 và 2015” năm 2004, FAO dự báo là đến năm 2015, tổng nhu cầu thủy sản trên thế giới sẽ tăng thêm 49 triệu tấn, đạt 183 triệu tấn và như vậy tốc độ tăng trưởng hàng năm là 2,1%. Nhu cầu thủy sản làm thực phẩm chiếm 137 triệu tấn với mức tiêu thụ bình quân theo đầu người là 18,4 kg vào năm 2010 và 19,1 kg vào năm 2015 [98]. FAO cũng đưa ra dự báo là tổng sản lượng thủy sản sẽ tăng lên tới 159 triệu tấn vào năm 2010 và 172 triệu tấn vào năm 2015, nhưng sản lượng đánh bắt có xu hướng giảm đi, trong khi sản lượng nuôi trồng có tăng nhưng chậm hơn trước đây. Như vậy, đến năm 2010, sự mất cân đối giữa cầu – cung là 9,4 triệu tấn và đến 2015 là 11 triệu tấn. Theo sự vận động của cơ chế thị trường, sự thiếu hụt đó sẽ khiến thị trường cân bằng lại ở mức giá cao hơn hiện nay từ 3 – 3,2% sau khi người tiêu dùng chuyển sang tiêu thụ các loại thủy sản khác nhau. Đối với các nước đang phát triển, sản lượng thủy sản sẽ tăng trưởng ở mức trung bình là 2,7%/năm đến năm 2015, song sản lượng đánh bắt chỉ tăng trung bình 1%/năm và do vậy sản lượng nuôi trồng sẽ tăng ở mức 4,5%/năm. Năm 2015 các nước đang phát triển sẽ chiếm đến 81% sản lượng thủy sản toàn cầu so với 75% như hiện nay. Trong điều kiện thu nhập của người tiêu dùng tăng lên, khả năng thanh toán tốt hơn tạo điều kiện tiền đề thuận lợi cho việc tăng cường đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản.

- **Hệ thống phân phối thủy sản tại thị trường nước ngoài:** Hiện nay hệ thống phân phối thủy sản tại các thị trường mang tính khép kín.

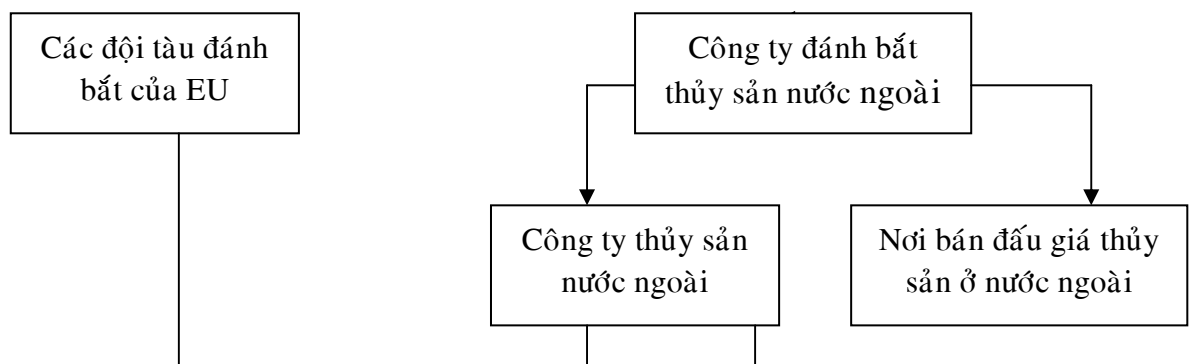


(Nguồn: JETRO – 2002)

Hình 2.1: Kênh phân phối thủy sản của Nhật Bản

Ở Nhật, thủy sản được phân phối thông qua các công ty bán buôn, các công ty chuyên kinh doanh thủy sản hoặc các nhà giao dịch qua trung gian nhưng lượng tiêu thụ qua siêu thị hay các nhà hàng thức ăn nhanh chiếm một tỷ trọng lớn [99].

Hệ thống phân phối thủy sản tại các thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam có tính chất khép kín, liên kết chặt chẽ giữa các nhà nhập khẩu, các nhà phân phối, nhà bán buôn, các siêu thị, nhà hàng hay các nhà bán lẻ [70].



(Nguồn: Eurostat, 2000)

Hình 2.2: Kênh phân phối thủy sản cho người tiêu dùng EU

Các siêu thị ở các nước trở thành một trong những kênh phân phối thủy sản quan trọng như siêu thị REWE, Metro, Edelca, Aldi, Spas, Tengelmann... ở Đức hay Argyl, Asda, Gateway, Saintbury, Tesco... ở Anh. Không phức tạp như hệ thống phân phối thủy sản ở Nhật, các doanh nghiệp có thể đưa thủy sản xuất khẩu vào thị trường EU thông qua chợ bán buôn hoặc các siêu thị như là một kênh phân phối hiệu quả.

Các doanh nghiệp Việt Nam khó có thể tự thiết lập một hệ thống phân phối riêng mà thường thông qua các nhà phân phối lớn. Các nhà phân phối này có mạng lưới đại lý, cơ sở vật chất phục vụ cho việc bảo quản, xử lý hàng thủy sản xuất khẩu. Các nhà phân phối nắm vững các quy định về nhãn mác, bao bì... nên có nhiều thuận lợi khi triển khai các chương trình thúc đẩy bán hàng.

- **Tình hình cạnh tranh:** Cạnh tranh trong lĩnh vực xuất khẩu thủy sản cũng sẽ ngày càng gay gắt hơn khi Việt Nam cam kết cắt giảm thuế để phù hợp với quy định của WTO. Ngay khi Việt Nam gia nhập WTO, có 6 mặt hàng sẽ áp dụng mức thuế nhập khẩu là 0% (xem bảng 2.25).

Bảng 2.25 CÁC MẶT HÀNG VIỆT NAM CAM KẾT ÁP DỤNG MỨC THUẾ NHẬP KHẨU LÀ 0% NGAY KHI GIA NHẬP

Mã hàng	Mô tả hàng hóa
03019310	Cá chép để làm giống
03019911	Cá măng để làm giống
03019921	Cá bột để làm giống
03062110	Tôm hùm đá và các loại tôm biển khác để làm giống
03062210	Tôm hùm để làm giống
03062310	Tôm Shrimps và tôm pan-đan để làm giống

(Nguồn: Biểu cam kết về hàng hóa của Việt Nam khi gia nhập WTO công bố tại trang web: www.mot.gov.vn)

Nhìn chung, các mặt hàng Việt Nam cam kết cắt giảm thuế ngay chủ yếu là các loài thủy sản dùng để làm giống nên chưa ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Đáng lưu ý là khi Việt Nam tiến hành cắt giảm thuế đối với các mặt hàng nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu thì doanh nghiệp thủy sản Việt Nam không những đương đầu với cạnh tranh tại thị trường nước ngoài mà còn ngay cả tại thị trường trong nước.

Bảng 2.26: CÁC MẶT HÀNG VIỆT NAM CAM KẾT ÁP DỤNG MỨC THUẾ NHẬP KHẨU CUỐI CÙNG DƯỚI 15%

Mã hàng	Mô tả hàng hóa	Mức thuế cam kết khi gia nhập (%)	Mức thuế cuối cùng (%)	Năm hoàn tất
03021100	Họ cá hồi tươi hoặc ướp lạnh	30	10	2014
03021200	Cá hồi Thái Bình Dương, Đại Tây Dương tươi hoặc ướp lạnh	30	10	2012
03031900	Các loại cá khác đông lạnh	30	12	2011
03032100	Cá hồi đông lạnh	30	10	2014
03032200	Cá hồi Thái Bình Dương, Đại Tây Dương đông lạnh	30	10	2014

03033100	Cá bơn lưỡi ngựa đông lạnh	30	13	2012
03034100	Cá ngừ trắng hoặc vây dài đông lạnh	30	12	2011
03035000	Cá trích đông lạnh	30	10	2014
03036000	Cá tuyết đông lạnh	30	14	2012
03037200	Cá tuyết chấm đen đông lạnh	30	14	2012
03037300	Cá tuyết đen đông lạnh	30	14	2012
03037400	Cá thu đông lạnh	30	13	2012
03037800	Cá Meluc đông lạnh	30	12	2011
03037910	Cá biển loại khác đông lạnh	30	10	2012
03038010	Gan cá đông lạnh	30	12	2012
03038020	Bọc trứng cá đông lạnh	30	12	2012
03061300	Tôm Shrimps và tôm pan-đan đông lạnh	30	12	2011
03062120	Tôm hùm đá và các loại tôm biển khác còn sống	30	10	2012
03071010	Hàu sống	30	12	2011
03071020	Hàu tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh	30	15	2011
03071030	Hàu khô, muối hoặc ngâm nước muối	30	15	2011
03073110	Vẹm sống	30	12	2011
03073920	Vẹm khô, muối hoặc ngâm nước muối	30	10	2012
03074910	Mực nang, mực ống đông lạnh	30	10	2012

(Nguồn: Biểu cam kết về hàng hóa của Việt Nam khi gia nhập WTO, công bố tại trang web: www.mot.gov.vn)

2.2.2.3 Môi trường chính trị, hợp tác quốc tế:

Quan hệ chính trị và hợp tác quốc tế giữa Việt Nam với các nước ngày càng phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu. Việc Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, tổ chức thành công Hội nghị APEC đã mở ra nhiều triển vọng cho các hoạt động hợp tác kinh tế. Các quan hệ hợp tác với một số đối tác hứa hẹn những tiềm năng mới với Nhật Bản, Hoa Kỳ ... Các quan hệ chính trị và hợp tác quốc tế đó đã tạo điều kiện môi trường pháp lý quan trọng, thúc đẩy quan hệ thương mại, trong đó có thương mại quốc tế về thủy sản giữa Việt Nam và các nước.

Theo quyết định của Bộ Thủy sản, Cục quản lý Chất lượng, An toàn vệ sinh và Thú y thủy sản (NAFIQAVED) – tiền thân là Trung tâm Kiểm tra Chất

lượng và Vệ sinh Thủy sản (NAFIQACEN) – là cơ quan có chức năng quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm thủy sản, kiểm soát chất lượng, an toàn vệ sinh, an toàn dịch bệnh tất cả các yếu tố đầu vào (con giống, hệ thống ao đầm, thức ăn và thuốc thú y dùng cho thủy sản, các chất xử lý môi trường) và công tác phòng trừ dịch bệnh cho thủy sản.

Thời gian qua, NAFIQAVED đã đầu tư trang thiết bị cho các phòng thí nghiệm, đào tạo đội ngũ cán bộ để thực hiện chức năng của mình, trong đó có nhiệm vụ đánh giá chất lượng, kiểm tra dư lượng kháng sinh ...[32]. Trong ngành thủy sản, quan hệ quốc tế về công nhận chất lượng thủy sản xuất khẩu cũng đã có những bước phát triển quan trọng, giúp các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu. Đến năm 2005, EU, Thái Lan, Ý, Hoa Kỳ, Pháp, Thụy Sĩ, Úc, Canada, Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và một số nước Châu Á đã công nhận thẩm quyền của NAFIQAVED; số nước, tổ chức có quan hệ với NAFIQAVED lên đến con số 106. Gần đây, Bộ Thủy sản cũng đã chỉ đạo NAFIQAVED nghiên cứu, tìm cơ chế phối hợp với Đức để thành lập chi nhánh phòng kiểm nghiệm của Đức tại Việt Nam và tiến hành kiểm tra chất lượng, cấp chứng thư cho các lô hàng xuất khẩu vào Đức. Tuy nhiên, với tình hình các nước thắt chặt các quy định về an toàn thực phẩm thủy sản và đưa ra những rào cản mới, NAFIQAVED cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế nhằm gia tăng các thỏa thuận công nhận chất lượng, giúp thủy sản Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào các thị trường.

2.2.2.4 Môi trường pháp lý, chủ trương chính sách:

- **Môi trường pháp lý, chính sách trong nước:** Ngành thủy sản nói chung và hoạt động xuất khẩu thủy sản đã nhận được sự quan tâm chỉ đạo và đầu tư của Chính phủ trong tất cả các lĩnh vực: giống, nuôi trồng, đánh bắt, tiêu thụ, chế

biển, xuất khẩu và xúc tiến thương mại thủy sản. Chính phủ rất quan tâm đến việc bảo vệ nguồn lợi thủy sản và chú trọng hoạt động nuôi trồng. Năm 1999, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 224/1999/QĐ-TTg ngày 08/12/1999 phê duyệt Chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản thời kỳ 1999 – 2010, đặt ra mục tiêu phát triển nuôi trồng thủy sản nhằm đảm bảo an ninh thực phẩm và tạo nguồn tiêu nguyên liệu chủ yếu cho xuất khẩu, phấn đấu đến năm 2010 tổng sản lượng nuôi trồng thủy sản đạt trên 2 triệu tấn, giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt trên 2,5 tỷ USD, tạo việc làm và thu nhập cho khoảng 2 triệu người, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế xã hội đất nước và an ninh ven biển. Năm 2004, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 150/2004/QĐ-TTg ngày 20/06/2004 phê duyệt quy hoạch chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông, lâm nghiệp, thủy sản cả nước đến năm 2010 và tầm nhìn 2020; Quyết định số 131/2004/QĐ-TTg ngày 16/07/2004 phê duyệt Chương trình bảo vệ và phát triển nguồn lợi thủy sản đến năm 2010; năm 2005, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 126/2005/QĐ-TTg ngày 01/06/2005 ban hành một số chính sách về khuyến khích phát triển nuôi trồng thủy hải sản trên biển và hải đảo. Về xuất khẩu thủy sản, năm 1998, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình Phát triển Xuất khẩu Thủy sản đến năm 2005 (Quyết định số 251/1998/QĐ-TTg, ngày 25/12/2005). Năm 2006, Thủ tướng Chính phủ ký quyết định số 242/2006/QĐ-TTg ngày 25/10/2006 phê duyệt Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

Về chuyển dịch cơ cấu kinh tế và lưu thông các sản phẩm nông nghiệp, trong đó có thủy sản, ngày 15/06/2000, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 09/2000/NQ-CP về một số chủ trương và chính sách về chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp [39], năm 2002 Thủ tướng Chính phủ đã ký

Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/06/2002 ban hành chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng.

Những chủ trương, chính sách như trình bày ở trên đã tạo những điều kiện thuận lợi nhất cho chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản, là yếu tố rất quan trọng tạo nên những bước thành công mới của xuất khẩu thủy sản Việt Nam một cách bền vững và toàn diện. Để tiếp tục tạo tiền đề quan trọng cho sự phát triển của ngành thủy sản trong giai đoạn mới, ngày 11/01/2006, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 10/2006/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản đến năm 2010 và định hướng năm 2020 với các mục tiêu trong đó có chỉ tiêu giá trị kim ngạch xuất khẩu năm 2010 đạt 4 tỷ USD và quyết định số 242/QĐ-TTg ngày 25/10/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Phát triển Xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

Tuy nhiên, trong quá trình chuyển giao kỹ thuật, công nghệ hay triển khai các quy định liên quan đến vấn đề vệ sinh an toàn nguyên liệu, do trình độ người nuôi trồng, phương thức chuyển giao công nghệ nên hiệu quả triển khai các chủ trương, chính sách trên còn hạn chế [87].

- **Môi trường pháp lý quốc tế:** Xét ở phạm vi quốc tế, khi hoạt động xuất khẩu thủy sản ngày càng phát triển và thâm nhập vào thị trường các nước thì các doanh nghiệp phải đối mặt với những môi trường pháp luật khác nhau, với hệ thống luật lệ và tập quán thương mại quốc tế khác nhau, vấp phải nhiều rào cản thương mại, chẳng hạn như:

+ **Quy định ký quỹ:** Tháng 03/2005, theo quy định mới của Hải quan Mỹ, các doanh nghiệp nhập khẩu tôm từ các nước bị áp đặt thuế chống bán phá giá phải ký quỹ một khoản tiền tương đương với trị giá nhập khẩu tôm trong vòng

một năm nhân với mức thuế chống bán phá giá. Khoản ký quỹ này đóng theo từng năm, căn cứ trên giá trị nhập khẩu của năm trước và chỉ được giải ngân số tiền ký quỹ sau 3 năm khi có được kết quả tính lại giá thành, giá bán của từng lô hàng để quyết định mức thuế chống bán phá giá mới. Quy định này khiến cho các doanh nghiệp Việt Nam phải đương đầu với những khó khăn mới khi xuất khẩu tôm vào thị trường này.

+ **Chính sách dư lượng kháng sinh bằng 0:** Chính sách dư lượng kháng sinh bằng không của Liên minh Châu Âu cũng gây ra nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi việc áp dụng quy định không diễn ra theo một lộ trình được định sẵn [47], [63]. Nhật Bản cũng đưa ra các quy định về dư lượng kháng sinh rất thấp và tăng cường công tác kiểm tra hàng thủy sản nhập khẩu.

+ **Thủ tục hành chính phức tạp hơn:** Theo Luật Khủng bố sinh học năm 2002, Cục Quản lý dược phẩm và thực phẩm của Mỹ (FDA) bắt buộc các nhà xuất khẩu phải đăng ký với cơ quan này để được cấp mã số. Việc bắt buộc phải thông báo trước thông tin về từng lô hàng cũng gây khó khăn cho cả nhà xuất khẩu lẫn nhập khẩu vì cần phải thông báo nhiều số liệu chính xác về mặt hàng có trong lô hàng. Một lô hàng thủy sản cần có các chi tiết về khối lượng của từng chủng loại và những chi tiết này không thể thay đổi mà không gây chậm trễ cho lô hàng. FDA chỉ cho phép sửa đổi thông báo lô hàng một lần và không được thay đổi cảng đến ngay cả khi xảy ra vấn đề ách tắc về vận tải [31]. Liên bang Nga cũng vừa ban hành quy định từ ngày 15/01/2007, mỗi lô hàng thủy sản xuất khẩu vào Liên bang này phải đi kèm giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp.

+ **Yêu cầu áp dụng HACCP:** Việc áp dụng hệ thống kiểm soát HACCP trở thành một điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào

các thị trường như Mỹ cũng là một khó khăn mà các doanh nghiệp Việt Nam phải vượt qua bằng nỗ lực đầu tư, đổi mới công nghệ và tăng cường kiểm soát các mối nguy trong quá trình sản xuất, chế biến.

+ **Quy định về dán nhãn:** Australia cũng đã ra thông báo kể từ ngày 08/06/2006 sẽ áp dụng luật dán nhãn mới trong đó yêu cầu tất cả các sản phẩm thủy sản không đóng gói bày bán ở các cửa hàng bán lẻ đều phải có nhãn xuất xứ. Quy định mới này được Cơ quan tiêu chuẩn thực phẩm Australia-New Zealand xây dựng và được Bộ Y tế Australia chấp thuận, áp dụng thống nhất trong tất cả các bang. Trước đây, thủy sản có nguồn gốc từ nước ngoài chỉ được ghi đơn giản “được nhập khẩu” (imported) nhưng từ ngày 08/06/2006, nguồn gốc xuất xứ phải được ghi ngay cạnh mỗi loại thủy sản không đóng gói và phải khác biệt với thông tin xuất xứ của các sản phẩm có bao gói. Nhãn cho các thực phẩm không đóng gói yêu cầu phải rõ ràng, dễ đọc, kích cỡ nhãn cũng như các ký hiệu sử dụng cũng được quy định cụ thể.

+ **Kiện chống bán phá giá:** Hiệp hội các chủ trại nuôi cá nheo Mỹ (CFA) đã kiện lên Ủy ban Thương mại Quốc tế của Mỹ (ITC) cáo buộc sản phẩm filê đông lạnh cá da trơn của Việt Nam được bán vào thị trường Mỹ với giá thấp hơn giá sản xuất và việc nhập khẩu các sản phẩm này gây thiệt hại cho nền công nghiệp sản xuất cá nheo của Mỹ [35]. Kết quả của việc xét xử không công bằng này là Mỹ đã áp dụng mức thuế chống bán phá giá đối với sản phẩm cá da trơn Việt Nam trong khi nguyên nhân giúp cho người nuôi cá tra, cá basa có thể sản xuất cá với giá thành thấp là do “ngư dân đã tích lũy được rất nhiều kinh nghiệm nuôi trồng thủy sản”, “điều kiện tự nhiên ở Đồng bằng sông Cửu Long rất thích hợp cho nuôi trồng thủy sản”, “người nuôi cá tra, cá basa chỉ lấy công làm lãi”, “ngư dân tìm kiếm, sử dụng con giống mới” và “ngư dân tìm kiếm, sử dụng nguồn nguyên liệu địa phương rẻ tiền” [1, 15-16].

Các tranh chấp thương mại trong xuất khẩu thủy sản có khuynh hướng gia tăng trong thời gian qua với nỗ lực bảo hộ nền sản xuất trong nước của một số thị trường. Tham gia “sân chơi toàn cầu” đã đặt ra cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam yêu cầu cần nắm vững những đặc điểm, diễn biến và môi trường kinh doanh xuất khẩu tại các thị trường mục tiêu để có thể thâm nhập hiệu quả vào các thị trường trong thế tích cực và chủ động vượt qua các thách thức nghiệt ngã của thị trường nhập khẩu về chất lượng sản phẩm, về vệ sinh an toàn thực phẩm, về dư lượng kháng sinh, hóa chất, về khả năng truy xuất trong toàn bộ chuỗi kinh doanh thủy sản, về bảo vệ môi trường, về đạo đức và trách nhiệm xã hội ... [94] và ngay cả thực hiện đúng các quy định về nhãn mác đối với sản phẩm xuất khẩu [20].

Qua phân tích các yếu tố của môi trường bên ngoài, có thể nhận thấy rằng hoạt động xuất khẩu thủy sản đứng trước những cơ hội rất quan trọng:

- với việc Việt Nam gia nhập WTO, thị trường xuất khẩu sẽ mở rộng hơn trước, môi trường kinh doanh quốc tế sẽ minh bạch và bình đẳng hơn đối với các doanh nghiệp Việt Nam, sẽ có nhiều cơ hội thu hút vốn đầu tư từ nước ngoài vào các lĩnh vực: đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản;
- nhu cầu tiêu thụ thủy sản trên thế giới tiếp tục tăng cao mang lại cơ hội đầy mạnh xuất khẩu cho các doanh nghiệp trong nước;
- các ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành sẽ giúp các doanh nghiệp triển khai các phương pháp quản lý tiên tiến một cách hệ thống.
- sự quan tâm của Chính phủ là điều kiện tiền đề về mặt môi trường chính trị quan trọng giúp các doanh nghiệp nắm bắt những cơ hội kinh doanh mới.

Tuy nhiên, các doanh nghiệp XK thủy sản Việt Nam cũng đối mặt với những thách thức mới như:

- các thị trường yêu cầu ngày càng cao về an toàn vệ sinh thực phẩm và quản lý chất lượng, yêu cầu về khả năng truy xuất nguồn gốc;
- hệ thống phân phối mang tính khép kín và thuộc về một số tập đoàn nhất định;
- các tranh chấp thương mại ngày càng phổ biến hơn;
- sự cạnh tranh từ các nước như Trung Quốc, ASEAN, các nước Nam Á ngày càng gay gắt hơn trong khi đó thương hiệu thủy sản Việt Nam chưa được xây dựng một cách hệ thống và quảng bá với người tiêu dùng ngoài nước;
- giá thủy sản nuôi có khuynh hướng giảm.

Từ những phân tích trên đây, có thể tổng hợp ma trận các yếu tố bên ngoài của chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản như sau:

Bảng 2.27: MA TRẬN CÁC YẾU TỐ BÊN NGOÀI (E.F.E):

STT	Yếu tố	Trọng số	Điểm	Cộng
1	Điều kiện tự nhiên thuận lợi cho hoạt động nuôi trồng, đánh bắt thủy sản, tạo nguồn nguyên liệu cho hoạt động xuất khẩu	0,07	4	0,28
2	Thị trường xuất khẩu mở rộng hơn nữa (VN trở thành thành viên của WTO)	0,08	3	0,24
3	Môi trường kinh doanh thủy sản quốc tế minh bạch hơn, bình đẳng hơn cho các doanh nghiệp VN)	0,08	3	0,24
4	Khả năng đón nhận các luồng đầu tư mới nhiều triển vọng	0,06	2	0,12
5	Nhu cầu tiêu thụ thủy sản tiếp tục gia tăng	0,08	3	0,24
6	Quan hệ thương mại giữa VN và các nước ngày càng phát triển, tác động tích cực đến XK thủy sản	0,05	3	0,15
7	Công nghệ thông tin được ứng dụng nhiều trong ngành thủy sản, giúp các doanh nghiệp nâng cao năng lực quản lý	0,05	2	0,10
8	Sự quan tâm của Chính phủ đến phát triển xuất khẩu thủy sản	0,06	3	0,18
9	Rào cản phi thuế quan đối với hàng thủy sản XK ngày càng phổ biến	0,08	2	0,16
10	Các thị trường yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm và tăng cường công tác kiểm tra	0,09	2	0,18

11	Hệ thống phân phối thủy sản tại thị trường nước ngoài mang tính khép kín	0,07	2	0,14
12	Khả năng nhận biết sản phẩm thủy sản XK của Việt Nam của người mua nước ngoài chưa cao	0,04	1	0,04
13	Mức độ cạnh tranh trong xuất khẩu thủy sản trong khu vực và trên thế giới khá cao	0,05	2	0,10
14	Các tranh chấp thương mại ngày càng phổ biến	0,05	2	0,10
15	Giá sản phẩm thủy sản nuôi có khuynh hướng giảm	0,04	2	0,08
16	Các chi phí đầu vào của quá trình sản xuất thủy sản tăng nhanh hơn mức tăng sản phẩm đầu ra (ví dụ: chi phí nhiên liệu, thuốc, hóa chất, thức ăn...)	0,05	1	0,05
	Cộng	1,00		2,40

(Nguồn: Tính toán của tác giả và ý kiến chuyên gia)

(Ghi chú: các bước phát triển ma trận E.F.E được giải thích tại Phụ lục 4)

Qua đánh giá ma trận các yếu tố bên ngoài, tổng số điểm quan trọng là 2,40 thấp hơn mức trung bình là 2,5 có thể cho thấy rằng các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam chưa khai thác thật hiệu quả các cơ hội hiện có và giảm thiểu các ảnh hưởng tiêu cực có thể có của các mối đe dọa bên ngoài trong hoạt động xuất khẩu thủy sản.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Qua nghiên cứu và phân tích tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ năm 1990 đến năm 2006, có thể nhận thấy rằng kim ngạch xuất khẩu thủy sản luôn giữ được khuynh hướng năm sau cao hơn năm trước. Năm 1990, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 205 triệu USD, năm 2000 con số này là 1.478,5 triệu USD và năm 2006, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 3.400 triệu USD. Qua đó, thủy sản vẫn duy trì được vị trí là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam dù trong quá trình phát triển xuất khẩu thủy sản, ngành phải đương đầu với nhiều khó khăn như thiên tai, dịch bệnh ... Xuất khẩu thủy sản đã giúp thúc đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa – hiện đại hóa hệ thống cơ sở vật chất, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật và hoàn thiện công tác tổ chức quản lý để đạt kết quả

phát triển liên tục, khá bền vững, góp phần xây dựng nền sản xuất hàng hóa trên cơ sở khai thác tốt lợi thế so sánh của Việt Nam trong xuất khẩu thủy sản và khai thác tốt các yếu tố sản xuất thuận lợi đối với ngư dân, doanh nghiệp thuộc các vùng miền khác nhau. Từ một nền sản xuất chủ yếu đáp ứng các nhu cầu trong nước, cùng quá trình phát triển chung của kinh tế cả nước, hoạt động xuất khẩu thủy sản đã tiếp cận và khai thác tốt thị trường thế giới và nâng dần tính chuyên nghiệp trong hoạt động tiếp cận thị trường thế giới, đáp ứng các yêu cầu về kỹ thuật và thương mại để đẩy mạnh xuất khẩu. Thị trường xuất khẩu thủy sản cũng rộng mở hơn trước. Hiện nay, hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam có mặt tại 127 thị trường. Khi một số thị trường có biến động, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đã nhanh chóng tập trung nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu vào các thị trường khác để duy trì tốc độ tăng trưởng của kim ngạch xuất khẩu.

Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu thủy sản thời gian qua còn nhiều hạn chế, trong đó, đáng kể nhất là:

Một là, chất lượng thủy sản xuất khẩu chưa đáp ứng yêu cầu của các thị trường mục tiêu, chủ yếu là do chưa xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh; năng lực cung ứng và chất lượng con giống còn hạn chế; quản lý, lưu thông thức ăn, thuốc chữa bệnh, thuốc kháng sinh ... chưa hiệu quả; sản phẩm xuất khẩu đơn điệu, giá trị gia tăng thấp, hàm lượng chế biến chưa cao; chưa đáp ứng tốt các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hai là, chưa quan tâm đúng mức đến các hoạt động xúc tiến xuất khẩu, xây dựng và quảng bá thương hiệu và đầu tư thâm nhập thị trường xuất khẩu tiềm năng, chủ yếu là do hoạt động xúc tiến thương mại chưa được quan tâm đúng mức và đầu tư cho hoạt động này còn hạn chế; chưa quan tâm đến việc xây

dựng và quảng bá thương hiệu thủy sản xuất khẩu và khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài còn hạn chế.

Ba là, hoạt động nuôi trồng và đánh bắt thủy sản chưa tuân theo quy hoạch, mang tính manh mún và chưa cân nhắc đến các lợi ích dài hạn, chủ yếu là do: chưa rà soát, điều chỉnh các quy hoạch tổng thể, quy hoạch chi tiết vùng nuôi thủy sản; hiệu quả hoạt động khuyến ngư, tuyên truyền giáo dục còn hạn chế; chương trình đánh bắt xa bờ không hiệu quả, quản lý chưa chặt chẽ và khoa học; chưa thiết lập mối gắn kết chặt chẽ giữa vùng nguyên liệu, hoạt động chế biến với thị trường xuất khẩu; hệ thống thủy lợi phục vụ cho hoạt động nuôi trồng thủy sản chưa phù hợp.

Bốn là, chưa xây dựng hệ thống các liên kết dọc và liên kết ngang giữa các mắt xích trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu, thiếu một mô hình quản lý vùng nuôi phù hợp, trong đó có việc chưa xây dựng chuỗi thu mua nguyên liệu thủy sản, hoạt động phát triển thủy sản hướng về xuất khẩu tại các vùng chưa được điều hành một cách linh hoạt và hiệu quả.

Năm là, công tác chuyển giao kỹ thuật, công nghệ mới chưa đạt kết quả tốt, nhất là đối với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Công tác kiểm soát, đảm bảo tuân thủ các quy trình kỹ thuật, công nghệ chưa hiệu quả do trình độ công nghệ chế biến còn hạn chế.

Sáu là, sự phát triển của các ngành và dịch vụ hỗ trợ còn nhiều bất cập, chưa góp phần thúc đẩy đáng kể hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Việc xây dựng một hệ thống giải pháp đồng bộ để đáp ứng được yêu cầu đảm bảo sản phẩm thủy sản “sạch” “từ ao nuôi đến bàn ăn” của thị trường nhập khẩu là yêu cầu rất cấp thiết từ thực tiễn. Nội dung hệ thống giải pháp đồng bộ

để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020 được trình bày ở chương 3.

CHƯƠNG 3: HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH

XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020

3.1 MỤC TIÊU, QUAN ĐIỂM VÀ CĂN CỨ ĐỀ XUẤT HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN:

3.1.1 Mục tiêu đề xuất các giải pháp:

Việc đề xuất các giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020 là nhằm:

- **Mục tiêu chung:** Góp phần thực hiện mục tiêu xuất khẩu thủy sản của ngành từ nay đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020, trong đó có mục tiêu đạt được kim ngạch xuất khẩu đạt 4 – 4,5 tỷ USD vào năm 2010 và tiếp tục duy trì vị trí của một ngành hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta;

- **Mục tiêu cụ thể:**

+ Đưa ra giải pháp sản xuất các sản phẩm thủy sản sạch, an toàn, đáp ứng tốt yêu cầu của các thị trường tiêu thụ ở nước ngoài; xây dựng, quảng bá thương hiệu thủy sản Việt Nam và đẩy mạnh xúc tiến xuất khẩu,

+ Hình thành các liên kết kinh tế chặt chẽ trong chuỗi giá trị thủy sản xuất khẩu, hình thành một tổ chức điều hành có thẩm quyền chỉ đạo, điều phối hoạt động của các chủ thể tham gia vào hoạt động: đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản theo hướng hình thành các cụm liên kết sản xuất hàng hóa lớn, triển khai nhất quán các chủ trương, chính sách, mang lại lợi ích cho tất cả các bên có liên quan.

3.1.2 Quan điểm đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020

Hoạt động xuất khẩu thủy sản trong giai đoạn từ nay đến năm 2020 cần triển khai theo các quan điểm chủ yếu sau đây:

3.1.2.1 Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong điều kiện môi phải đáp ứng tốt hiệu quả kinh tế – xã hội toàn diện trên cơ sở các giải pháp đồng bộ

Việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản phải đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế biển, cải tạo bộ mặt nông thôn ven biển đi đôi với bảo vệ an ninh – quốc phòng, góp phần xóa đói giảm nghèo ở khu vực nông thôn trên cơ sở phát triển bền vững, không làm tổn hại đến môi trường [3]. Trong giai đoạn 2005 – 2010 và 2010 – 2020, kinh tế biển đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược công nghiệp hóa – hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn Việt Nam; trong đó xuất khẩu thủy sản được xem là hoạt động chủ lực. Nó có khả năng đạt được hiệu quả nhiều mặt về kinh tế – xã hội như tăng thêm thu nhập cho người dân, góp phần xóa đói giảm nghèo... Tuy nhiên, việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản phải đáp ứng tốt yêu cầu phát triển bền vững, không tàn phá các nguồn lợi thủy sản, không làm ô nhiễm môi trường... để đảm bảo sự phát triển lâu dài của ngành.

3.1.2.2 Nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải tạo điều kiện để thủy sản Việt Nam thâm nhập vào thị trường thế giới một cách chủ động, tích cực.

Điều đó có nghĩa là các giải pháp đưa ra phải tính đến các khả năng có thể xảy ra và tính biến động về nhu cầu, sở thích, dung lượng, rào cản... của các thị trường xuất khẩu mục tiêu. Trong điều kiện đó, việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu trở thành một yêu cầu quan trọng và có ý nghĩa chiến lược. Cần quan tâm thích đáng đến môi trường kinh doanh quốc tế vốn ngày càng phức tạp do đặc điểm thương mại quốc tế ngày càng phải tự do hóa hơn trước trong khi nhu

cầu nội tại của các quốc gia lại phát sinh yêu cầu bảo hộ mậu dịch dưới các hình thức mới, tinh vi hơn.

3.1.2.3 Khoa học công nghệ hiện đại là yếu tố quan trọng thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam theo hướng tiên tiến

Một khi khoa học công nghệ được sử dụng tối ưu trong các hoạt động đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản sẽ tạo ra một bước đột phá trong xuất khẩu thủy sản Việt Nam, tạo ra nhiều sản phẩm giá trị gia tăng, có hàm lượng chế biến cao thông qua đó chuyển dịch mạnh mẽ cơ cấu mặt hàng xuất khẩu theo hướng chú trọng các sản phẩm chế biến, sản phẩm giá trị gia tăng, sản phẩm sạch, sinh thái [36] để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về việc tiêu thụ các loại thực phẩm có lợi cho sức khỏe [55], [65].

3.1.2.4 Liên kết bốn nhà: Nhà nước – nhà nông – nhà khoa học – nhà thương lái cần xác lập cơ chế và mô hình cụ thể, phù hợp với thực tiễn môi trường của ngành thủy sản trên cơ sở phát huy thế mạnh của từng thành tố trong mô hình, xác lập quyền lợi và trách nhiệm cũng như các biện pháp chế tài khả thi, trong đó vai trò tạo môi trường và định hướng của Nhà nước (Bộ, Sở Thủy sản) là rất quan trọng. Xuất khẩu thủy sản Việt Nam chỉ có thể phát triển mạnh và bền vững trên cơ sở quản lý các hoạt động nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, xuất khẩu một cách thống nhất, tập trung; nâng cao tính cộng đồng trách nhiệm của những đối tượng tham gia vào chuỗi cung ứng thủy sản [28].

3.1.3 Căn cứ xây dựng hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản từ nay đến năm 2020:

Việc xây dựng hệ thống giải pháp đồng bộ được trình bày trong phần 3.2 là dựa trên những căn cứ sau:

3.1.3.1 Căn cứ quốc tế:

- Cơ hội kinh doanh

Bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế mới mở ra cho nền kinh tế Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản nói riêng những thời cơ mới. Hiệp định thương mại Việt – Mỹ tiếp tục được triển khai và việc gia nhập WTO cho phép các doanh nghiệp Việt Nam khai thác những thị trường mới, những cơ hội kinh doanh bình đẳng với các đối thủ toàn cầu khác. Việc Việt Nam gia nhập WTO giúp mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, các doanh nghiệp Việt Nam được đối xử bình đẳng hơn trong kinh doanh quốc tế. Áp lực cạnh tranh cũng thúc đẩy các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả quản lý, sản xuất kinh doanh để nâng cao năng lực cạnh tranh, qua đó hoàn thiện sản phẩm theo hướng nâng cao chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm. Các doanh nghiệp cũng có điều kiện tốt hơn để thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các lĩnh vực đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu hoặc nghiên cứu – phát triển thủy sản.

- Yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm đối với thủy sản nhập khẩu của các thị trường ngày càng cao.

Các thị trường nhập khẩu thủy sản đưa ra nhiều quy định với danh nghĩa là để bảo vệ sức khỏe của người tiêu dùng; trong quá trình vận dụng thì lại khai thác các quy định đó như là rào cản thương mại, cản trở hoạt động xuất nhập khẩu. Một số doanh nghiệp nhập khẩu thủy sản cũng quan tâm đến việc đặt mua các sản phẩm thủy sản sinh thái [77].

Liên minh Châu Âu và Mỹ cũng đã đưa ra những yêu cầu về việc thực hiện việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm, tức là các sản phẩm thủy sản phải được truy xuất ngược đến nhà cung cấp và khách hàng; các hệ thống phải hoạt động để đảm bảo cung cấp thông tin này cho cơ quan có thẩm quyền khi có yêu cầu; tất

cả các thực phẩm hoặc thức ăn chăn nuôi đưa ra thị trường phải được ghi nhãn đầy đủ để tạo điều kiện cho việc nhận diện và truy xuất nguồn gốc của chúng [94]. Ủy ban Châu Âu (EC) cũng ban hành quy định về giới hạn nồng độ tối đa đối với điôxin và PCB (hợp chất độc tố gốc hữu cơ) trong thực phẩm và thức ăn chăn nuôi vì đây là những chất được cho là có thể gây ung thư, rối loạn hệ miễn dịch, hệ thần kinh, làm suy gan, gây vô sinh. Quy định mới có hiệu lực từ tháng 11/2006. Nhật Bản cũng đã tăng cường kiểm tra các lô hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam và sẽ áp dụng lệnh cấm nhập khẩu nếu vẫn còn nhiều doanh nghiệp vi phạm. Nga cũng đang tiến hành kiểm tra các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu trước khi công nhận đủ điều kiện xuất khẩu vào thị trường này.

- Tình hình cạnh tranh trên thị trường thủy sản thế giới:

Tình hình cạnh tranh trên thị trường thủy sản thế giới ngày càng gay gắt; một số nước như Thái Lan, Indonesia, Trung Quốc đều tăng cường xuất khẩu vào các thị trường lớn, trong khi đó nhu cầu nhập khẩu của một số thị trường như Nhật Bản lại tăng không nhiều. Điều đó đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải tổ chức lại hoạt động sản xuất một cách có hệ thống, đồng bộ để nâng cao năng lực cạnh tranh. Các tranh chấp thương mại quốc tế sẽ diễn ra thường xuyên hơn, với mức độ ảnh hưởng lớn hơn khi thủy sản xuất khẩu của Việt Nam ngày càng thâm nhập đáng kể vào các thị trường. Các biện pháp đảm bảo thương mại công bằng bao gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ với danh nghĩa là bảo hộ sản xuất, thị trường trong nước và người tiêu dùng nhưng thực chất đây là những rào cản mới đối với hoạt động xuất khẩu [34].

3.1.3.2. Các căn cứ trong nước

- Điều kiện sản xuất:

Điều kiện sản xuất thuận lợi, có lợi thế so sánh so với các nước khác, cho phép Việt Nam có thể đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Căn cứ này hoàn toàn phù hợp với lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo như trình bày ở chương 1 với điều kiện cụ thể của Việt Nam: điều kiện tự nhiên thuận lợi, nguồn lao động có kinh nghiệm và chi phí thấp, nguyên liệu phục vụ cho ngành công nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu khá dồi dào. Các doanh nghiệp cũng đã nhạy bén trong việc khai thác các yếu tố sản xuất thuận lợi theo lý thuyết Hecksher – Ohlin.

- Khả năng cạnh tranh quốc gia :

Khả năng cạnh tranh quốc gia của thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã tăng lên đáng kể. Chuỗi các hoạt động liên quan đến việc xuất khẩu thủy sản tiếp tục phát triển về chất, các doanh nghiệp tận dụng cơ hội để tối đa hóa lợi thế nhờ quy mô, vận dụng quy luật giá trị, mang lại giá trị sử dụng lớn cho người tiêu dùng, qua đó tăng quy mô xuất khẩu [89]. Các yếu tố trong mô hình “viên kim cương” của Michael Porter bao gồm: yếu tố sản xuất đầu vào, cầu thị trường, cạnh tranh và hỗ trợ và chiến lược, cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp trong ngành thủy sản Việt Nam đã có tương tác tích cực, thuận lợi cho chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu.

- Trình độ công nghệ :

Trình độ công nghệ nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, xuất khẩu thủy sản đã đạt trình độ khá so với trình độ trong khu vực và trên thế giới. Nhiều doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ hiện đại trong việc sản xuất con giống, nuôi trồng và áp dụng khoa học kỹ thuật trong quá trình đánh bắt thủy sản. Đặc biệt, trong lĩnh vực chế biến thủy sản, các doanh nghiệp đã đầu tư vào các dây chuyền sản xuất hiện đại, áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến.

- Sự phát triển của các ngành dịch vụ hỗ trợ:

Các dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu thủy sản như dịch vụ tài chính, tín dụng, vận tải, logistic ... đã tạo điều kiện thúc đẩy xuất khẩu thủy sản và tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Theo mô hình “viên kim cương” của Michael Porter, sự phát triển các ngành dịch vụ phụ trợ này giúp cho việc sử dụng các yếu tố đầu vào hiệu quả hơn, tác động tích cực đến cầu của thị trường và giúp triển khai các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

- Sự quan tâm của Chính phủ, Bộ Thủy sản:

Sự quan tâm của Chính phủ, Bộ Thủy sản là điều kiện rất quan trọng trong việc xây dựng môi trường pháp lý thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu thủy sản, đặc biệt là trong các chủ trương đầu tư, biện pháp khuyến khích xuất khẩu, đặc biệt là Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 -2010 ban hành kèm theo Quyết định số 156/2006/QĐ-TTg ngày 30/06/2006 và Quyết định số 242/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Phát triển xuất khẩu Thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

- Vai trò quản lý của Nhà nước và khuynh hướng “đồng quản lý”:

Xét trong điều kiện của ngành thủy sản, việc xây dựng một khung pháp lý và tổ chức đảm bảo cho nỗ lực “đồng quản lý” đạt hiệu quả tốt đóng một vai trò quan trọng [53], [80]. Theo sự phát triển của quan hệ sản xuất, vai trò can thiệp trực tiếp của Nhà nước trong mô hình “đồng quản lý” sẽ ngày càng giảm đi nhưng trong giai đoạn ban đầu cần thực hiện triệt để nhằm giúp xác lập các điều kiện vận hành của mô hình “đồng quản lý”.

Có thể tổng hợp sự tác động của các yếu tố bên trong, bên ngoài ảnh hưởng đến chuỗi hoạt động liên quan đến xuất khẩu thủy sản thông qua ma trận SWOT (trình bày ở trang 116) như là một cơ sở tổng hợp để đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam nhằm giải quyết 6 vướng mắc lớn nhất hiện nay (như đã phân tích ở chương 2) gồm:

- Chất lượng thủy sản chưa đáp ứng yêu cầu của các thị trường mục tiêu,
- Chưa quan tâm đến các hoạt động xúc tiến xuất khẩu, xây dựng, quảng bá thương hiệu và đầu tư thâm nhập thị trường xuất khẩu tiềm năng,
- Phát triển thủy sản phục vụ xuất khẩu chưa tuân theo quy hoạch, chưa cân nhắc đến các lợi ích dài hạn,
- Chưa xây dựng hệ thống các liên kết giữa các mắt xích trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu, chưa có một mô hình thích hợp để quản lý hoạt động nuôi trồng, đánh bắt, chế biến và xuất khẩu thủy sản một cách đồng bộ,
- Chưa phát huy tốt hiệu quả của các hoạt động chuyển giao công nghệ kỹ thuật và
- Các dịch vụ hỗ trợ phát triển chưa tương xứng với yêu cầu phát triển xuất khẩu thủy sản.

3.2 HỆ THỐNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020.

3.2.1 Nhóm giải pháp 1: Nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm

3.2.1.1 Xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh

- **Nội dung giải pháp:** Để cung cấp thủy sản an toàn “từ ao nuôi đến bàn ăn”, việc xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh là rất cần thiết. Đối với các vùng nuôi có đủ điều kiện, tiến hành triển khai Quy phạm thực hành nuôi tốt (GAP: Good Aquaculture Practice). Mục đích của Quy phạm này là đảm bảo nguyên liệu thủy sản nuôi an toàn vệ sinh thực phẩm cho tiêu dùng, góp phần làm giảm thiểu dịch bệnh, giảm thiệt hại kinh tế cho người nuôi và giảm thiểu tác hại của hoạt động nuôi tới môi trường.

Các bước triển khai:

- Bộ Thủy sản tiến hành quy hoạch chi tiết các vùng nuôi thủy sản trong cả nước. Để xây dựng các vùng nuôi sạch, không thể thực hiện riêng lẻ từng địa phương, từng khu vực được. Công tác quy hoạch này phải được thực hiện cùng các chính sách, chế độ phù hợp để công tác quy hoạch vừa đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế- xã hội, vừa hỗ trợ tích cực cho công tác đảm bảo an ninh kinh tế biển, phát triển kinh tế nông thôn ven biển. Công tác triển khai cần thực hiện tốt từ khâu thí điểm đến khâu nhân rộng mô hình. Qua nghiên cứu của tác giả, có thể chọn 6 địa phương gồm các tỉnh Bến Tre, Thanh Hóa, Khánh Hòa, Cà Mau, Bạc Liêu, Sóc Trăng để thực hiện. Khu vực thí điểm được lựa chọn là những khu vực có điều kiện tự nhiên và điều kiện sản xuất thuận lợi để triển khai vùng nuôi sạch. Đây là những địa phương đã từng được tổ chức thử nghiệm

nuôi theo GAP nên một số hộ đã có kinh nghiệm nhất định, thuận tiện trong việc trình diễn cho người dân học tập.

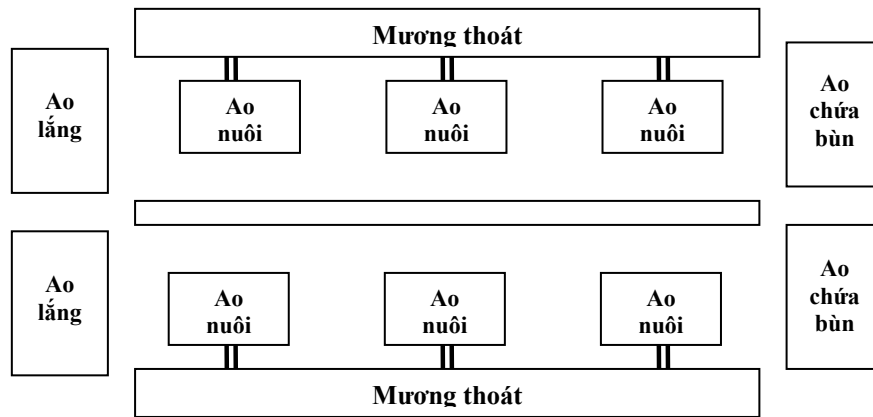
- Các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (*mô hình về tổ chức này sẽ được trình bày ở phần 3.2.4.2*) tổ chức xây dựng các mô hình mẫu để bà con tham khảo. Đây là những khu vực triển khai theo đúng quy trình nuôi GAP, vừa triển khai tốt, vừa lưu trữ các thông tin, tài liệu và số liệu hạch toán để hướng dẫn bà con các khu vực xung quanh đến tham quan, giao lưu, học hỏi kinh nghiệm. Những mô hình mẫu này là những điểm sáng, thuyết phục người nuôi một cách hiệu quả nhất.

- Các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng tổ chức các đợt tuyên truyền về lợi ích của việc xây dựng các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh, các vùng nuôi thực hiện quy phạm GAP. Hình thức tuyên truyền: tổ chức cho người dân tham quan các mô hình tổ chức mẫu, tiến hành các buổi thao diễn kết hợp với giải thích và phân tích. Có thể sử dụng các tài liệu với ngôn ngữ đơn giản, có kèm hình minh họa để giúp người dân tiếp thu các nội dung tuyên truyền.

- Các Hội đồng tổ chức nhân rộng mô hình trong vùng.

- Các công tác hỗ trợ của Hội đồng:

+ Các Hội đồng tổ chức hướng dẫn người dân xây dựng bố trí ao nuôi phù hợp, đảm bảo nguồn nước sạch và xử lý nước thải đạt yêu cầu. Qua nghiên cứu kinh nghiệm bố trí hệ thống ao nuôi của Thái Lan và thực tế triển khai tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, tác giả đề xuất mô hình bố trí hệ thống ao nuôi cỡ vừa gồm 6 ao nuôi, có hệ thống mương cấp và thoát nước riêng rẽ, có hệ thống ao chứa bùn và ao lắng (*xin xem hình 3.1*).



Hình 3.1 Sơ đồ bố trí ao nuôi thực hiện GAP

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả)

+ Các Hội đồng, thông qua Ban Công nghệ (*trực thuộc Hội đồng*) tư vấn cho người dân về phương thức nuôi phù hợp (thâm canh hay bán thâm canh), đưa ra các quy chuẩn kỹ thuật cần thiết ví dụ: con giống, mật độ thả.

+ Các hợp tác xã tổ chức các buổi giới thiệu, hướng dẫn về việc quản lý và sử dụng thức ăn, thuốc, hóa chất, chất xử lý môi trường. Để giúp người dân nhận thức sâu hơn về tác hại của việc sử dụng thuốc và hóa chất không đúng cách, hợp tác xã tổ chức các buổi giao lưu với các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu để người dân hiểu rõ hơn về tác hại của nguồn nguyên liệu nhiễm bẩn hay tồn dư kháng sinh.

+ Các hợp tác xã tổ chức giới thiệu các biểu mẫu, hồ sơ quản lý việc nuôi trồng, sử dụng thuốc, hóa chất và theo dõi tình hình tăng trọng của đối tượng nuôi, làm nền tảng cho việc triển khai truy xuất nguồn gốc thủy sản.

+ Các Hội đồng đầu tư cơ sở hạ tầng: hệ thống thủy lợi đầu mối, hệ thống quan trắc cảnh báo môi trường, hệ thống phòng kiểm nghiệm PCR, hệ thống trại sản xuất con giống, hệ thống thông tin, ban hành các quy định về quản lý và kiểm tra.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Giúp nâng cao nhận thức và trách nhiệm của những người tham gia nuôi trồng thủy sản, hình thành các vùng nuôi an toàn sạch bệnh, giúp cung ứng nguyên liệu thủy sản sạch và an toàn phục vụ xuất khẩu, giảm thiểu tình trạng lây truyền bệnh theo chiều ngang và kiểm soát dịch bệnh hạn chế lây truyền theo chiều dọc, giảm thiểu ô nhiễm và suy thoái môi trường, nâng cao năng suất và sản lượng. Với các vùng nuôi triển khai GAP, lợi nhuận thu được có thể tăng thêm 15%.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 100% số hộ và doanh nghiệp được khảo sát cho rằng giải pháp này là cần thiết, trong đó 154 doanh nghiệp (chiếm 80% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 182 hộ nuôi trồng (chiếm 89% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết. (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

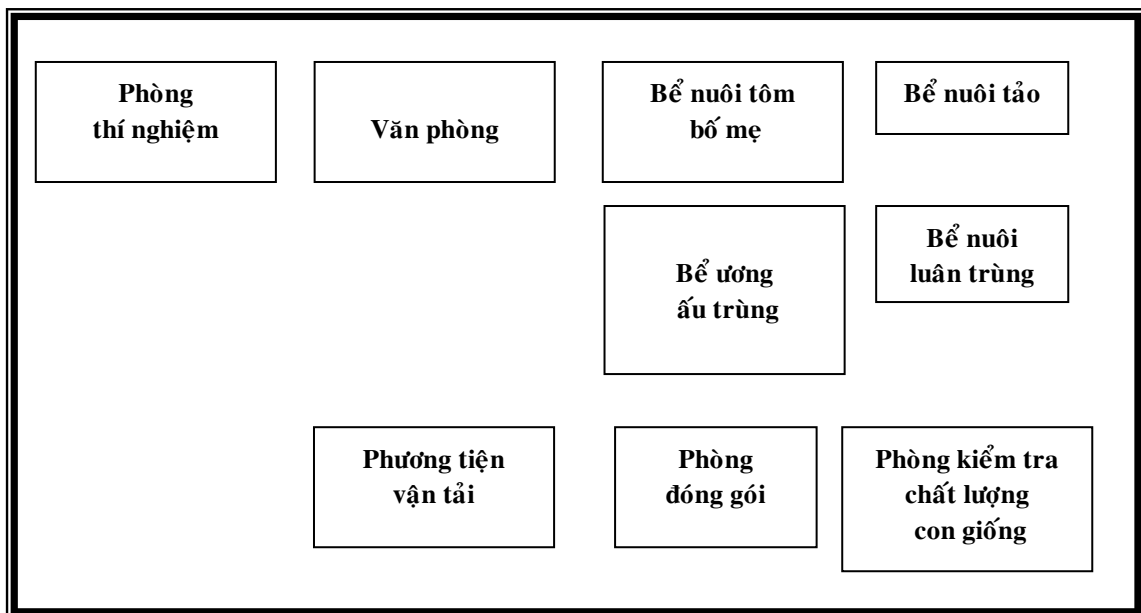
Để triển khai GAP một cách hiệu quả và nâng cao chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu, điều quan trọng là phải làm đúng từ đầu, ngay từ khâu con giống.

3.2.1.2 Nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống

- **Nội dung giải pháp:** Bên cạnh việc tiếp tục xây dựng và phát triển các trung tâm giống quốc gia và vùng, cần tăng cường kiểm tra năng lực cung ứng và chất lượng con giống của các trại giống nhỏ ở các địa phương để vừa đáp ứng nhu cầu con giống phục vụ hoạt động nuôi trồng, vừa tránh các tình trạng thiếu hụt hay dư thừa con giống mang tính cục bộ hoặc trên phạm vi rộng [12]. Hoạt động chuyển giao kỹ thuật sản xuất giống hiệu quả cần được đẩy mạnh thông qua các hoạt động khuyến ngư ở tất cả các cấp. Nâng cao chất lượng đàn giống bố mẹ, hoàn thiện kỹ thuật sinh sản, kỹ thuật ương nuôi, công tác vận chuyển cá giống [72], phát triển giống thủy sản một số đối tượng nuôi có nhiều triển vọng như tôm sú, tôm rảo, tôm he, tôm thẻ, cua biển, nhuyễn thể, cá giò, cá măng, cá

song, tôm càng xanh, cá chép lai, cá rô phi, cá tra, cá ba sa... thông qua việc chuyển giao công nghệ sản xuất giống từ các nước như Mỹ, Thái Lan, Trung Quốc

Để khắc phục tình trạng các cơ sở sản xuất giống quy mô nhỏ không quan tâm đến công tác bố trí khu vực sản xuất, dễ phát sinh tình trạng lây nhiễm chéo, qua nghiên cứu tác giả đề xuất cần bố trí đầy đủ các bể nuôi con giống bố mẹ, bể ương ấu trùng, bể nuôi tảo hay luân trùng. Đặc biệt, các doanh nghiệp cần đầu tư cho phòng kiểm tra chất lượng con giống, phòng thí nghiệm để kiểm tra dịch bệnh... Các doanh nghiệp có thể tham khảo mô hình tổ chức trại sản xuất tôm giống đáp ứng tiêu chuẩn ngành TCN 92: 2005 về yêu cầu kỹ thuật và vệ sinh thú y đối với cơ sở sản xuất giống tôm biển như ở hình 3.2.



Hình 3.2 Sơ đồ bố trí cơ sở sản xuất giống tôm biển

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả)

- **Điều kiện và người thực hiện:** Các Viện nghiên cứu nuôi trồng thủy sản, Viện Nghiên cứu Hải sản và các Trung tâm giống thủy sản quốc gia (thuộc Bộ Thủy sản) chuyển giao công nghệ; các doanh nghiệp sản xuất con giống trực tiếp tham

gia hoạt động này. Từ nay đến năm 2010, triển khai việc hoàn thiện và phát triển các trung tâm để có đủ khả năng cung ứng các giống thủy sản hiện có, từ năm 2010 đến năm 2020, sản xuất các giống mới đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng trong giai đoạn mới.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Cung ứng con giống sạch bệnh, có chất lượng tốt, giúp tăng năng suất nuôi trồng thủy sản, nâng cao hiệu quả kinh tế.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 60 doanh nghiệp (chiếm 31% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 156 hộ nuôi trồng (chiếm 76% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

Bên cạnh việc đảm bảo chất lượng con giống, công tác kiểm soát việc lưu thông, sử dụng hóa chất, chất kháng sinh ... có một vai trò rất quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng thủy sản xuất khẩu.

3.2.1.3 Tăng cường và nâng cao hiệu quả việc kiểm soát, quản lý khâu lưu thông và sử dụng thức ăn nuôi trồng thủy sản và các thuốc kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng.

- **Nội dung giải pháp:** Hiện nay các loại thức ăn nuôi trồng thủy sản, thuốc kháng sinh, hóa chất xử lý môi trường được cung ứng rất rộng rãi nhưng việc quản lý chất lượng và sử dụng các đối tượng này chưa chặt chẽ. Cần tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra các loại thức ăn nuôi trồng thủy sản và các loại thuốc, hóa chất phải nằm trong danh mục các loại được chính thức lưu thông trên thị trường và nhanh chóng cảnh báo cho người dân những tác hại hoặc ảnh hưởng có thể có để người dân định hướng việc sử dụng, lựa chọn các loại thức ăn hay chế phẩm an toàn. Chấn chỉnh thị trường hóa chất, thuốc thú y, chế phẩm sinh học phục vụ nuôi trồng thủy sản, đảm bảo trên thị trường chỉ được phép lưu

thông các chế phẩm được lưu hành chính thức, qua khảo nghiệm chứng tỏ là các chế phẩm an toàn, phù hợp với nỗ lực kiểm soát dư lượng của các thị trường nhập khẩu [50].

- **Điều kiện thực hiện:** doanh nghiệp chế biến thủy sản sử dụng các phân mềm, gồm các phân hệ theo dõi quá trình sử dụng kháng sinh, hóa chất thông qua quản lý hồ sơ nuôi thủy sản của các hộ dân; tạo tiền đề cho việc triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc. Người nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến thủy sản quản lý danh mục các chất kháng sinh, hóa chất đã sử dụng, Cục Quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh và thú y thủy sản –NAFIQAVED (thuộc Bộ Thủy sản) và các chi cục bảo vệ nguồn lợi thủy sản thực hiện công tác kiểm tra. Từ nay đến năm 2010, tập trung đáp ứng các yêu cầu có liên quan đến dư lượng kháng sinh, hoá chất của các thị trường xuất khẩu trọng điểm; từ năm 2010 đến năm 2020 hoàn thành việc nghiên cứu một cách chiến lược, hệ thống, mang tính đón đầu về việc sử dụng các hóa chất trong toàn bộ chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** đạt được kết quả tốt trong kiểm soát việc lưu thông, sử dụng các chất kháng sinh, chất xử lý môi trường, chất kích thích tăng trưởng ... giúp tạo nguồn nguyên liệu sạch phục vụ chế biến.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 148 doanh nghiệp (chiếm 77% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 184 hộ nuôi trồng (chiếm 90% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

Trên cơ sở đảm bảo chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu, để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, cần phải đa dạng hóa sản phẩm chế biến, chú trọng phát triển các sản phẩm mới, sản phẩm giá trị gia tăng.

3.2.1.4 Đa dạng hóa sản phẩm chế biến, chú trọng phát triển các sản phẩm mới, sản phẩm giá trị gia tăng.

- **Nội dung giải pháp:** Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các thị trường mục tiêu, các doanh nghiệp cần không ngừng đầu tư đổi mới, nâng cấp công nghệ hiện có và nhập công nghệ mới để sản phẩm đạt các yêu cầu về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Tập trung đầu tư vốn và công nghệ cho một số doanh nghiệp có vốn nhà nước chi phối để tăng quy mô, năng lực cạnh tranh, năng lực công nghệ để các doanh nghiệp này có thể đảm nhận vai trò là những công ty hàng đầu thị trường trong thu mua, chế biến, xuất khẩu thủy sản.

Việc đa dạng hóa sản phẩm và chú trọng các sản phẩm mới, sản phẩm giá trị gia tăng phải căn cứ vào nhu cầu cụ thể của từng thị trường nhập khẩu và từng phân khúc thị trường mà doanh nghiệp hướng đến. Trong dài hạn, các doanh nghiệp Việt Nam cần nghiên cứu một cách thấu đáo khẩu vị, sở thích, bao bì, cách đóng gói, cách thức chế biến phù hợp với từng loại sản phẩm. Trong thời gian trước mắt, việc sử dụng các chuyên gia về chế biến thủy sản đến từ các nước mà ở đó sản phẩm thủy sản chế biến của Việt Nam được ưa chuộng là một cách làm phổ biến. Các chuyên gia này hướng dẫn, đào tạo các cán bộ kỹ thuật hoặc công nhân cách sử dụng gia vị, liều lượng các chất phụ gia... sao cho phù hợp với khẩu vị của người tiêu dùng tại thị trường mà các doanh nghiệp Việt Nam hướng đến. Nghiên cứu về cách đóng gói, bao bì với kích cỡ phù hợp và đúng quy định sẽ giúp các sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam dễ thâm nhập vào hệ thống phân phối ở các thị trường.

Qua việc nghiên cứu các thị trường và tham khảo ý kiến của các chuyên gia, tác giả đề xuất danh mục các sản phẩm xuất khẩu chủ lực sang các thị trường (*xem bảng 3.1*).

Bảng 3.1 PHƯƠNG ÁN THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM
THỦY SẢN XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 2007 – 2020

Thị trường	Sản phẩm xuất khẩu chủ lực	
	Loại sản phẩm	Dạng chế biến
Nhật Bản	Tôm	Nguyên con, nguyên con xẻ bươm, nobashi, sushi, bao bột
	Cá	Cắt khúc, philê còn da/đã lột da, đóng hộp
	Mực, bạch tuộc	Lột da cắt khoanh, tempura, cắt khúc
Mỹ	Tôm	Luộc nguyên con, tôm trộn hải sản, bao bột chiên xù, chạo tôm bao mía
	Cá tra, cá basa	Philê cuộn, nguyên thân lột da, dồn khổ qua
	Chả giò	Chả giò hải sản tươi, chả giò rế, chả giò rế tôm bóc vỏ còn đuôi
Liên minh Châu Âu	Tôm	Nguyên con xẻ bươm còn đuôi, luộc nguyên con, luộc bóc vỏ còn đuôi
	Cá tra, cá basa	Philê lột da, cắt thỏi, philê bao bột
	Mực, bạch tuộc	Nguyên con làm sạch, cắt trái thông
Trung Quốc	Tôm	Nguyên con, bỏ đầu, luộc, bóc vỏ, còn đuôi
	Cá	Cắt khúc, philê, lườn; cá khô
	Cua, ghe	Thịt ghe đông lạnh
ASEAN	Tôm	Xiên que, chạo tôm, bao bột chiên xù
	Cá ngừ	Philê lột da, lườn
	Cá cảnh	

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả)

- **Điều kiện thực hiện:** từ nay đến năm 2010, các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu tập trung vào các sản phẩm thủy sản xuất khẩu mà hiện nay Việt Nam có thế mạnh, sau năm 2010, tập trung vào việc nâng cao hàm lượng chế biến, các sản phẩm đóng hộp (như cá ngừ, nghêu, thịt cua, tôm, cá trích ...), sản phẩm thủy sản sinh thái.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** các doanh nghiệp có điều kiện thâm nhập và thành công trên những phân khúc thị trường khác nhau, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng, phân tán rủi ro khi quá phụ thuộc vào một số lượng hạn chế chủng loại sản phẩm xuất khẩu, hạn chế các vụ kiện chống bán phá giá.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 137 doanh nghiệp (chiếm 71% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; 55 doanh nghiệp (29%) cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

Việc cung cấp sản phẩm chất lượng cao an toàn thực phẩm đóng một vai trò rất quan trọng, làm nền tảng cho nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản. Tuy nhiên, để hàng thủy sản Việt Nam thâm nhập tốt vào các thị trường, cần đầu tư đáng kể cho công tác xúc tiến thương mại, xây dựng và quảng bá thương hiệu – một trong những khâu được cho là rất yếu của các doanh nghiệp.

3.2.2 Nhóm giải pháp 2: Đẩy mạnh xúc tiến thương mại, xây dựng, quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu.

3.2.2.1 Xúc tiến thương mại:

- Nội dung giải pháp:

+ Xây dựng chương trình xúc tiến xuất khẩu thủy sản cấp quốc gia thông qua nhiều hoạt động như: tổ chức các ngày hội ẩm thực giới thiệu thủy sản Việt Nam đến các thị trường quan trọng, như: Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Úc, Canada ...; giới thiệu sản phẩm thủy sản Việt Nam xuất khẩu thông qua các đĩa CD, VCD, DVD ...; khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các hội chợ thủy sản quốc tế ví dụ như Hội chợ thủy sản Bremen (Đức), Hội chợ thủy sản quốc tế Boston (Mỹ), Hội chợ thủy sản Châu Âu (Brussel), Hội chợ công nghệ thủy sản Nhật Bản, Hội chợ thực phẩm Chicago (Mỹ), Hội chợ thủy sản Trung Quốc, Hội chợ thực phẩm Conxema (Tây Ban Nha), Hội chợ thực phẩm Sial (Pháp) và các chuyến khảo sát nghiên cứu thị trường để giúp các doanh nghiệp thủy sản trực tiếp tiếp cận thị trường xuất khẩu, tìm kiếm, gặp gỡ và mở rộng

đối tượng khách hàng, thu thập thông tin thị trường, tiếp cận xu hướng tiêu dùng và các vấn đề về vệ sinh an toàn thực phẩm, tuyên truyền và quảng bá thương hiệu thủy sản Việt Nam.

+ Xây dựng và thiết lập khung pháp lý đầy đủ tạo khuôn khổ và điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam: Chính phủ chủ động ký kết các hiệp định thương mại, trong đó giành điều kiện thuận lợi để sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam có điều kiện thâm nhập thị trường nước ngoài; Bộ Thủy sản, Bộ Khoa học và Công nghệ thống nhất với các bộ, ngành tương ứng ở các thị trường mục tiêu về tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật kiểm dịch hàng thủy sản và tiến tới việc công nhận kết quả kiểm tra do các cơ quan chuyên môn có thẩm quyền cấp, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thông quan hàng thủy sản nhập khẩu.

+ Phát huy vai trò hiệp hội ngành hàng của VASEP trong việc tập hợp các doanh nghiệp, tổ chức các chương trình xúc tiến xuất khẩu phối hợp.

+ Tạo điều kiện hỗ trợ để các doanh nghiệp thành lập một số văn phòng đại diện tại các thị trường xuất khẩu thủy sản quan trọng của Việt Nam như Mỹ, Nhật Bản, EU ... để thu thập thông tin thị trường, thông tin về các quy định có liên quan của nước sở tại, quan hệ cung – cầu, đối thủ cạnh tranh, đối tác kinh doanh, kênh phân phối hiệu quả

+ Nâng cao chất lượng dự báo thị trường của các cơ quan chuyên môn hữu quan để xây dựng chiến lược thị trường xuất khẩu hiệu quả trong bối cảnh cạnh tranh giữa các quốc gia ngày càng gay gắt và môi trường mậu dịch quốc tế có nhiều thay đổi.

+ Trong lĩnh vực thương mại thủy sản, tăng cường các hình thức liên minh, liên kết để tăng cường sức mạnh đàm phán khi cùng tham gia thâm nhập vào

các thị trường mục tiêu. Trong khối ASEAN, cần xây dựng và áp dụng hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm chung hướng đến việc xây dựng liên minh xuất khẩu thủy sản ASEAN, thỏa thuận công nhận kết quả kiểm tra và chứng nhận chất lượng của nhau, tăng cường công tác trao đổi kết quả nghiên cứu và triển khai, thiết lập các hệ thống trao đổi thông tin cảnh báo về dịch bệnh, mối nguy...

+ Tăng cường cung cấp các thông tin về tình hình cung, cầu, giá cả và diễn biến giao dịch thủy sản tại các thị trường trên các phương tiện thông tin đại chúng, qua mạng Fistenet để doanh nghiệp và các hộ nuôi trồng, đánh bắt thủy sản nắm được, chủ động trong việc sản xuất, giao dịch buôn bán và xuất khẩu.

- **Điều kiện thực hiện:** Vụ Hợp tác quốc tế, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), Trung tâm Tin học (thuộc Bộ Thủy sản), các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cùng với Cục Xúc tiến Thương mại (thuộc Bộ Thương mại) phối hợp triển khai: từ nay đến năm 2010 triển khai tại các thị trường trọng điểm gồm: Nhật, Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai mạnh tại các thị trường tiềm năng và thị trường mới trong đó có Đài Loan, Trung Quốc, Trung Đông, Nga

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Quảng bá hình ảnh thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng thị trường, phân tán rủi ro trong xuất khẩu.

3.2.2.2 Xây dựng, quảng bá thương hiệu thủy sản xuất khẩu, tham gia Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam.

- **Nội dung giải pháp:** Việc xây dựng và quảng bá thương hiệu phải dựa trên nền tảng quan trọng là chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu phải đáp ứng nhu cầu và mong đợi của người tiêu dùng, phải là loại thủy sản an toàn, sạch bệnh, không có dư lượng chất độc hại. Chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu cần được xây dựng và gắn kết chặt chẽ với chiến lược thị trường – sản phẩm của

ngành thủy sản và của từng doanh nghiệp để giúp các doanh nghiệp chủ động trong việc thiết kế, xây dựng, đăng ký và quảng bá cho thương hiệu thủy sản xuất khẩu [69]. Các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ các quy định của các nước nhập khẩu thủy sản liên quan đến việc đăng ký bảo hộ thương hiệu. Tùy vào điều kiện cụ thể của mình, các doanh nghiệp có thể lựa chọn mô hình thương hiệu gia đình hoặc thương hiệu nhóm với các yếu tố cấu thành thương hiệu (như tên thương hiệu, biểu trưng, biểu tượng, khẩu hiệu ...) phù hợp với đặc trưng văn hóa và đặc điểm tiêu dùng của khách hàng mục tiêu.

Việc tham gia Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đạt được mục đích nâng cao sức cạnh tranh trong quá trình hội nhập, tăng cường sự nhận biết của các nhà phân phối và người tiêu dùng ở trong và ngoài nước đối với các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam, có động lực tích cực trong việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế và tăng cường liên kết chặt chẽ với cơ quan xúc tiến thương mại quốc gia với những quyền lợi thiết thực như được hỗ trợ kinh phí tổ chức các hoạt động phát triển thương hiệu, được ưu tiên lựa chọn tham gia các hội chợ và chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, tư vấn miễn phí về việc phát triển thương hiệu tại các thị trường xuất khẩu, trợ giúp quảng bá hình ảnh tại các thị trường và được phép sử dụng Nhãn sản phẩm quốc gia (Vietnam Value Inside) như một công cụ kết hợp sức mạnh thương hiệu.

Trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu, các doanh nghiệp cần đặc biệt chú trọng đến việc nhấn mạnh lợi ích từ chức năng của sản phẩm thủy sản xuất khẩu, tính cá biệt của thương hiệu, đặc tính cá biệt hóa của thương hiệu và uy tín của thương hiệu. Các doanh nghiệp cần triển khai việc quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO, thể hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (ví dụ về nghĩa vụ thuế, nghĩa vụ nộp bảo hiểm xã hội cho người lao động, xây

dựng thỏa ước lao động tập thể, áp dụng các phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường ...). Để xây dựng thương hiệu thành công, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cần tập trung vào việc nâng cao năng lực lãnh đạo, dẫn dắt thương hiệu, phát triển nguồn nhân lực của công ty, phát huy khả năng sáng tạo của nhân viên, nâng cao chất lượng sản phẩm và nâng cao giá trị cảm nhận của khách hàng [51].

Chiến lược phát triển thương hiệu cho các sản phẩm thủy sản xuất khẩu của các doanh nghiệp cần phải làm rõ tầm nhìn, nhiệm vụ, mục đích của thương hiệu; cơ cấu và chủng loại sản phẩm phù hợp với chiến lược phát triển lâu dài của doanh nghiệp; tạo dựng giá trị vô hình cho thương hiệu và sự khác biệt hóa so với các sản phẩm cùng loại. Công tác truyền thông về thương hiệu cũng đóng một vai trò rất quan trọng, do vậy các doanh nghiệp cần quan tâm đến khía cạnh nhận diện thương hiệu thông qua việc sử dụng nhãn hiệu, biểu tượng của thương hiệu một cách hiệu quả trong các lĩnh vực như quảng cáo, xúc tiến thương mại, triển lãm, bao bì đóng gói ...; giới thiệu về thương hiệu trên các phương tiện truyền thông và tạo dựng quan hệ tốt với khách hàng.

Trước mắt, các doanh nghiệp cần tập trung vào việc xây dựng và quảng bá thương hiệu đối với các sản phẩm tôm, cá tra, cá basa và cá ngừ đại dương là những sản phẩm xuất khẩu quan trọng của Việt Nam.

- **Điều kiện thực hiện:** Chính phủ (do Bộ Thương mại làm đầu mối) triển khai chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam; Bộ Thủy sản, UBND các tỉnh, thành triển khai chương trình Thương hiệu ngành, địa phương; các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản có chiến lược xây dựng thương hiệu của riêng họ. Từ nay đến năm 2010 triển khai tại các thị trường trọng điểm, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai mạnh tại các thị trường tiềm năng và thị trường mới.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Tạo dựng sự nhận biết, sự gắn bó với thương hiệu thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, tạo tiền đề thuận lợi cho các chiến lược marketing xuất khẩu.

3.2.2.3 Xây dựng trang tin điện tử tâm điểm mậu dịch ngành thủy sản:

- **Nội dung giải pháp:** Xây dựng trang web chuyên giới thiệu về thủy sản Việt Nam, cung cấp thông tin về sản phẩm, văn hóa ẩm thực, thông tin dinh dưỡng, đối tác kinh doanh tại Việt Nam, cơ hội đầu tư ... trong ngành thủy sản để góp phần quảng bá hình ảnh thủy sản Việt Nam đồng thời triển khai ứng dụng thương mại điện tử, trước mắt ưu tiên cho các giao dịch B2B (doanh nghiệp giao dịch với doanh nghiệp) để vừa quảng bá thủy sản Việt Nam vừa phát triển xuất khẩu; xây dựng cổng giao dịch điện tử chuyên ngành thủy sản. Mô hình cổng giao dịch này có thể hoạt động như một tâm điểm mậu dịch (trade point) ví dụ như trang web www.vietnamseafood.com.vn mà tác giả đề xuất dưới đây:

vietnamseafood.com.vn được trình bày bằng 3 ngôn ngữ: Tiếng Việt, Tiếng Anh và Tiếng Nhật, phù hợp với đối tác đến từ các thị trường chủ lực của thủy sản Việt Nam là EU, Mỹ và Nhật Bản. Người duyệt web có thể chuyển đổi ngôn ngữ tại tất cả các trang nội dung qua nút bấm tương ứng trên thanh menu.

vietnamseafood.com.vn được cấu trúc thành các trang chính: Trang chủ (trong đó trình bày các tin chính, các tin dành cho các thành viên vietnamseafood.com.vn, các bài viết tiêu điểm, link đến các đối tác), trang thông tin thị trường (trong đó có các nội dung chính sau: thông tin về các thị trường, thông tin về các mặt hàng, thư mời dự các hội chợ, các bài viết của các chuyên gia về tình hình thị trường), trang thông tin giá cả (trong đó có các nội dung chính sau: bảng giá các mặt hàng cập nhật hàng ngày, các bài viết của các chuyên gia về tình hình giá cả), đối tác kinh doanh (hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh

doanh theo từng lĩnh vực, thông tin về các đầu mối tại các thị trường), văn hóa ẩm thực (trong đó có nội dung sau: các bài viết về văn hóa ẩm thực của các nước, giới thiệu các món ăn và yêu cầu về loại mặt hàng sử dụng cho món ăn đó), cơ hội kinh doanh (doanh nghiệp thành viên đăng tin chào mua hoặc chào bán hàng, tìm kiếm cơ hội đầu tư, các tin chào mua/chào bán được phân loại và được hiển thị theo ngày đăng tin, tự động xóa khi ngày đăng tin hết hạn), hỗ trợ kỹ thuật (cập nhật các bài viết về các yêu cầu kỹ thuật, về dư lượng kháng sinh và thuốc sử dụng trong sản xuất và chế biến, về các cải tiến kỹ thuật, về các hệ thống quản lý chất lượng. Các doanh nghiệp có thể trao đổi thông qua các góp ý xây dựng), hỗ trợ pháp lý (cập nhật các bài viết về hệ thống pháp luật của các thị trường, là nơi các doanh nghiệp thành viên có thể đặt các câu hỏi để vietnamseafood.com.vn trả lời nhằm giúp các doanh nghiệp có sự hiểu biết về pháp lý khi thâm nhập các thị trường. Các doanh nghiệp có thể trao đổi thông qua các comment để góp ý xây dựng). Tất cả các trang nội dung đều có thể được truy cập nhanh bằng cách click vào menu bên trái của trang. Doanh nghiệp đăng ký tham gia thành viên miễn phí và được hưởng các tiện ích từ vietnamseafood.com.vn hoàn toàn miễn phí. Ngoài ra, vietnamseafood.com.vn còn cung cấp tỷ giá hối đoái cập nhật, lịch tàu cập nhật ngay trên menu trái. *(giao diện đề xuất được trình bày ở trang 130).*

Trang chủ vietnamseafood.com.vn

	Trang chủ Giới thiệu Thành Viên English Japanese									
										
	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Đăng nhập</td> </tr> <tr> <td>Tên đăng nhập:</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Mật khẩu:</td> <td><input type="password"/></td> </tr> <tr> <td>Đăng ký !</td> <td><input type="button" value="Đăng nhập"/></td> </tr> </table>		Đăng nhập		Tên đăng nhập:	<input type="text"/>	Mật khẩu:	<input type="password"/>	Đăng ký !	<input type="button" value="Đăng nhập"/>
Đăng nhập										
Tên đăng nhập:	<input type="text"/>									
Mật khẩu:	<input type="password"/>									
Đăng ký !	<input type="button" value="Đăng nhập"/>									
	<input type="text"/> <input type="button" value="Tìm kiếm"/> Tìm kiếm nâng cao									
<ul style="list-style-type: none"> ▶ HỘI ĐỒNG ĐIỀU HÀNH PHÁT TRIỂN THỦY SẢN ▶ THÔNG TIN THI TRƯỜNG ▶ THÔNG TIN GIÁ CẢ ▶ ĐỐI TÁC KINH DOANH ▶ VĂN HOÁ ẨM THỰC ▶ CƠ HỘI KINH DOANH ▶ HỖ TRỢ KỸ THUẬT ▶ HỖ TRỢ PHÁP LÝ ▶ TỶ GIÁ HỐI ĐOẠI ▶ LỊCH CHAY TÀU 	BẢN TIN									
VISITORS: 00000										
ĐỐI TÁC	TIN DÀNH CHO THÀNH VIÊN									
 										
Copyright © 2006 Vietnamseafood.com.vn Developed by Logicso.com										
Trang chủ Giới thiệu Thành viên English Japanese										

- **Điều kiện thực hiện:** Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Thương mại) chủ trì, phối hợp với Trung tâm Tin học (Bộ Thủy sản) triển khai, bắt đầu từ năm 2007, chậm nhất ngày 01/01/2008 đưa lên hệ thống mạng.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Cung cấp đầy đủ và cập nhật các thông tin về xuất khẩu thủy sản như: cơ hội kinh doanh, tìm kiếm đối tác, văn hóa ẩm thực, tỷ giá hối đoái, lịch chạy tàu, tìm kiếm thông tin về doanh nghiệp thủy sản, hỏi đáp về các vấn đề kỹ thuật, các quy định về pháp lý. Các thông tin liên quan được trình bày theo hướng đặt doanh nghiệp là trung tâm và xây dựng từ cái nhìn của doanh nghiệp. Trang tin này có tính mở, không chỉ các doanh nghiệp thành viên mà các cơ quan quản lý, người nuôi và các đối tác nước ngoài có thể sử dụng; vừa là nơi giao dịch qua các tài khoản của thành viên, vừa là nơi giới thiệu cơ hội tìm kiếm đối tác của các doanh nghiệp không phải là thành viên, vừa giới thiệu các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản các vùng (*các hội đồng này được trình bày ở phần 3.2.4.2*).

3.2.2.4 Nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu:

- Nội dung giải pháp:

+ Phát triển và đa dạng hóa các kênh phân phối thủy sản xuất khẩu; thiết kế các liên kết kinh tế chặt chẽ với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối lớn ở các thị trường mục tiêu để hạn chế các rủi ro phát sinh từ các biện pháp chống bán phá giá của các chính phủ và triển khai các chiến lược marketing chung tại các thị trường xuất khẩu; tận dụng kênh phân phối thông qua hệ thống các cửa hàng bán lẻ sẵn có của một số công ty lớn ...

+ Đầu tư thích đáng cho việc nghiên cứu thị trường xuất khẩu, thị hiếu, khẩu vị và thói quen tiêu dùng của các nhóm phân khúc thị trường mục tiêu tại các thị trường xuất khẩu trọng điểm, chiến lược.

+ Các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với bối cảnh kinh doanh quốc tế mới: xác định hệ thống các sản phẩm xuất khẩu chủ lực

của doanh nghiệp; đầu tư vào việc sản xuất các sản phẩm giá trị gia tăng, nghiên cứu khả năng nhập khẩu nguyên liệu chế biến thủy sản có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu và khuynh hướng tiêu dùng của thị trường mục tiêu; với các doanh nghiệp chưa có điều kiện triển khai ISO, cần thành lập bộ phận đảm bảo chất lượng sản phẩm với nhiệm vụ chủ yếu là kiểm tra chất lượng nguyên liệu, thành phẩm; nghiên cứu các tiêu chuẩn có liên quan để triển khai, áp dụng tại doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần quan tâm thích đáng đến các rào cản thương mại ở các thị trường mục tiêu và chủ động có sách lược đối phó; xây dựng chiến lược sản phẩm - thị trường cho mặt hàng thủy sản Việt Nam theo hướng chú trọng các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu như: tôm sú, cá rô phi, cá tra ... vào các thị trường xuất khẩu trọng điểm và thị trường mới có nhiều tiềm năng trên cơ sở khảo sát nhu cầu nhập khẩu một cách hệ thống, đảm bảo tính ổn định tương đối của đầu ra, tránh các biến động lớn về thị trường. Cần tôn trọng thời hạn giao hàng và chất lượng sản phẩm đã thỏa thuận, áp dụng nhiều phương thức thanh toán linh hoạt tùy vào độ tin cậy của khách hàng và tập quán thanh toán đang áp dụng; đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản để khai thác tối ưu lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp và sản phẩm của doanh nghiệp, phân tán rủi ro và có khả năng thay đổi thị trường trọng điểm khi thị phần thủy sản Việt Nam tại một thị trường nào đó đạt mức có khả năng bị áp dụng các biện pháp hạn chế thương mại hay trả đũa. Đây là giải pháp mà 40,3% số doanh nghiệp được khảo sát chọn làm giải pháp ưu tiên hàng đầu trong hệ thống các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản và nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm.

+ Chú trọng việc bồi dưỡng trình độ hiểu biết về luật pháp quốc tế, tìm hiểu các quy định pháp lý có liên quan của các thị trường nhập khẩu về sản phẩm, giá cả, phân phối ... để tổ chức các hoạt động xúc tiến phù hợp, hạn chế các tranh chấp thương mại quốc tế, qua đó nâng cao khả năng thâm nhập thị

trường của các sản phẩm thủy sản xuất khẩu của doanh nghiệp. Các khóa học cần tổ chức:

**BẢNG 3.2 CÁC KHÓA HỌC CẦN TỔ CHỨC ĐỂ
TRANG BỊ KIẾN THỨC KINH DOANH QUỐC TẾ VỀ THỦY SẢN**

STT	Tên khóa học	Đơn vị phối hợp
1	Những vấn đề pháp lý trong kinh doanh quốc tế về thủy sản	Trường ĐH Luật Hà Nội, Trường ĐH Luật TPHCM, Trường ĐH Ngoại Thương
2	Hợp đồng kinh doanh quốc tế về thủy sản	
3	Giải quyết tranh chấp phát sinh trong kinh doanh quốc tế mặt hàng thủy sản	
4	Hiệp định về TBT và SPS của WTO và giải pháp thích ứng của doanh nghiệp thủy sản Việt Nam	
5	Kỹ năng kinh doanh XNK thủy sản	Trường ĐH Kinh tế Quốc dân Hà Nội, Trường ĐH Kinh tế TPHCM, Trường ĐH Marketing, Trường ĐH Ngoại Thương
6	Kỹ năng marketing quốc tế mặt hàng thủy sản	
7	Kỹ năng thu thập và phân tích thông tin về kinh doanh thủy sản	
8	Ứng dụng thương mại điện tử trong xuất khẩu thủy sản	
9	Phát triển hệ thống phân phối thủy sản ở thị trường nước ngoài	
10	Triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc thủy sản	

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả)

- **Điều kiện thực hiện:** các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản chủ động triển khai (về các khóa đào tạo thì ký hợp đồng đào tạo với các trường, cơ quan tổ chức) từ nay đến năm 2010 triển khai các lớp phục vụ yêu cầu thâm nhập các thị trường trọng điểm, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai các khóa đào tạo đáp ứng nhu cầu của các thị trường tiềm năng và thị trường mới.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Thâm nhập tốt hơn vào các thị trường, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, phân tán rủi ro kinh doanh.

3.2.2.5 Chủ động ngăn ngừa và đối phó với các vụ kiện chống bán phá giá:

Trong điều kiện Việt Nam hội nhập ngày càng nhanh và sâu hơn vào nền kinh tế khu vực và thế giới, các doanh nghiệp cần chủ động nắm vững những đặc điểm cơ bản và quan trọng của môi trường pháp lý của những thị trường xuất

khẩu mục tiêu. Tự do hóa thương mại theo tinh thần của Hiệp định Thương mại Việt – Mỹ hay của WTO mở ra những cơ hội mới nhưng trong quá trình đó, các nước luôn phải nỗ lực để bảo hộ nền sản xuất trong nước và luôn chuẩn bị sẵn sàng các biện pháp phòng vệ trong thương mại. Trong điều kiện đó, các biện pháp chống bán phá giá được xem là một trong những công cụ hữu hiệu để hạn chế những tác động không mong đợi của tự do mậu dịch.

- Nội dung giải pháp:

+ Tổ chức nghiên cứu sâu về các quy định của các nước mà doanh nghiệp có chiến lược thâm nhập lâu dài liên quan đến pháp luật chống bán phá giá và các trình tự tiến hành các thủ tục có liên quan.

+ Tuyển chọn, đào tạo, xây dựng đội ngũ cán bộ kinh doanh quốc tế am hiểu về luật kinh doanh quốc tế, các quy định liên quan đến chống bán phá giá tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu mà doanh nghiệp hướng đến.

+ Thực hiện chiến lược đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm để không quá phụ thuộc vào một hoặc một số thị trường hay mặt hàng nhất định để thị phần của doanh nghiệp không quá lớn tại mỗi thị trường, yếu tố thường thôi thúc các doanh nghiệp cùng ngành ở nước sở tại tính đến việc kiện chống bán phá giá.

+ Các doanh nghiệp trong nước nên tăng cường hiệu quả hợp tác trong phối hợp triển khai chiến lược kinh doanh, nhất là trong chiến lược định giá, không cạnh tranh nhau quá mức, hạ thấp giá bán và do vậy hạn chế khả năng dẫn đến các vụ kiện.

+ Chuẩn bị, lưu trữ đầy đủ thông tin liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh (báo cáo tài chính hàng năm, báo cáo kinh doanh hàng năm, quý, tháng, sổ cái, nhật ký mua hàng, sổ cái tồn kho, báo cáo xuất kho, báo cáo các

khoản phải thu, phải trả, nhật ký bán hàng, nhật ký thanh toán, chứng từ thanh toán xuất khẩu, hợp đồng mua bán, chào hàng, vận đơn, báo cáo chi phí ...)

+ Trong trường hợp các doanh nghiệp sở tại có ý định kiện chống bán phá giá, các doanh nghiệp Việt Nam nên cân nhắc giải pháp thương lượng để có thể tránh các bước tố tụng tốn kém thời gian và tài chính. Trong trường hợp không thể tránh được vụ kiện, các doanh nghiệp cần tham gia đầy đủ, tích cực và mang tính hợp tác trong quá trình tiến triển của vụ kiện vì quá trình kiện tụng, xem xét thường mất nhiều thời gian. Trong giai đoạn điều tra để dẫn tới phán quyết, nhìn chung các doanh nghiệp nên trả lời đầy đủ các câu hỏi trong bảng câu hỏi được gửi đến một cách chính xác, thận trọng, nhất quán và có cơ sở. Nếu các doanh nghiệp không trả lời, trả lời không đầy đủ, đưa ra các con số không thể kiểm tra được, trả lời chậm trễ thì các cơ quan gửi yêu cầu (ví dụ như DOC của Hoa Kỳ) sẽ sử dụng những dữ kiện sẵn có, thông tin tốt nhất có thể có mà thông thường đây chính là thông tin do nguyên đơn viện dẫn trong đơn kiện vốn rất bất lợi cho bị đơn. Khi các cơ quan hữu trách thực hiện các kiểm tra tại chỗ, doanh nghiệp cũng cần hợp tác đầy đủ.

+ Xây dựng các liên kết phân phối mang tính chiến lược tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu để tạo nên các ràng buộc về mặt lợi ích nhằm tạo thêm sức mạnh trong việc ngăn chặn các vụ kiện hoặc trong trường hợp phải đối mặt thì có thể nhận được những quyết định hợp lý và thuận lợi nhất.

- **Điều kiện thực hiện:** Chính các doanh nghiệp là người chủ động thực hiện nhóm giải pháp này. Các hiệp hội ngành nghề, các tổ chức phi chính phủ là những đối tượng tác động hỗ trợ cho các doanh nghiệp. (Nhà nước không thể trực tiếp can thiệp vào các vụ kiện chống bán phá giá được). Từ nay đến năm 2010 cần tạo ra một sự chuyển biến quan trọng về nhận thức của các doanh

nghiệp về các khía cạnh pháp lý có liên quan đến các vụ kiện chống bán phá giá và thực hiện các khâu chuẩn bị cần thiết về nguồn nhân lực, đào tạo, xây dựng cơ sở dữ liệu; sau năm 2010 tiến hành triển khai mạnh các giải pháp để chủ động tránh và đối phó với các vụ kiện có thể xảy ra.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Chủ động ngăn ngừa và đối phó với các vụ kiện chống bán phá giá, hạn chế các tranh chấp thương mại có thể xảy ra.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng về nhóm giải pháp 2:** 147 doanh nghiệp (chiếm 77% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 156 hộ nuôi trồng (chiếm 76% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này có tác động rất lớn và mang tính quyết định đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu thủy sản. 179 doanh nghiệp (chiếm 93% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 174 hộ nuôi trồng (chiếm 85% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng các doanh nghiệp là người phải chủ động trong việc thực hiện, triển khai nhóm giải pháp này (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

3.2.3 Nhóm giải pháp 3: Phát triển đánh bắt, nuôi trồng thủy sản phục vụ xuất khẩu theo hướng bền vững.

3.2.3.1 Tiến hành rà soát các quy hoạch tổng thể về vùng nuôi thủy sản và quy hoạch vùng nuôi chi tiết

- **Nội dung giải pháp:** Việc xem xét, rà soát các quy hoạch tổng thể vùng nuôi thủy sản trong điều kiện cơ cấu và đối tượng nuôi trồng đã thay đổi là rất cần thiết. Trên cơ sở các quy hoạch tổng thể, Bộ Thủy sản và các địa phương xây dựng các quy hoạch vùng nuôi chi tiết khả thi, dựa trên cơ sở điều kiện tự nhiên của vùng, tập quán canh tác của người dân, năng lực tham gia hoạt động nuôi trồng thủy sản của người dân, đặc điểm hệ thống thủy lợi phục vụ cho nuôi trồng

thủy sản, cơ cấu kinh tế của địa phương, định hướng đối tượng nuôi trồng. Trong các quy hoạch chi tiết có tính đến việc phát triển các hộ nuôi độc lập, các cụm hộ, hợp tác xã thủy sản, đồng thời tính đến cả khả năng xây dựng các vùng nuôi quy mô lớn và đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn nuôi trồng thủy sản

Trên cơ sở quy hoạch chung và quy hoạch chi tiết, Bộ Thủy sản và Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (*đề xuất về Hội đồng này sẽ được trình bày ở phần 3.2.4.2*) tiến hành cấp mã số vùng nuôi. Mã số vùng nuôi sẽ là cơ sở để xác định nguồn gốc nguyên liệu thủy sản, phục vụ cho việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm thủy sản và là xác nhận quan trọng về việc nguyên liệu thủy sản an toàn, chất lượng cao, giúp các công ty chế biến thủy sản thực hiện cam kết theo hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Các địa phương cần quy hoạch chi tiết các vùng nuôi thủy sản, xác định rõ phạm vi, quy mô sản xuất gắn với nguồn cung ứng con giống, điều kiện nuôi trồng, tránh tình trạng tự phát tràn lan, triển khai việc giao mặt nước nuôi trồng cho các hộ nuôi có ký hợp đồng liên kết bao tiêu sản phẩm với các doanh nghiệp [57]. Khuyến khích phát triển mô hình kinh tế trang trại trong phát triển nuôi trồng thủy sản, tạo điều kiện hình thành những vùng cung ứng nguyên liệu có quy mô lớn, chất lượng đồng nhất [58].

- *Điều kiện thực hiện*: Viện Kinh tế và Quy hoạch Thủy sản, Cục Khai thác và Bảo vệ nguồn lợi Thủy sản, các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (thuộc Bộ Thủy sản) phối hợp thực hiện. Từ nay đến năm 2010 hoàn thành công tác quy hoạch chi tiết và triển khai tại các vùng trọng điểm về phát triển thủy sản, từ năm 2010 đến năm 2020 hoàn thành ở tất cả các vùng còn lại.

- *Dự kiến lợi ích đạt được*: Quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản một cách đồng bộ, phù hợp các yêu cầu nuôi trồng thủy sản sạch, bền vững.

- *Kết quả khảo sát kiểm chứng*: 156 doanh nghiệp (chiếm 81% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 184 hộ nuôi trồng (chiếm 90% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

3.2.3.2 Chấn chỉnh và định hướng lại chương trình đánh bắt xa bờ, hiện đại hóa đội tàu đánh bắt thủy sản, đầu tư có trọng điểm các đội tàu đánh bắt liên hợp.

- *Nội dung giải pháp*:

Trước mắt cần tổ chức điều tra, đánh giá hiệu quả triển khai chương trình cho vay ưu đãi đóng tàu trong khuôn khổ chương trình đánh bắt xa bờ, tiếp tục ưu tiên ưu đãi cho các chủ đầu tư đang triển khai có hiệu quả, đối với các dự án không hiệu quả hoặc thực hiện không đúng dự án đã lập thì kiên quyết thu hồi vốn. Trong các năm tới vẫn cần tiếp tục đẩy mạnh chương trình đánh bắt xa bờ trong đó có tính đến việc ưu tiên giao các dự án đóng tàu và đánh bắt cho các Tổng công ty, công ty lớn trực thuộc Bộ Thủy sản và các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản có nhu cầu và khả năng tham gia chương trình. Hướng đi này, nếu được triển khai nghiên cứu, sẽ khẳng định vai trò then chốt, chủ đạo của thành phần kinh tế nhà nước và kinh tế tập thể trong sự phát triển của ngành thủy sản. Ngoài ra, định hướng này còn giúp các công ty tương đối chủ động nguyên liệu cho hoạt động sản xuất của mình, tạo thế ổn định bền vững cho hoạt động của ngành.

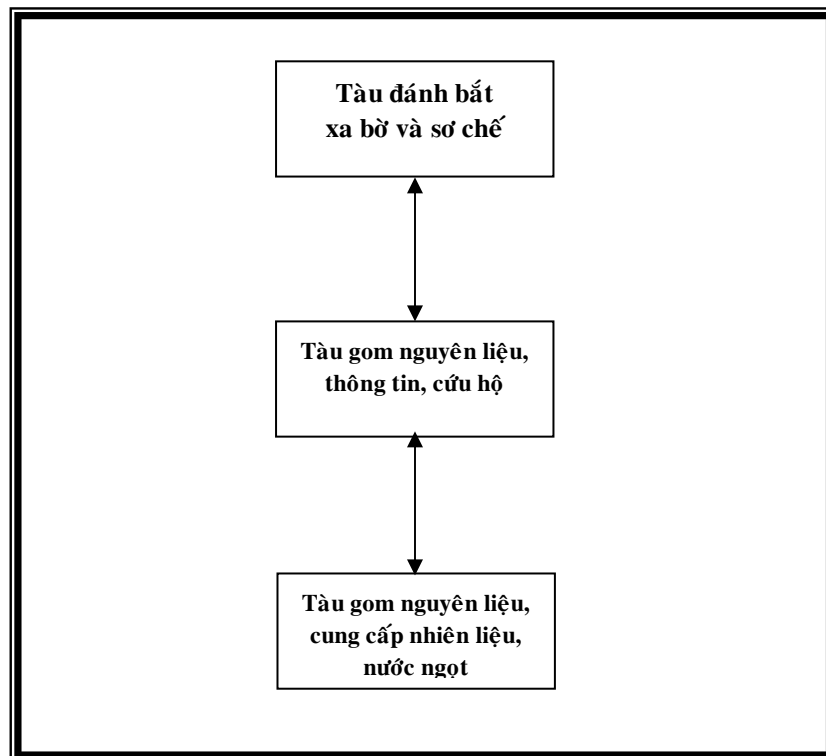
Hiện đại hóa đội tàu đánh bắt thủy sản có thể được thực hiện thông qua đổi mới hoặc lắp đặt thêm trang thiết bị phục vụ cho hoạt động đánh bắt, bao gồm định vị đối tượng đánh bắt, thu hoạch, phân loại, bảo quản. Các đội tàu cần được đầu tư theo hướng liên hợp, tức là phối hợp các tàu với chức năng đã được chuyên môn hóa sâu, có thể chia sẻ thông tin, hoạt động cứu trợ và liên kết với

nhau, trong đó có tàu chuyên đánh bắt, sơ chế, có tàu đảm nhận việc thu mua, bảo quản hay cứu hộ, có tàu chuyên chở thủy sản vào bến cảng và vận chuyển nhiên liệu, vật tư, nước ngọt, nước đá cho các tàu đánh bắt ngoài khơi. Cách bố trí tổ chức này giúp khai thác tối đa năng lực chuyên môn hóa của các tàu và đạt hiệu quả cao nhất.

** Diễn giải về mô hình:*

Mô hình đội tàu liên hợp đánh bắt xa bờ gồm 3 loại tàu có trang bị hệ thống hầm lạnh, thùng chứa để bảo quản thủy sản đánh bắt:

- Tàu đánh bắt và sơ chế: đây là những tàu được trang bị tốt, có đầy đủ các phương tiện đánh bắt, máy tầm ngư, hệ thống lưới, hệ thống dụng cụ sơ chế ... Đây là những tàu có công suất lớn, từ 100 – 200 CV trở lên.



Hình 3.3. Mô hình đội tàu liên hợp đánh bắt xa bờ

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả)

- Tàu gom nguyên liệu, thông tin và cứu hộ: Đây là những tàu có nhiệm vụ gom nguyên liệu, cung cấp thông tin liên lạc về tình hình đánh bắt và di chuyển của các tàu, đặc biệt làm nhiệm vụ cứu hộ trong các trường hợp cần thiết. Tàu được trang bị hệ thống máy vô tuyến tốt và hệ thống phao cứu hộ. Tàu không trang bị các trang thiết bị đánh bắt hay sơ chế.

- Tàu gom nguyên liệu, cung cấp nhiên liệu, nước ngọt...: Với chức năng được giao, các tàu có nhiệm vụ chuyên chở chuyển tiếp. Tàu không trang bị các trang thiết bị đánh bắt hay sơ chế.

*** Cơ chế phối hợp hoạt động giữa các tàu:**

Các tàu thực hiện đúng nhiệm vụ được giao, trên cơ sở thực hiện chuyên môn hóa sâu. Khi các tàu khai thác hoàn tất việc đánh bắt và sơ chế, các tàu gom nguyên liệu sẽ chạy đến nhận nguyên liệu và di chuyển đến địa điểm xác định để giao nguyên liệu cho tàu chở nhiều liệu, nước ngọt từ bờ ra. Với phối hợp trên, các tàu tập trung vào nhiệm vụ chính đã được phân công. Việc tàu nào phải di chuyển sẽ được xác định thông qua phương pháp định vị và hệ thống thông tin liên lạc sao cho việc di chuyển là hợp lý nhất, khai thác tối ưu trang thiết bị chuyên dùng đã có.

- **Điều kiện thực hiện:** Vụ Khoa học Công nghệ, Vụ Kế hoạch – Tài chính, Vụ Kinh tế tập thể – Kinh tế tư nhân, Cục Khai thác và Bảo vệ nguồn lợi Thủy sản (thuộc Bộ Thủy sản) phối hợp với các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng, Hội Nghề cá Việt Nam, từ nay đến năm 2010 chấn chỉnh lại chương trình đánh bắt xa bờ đã triển khai và xử lý các vấn đề tồn đọng, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai chương trình mới mang tính đồng bộ và có trọng điểm hơn. Để việc phối hợp đạt hiệu quả cao cần có cơ chế phân phối quyền lợi hợp lý giữa các tàu thành viên tham gia, có người điều phối chung, hệ thống thông tin liên

lạc tốt và lao động vận chuyển nguyên liệu có kinh nghiệm xử lý việc bốc vác sao cho không ảnh hưởng nhiều đến nguyên liệu được chuyên chở.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Tối ưu hóa hiệu quả đầu tư: chỉ tập trung đầu tư các trang thiết bị chuyên dùng, phù hợp với chức năng của từng tàu, tránh đầu tư dàn trải; các tàu có tính chuyên môn hóa cao sẽ mang lại hiệu quả hoạt động cao hơn; tiết kiệm thời gian di chuyển từ bờ đến ngư trường và ngược lại, giúp các tàu đánh bắt có thể tăng hiệu suất hoạt động trên biển; năng suất lao động tăng lên do kết quả của việc chuyên môn hóa; tiết kiệm chi phí nhiên liệu chạy tàu; sử dụng tốt nguồn vốn đầu tư cho đội tàu đánh bắt xa bờ và trong dài hạn, tạo được một đội tàu đánh bắt xa bờ có năng lực khai thác tốt, đáp ứng nhu cầu nguyên liệu thủy sản phục vụ xuất khẩu một cách ổn định.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 133 doanh nghiệp (chiếm 70% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) cho rằng giải pháp cấp giấy phép khai thác, đánh bắt thủy sản là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết. 151 doanh nghiệp (chiếm 79% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) cho rằng giải pháp chấn chỉnh chương trình đánh bắt xa bờ là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

3.2.3.3 Xây dựng hệ thống thủy lợi phù hợp với yêu cầu nuôi trồng thủy sản

- Nội dung giải pháp:

Trên cơ sở quy hoạch chi tiết vùng nuôi thủy sản, xây dựng hệ thống thủy lợi đáp ứng nhu cầu đặc thù của hoạt động nuôi trồng thủy sản, đảm bảo hệ thống cấp, thoát nước thiết kế hợp lý, đảm bảo công tác kiểm tra an toàn dịch bệnh [74]. Tăng cường công tác kiểm tra xử lý việc xây dựng hệ thống thủy lợi nhánh tự phát của người dân. Phối hợp chặt chẽ việc sử dụng nguồn nước phục vụ cho các mục đích khác nhau trong từng khu vực, đảm bảo sử dụng nước hợp

lý, chất lượng nước đạt yêu cầu và kiểm soát chặt chẽ nhằm ngăn chặn các hoạt động làm ô nhiễm môi trường nước.

- **Điều kiện thực hiện:** Vụ Khoa học Công nghệ, các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (thuộc Bộ Thủy sản) phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn với lộ trình: từ nay đến năm 2010 triển khai tại các vùng trọng điểm, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai tại tất cả các vùng còn lại.

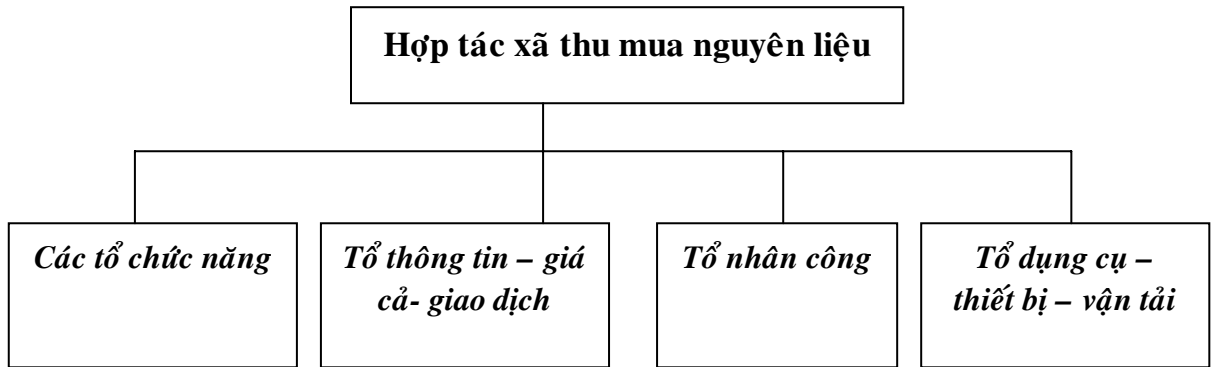
- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Xây dựng hệ thống thủy lợi có đặc điểm kỹ thuật phù hợp với yêu cầu nuôi trồng thủy sản, phát triển nuôi trồng thủy sản một cách ổn định, bền vững về mặt môi trường.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 151 doanh nghiệp (chiếm 79% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 144 hộ nuôi trồng (chiếm 70% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

3.2.4 Nhóm giải pháp 4: Xây dựng các liên kết dọc và ngang trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu.

3.2.4.1 Xác lập và phát triển mô hình chuỗi thu mua nguyên liệu thủy sản.

- **Nội dung giải pháp:** Thu mua nguyên liệu thủy sản là một trong những khâu rất quan trọng quyết định chất lượng chế biến thủy sản ở đầu ra. Việc đảm bảo hiệu quả và an toàn vệ sinh, dịch bệnh trong khâu sau thu hoạch có ý nghĩa quyết định. Chuỗi thu mua nguyên liệu thủy sản có thể được xác lập theo mô hình hợp tác xã dịch vụ. Các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu cần thiết lập một mối liên kết chặt chẽ giữa các hoạt động chế biến của doanh nghiệp với khả năng cung ứng của vùng nguyên liệu thông qua các hợp đồng bao tiêu ký kết với các hợp tác xã nuôi trồng hoặc đánh bắt thủy sản.



Hình 3.4: Cơ cấu tổ chức hợp tác xã thu mua nguyên liệu

Đây là mô hình tổ chức hợp tác xã kiểu mới, tự chủ trong hoạt động và hạch toán độc lập. Ngoài các tổ chức năng như: Tổ chức hành chính, kế toán – tài vụ... hợp tác xã còn có các tổ:

+ ***Tổ thông tin – giá cả – giao dịch***: chức năng nhiệm vụ của tổ này bao gồm: thu thập thông tin về thị trường (gồm cả thị trường xuất khẩu, thị trường nguyên liệu thủy sản) để cung cấp cho các Hội nuôi, tổ tự quản và từng hộ nuôi các thông tin cập nhật về giá cả và sản lượng, quyết định giá mua nguyên liệu đối với các Hội nuôi, tổ tự quản, hộ nuôi và giá bán nguyên liệu cho các công ty chế biến thủy sản. Đây cũng là tổ chức năng tiến hành các giao dịch với các Hội nuôi, tổ tự quản, hộ nuôi và doanh nghiệp. Tổ chịu trách nhiệm thu thập thông tin về tình hình nuôi và sản lượng cụ thể của các hộ nuôi để lên phương án thu mua tối ưu.

+ ***Tổ nhân công và Tổ dụng cụ – thiết bị – vận tải***: trên cơ sở phương án thu mua, các tổ này tính toán bố trí nhân công, phương tiện, dụng cụ, thiết bị phục vụ hoạt động thu mua một cách hiệu quả nhất.

Đối với các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu, hợp tác xã thu mua nguyên liệu đảm bảo được khối lượng nguyên liệu sẽ cung ứng, tránh tình trạng thiếu thừa nguyên liệu; đảm bảo được chất lượng nguyên liệu do nắm

vững tình hình chất lượng nuôi tại các Hội, tổ, hộ nuôi. Hợp tác xã này cũng là một đầu mối quan trọng trong việc thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Đối với các Hội, tổ, hộ nuôi, hợp tác xã là người cung ứng thông tin kịp thời nhất, mua nguyên liệu với giá tốt nhất tại các thời điểm và là người đảm bảo đầu ra cho các hộ nuôi.

- **Điều kiện thực hiện:** Các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (thuộc Bộ Thủy sản) chỉ đạo, các hộ, tổ tự quản và hợp tác xã thực hiện: từ nay đến năm 2010 triển khai tại các vùng trọng điểm, từ năm 2010 đến năm 2020 triển khai tại tất cả các vùng còn lại.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Tạo ra sự chủ động trong việc cung ứng nguyên liệu sạch và an toàn phục vụ cho công tác chế biến thủy sản xuất khẩu và sự yên tâm cho người nuôi trồng thủy sản trong quá trình đầu tư, nuôi trồng. Liên kết này giúp các doanh nghiệp chủ động hơn về nguồn nguyên liệu và yên tâm hơn về chất lượng thủy sản có nguồn gốc từ các nguồn nuôi trồng thủy sản đã được cấp mã số xác nhận vùng nuôi sạch và an toàn. Trên cơ sở nghiên cứu thị trường và khảo sát nhu cầu thị trường, doanh nghiệp chế biến phản hồi thông tin về thị trường và dự báo để các Hội nuôi, tổ tự quản và hộ nuôi có định hướng phù hợp trong việc phát triển đối tượng nuôi.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 176 doanh nghiệp (chiếm 92% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 139 hộ nuôi trồng (chiếm 68% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

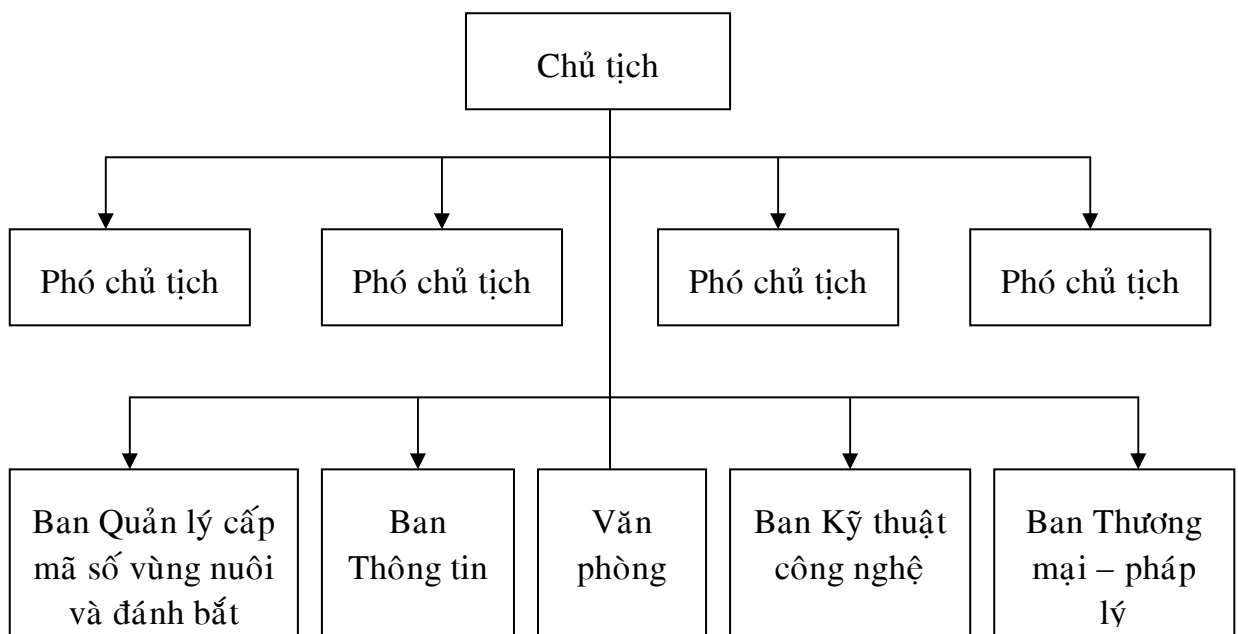
3.2.4.2 Thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng (gọi tắt là Hội đồng):

Nội dung giải pháp:

- **Vị trí của các Hội đồng:** Đây là cơ quan tham mưu cho Bộ Thủy sản về các chính sách và giải pháp kịp thời, đáp ứng yêu cầu của từng vùng trong việc phát triển thủy sản bền vững và hiệu quả. Hội đồng hoạt động theo quy chế hoạt động. Quy chế này do Bộ Thủy sản phê duyệt.

- **Số lượng các Hội đồng trong cả nước:** Cả nước có 6 Hội đồng, ứng với 6 vùng kinh tế – sinh thái phát triển thủy sản trong cả nước căn cứ vào điều kiện địa lý, điều kiện phát triển thủy sản xuất khẩu gồm: vùng đồng bằng sông Hồng, vùng bắc Trung Bộ, duyên hải miền Trung và Tây Nguyên, vùng Đông Nam Bộ, vùng đồng bằng sông cửu Long và vùng miền núi trung du phía Bắc. *(xin xem sơ đồ bố trí các Hội đồng ở trang 146)*

- **Cơ cấu tổ chức:** Hội đồng gồm Ban lãnh đạo Hội đồng, văn phòng, các ban chức năng.



Hình 3.5: Cơ cấu tổ chức Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng

+ Chủ tịch: Một lãnh đạo (hàm Thứ trưởng) của Bộ Thủy sản kiêm nhiệm
 + Phó Chủ tịch: Phó Chủ tịch UBND tỉnh/thành của các tỉnh trong vùng, làm việc theo chế độ kiêm nhiệm.

+ Văn phòng: Gồm một thường trực Hội đồng, cử giữ chức vụ Phó chủ tịch và các nhân viên giúp việc văn phòng. Văn phòng Hội đồng đặt ở trung tâm của vùng nơi có nhiều hoạt động thủy sản. Các ban chức năng có thể do các Phó Chủ tịch lãnh đạo. Thành viên của các ban này gồm cả đại diện của VASEP, Hội nghề cá, Cục chức năng thuộc Bộ...

- Chức năng của Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng:

+ Tham mưu cho Bộ trưởng Bộ Thủy sản và chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành về các chính sách và các giải pháp kịp thời, khả thi, đáp ứng tình hình phát triển thủy sản của từng vùng, giúp Bộ, tỉnh, thành tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước trong lĩnh vực thủy sản, tăng cường vai trò định hướng, điều tiết của nhà nước, đảm bảo sự phát triển bền vững của thủy sản trong các vùng.

+ Cấp mã số vùng nuôi an toàn, vùng được phép đánh bắt thủy sản.

+ Giám sát việc triển khai các hợp đồng liên kết tiêu thụ sản phẩm, triển khai cộng đồng tự quản, tình hình thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm thủy sản trong các khâu đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản và đề xuất các biện pháp chế tài cần thiết.

- Nhiệm vụ của các Ban chức năng và văn phòng:

+ **Văn phòng Hội đồng:** Thường trực Hội đồng, tiếp nhận xử lý các công việc phát sinh hàng ngày của Hội đồng; là đầu mối thông tin giữa lãnh đạo Hội đồng, các Ban chức năng và các đầu mối công tác thuộc phạm vi điều hành của Hội đồng. Thực hiện các khoản thu chi theo đúng quy định của Hội đồng.

+ **Ban quản lý cấp mã số vùng nuôi và đánh bắt:** Cấp mã số vùng nuôi an toàn cho các cơ sở nuôi trồng thủy sản đạt yêu cầu về kỹ thuật, môi trường, vệ sinh... trên cơ sở đề nghị của các tổ tự quản, hợp tác xã nuôi trồng và thẩm định của Ban Kỹ thuật công nghệ; cấp giấy phép khai thác thủy sản và mã số vùng tác nghiệp dựa trên đề nghị của các tổ tự quản, hợp tác xã đánh bắt và thẩm định của Ban Kỹ thuật công nghệ. Việc cấp giấy phép này vừa tăng cường việc quản lý hoạt động đánh bắt, đảm bảo sự phát triển bền vững, tránh tình trạng khai thác quá mức làm cạn kiệt tài nguyên thủy sản, vừa quản lý được chất lượng thủy sản đánh bắt. Thu hồi các mã số, giấy phép đã cấp nếu các hộ nuôi vi phạm các quy định về đảm bảo an toàn môi trường vùng nuôi, sử dụng các hóa chất... hoặc các phương tiện đánh bắt có vi phạm.

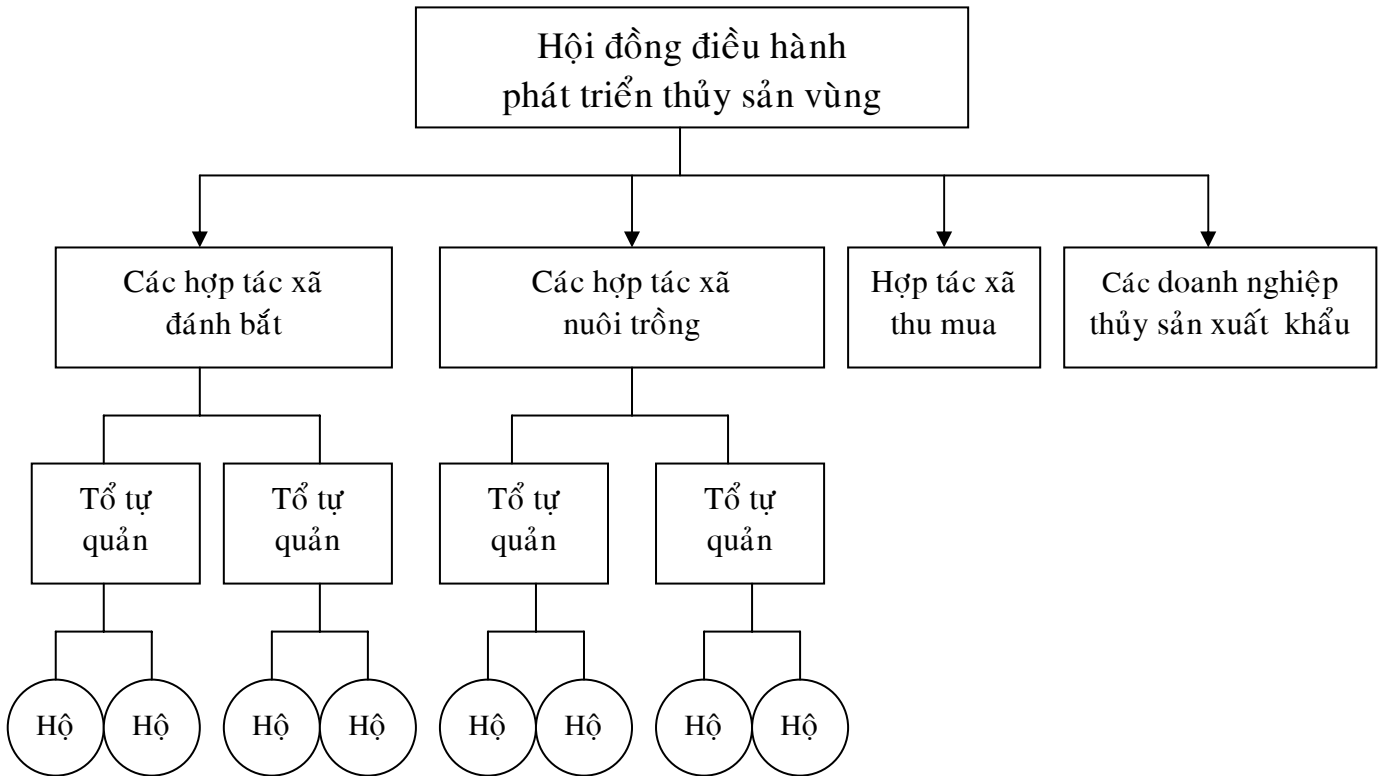
+ **Ban Thông tin:** Thu thập, cung cấp thông tin về diễn biến thị trường, sản lượng, nhu cầu thị trường, giá cả để các thành viên liên quan trong vùng nắm được; tham mưu cho lãnh đạo Hội đồng quyết định sản lượng thu hoạch, phân bổ cho từng hợp tác xã, ấn định mức giá sàn nguyên liệu; cung cấp thông tin về các quy định có liên quan đến việc đảm bảo an toàn thực phẩm, quy định của các thị trường tiêu thụ nước ngoài; phối hợp với các cơ quan khuyến ngư tổ chức các hoạt động tuyên truyền, quảng bá, tư vấn.

+ **Ban Kỹ thuật – Công nghệ:** Tổ chức các hoạt động chuyển giao công nghệ mới về đánh bắt, nuôi trồng thủy sản; chuyển giao kỹ thuật nuôi trồng thủy sản sạch; phối hợp các Cục chức năng của Bộ kiểm soát dịch bệnh thủy sản trong vùng; kiểm tra điều kiện các hộ nuôi, hợp tác xã để đề xuất cấp và thu hồi mã số.

+ **Ban Thương mại – Pháp lý:** Theo dõi việc thực hiện các hợp đồng liên kết tiêu thụ sản phẩm giữa các hộ nuôi – hợp tác xã – công ty chế biến thủy sản

và thực hiện các chế tài đảm bảo các hợp đồng bao tiêu sản phẩm được thực hiện; theo dõi việc thực hiện sản lượng thu hoạch được phân bổ cho từng hợp tác xã và mức giá sản nguyên liệu theo quyết định của lãnh đạo Hội đồng.

- Mối quan hệ về mặt tổ chức giữa Hội đồng và các tổ chức liên quan



Hình 3.7: Mối quan hệ về tổ chức giữa Hội đồng và các tổ chức liên quan

Hội đồng triển khai chính sách, chủ trương của Bộ và của Hội đồng thông qua các hợp tác xã đánh bắt, hợp tác xã nuôi trồng và doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu trong vùng. Các hợp tác xã là tổ chức tập hợp các tổ tự quản hoạt động theo pháp luật về hợp tác xã với mô hình, cơ cấu tổ chức mới phù hợp với thực tế hoạt động trong điều kiện mới hiện nay.

+ Hợp tác xã đánh bắt thủy sản: là hợp tác gồm các thành viên là các tổ tự quản tham gia đánh bắt thủy sản. Hợp tác xã có trách nhiệm quản lý hoạt động của các tổ tự quản, thống kê sản lượng thủy sản đánh bắt, triển khai các chủ trương, chính sách, quyết định của Hội đồng vùng; đại diện cho các tổ tự

quản ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu, bảo vệ quyền lợi của các tổ tự quản thành viên (về thông tin thị trường, về sản lượng được phân bổ, về giá cả nguyên liệu và thời gian thực hiện hợp đồng). Hợp tác xã có thẩm quyền đề nghị cấp và thu hồi giấy phép khai thác, đánh bắt thủy sản.

+ Hợp tác xã nuôi trồng thủy sản: là Hợp tác xã gồm các thành viên là các tổ nuôi trồng thủy sản tự quản. Hợp tác xã có trách nhiệm thống kê sản lượng thủy sản nuôi trồng trong phạm vi quản lý, triển khai các chủ trương, chính sách, quyết định của Hội đồng vùng về nuôi trồng thủy sản, đại diện cho các tổ khi ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các Hợp tác xã thu mua, các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu, bảo vệ quyền lợi của các tổ thành viên trong quan hệ với các tổ chức khác. Hợp tác xã có thẩm quyền đề nghị cấp và thu hồi mã số vùng nuôi an toàn và thủy sản nuôi trồng sạch bệnh.

+ Hợp tác xã thu mua: có nhiệm vụ ký kết hợp đồng thu mua thủy sản với các Hợp tác xã đánh bắt và nuôi trồng thủy sản, đảm nhận chức năng lưu thông hiệu quả mặt hàng thủy sản, thực hiện chính sách phân biệt về ưu tiên thu mua thủy sản đối với các hộ thuộc các tổ tự quản (về giá và sản lượng); nghiêm chỉnh chấp hành quy định kiên quyết không mua thủy sản không an toàn, nằm ngoài vùng thu hoạch đã được cấp mã số. Hợp tác xã có nhiệm vụ trang bị đầy đủ nguồn nhân lực, kỹ thuật, tài chính để thu mua kịp thời hàng thủy sản theo các hợp đồng đã ký kết với mức giá sàn và sản lượng định hướng do Hội đồng vùng đưa ra.

+ Các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu: Thực hiện đúng các hợp đồng bao tiêu sản phẩm đã ký với các hợp tác xã đánh bắt, nuôi trồng hoặc các đầu mối là các hợp tác xã thu mua theo mức giá sàn và sản lượng định

hưởng; thực hiện chính sách ưu tiên về giá và sản lượng trong thu mua thủy sản theo đúng cam kết đã ký, đảm bảo lợi ích về kinh tế cho các hộ đã tham gia vào các tổ tự quản, được cấp mã số vùng nuôi an toàn và thủy sản sạch bệnh; kiên quyết tẩy chay các loại nguyên liệu có bơm chích tạp chất và hàng thủy sản không rõ nguồn gốc. Việc vi phạm có thể dẫn tới việc Hội đồng xem xét áp dụng chế tài theo quy định.

+ Các tổ tự quản: Đây là hình thức tổ chức quản lý dựa vào cộng đồng. Các tổ được thành lập dựa trên cơ sở sự gắn gũi về lĩnh vực hoạt động, đối tượng nuôi trồng và tổ chức môi trường đánh bắt hoặc nuôi trồng. Các thành viên trong tổ có mối quan hệ thường xuyên, chặt chẽ với nhau và có thể giám sát lẫn nhau trong hoạt động thường ngày. Tùy điều kiện cụ thể ở từng địa phương, các tổ tự quản có thể bao gồm các thành viên cùng nuôi trồng thủy sản ở một xã hoặc huyện; gồm các tàu đánh bắt ở ngư trường được cấp phép gần nhau... Tổ là tập hợp đại diện cho quyền lợi của các hộ thành viên trong việc tiếp nhận thông tin, hướng dẫn các quy định cần thiết. Tổ sẽ chịu trách nhiệm giám sát chặt chẽ hoạt động của từng hộ thành viên và việc tuân thủ các quy định của hội đồng vùng. Tổ có thẩm quyền giám sát ở cấp cơ sở việc thực thi các quy định của Hội đồng từ phía các hợp tác xã, doanh nghiệp chế biến thủy sản.

+ Hộ: đây là những hộ tự nguyện tham gia vào các tổ tự quản, tự nguyện thực hiện đúng các quy định của Bộ, của Hội đồng vùng về nuôi trồng, đánh bắt, thu hoạch thủy sản, đảm bảo hàng thủy sản có chất lượng tốt, không có dư lượng kháng sinh và an toàn, sạch bệnh. Hộ có quyền lợi là được ưu tiên ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với mức giá bằng hoặc cao hơn thị trường vào thời điểm bán nguyên liệu; được đảm bảo đầu ra nếu tuân thủ đúng sản lượng nuôi trồng đã được phân bổ. Hội đồng vùng sẽ có chính sách và biện pháp cụ thể, mạnh mẽ

đảm bảo hộ nuôi trồng, đánh bắt hoạt động theo mô hình này có lợi ích kinh tế – xã hội hơn hẳn các hộ tự do và không tuân thủ các quy định của Nhà nước.

- Trục liên kết về công nghệ và thị trường trong mô hình:

Với mô hình này, các hộ tham gia các tổ tự quản có thể cùng nhau chia sẻ các thông tin khoa học – công nghệ và tiếp nhận các kết quả chuyển giao khoa học kỹ thuật thông qua hoạt động của Ban Kỹ thuật công nghệ. Đây là lợi ích mà từng hộ hoạt động riêng lẻ không thể nào có được. Khi áp dụng các kỹ thuật như nhau, việc kiểm soát, quản lý chất lượng sẽ thuận lợi hơn và giúp đảm bảo chất lượng thủy sản phục vụ xuất khẩu có chất lượng đồng nhất với số lượng đủ lớn để thực hiện các đơn đặt hàng từ các thị trường.

Với chức năng của mình, Ban Thương mại – pháp lý sẽ hỗ trợ các hộ nuôi, các tổ tự quản, các hợp tác xã trong việc tìm kiếm, định hướng thị trường xuất khẩu, thiết lập và theo dõi việc thực hiện các hợp đồng đã ký kết cũng như các hỗ trợ về xúc tiến xuất khẩu và pháp lý. Đây là những lợi ích ràng buộc, giúp các hộ, tổ tự quản, hợp tác xã gắn bó với tư cách là những thành viên tích cực trong Hội đồng.

- Các ràng buộc về lợi ích kinh tế trong quản lý điều hành Hội đồng:

Xuất phát điểm của sự ra đời mô hình này là sự tự nguyện của các hộ có điều kiện sản xuất tương tự nhau, có cùng nguyện vọng phát triển hoạt động thủy sản nhưng do quy mô còn hạn chế nên không thể triển khai những chương trình hay dự án có quy mô lớn. Các ứng dụng khoa học kỹ thuật tốt sẽ trở nên có hiệu quả hơn nếu triển khai ở quy mô rộng và nhất quán với nhau theo nguyên lý hiệu quả kinh tế nhờ quy mô. Tuy nhiên, khi đã tham gia Hội đồng, các thành viên phải thực hiện tốt các quy định hướng tới phát triển thủy sản sạch, an toàn và bền vững. Các hộ, tổ, hợp tác xã không thực hiện đúng các quy định này sẽ bị

loại ra khỏi Hội đồng. Sự đơn lẻ không giúp họ có được lợi thế trong phát triển sản xuất, trong đàm phán tiêu thụ. Chỉ có sức mạnh tập thể, với sự lãnh đạo đúng đắn và kịp thời của Hội đồng mới giúp họ tránh được tình trạng “được mùa mất giá, được giá mất mùa” do phát triển tự phát. Những lợi ích về mặt kinh tế và các quyền lợi mà Hội đồng mang lại cho các thành viên là cơ sở để thu hút sự tham gia của họ. Trong hoạt động của Hội đồng, việc kiểm tra, sàng lọc để chỉ có các thành viên tuân thủ nghiêm ngặt các quy định mới tiếp tục tham gia. Chế tài không công nhận tư cách thành viên sẽ là một công cụ buộc họ phải thực hiện tốt nghĩa vụ của họ vì lợi ích chung.

- Dự kiến lợi ích đạt được:

+ Liên kết được các địa phương có quan hệ với nhau trong phát triển thủy sản về mặt chính sách, giải pháp và quản lý Nhà nước.

+ Gắn kết được quan hệ quản lý Nhà nước và thực tế hoạt động kinh doanh thủy sản của cộng đồng.

+ Giúp đảm bảo cân đối giữa phát triển sản xuất nguyên liệu và khả năng mở thị trường, tăng tính gắn bó cộng đồng, quản lý chất lượng thủy sản.

+ Đảm bảo được quyền lợi và nghĩa vụ của tất cả các đối tượng tham gia vào chuỗi cung ứng thủy sản.

+ Giúp Bộ Thủy sản đưa ra các quyết định nhanh chóng phù hợp với diễn biến của thị trường thủy sản trong và ngoài nước, phù hợp với tình hình cụ thể ở từng vùng, tránh được việc đưa ra các chính sách chung chung, không phù hợp với đặc thù kinh tế – xã hội của từng vùng.

+ Phát huy được sức mạnh của Nhà nước và tinh thần cộng đồng của các đối tượng tham gia vào chuỗi cung ứng thủy sản.

+ Về lâu dài, các hợp tác xã, doanh nghiệp có thể sáp nhập với nhau để hình thành các tập đoàn thủy sản mạnh.

- **Điều kiện thực hiện:** Vụ Tổ chức cán bộ, Vụ Kinh tế tập thể – Kinh tế tư nhân, Vụ Pháp chế, Văn phòng Bộ thủy sản chủ trì, Ủy Ban Nhân dân các tỉnh thành cùng phối hợp triển khai từ nay đến năm 2010. để mô hình này hoạt động hiệu quả cần phải phân bổ kinh phí hoạt động ban đầu của Hội đồng; lãnh đạo Bộ phải dành nhiều thời gian hơn để xử lý các vấn đề phát sinh từ công việc kiêm nhiệm của Hội đồng; xây dựng quy chế phối hợp công tác giữa Bộ Thủy sản, các hội đồng, các hội nghề nghiệp và các cơ quan có liên quan; xây dựng quy chế hoạt động hiệu quả, xây dựng các tổ tự quản từ cơ sở, các Hợp tác xã.... trong đó việc xây dựng các chế tài có ý nghĩa quyết định đến sự thành công của mô hình; phải tổ chức tuyên truyền sâu rộng về mô hình này để đạt được sự đồng thuận cao từ cộng đồng. Trình tự triển khai mô hình gồm các bước: Xây dựng đề án phát triển mô hình, tổ chức thảo luận đóng góp ý kiến rộng rãi, xây dựng quy chế hoạt động, triển khai thử nghiệm ở một hoặc vài vùng và triển khai đồng loạt trong cả nước. Kinh phí hoạt động của Hội đồng là từ: Ngân sách do Bộ Thủy sản trích cấp; đóng góp của các hợp tác xã, doanh nghiệp chế biến thủy sản, hộ nuôi trồng, đánh bắt thủy sản và các khoản thu hợp pháp được quy định.

- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 146 doanh nghiệp (chiếm 76% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 147 hộ nuôi trồng (chiếm 72% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).

3.2.5 Nhóm giải pháp 5: Các giải pháp về khoa học, công nghệ:

- **Nội dung giải pháp:**

Về phía các cơ quan nghiên cứu, viện, trường:

+ Thường xuyên cập nhật danh mục các hóa chất, kháng sinh, chất xử lý môi trường bị cấm sử dụng hoặc hạn chế sử dụng của các tổ chức quốc tế, các nước nhập khẩu chủ yếu, nhanh chóng khuyến cáo cho các doanh nghiệp và kiểm soát chặt chẽ thực tế triển khai.

+ Xây dựng, ban hành và triển khai áp dụng các tiêu chuẩn nhà nước và quy chuẩn ngành về đánh bắt, nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thủy sản.

+ Tăng cường hợp tác nghiên cứu với các nước có trình độ công nghệ cao trong khu vực, nhất là công nghệ di truyền, công nghệ chọn giống, công nghệ sinh học, công nghệ xử lý môi trường và phòng ngừa dịch bệnh.

+ Xúc tiến ký kết các thỏa thuận song phương với cơ quan có thẩm quyền tại các thị trường nhằm tháo gỡ các rào cản TBT, SPS. Đây là biện pháp mà đa số các doanh nghiệp (57,6% số doanh nghiệp được khảo sát) cho là ưu tiên hàng đầu khi được khảo sát về những đề xuất với Chính phủ để hỗ trợ cho nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản.

+ Hỗ trợ các doanh nghiệp trong toàn ngành triển khai hệ thống HACCP thông qua các biện pháp hỗ trợ tài chính, thông tin, kỹ thuật ...; khuyến khích các hộ nuôi, doanh nghiệp áp dụng mô hình thực hành nuôi thủy sản tốt (GAP), tiêu chuẩn SQF 1000 và 2000 để đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, đảm bảo yêu cầu truy xuất nguồn gốc sản phẩm, tránh thiệt hại cho người nuôi và doanh nghiệp.

+ Tăng cường công tác kiểm tra chất lượng sản phẩm ngay từ khâu nguyên liệu cho đến thành phẩm xuất xưởng. Để nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra chất lượng, các doanh nghiệp cần tích cực và chủ động áp dụng HACCP và các hệ thống quản lý chất lượng hiện đại. Nhà nước nên có chính sách

khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các tiêu chuẩn này thông qua các hỗ trợ về thông tin, kỹ thuật và tạo điều kiện cho vay để triển khai các chương trình quản lý chất lượng mới. Các doanh nghiệp cần nhận thức rằng quản lý chất lượng là một khâu then chốt giúp sản phẩm trụ được và đứng vững trên thị trường nước ngoài.

+ Đầu tư trang thiết bị, kỹ thuật, nhân sự cho Cục quản lý chất lượng an toàn vệ sinh và thú y thủy sản Nafiqaved để cơ quan này có thể hoàn thành nhiệm vụ quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm thủy sản; kiểm soát chất lượng, an toàn vệ sinh, an toàn dịch bệnh tất cả các yếu tố đầu vào như con giống, hệ thống ao đầm, thức ăn và thuốc thú y dùng cho thủy sản, các chất xử lý môi trường; công tác phòng trừ dịch bệnh cho thủy sản.

+ Xây dựng và triển khai chương trình kiểm soát an toàn vệ sinh đối với các đối tượng khác ngoài cơ sở chế biến thủy sản như cảng cá, chợ cá, vùng nuôi thủy sản; xây dựng các hệ thống quan trắc và kiểm soát môi trường tại các vùng nuôi thủy sản tập trung, các mô hình trình diễn về nuôi thủy sản sạch bệnh, an toàn và các mô hình nuôi sinh thái để người dân tham khảo, triển khai.

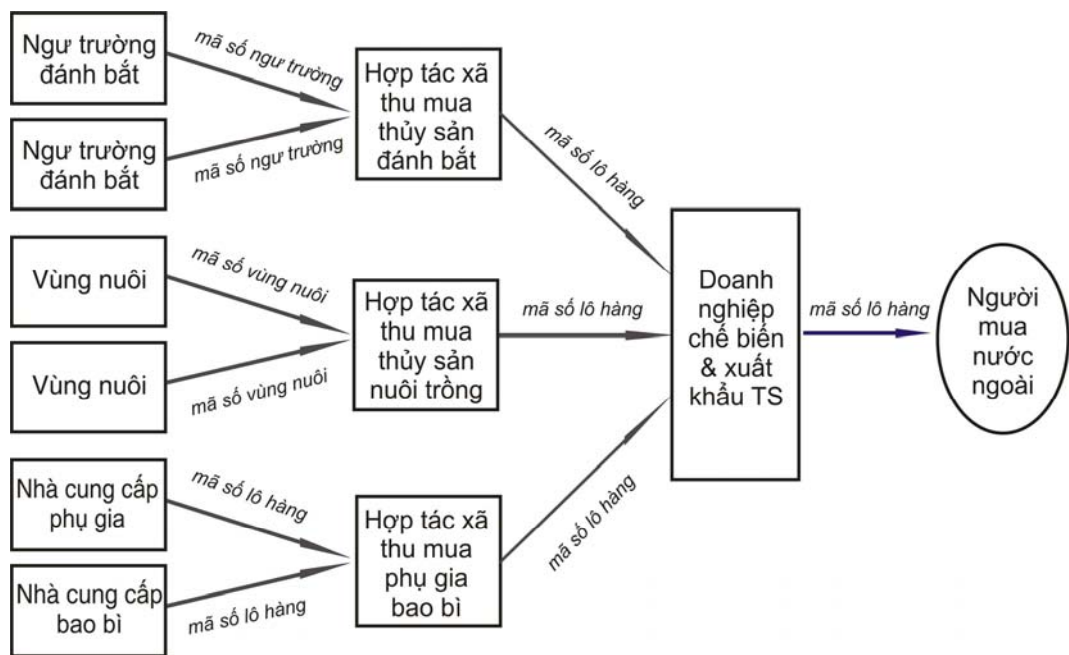
+ Xây dựng và ban hành các Quy phạm nuôi và chế biến những đối tượng nuôi trồng quan trọng với các tiêu chuẩn đáp ứng tốt nhất yêu cầu của các thị trường như là Mỹ, EU; các tiêu chuẩn về bè nuôi, ao nuôi và những tiêu chuẩn bắt buộc khác đối với các khâu sản xuất giống, nuôi trồng, đánh bắt, vận chuyển, chế biến và xuất khẩu thủy sản.

+ Tổ chức triển khai thí điểm hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm tại một số cơ sở chế biến thủy sản xuất khẩu có năng lực phù hợp. Trước mắt có thể thực hiện mô hình quản lý truy xuất nguồn gốc thủy sản dành cho các chủ thể tham gia vào chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu như sau:

Nguyên tắc lưu trữ thông tin: chủ thể ở khâu phải lưu trữ 3 thông tin tối thiểu sau: thông tin về nhà cung cấp đầu vào cho họ, thông tin về chính quy trình thao tác của họ và thông tin về người tiêu thụ ở mắt xích tiếp theo.

Cách thức lưu trữ thông tin: thông tin được quản lý qua chương trình máy tính thống nhất; các mã số bao gồm nhiều cụm số để quản lý thông tin cần thiết.

Các doanh nghiệp có thể xây dựng hệ thống thông tin của riêng doanh nghiệp hoặc tham gia vào mạng lưới truy xuất nguồn gốc toàn cầu – Global Traceability Network của tập đoàn TraceTracker (Oslo, Na Uy, địa chỉ trang web là: www.tracetracker.com).



Hình 3.6: Mô hình quản lý thông tin phục vụ truy xuất nguồn gốc thủy sản xuất khẩu

- **Điều kiện thực hiện nhóm giải pháp:** Vụ Khoa học Công nghệ, Cục Quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh và thú y thủy sản, các Viện nghiên cứu Nuôi trồng thủy sản, Viện Nghiên cứu Hải sản, Vụ Hợp tác quốc tế (thuộc Bộ Thủy sản) chuyển giao kỹ thuật công nghệ, doanh nghiệp tiếp nhận, triển khai.

- **Dự kiến lợi ích đạt được:** Cung ứng các sản phẩm thủy sản có chất lượng cao, vệ sinh, an toàn, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của các thị trường xuất khẩu mục tiêu.
- **Kết quả khảo sát kiểm chứng:** 172 doanh nghiệp (chiếm 90% tổng số doanh nghiệp được khảo sát) và 146 hộ nuôi trồng (chiếm 71% tổng số hộ nuôi trồng thủy sản được khảo sát) cho rằng giải pháp này là rất cần thiết; số còn lại cho rằng giải pháp này là cần thiết (*xin xem kết quả khảo sát chi tiết tại phụ lục 3*).
- Tổ chức phối hợp để VASEP phối hợp chặt chẽ với NAFIQAVED để đẩy mạnh các hoạt động quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm trong toàn bộ quá trình sản xuất, nhằm đáp ứng tốt nhất yêu cầu tương ứng của các thị trường nhập khẩu.
- Xây dựng, ban hành và triển khai áp dụng các tiêu chuẩn cấp nhà nước và cấp ngành về đánh bắt, nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thủy sản.
- Tăng cường hợp tác nghiên cứu với các nước có trình độ công nghệ cao trong khu vực nhất là công nghệ di truyền, công nghệ chọn giống, công nghệ sinh học, công nghệ xử lý môi trường và phòng ngừa dịch bệnh.
- Để khai thác tốt các kết quả nghiên cứu nuôi trồng thủy sản tại các trường, viện..., cần đẩy mạnh các hoạt động chuyển giao công nghệ của các kỹ sư, chuyên viên kỹ thuật thủy sản để nhanh chóng hỗ trợ cho hoạt động nuôi trồng thủy sản của người dân. Cần chú trọng đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu triển khai, lai tạo các dòng đối tượng nuôi mới, nghiên cứu các chất thay thế cho các chất kháng sinh hoặc kích thích tăng trưởng bị cấm sử dụng.
- Cần đẩy mạnh hoạt động chuyển giao công nghệ đánh bắt, phân loại, bảo quản thủy sản ngay sau khi đánh bắt. Hiện nay các ứng dụng khoa học công nghệ ngày càng phong phú, đa dạng góp phần nâng cao kết quả đánh bắt thủy sản. Tuy nhiên, cần đẩy mạnh việc chuyển giao công nghệ thông qua các hoạt động

khuyến ngư, tư vấn dịch vụ kỹ thuật. Ngay sau khi đánh bắt, thủy sản cần được phân loại và bảo quản ngay để đảm bảo độ tươi của nguyên liệu và tránh sự nhiễm bẩn của các yếu tố sinh học, vật lý, hóa chất.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp trong toàn ngành triển khai hệ thống HACCP thông qua các biện pháp hỗ trợ tài chính, thông tin, kỹ thuật ...

- Triển khai công tác đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kiểm nghiệm; xây dựng thêm một số phòng kiểm nghiệm, phân tích mẫu tại các khu vực.

- Đầu tư nghiên cứu về thời gian tồn lưu của các kháng sinh, hóa chất và giải pháp kỹ thuật xử lý.

- Tăng cường công tác tiêu chuẩn hóa về kỹ thuật trong tất cả các khâu giống, nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, xuất khẩu thủy sản.

- Xây dựng và triển khai chương trình kiểm soát an toàn vệ sinh đối với các đối tượng khác ngoài cơ sở chế biến thủy sản như cảng cá, chợ cá, vùng nuôi thủy sản; các hệ thống quan trắc và kiểm soát môi trường tại các vùng nuôi thủy sản tập trung; xây dựng các mô hình trình diễn về nuôi thủy sản sạch bệnh, an toàn và các mô hình nuôi sinh thái để người dân tham khảo, triển khai.

- Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu, tìm kiếm, ứng dụng các chất thay thế kháng sinh bị cấm, các chất xử lý môi trường . . .

- Xây dựng và ban hành các Quy phạm nuôi và chế biến những đối tượng nuôi trồng quan trọng với các tiêu chuẩn đáp ứng tốt nhất yêu cầu của các thị trường như là Mỹ, EU; các tiêu chuẩn về bè nuôi, ao nuôi và những tiêu chuẩn bắt buộc khác đối với các khâu sản xuất giống, nuôi trồng, đánh bắt, vận chuyển, chế biến và xuất khẩu thủy sản [74].

- Khuyến khích các hộ nuôi, doanh nghiệp áp dụng mô hình thực hành nuôi thủy sản tốt (GAP), tiêu chuẩn SQF 1000 và 2000 để đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, đảm bảo yêu cầu truy xuất nguồn gốc sản phẩm, tránh thiệt hại cho người nuôi và doanh nghiệp.

Về phía các doanh nghiệp:

- Nghiêm túc thực hiện các quy định của Bộ Thủy sản về tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định về điều kiện đảm bảo an toàn vệ sinh cho sản phẩm thủy sản.
- Nâng cấp các điều kiện cơ sở vật chất để đảm bảo khả năng triển khai các chương trình quản lý chất lượng đồng bộ.
- Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý nguyên liệu, chế biến xuất khẩu thủy sản để có thể đáp ứng yêu cầu về truy xuất nguồn gốc sản phẩm.
- Tăng cường kiểm soát chất lượng an toàn sản phẩm trong quá trình sản xuất, đặc biệt là kiểm soát dư lượng các loại hóa chất, kháng sinh, chất xử lý môi trường bị cấm hoặc hạn chế sử dụng theo quy định của Bộ Thủy sản.
- Cập nhật và đáp ứng kịp thời các quy định về an toàn thực phẩm của các thị trường xuất khẩu thủy sản trọng điểm.
- Đầu tư cho công nghệ đóng gói, bao bì: đầu tư vào các công nghệ sản xuất bao bì cao cấp, đóng gói tự động, kích cỡ bao bì phù hợp với các nhu cầu sử dụng khác nhau trong điều kiện thói quen tiêu dùng và sinh hoạt của người tiêu dùng cuối cùng đã có nhiều thay đổi và phù hợp với các quy định khác nhau của các thị trường nhập khẩu về bao bì, ghi nhãn . . .
- Nghiên cứu đầu tư và thử nghiệm, tiến tới đẩy mạnh hoạt động thương mại điện tử đối với mặt hàng thủy sản.

3.2.6 Nhóm giải pháp 6: Phát triển các ngành dịch vụ, lĩnh vực phụ trợ:

Trong quá trình đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam, vấn đề vốn, dịch vụ tài chính – tín dụng, vận tải, bảo hiểm, logistic và phát triển cơ sở hạ tầng đóng một vai trò quan trọng.

3.2.6.1 Giải pháp về vốn:

Trong điều kiện Việt Nam gia nhập WTO, Nhà nước không thể trực tiếp rót vốn cho các doanh nghiệp hoặc đưa ra các ưu đãi về vốn đầu tư phát triển, vốn lưu động được. Nhà nước chỉ có thể tạo nguồn vốn đầu tư cho phát triển khoa học công nghệ, cơ sở hạ tầng... Chính doanh nghiệp là các chủ thể cần năng động trong việc tìm nguồn vốn để trang trải cho các hoạt động đầu tư, mở rộng sản xuất của mình. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (có vốn đăng ký kinh doanh không quá 10 tỷ đồng hoặc số lượng lao động bình quân hàng năm không quá 300 người) có thể tham gia Chương trình tài trợ ngắn trung hạn dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ SMELG (Small and Medium Enterprise Loan Guarantee) với các tài sản đảm bảo rất đa dạng như: phương tiện vận tải, máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất...

Các doanh nghiệp có thể thực hiện các giải pháp về vốn thông qua các hình thức như: lập dự án mời gọi đầu tư trực tiếp nước ngoài hay liên doanh, liên kết trong nước, huy động vốn thông qua việc thành lập công ty cổ phần, niêm yết cổ phiếu công ty trên thị trường chứng khoán, phát hành cổ phiếu huy động vốn nhân rồi, vay với hình thức đầu tư phát triển, xây dựng thỏa thuận tài trợ xuất khẩu với các ngân hàng thương mại, sử dụng các dịch vụ tài chính – tín dụng của ngân hàng như nghiệp vụ factoring (mua bán nợ) ...

3.2.6.2 Phát triển các dịch vụ tài chính, tín dụng, bảo hiểm, vận tải, logistics:

Với đặc điểm ngành nghề, các giao dịch về thủy sản có tính thời vụ cao nên các doanh nghiệp thường thiếu vốn đáp ứng các nhu cầu kinh doanh vào cao

điểm của mùa vụ. Các hoạt động nuôi trồng, đánh bắt thủy sản thường đòi hỏi vốn đầu tư lớn. Các dịch vụ tài chính, tín dụng là điều kiện rất quan trọng giúp duy trì sự phát triển của thủy sản xuất khẩu hiện nay. Các ngân hàng cần ưu tiên bố trí nguồn vốn cho vay, áp dụng các điều kiện cho vay và đảm bảo vốn vay phù hợp với thực tế, tích cực áp dụng các nghiệp vụ về chiết khấu chứng từ phù hợp với thông lệ và tình hình xuất khẩu thủy sản.

Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thương mại, Bộ Nội vụ... cần đẩy nhanh tiến độ chuẩn bị, tạo điều kiện để Ngân hàng Phát triển Việt Nam nhanh chóng đi vào hoạt động, triển khai chính sách tín dụng xuất khẩu thông qua các nghiệp vụ: cho vay xuất khẩu, bảo lãnh tín dụng xuất khẩu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng xuất khẩu... Theo kinh nghiệm của các nước, ngân hàng có thể đứng ra bảo lãnh cho các doanh nghiệp khi vay vốn, phục vụ kinh doanh xuất khẩu hoặc bảo lãnh cho khoản tín dụng mà doanh nghiệp dành cho các nhà nhập khẩu. Việc ngân hàng đứng ra bảo lãnh tín dụng xuất khẩu ngoài tác dụng thúc đẩy xuất khẩu còn có tác dụng giúp doanh nghiệp nâng giá bán hàng xuất khẩu (vì giá bán chịu bao gồm giá bán trả ngay cộng với phí tổn đảm bảo lợi tức). Các hình thức ưu đãi về tín dụng mà không vi phạm các quy định của WTO có thể bao gồm: thời hạn cho vay, điều kiện cho vay.

Các doanh nghiệp nên tiếp cận và khai thác tốt các dịch vụ của các ngân hàng thương mại hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản thông qua những hình thức như là:

- Cấp tín dụng trước khi giao hàng: giúp các doanh nghiệp trang trải các khoản chi phí như mua nguyên liệu, sản xuất hàng thủy sản xuất khẩu, sản xuất bao bì, thanh toán chi phí vận tải, bảo hiểm, tiền thuế ... với mức ứng trước có khi lên đến 70 -80% giá trị lô hàng xuất khẩu.

- Cấp tín dụng sau khi giao hàng: Đây là hình thức tín dụng do ngân hàng cấp dưới hình thức chiết khấu hối phiếu xuất khẩu hoặc bằng cách tạm ứng theo các chứng từ hàng hóa (các ngân hàng có thể chiết khấu với mức chiết khấu lên đến 98% giá trị bộ chứng từ ví dụ: Ngân hàng Thương mại Á Châu ACB...).

- Cấp tín dụng cho nhà nhập khẩu.

Các dịch vụ bảo hiểm cần tiếp cận các chủ thể tham gia vào chuỗi các hoạt động: nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, xuất khẩu thủy sản với các sản phẩm bảo hiểm phù hợp, không chỉ tập trung vào khâu xuất khẩu. Cần đẩy mạnh dịch vụ bảo hiểm tín dụng xuất khẩu.

Phát triển dịch vụ logistic (dịch vụ hậu cần, tiếp vận) phù hợp với đặc thù riêng của ngành thủy sản, liên kết tất cả các khâu trong quá trình xuất khẩu thủy sản với sự đầu tư đồng bộ về cơ sở kho bãi, kho lạnh, phương tiện vận tải, quản lý thời gian luân chuyển hàng hóa hợp lý.

3.2.6.3 Phát triển cơ sở hạ tầng:

Chính phủ, Bộ Thủy sản cần tập trung chỉ đạo đầu tư và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu thủy sản như: hệ thống các cảng cá (cầu cảng, bến nghênh, khu vực bốc dỡ hải sản, chợ cá, các chợ đầu mối, khu dịch vụ hậu cần nghề cá: hệ thống cung cấp nước ngọt), hệ thống xử lý nước thải, rác thải, thoát nước, trạm cung ứng nhiên liệu, các cơ sở sửa chữa cơ khí, kinh doanh ngư cụ; hệ thống neo đậu, tránh bão, các cơ sở hậu cần dịch vụ nghề cá, các trung tâm quan trắc và cảnh báo môi trường ... đáp ứng nhu cầu phát triển mới của ngành trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

3.3 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VÀ ĐỀ XUẤT

- Đối với Chính phủ: Tăng cường các nỗ lực hội nhập kinh tế quốc tế, triển khai chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế trên cơ sở khai thác tốt cơ hội của việc Việt Nam trở thành thành viên của WTO, ký kết các thỏa thuận hợp tác trong lĩnh vực thủy sản nói chung và xuất khẩu thủy sản nói riêng, ban hành các nghị định hướng dẫn thi hành Luật thủy sản, chỉ đạo triển khai Chương trình Phát triển Xuất khẩu Thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020; chỉ đạo Bộ Thương mại tập trung triển khai Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

- Đối với Bộ Thủy sản: Tăng cường các mối quan hệ quốc tế về xuất khẩu thủy sản, đặc biệt trong lĩnh vực thỏa thuận công nhận xác nhận chất lượng thủy sản với các nước; triển khai các công tác quy hoạch, giống, thủy lợi, điều chỉnh chương trình đánh bắt xa bờ; xây dựng thương hiệu sản phẩm chung của ngành và từng bước xây dựng thương hiệu ngành; tiến hành nghiên cứu tiền khả thi về việc thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng.

- Đối với các Bộ, ngành: Bộ Thương mại hỗ trợ triển khai các chương trình xúc tiến xuất khẩu, quảng bá thương hiệu thủy sản xuất khẩu; Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp thực hiện và triển khai quy hoạch hệ thống thủy lợi.

- Đối với các doanh nghiệp: cần triển khai ngay việc xây dựng chiến lược kinh doanh thủy sản xuất khẩu một cách có hệ thống, trong đó đặc biệt chú trọng việc nghiên cứu môi trường kinh doanh (đặc biệt là môi trường pháp lý), nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm mới, đầu tư vào các hoạt động xúc tiến xuất khẩu và xây dựng, quảng bá thương hiệu.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Qua những nội dung đã nghiên cứu ở chương 3 có thể thấy rằng hoạt động xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian tới cần phải đảm bảo yêu cầu phát

triển nhanh nhưng bền vững trên cơ sở đảm bảo hiệu quả kinh tế – xã hội – an ninh – quốc phòng toàn diện, thích ứng với những diễn biến nhanh chóng và phức tạp của thị trường thế giới. Trong điều kiện đó, cần nâng cao chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu, đảm bảo sản phẩm sạch và an toàn “từ ao nuôi đến bàn ăn” trên cơ sở làm đúng ngay từ khâu chất lượng con giống đến việc quản lý việc lưu thông và sử dụng chất kháng sinh, hóa chất đến việc đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu theo hướng sản phẩm giá trị gia tăng, sản phẩm chế biến. Để đẩy mạnh xuất khẩu, các doanh nghiệp cần chú trọng đẩy mạnh công tác xúc tiến xuất khẩu, xây dựng và quảng bá thương hiệu thông qua khai thác tốt công cụ e-marketing và có chiến lược thâm nhập thị trường thế giới. Trong nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu đó, cần quan tâm đúng mức đến các giải pháp phát triển xuất khẩu thủy sản một cách bền vững để có thể đáp ứng tốt những nhu cầu trong hiện tại nhưng không làm ảnh hưởng xấu đến khả năng phát triển trong tương lai thông qua các giải pháp quy hoạch, bảo vệ nguồn lợi thủy sản, chấn chỉnh và hợp lý hóa công tác tổ chức các đội tàu đánh bắt thủy sản xa bờ.

Để thực hiện tất cả các giải pháp nêu trên một cách hiệu quả cần khai thác tốt mối liên kết Nhà nước – nhà nông – nhà khoa học – nhà thương lái (kinh doanh) trên cơ sở phát huy tính cộng đồng trách nhiệm và hình thành, xây dựng mô hình tổ chức mới như mô hình hợp tác xã thu mua nguyên liệu tại các địa phương, các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản tại các vùng có đủ khả năng thúc đẩy phát triển xuất khẩu thủy sản trong điều kiện mới.

Điều quan trọng là hệ thống các giải pháp cần được triển khai một cách đồng bộ ở cả cấp vĩ mô và vi mô, trong tất cả các khâu của chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu, với tất cả các đối tượng có liên quan trong quá trình xuất khẩu. Những nỗ lực ấy sẽ giúp xuất khẩu thủy sản Việt Nam tăng trưởng cao và bền

vững, giúp hàng thủy sản Việt Nam khẳng định vị thế đáng kể trên thị trường thế giới.

KẾT LUẬN

Qua nghiên cứu đề tài, tác giả luận án đi đến những kết luận sau:

- Hoạt động xuất khẩu thủy sản đóng một vai trò quan trọng trong việc tăng thu nhập quốc dân và thúc đẩy nỗ lực hội nhập kinh tế quốc tế một cách chủ động. Việc tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong điều kiện mới là hết sức cần thiết và hoàn toàn phù hợp với các cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn ngành thủy sản Việt Nam.

- Bên cạnh những thành tựu to lớn, xuất khẩu thủy sản vẫn còn một số hạn chế như: chất lượng sản phẩm chưa ổn định, chưa đáp ứng yêu cầu của các thị trường về vệ sinh an toàn thực phẩm; hoạt động marketing xuất khẩu chưa được chú trọng một cách đồng bộ; phát triển đánh bắt, nuôi trồng thủy sản xuất khẩu chưa bền vững và công tác điều hành, phối hợp các chiến lược, đối sách xuất khẩu thủy sản chưa linh hoạt; các doanh nghiệp chưa triển khai các giải pháp về khoa học, công nghệ mới một cách hiệu quả và các ngành, dịch vụ hỗ trợ chưa phát huy vai trò thúc đẩy sự phát triển của hoạt động xuất khẩu thủy sản.

- Trên cơ sở các phân tích, Luận án đã trình bày một hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020 bao gồm: nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu theo hướng thủy sản sạch, an toàn để nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại; xây dựng, quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu; phát triển nuôi trồng và đánh bắt thủy sản phục vụ khẩu theo hướng bền vững, tăng cường triển khai các giải pháp khoa học, công nghệ trong hoạt động khai thác, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản và cơ khí, hậu cần dịch vụ hậu cần nghề cá với tác động tích cực của các ngành và dịch vụ phụ trợ. Để góp phần triển khai các giải pháp trên, về mặt thể chế, tổ chức, tác giả đề xuất thành lập các Hội đồng điều hành phát triển

thủy sản vùng để nhanh chóng triển khai kế hoạch phát triển thủy sản phục vụ xuất khẩu phù hợp với điều kiện kinh tế – xã hội, tự nhiên của từng vùng.

Để không ngừng đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản và nâng cao hiệu quả xuất khẩu, tác giả xin đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo như sau:

- Tiến hành khảo sát ý kiến của các công ty phân phối, kinh doanh thủy sản tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu của Việt Nam với hình thức khảo sát qua mạng Internet và khảo sát tại hiện trường để có thể đánh giá về xuất khẩu thủy sản một cách toàn diện, đặc biệt là đánh giá từ phía người tiêu dùng, công ty nhập khẩu.
- Nghiên cứu thêm về cơ chế phối hợp hoạt động chi tiết và quy chế hoạt động của các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng và các hoạt động tuyên truyền quảng bá để mô hình này vận hành tốt.
- Nghiên cứu chuyên sâu về kênh phân phối từng nhóm sản phẩm thủy sản cụ thể vào từng thị trường cụ thể, xác lập các kênh phân phối hiệu quả vào các phân khúc thị trường mà các doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế cạnh tranh.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ

1. Nguyễn Xuân Minh (2006), *Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Tạp chí Thương mại, số 8-2006, tr 3-6.
2. Nguyễn Xuân Minh (2006), *Doanh nghiệp Việt Nam trong chiến lược xuất khẩu thủy sản*, Tạp chí Thương mại, số 9-2006, tr 6,32.
3. Nguyễn Xuân Minh (2006), *Phát huy vai trò điều tiết của Nhà nước và tính tự quản của cộng đồng trong xuất khẩu thủy sản Việt Nam thông qua mô hình Hội đồng điều hành phát triển thủy sản*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, số 16-2006, tr 36-41.
4. Nguyễn Xuân Minh (2001), *Một số quy định về nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản*, Tạp chí Phát triển Kinh tế, số 126, tr 21.
5. Nguyễn Xuân Minh (2004), *Để thâm nhập thị trường thủy sản Nhật Bản*, Tạp chí Thương nghiệp – Thị trường Việt Nam, số 3-2004, tr 14, 42.
6. Nguyễn Xuân Minh (2006), *Export seafood 2006: Remove new obstacles*, Economic Development Review, số 139, tr 18-20.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. Actionaid Vietnam (2002), *Báo cáo kết quả nghiên cứu nhanh các ảnh hưởng của vụ CFA kiện các doanh nghiệp thành viên VASEP đối với nghề nuôi cá tra và basa tại một số tỉnh đồng bằng sông Cửu Long*, Hà Nội.
2. Ken Arakawa (2003), *Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản – các vấn đề về nghiệp vụ và kinh nghiệm thực tiễn*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
3. Ban Tư tưởng – văn hóa TW Đảng (2002), *Tài liệu tuyên truyền biển – đảo trong các trường đại học – cao đẳng năm học 2002 – 2003*.
4. Bộ Khoa học và công nghệ (Chương trình KHCN trọng điểm cấp nhà nước giai đoạn 2001 – 2005) (2004), *Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất các sản phẩm xuất khẩu và sản phẩm chủ lực – mã số KC.06*, Hội thảo KHCN chuyên đề: Chương trình KC. 06 với sản xuất thủy sản xuất khẩu diễn ra vào ngày 23/11/2004 tại Hải Dương.
5. Bộ Thủy Sản (1994), *Khả năng tăng cường và khai thác tiềm năng tiếp thị thủy sản Việt Nam tại thị trường Châu Âu*, “Hội thảo thủy sản Việt Nam và thị trường Châu Âu”.
6. Bộ Thủy Sản (2006), *Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản đến năm 2010 và định hướng năm 2020*, Hà Nội.
7. Bộ Thủy Sản (2001), *Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ kế hoạch năm 2001 và chỉ tiêu, biện pháp thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2002 của ngành thủy sản*, Hà Nội (ngày 11/12/2001).

8. Bộ Thủy Sản (2001), *Báo cáo tổng kết việc cho vay vốn tín dụng đầu tư đối với các dự án đóng mới, cải hoán tàu đánh bắt và tàu dịch vụ đánh bắt hải sản xa bờ*, Hà Nội, ngày 15/10/2001.
9. Bộ Thủy Sản (2002), *Báo cáo về tình hình sản xuất, tiêu thụ cá rô phi trên thế giới và định hướng phát triển sản xuất cá rô phi ở nước ta*, Hà Nội.
10. Bộ Thủy Sản (2003), *Báo cáo về thị trường xuất khẩu thủy sản năm 2003 và các biện pháp thực hiện công tác xúc tiến thương mại năm 2004*, Hà Nội, ngày 30/12/2003.
11. Bộ Thủy Sản (2003), *Báo cáo kết quả nuôi trồng thủy sản năm 2002 và biện pháp thực hiện kế hoạch nuôi trồng thủy sản năm 2003*, Hà Nội, ngày 19/2/2003.
12. Bộ Thủy Sản (2003), *Quy hoạch phát triển giống thủy sản đến năm 2010 (báo cáo tóm tắt)*, Hà Nội.
13. Bộ Thủy Sản (2004), *Kết quả nuôi trồng thủy sản năm 2003, kế hoạch và giải pháp thực hiện năm 2004*, Hà Nội.
14. Bộ Thủy Sản (2004), *Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện nhiệm vụ 2003 và các chỉ tiêu, giải pháp thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội năm 2004 của ngành thủy sản*, Hà Nội, ngày 3/11/2004.
15. Bộ Thủy Sản (2005), *Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện kế hoạch nhà nước 2004, phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội năm 2005 của ngành thủy sản*, Hà Nội, ngày 12/1/2005.
16. Bộ Thủy Sản (2006), *Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện kế hoạch nhà nước 2005, phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội năm 2006 của ngành thủy sản*, Hà Nội, ngày 9/1/2006.

17. Bộ Thủy Sản (2007), *Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện kế hoạch năm 2006, phương hướng nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch năm 2007 của ngành thủy sản*, Hà Nội, ngày 16/1/2007.
18. Bộ Thủy Sản (2006), *Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản giai đoạn 2000 – 2005 và biện pháp thực hiện đến năm 2010*, Hà Nội, ngày 25/02/2006.
19. Chỉ thị số 03/2005/CT-BTS ngày 7/3/2005 của Bộ trưởng Bộ Thủy sản về việc tăng cường kiểm soát dư lượng hóa chất, kháng sinh có hại trong hoạt động thủy sản.
20. Chỉ thị số 04/2005/CT-BTS ngày 4/4/2005 của Bộ trưởng Bộ Thủy sản về việc chấn chỉnh việc ghi nhãn mác đối với sản phẩm cá đông lạnh xuất khẩu.
21. Nguyễn Văn Chiêm (2004), Giấy phép khai thác thủy sản – những vấn đề cần nghiên cứu, *Tạp chí thủy sản*, số 12/2004.
22. Hoàng Thị Chính (2002), “Xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2001: bước đột phá”, *Tạp chí Phát triển kinh tế (ĐH Kinh tế TP HCM)*.
23. Hoàng Thị Chính (2003), *Phát triển thủy sản Việt Nam – những luận cứ và thực tiễn*, NXB Nông nghiệp, TP HCM.
24. Hoàng Thị Chính, Nguyễn Phú Tụ, Nguyễn Hữu Lộc (1998), *Giáo trình Kinh tế Quốc tế*, NXB Giáo dục.
25. Nguyễn Tử Cương (2006), *Giải pháp kiểm soát an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh thủy sản đến năm 2010*, Hội thảo “Bàn biện pháp thực hiện chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020”, TP HCM, 20/12/2006.
26. Nguyễn Tử Cương (2003), *Những yếu tố dẫn tới thủy sản không đảm bảo an toàn thực phẩm và sự cần thiết ứng dụng quy phạm thực hành nuôi tốt (GAP)*, Báo cáo tại hội nghị nuôi thủy sản, Bến Tre, (ngày 19-20/2).

27. Nguyễn Tử Cương (2004), *Về tình hình sản xuất, xuất khẩu và đảm bảo an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh thủy sản ở Việt Nam*, Báo cáo tại Hội chợ – hội thảo quốc tế Vinafish 2004.
28. Dự án Phát triển nuôi trồng thủy sản ven biển (VIE/97/030), (2004), *Hướng dẫn phát triển quản lý nuôi trồng thủy sản dựa vào tổ cộng đồng tự quản*, Hà Nội.
29. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đại hội X*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
30. Bùi Lê Hà, Nguyễn Đông Phong, Ngô Thị Ngọc Huyền, Quách Thị Bửu Châu, Nguyễn Thị Duyệt, Nguyễn Thị Hồng Thu (2001), *Quản trị kinh doanh quốc tế*, NXB Thống Kê.
31. Khương Hải (2003), Luật khủng bố sinh học: “Đảm bảo an ninh hay cản trở nhập khẩu thực phẩm vào Mỹ”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 5-6/2003).
32. Nguyễn Sơn Hải (2002), “Chi phí áp dụng HACCP trong công nghiệp chế biến thủy sản”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 1/2002), trang 23-26.
33. Thái Bá Hồ (dịch) (2003), “Xuất nhập khẩu thủy sản Trung Quốc năm 2002”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 7/2003).
34. Nguyễn Thanh Hưng – Nguyễn Thị Thanh Thúy (2002), “Hàng rào phi thuế – các rào cản đối với thương mại quốc tế”, *Tạp chí Thương mại (Bộ Thương mại)*, (số 18-19/2002).
35. Nguyễn Thanh Hưng – Nguyễn Thị Thanh Thúy (2003), “Đối phó với kiện bán phá giá”, *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, (số ngày 23/1/2003).
36. Thiên Hương (dịch) (2002), “Thị trường châu Âu đang quan tâm đến thủy sản sinh thái”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 5/2002).

37. Nguyễn Huyền (2007), “Cá tra, ba sa đội giá: các nhà máy thiếu nguyên liệu trầm trọng”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, số 19, ngày 22/01/2007.
38. Nguyễn Huyền (2007), “Cá tra, ba sa chết hàng loạt – nông dân đồng bằng sông Cửu Long chịu thiệt hại chưa từng thấy”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, số 7, ngày 8/01/2007.
39. Nguyễn Huyền (2006), “Bến Tre nuôi tôm sú sạch – áp dụng thành công mô hình thâm canh GAP”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, số 131, ngày 03/07/2006.
40. Nguyễn Khải (2003), “Phát triển nuôi cá tra và cá basa đang rất cần quy hoạch”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 1/2-2003).
41. Nguyễn Khải (dịch) (2004), “Đánh giá nguy cơ với thương mại thủy sản quốc tế”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 2/2004).
42. Nguyễn Khải (lược dịch) (2004), “Ngành thủy sản Trung Quốc hội nhập WTO”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 8/2004).
43. Nguyễn Thị Kỳ (2004), “Kinh tế thủy sản vẫn thiếu bền vững”, *Sài Gòn giải phóng*, (số ngày 16/12/2004).
44. Nguyễn Thường Lạng (2003), “Khai thác lợi thế so sánh của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”, *Tạp chí Thương mại (Bộ Thương mại)*, (số 23/2003).
45. Vũ Đình Liệu (2002), “Nuôi thủy sản trên đất cát – một số vấn đề đặt ra”, *Sài Gòn giải phóng*, (số ngày 22/8/2002).
46. Huỳnh Phước Lợi (2005), “Cá tra, cá basa rớt giá: doanh nghiệp bỏ rơi nông dân”, *Sài Gòn giải phóng*, ngày 14/7/2005.
47. Đức Long (2002), “An toàn thủy sản xuất khẩu sang EU”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (ngày 8/4/2002).

48. Đức Long (2002), “Chất lượng là sống còn – điều kiện mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (ngày 28/1/2002).
49. Hồ Lu (2004), “Định nghĩa về nuôi sạch và nuôi sinh thái của Trung Quốc”, *Thông tin Khoa học công nghệ Thủy sản*, (số 2/2004).
50. Nguyễn Thị Hồng Minh (2002), “Loại bỏ dư lượng kháng sinh thủy sản”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (ngày 1/2/2002).
51. Nguyễn Thị Hồng Minh (2004), “Thương hiệu thủy sản Việt Nam đầu tiên”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 215, ngày 21/12/2004).
52. Nguyễn Thị Hồng Minh (2005), Cần tuyên chiến với nạn bơm chích tạp chất vào thủy sản, *Sài Gòn Giải phóng*, ngày 8/3/2005, trang 3.
53. Huỳnh Thế Năng (2004), *Kinh nghiệm bước đầu về quản lý chất lượng theo cộng đồng tại An Giang*, Báo cáo tại hội nghị về chất lượng và thương hiệu cá tra, basa tại Long Xuyên ngày 14-16/12/2004.
54. Tạ Quang Ngọc (2004), “Phải xây dựng thương hiệu cho cá tra, basa Việt Nam”, *Sài Gòn giải phóng*, (số ngày 15/12/2004).
55. Tạ Quang Ngọc (2004), “Phát triển nuôi thủy sản sinh thái: ưu tiên cao của Việt Nam”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 7/2004).
56. Tạ Quang Ngọc (2005), “Trọng tâm là điều hành xuất khẩu”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 111, ngày 6/6/2005).
57. Tạ Quang Ngọc (2005), “Không thiếu thị trường, chỉ thiếu sản phẩm chất lượng”, *Tuổi trẻ*, (số ngày 14/6/2005).
58. Đức Nguyễn (2005), “Phát triển bền vững nghề cá biển: cấp thiết khởi thảo một chiến lược quốc gia”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 93, ngày 11/5/2005).
59. Đức Nguyễn (2005), “Phát triển thủy sản bền vững”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 144, ngày 21/7/2005).

60. Phan Nguyễn (dịch) (2004), “Trung Quốc dẫn đầu trong thương mại thủy sản toàn cầu”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 2/2004).
61. T.P (dịch) (2003), “Công nghiệp chế biến thủy sản Trung Quốc” *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 5-6/2003).
62. Tuyết Nhung, Kim Phúc (2003), “Tình hình xuất nhập khẩu thủy sản năm 2002”, *Thông tin Khoa học Công nghệ Thủy sản*, (số 1/2003).
63. Công Phiên (2002), “Quy định mới của EU về dư lượng chloramphenicol – thách thức mới đối với ngành thủy sản”, *Sài Gòn giải phóng*, (số ngày 30/5/2002).
64. Quang Phương (2001), “Nuôi thủy sản biển: bước đột phá của thủy sản Việt Nam”, *Sài Gòn Giải phóng*, (số 8/12/2001) .
65. Quang Phương (2002), “Thúc đẩy xuất khẩu thủy sản: sản phẩm sạch – tiêu chí hàng đầu”, *Sài Gòn Giải phóng*, (số 27/7/2002).
66. Thái Phương (tổng hợp) (2002), “Thương mại, xu hướng, tiêu chuẩn và triển vọng của nuôi trồng thủy sản thế giới”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 5/2002).
67. Thanh Phương (2004), “Vai trò của các chính sách trong phát triển nuôi trồng thủy sản ở Trung Quốc”, *Thông tin Khoa học Công nghệ Thủy sản*, (số tháng 11/2004).
68. Michael Porter (1990), Lợi thế cạnh tranh quốc gia, NXB MacMillan, Inc, bản dịch Tiếng Việt của Trường ĐH Ngoại Thương.
69. Quyết định số 242/2006/ QĐ-TTg ngày 25/10/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Phát triển Xuất khẩu Thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

70. Trần Công Sách (2002), “Khả năng cạnh tranh và giải pháp thâm nhập thị trường nước ngoài của tôm Việt Nam xuất khẩu”, *Tạp chí Thương mại (Bộ Thương mại)*, (số 20/2002), trang 3-4.
71. Sở Thủy sản Phú Yên (2004), *Những vấn đề tồn tại cần được giải quyết trong nghề đánh bắt cá ngừ đại dương tại tỉnh Phú Yên*, Báo cáo tại Hội chợ – hội thảo quốc tế Vinafish 2004.
72. Sở Thủy sản Cà Mau (2004), *Sản xuất giống nhân tạo tôm sú ở Cà Mau – hiện trạng và các đề xuất*, Báo cáo tại Hội chợ – hội thảo quốc tế Vinafish 2004.
73. H.T (dịch) (2004), “Thủy sản của Ấn Độ: thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 1/2004).
74. Nguyễn Việt Thắng (2004), “Tôm sú vẫn sẽ là đối tượng nuôi chủ lực ngay cả khi bị kiện bán phá giá”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 3/2004).
75. Hà Thành 1 (2003), “Việt Nam thiếu những đội tàu đánh bắt xa bờ”, *Vietnamnet*, truy cập 15h04 ngày 20/11/2003.
76. Vĩnh Thịnh (2005), “Đánh bắt xa bờ ... nằm bờ: Hơn 1.345 tỷ đồng đầu tư không hiệu quả”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 124 ngày 23/6/2005).
77. Võ Thanh Thu, Nguyễn Cương, Nguyễn Thị My (2001), *Chiến lược thâm nhập thị trường Mỹ*, NXB Trẻ, TP HCM.
78. Võ Thanh Thu, Nguyễn Cương, Huỳnh Văn Minh, Nguyễn Thị Duyệt, Đoàn Thị Hồng Vân, Hoàng Thị Chính (2002), *Những giải pháp về thị trường cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam*, NXB Thống kê, TP HCM.
79. Hà Lương Thuận (2004), *Hoàn chỉnh hệ thống thủy lợi góp phần phát triển nuôi trồng thủy sản bền vững*, Diễn đàn “Đổi mới phương pháp xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển thủy sản” do Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản tổ chức ngày 28/4/2004.

80. Tỉnh Hội nghề cá Thừa Thiên – Huế (2004), *Phát triển chi hội nghề cá cơ sở: mấu chốt của quản lý nghề cá dựa vào dân trên đầm phá Thừa Thiên – Huế*, Báo cáo tại Hội chợ – hội thảo quốc tế Vinafish 2004.
81. Tổng cục Thống kê (2001), *Niên giám thống kê năm 2000*, NXB Thống kê, Hà Nội.
82. Tổng cục Thống kê (2002), *Niên giám thống kê năm 2001*, NXB Thống kê, Hà Nội.
83. Tổng cục Thống kê (2003), *Niên giám thống kê năm 2002*, NXB Thống kê, Hà Nội.
84. Tổng cục Thống kê (2004), *Niên giám thống kê năm 2003*, NXB Thống kê, Hà Nội.
85. Tổng cục Thống kê (2005), *Niên giám thống kê năm 2004*, NXB Thống kê, Hà Nội.
86. Tổng cục Thống kê (2006), *Niên giám thống kê năm 2005*, NXB Thống kê, Hà Nội.
87. Trung tâm khuyến ngư trung ương (Bộ Thủy sản) (2001), *Tổng kết công tác khuyến ngư thời kỳ 1993 -2000*, Hà Nội,
88. Trung tâm thông tin công tác tư tưởng (Ban TTVH TW) (2005), *Chiến lược quản lý và phát triển nghề cá biển Việt Nam đến năm 2015*, (số 6/2005)
89. Viện Nghiên cứu Hải sản (2003), *Báo cáo tại Hội nghị quốc gia về phát triển nghề cá có trách nhiệm tại Việt Nam*, Hà Nội, ngày 29, 30/9.
90. Vụ Nông - Lâm nghiệp – Thủy sản (Tổng cục Thống kê) (1999), *Số liệu thống kê Nông – Lâm nghiệp – Thủy sản Việt Nam 1990 – 1998 và dự báo năm 2000*, NXB Thống Kê, Hà Nội.
91. World Bank (2004), *Báo cáo nghiên cứu về khai thác và nuôi trồng thủy sản Việt Nam*, Hà Nội.

92. Võ Tòng Xuân (2004), “Để hàng nông, thủy sản đi xa”, *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, (số ngày 8/1/2004).
93. An Yên (2002), “Mở thêm cửa cửa xuất khẩu thủy sản: đa dạng hóa thị trường, tránh bị lệ thuộc”, *Thời báo Kinh tế Việt Nam*, (số 22, ngày 20/2/2002).
94. Hoàng Yến (2004), “Khả năng truy xuất sản phẩm: Ứng dụng hệ thống truy xuất trong sản xuất thủy sản”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (số 8/2004).

II. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

95. FAO (2000), *The state of world fisheries and aquaculture*, Rome.
96. FAO, Fishery information, data and statistics Unit (2003), *Overview of fish production, utilization, consumption and trade*, Rome.
97. FAO Globefish (2004), *Fishery Industry Profile – Vietnam*, Rome.
98. FAO (2004), *Future prospects for fish and fishery products: medium term projections to the years 2010 and 2015*, FAO Fisheries Circular FIDI/972-1, Rome.
99. JETRO (2000), *Handbook for agricultural and fishery products import regulations*, October.

II. CÁC TRANG WEB

100. FAO: <http://www.fao.org>
101. Bộ Thủy sản: <http://www.fistenet.gov.vn>
102. Tổng cục Thống kê: <http://www.gso.gov.vn>
103. VASEP: <http://www.vasep.com.vn>
104. Tổ chức SEAFISH: <http://www.seafish.org>

105. Bộ Thương mại: <http://www.mot.gov.vn>

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

KHẢO SÁT CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN

PHỤ LỤC 1A

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN

Số :

BẢNG CÂU HỎI

Trong khuôn khổ chương trình nghiên cứu đề tài “Hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020”, chúng tôi muốn thu thập một số thông tin liên quan đến đề tài từ hoạt động thực tiễn của Doanh nghiệp.

Các thông tin được cung cấp sẽ được bảo vệ trong phạm vi cuộc khảo sát, chỉ phục vụ cho việc nghiên cứu đề tài nói trên, không ràng buộc về pháp lý.

Nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn Quý Doanh nghiệp đã dành thời gian trả lời bảng câu hỏi này. Kính chúc Quý Doanh nghiệp không ngừng mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh tạo được vị thế mới trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập quốc tế hiện nay.

**DÀNH CHO DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, KINH DOANH,
XUẤT KHẨU THỦY SẢN**

1. Tên doanh nghiệp :

- a. Tên Việt Nam :
- b. Tên quốc tế (nếu có) :
- c. Địa chỉ :
- d. Số điện thoại :
- e. Số fax :
- f. Địa chỉ website (nếu có) :

2. Năm thành lập :**3. Hình thức pháp lý của doanh nghiệp :**

- a. Doanh nghiệp nhà nước
- b. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
- c. Công ty TNHH
- d. Công ty cổ phần
- e. Doanh nghiệp tư nhân

f. Khu vực HTX

4. Doanh thu và xuất khẩu : (bằng VNĐ và/hoặc USD)

Doanh thu	2000	2001	2002	2003
TỔNG DOANH THU				
- Doanh thu bán trong nước				
- Doanh xuất khẩu				

5. Cơ cấu thị trường xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp : (%)

Nước	2000	2001	2002	2003
a. Hoa Kỳ				
b. Nhật Bản				
c. EU				
d. Châu Mỹ La Tinh				
e. Trung Đông				
f. ASEAN				
g. Các nước khác				

6. Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp : (%)

Mặt hàng	2000	2001	2002	2003
1.				
2.				
3.				

5. Các mặt hàng khác				
-----------------------------	--	--	--	--

7. Sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp thuộc dạng :

- a. Sản phẩm thô
- b. Sản phẩm đã chế biến
- c. Sản phẩm đã chế biến, đóng gói hoàn chỉnh
- d. Khác (xin ghi rõ) :

8. Doanh nghiệp định vị sản phẩm thủy sản xuất khẩu theo :

- a. Thuộc tính
- b. Cách sử dụng
- c. Người sử dụng
- d. Cạnh tranh
- e. Loại
- f. Chất lượng hoặc giá
- g. Khác (xin ghi rõ) :

9. Doanh nghiệp định giá sản phẩm thủy sản xuất khẩu theo :

- a. Theo chi phí
- b. Theo giá đối thủ cạnh tranh
- c. Theo giá thị trường
- d. Theo chi phí cận biên
- e. Khác (xin ghi rõ) :

10. Xin xếp theo thứ tự ưu tiên về mục tiêu của chính sách giá của doanh nghiệp : (bằng cách đánh số từ 1-6; 1: ưu tiên nhất, 2: kế tiếp, ... 6: ít ưu tiên nhất)

- Đạt lợi nhuận
- Tối đa hóa lợi nhuận
- Duy trì thị phần
- Mở rộng thị phần
- Đáp ứng mục tiêu bán hàng đặc biệt
- Đáp ứng yêu cầu cạnh tranh

11. Kênh phân phối thủy sản xuất khẩu hiện nay của doanh nghiệp là :

- a- Thông qua nhà nhập khẩu người nước ngoài
- b- Thông qua đại lý phân phối
- c- Thành lập chi nhánh bán hàng ở nước ngoài
- d- Trực tiếp đến các siêu thị, nhà hàng
- e- Khác (xin ghi rõ) :

12. Doanh nghiệp quảng bá sản phẩm thủy sản xuất khẩu thông qua :

- Sách báo, tạp chí ở nước ngoài
- Internet
- Hội chợ, triển lãm quốc tế
- Các hoạt động xúc tiến xuất khẩu do Viettrade, VASEP, ITCP... tổ chức
- Văn phòng đại diện

Khác (xin ghi rõ) :

13. Vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu và tầm quan trọng của nó trong chiến lược quảng bá thủy sản xuất khẩu :

Trong thời gian qua, doanh nghiệp quan tâm như thế nào đối với vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu :	Doanh nghiệp đánh giá như thế nào về tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển thương hiệu :
5 Rất quan tâm và có đầu tư đáng kể	5 Rất quan trọng
4 Có quan tâm nhưng đầu tư chưa đáng kể	4 Khá quan trọng
3 Có quan tâm nhưng chưa đầu tư	3 Bình thường
2 Không quan tâm lắm	2 Không quan trọng lắm
1 Không quan tâm	1 Không quan trọng

14. Doanh nghiệp đã áp dụng HACCP chưa ?

a. Đã áp dụng

b. Chưa áp dụng. Doanh nghiệp có dự định sẽ triển khai hay không ?

b1. Không

b2. Có. Nếu có thì khi nào ? : _____

15. Trong quá trình sản xuất, chế biến thủy sản, doanh nghiệp có quan tâm đến vấn đề môi trường và ô nhiễm môi trường hay không ?

a. Có

b. Không

16. Doanh nghiệp quan tâm như thế nào đến các quy định và tiêu chuẩn quốc tế về môi trường liên quan đến thương mại sau đây :

Mức độ quan tâm Tiêu chuẩn quy định	Rất quan tâm, đã nghiên cứu áp dụng	Rất quan tâm, sẽ áp dụng	Có quan tâm, chưa áp dụng	Không quan tâm lắm	Không quan tâm
Hiệp định về vệ sinh an toàn động thực vật (SPS)	5	4	3	2	1
Hiệp định về rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT)	5	4	3	2	1
ISO 14000	5	4	3	2	1

17. Doanh nghiệp thường áp dụng phương thức thanh toán quốc tế nào ?

- a. T/T
b. L/C
c. Nhờ thu phiếu trơn
d. Khác (xin ghi rõ) : _____
e. Nhờ thu kèm chứng từ

18. Để tránh rủi ro do biến động tỷ giá hối đoái, doanh nghiệp có áp dụng nghiệp vụ nào dưới đây hay không ?

- a. Option
b. Futures
c. Swap
d. Nghiệp vụ khác
e. Không áp dụng nghiệp vụ nào

19. Trong quá trình xuất khẩu thủy sản, doanh nghiệp quan tâm như thế nào đến các rào cản thương mại dưới đây (5: quan tâm nhất, 4: kế tiếp, ... 1: ít quan tâm nhất)

Mức độ quan tâm Các rào cản	Rất quan tâm	Có quan tâm	Không quan tâm lắm	Không quan tâm	Chưa nghe nói đến
Hạn ngạch (quota)	5	4	3	2	1
Giấy phép (license)	5	4	3	2	1
Thuế quan	5	4	3	2	1
Tiêu chuẩn sản xuất, chế biến và quy định về môi trường	5	4	3	2	1
Yêu cầu đóng gói, bao bì, nhãn mác	5	4	3	2	1
Nhãn sinh thái	5	4	3	2	1
Tiêu chuẩn kỹ thuật an toàn vệ sinh thực phẩm	5	4	3	2	1
Quy tắc xuất xứ	5	4	3	2	1
Biện pháp chống bán phá giá	5	4	3	2	1
Trợ cấp của chính phủ	5	4	3	2	1

20. Doanh nghiệp đã triển khai thương mại điện tử (e-commerce) hay chưa?

b. Đã triển khai

c. Chưa triển khai. Doanh nghiệp có dự định sẽ triển khai hay không ?

b1. Không

b2. Có. Nếu có thì khi nào ? : _____

21. Trong thời gian qua, doanh nghiệp gặp những khó khăn gì trong quá trình xuất khẩu thủy sản

.....

22. Để hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, theo doanh nghiệp, chính phủ cần làm gì (xếp theo thứ tự ưu tiên; 1: ưu tiên nhất, 2: kế tiếp, ... 7: ít ưu tiên nhất)

- Đẩy mạnh các cuộc đàm phán thương mại song phương, đa phương, tạo điều kiện mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản
- Hỗ trợ doanh nghiệp triển khai áp dụng HACCP
- Hoàn thiện hệ thống kiểm tra chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm quốc gia
- Nâng cao hiệu quả hoạt động của VASEP
- Xây dựng chương trình xúc tiến xuất khẩu thủy sản cấp quốc gia
- Tạo điều kiện để các doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ
- Có chính sách vĩ mô xây dựng các vùng cung ứng nguyên liệu ổn định, an toàn, chất lượng cao

23. Doanh nghiệp sẽ ưu tiên áp dụng những giải pháp nào dưới đây để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản (xếp theo thứ tự ưu tiên; 1: ưu tiên nhất, 2: kế tiếp, ... 9: ít ưu tiên nhất)

- Đa dạng hóa thị trường
- Đa dạng hóa sản phẩm, chú trọng các sản phẩm sinh thái
- Tập trung vào các sản phẩm mới có giá trị gia tăng cao
- Thực hiện HACCP
- Ký kết thỏa thuận cung ứng nguyên liệu với các hộ ngư dân, các ngư trường, đầu mối thu mua
- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu môi trường kinh doanh quốc tế, marketing, xúc tiến xuất khẩu
- Bước đầu tham gia vào các nghiệp vụ tiền tệ để tránh rủi ro tỷ giá

- Chú trọng việc xây dựng, quảng bá và phát triển thương hiệu
- Mở văn phòng đại diện ở nước ngoài để tiếp cận thị trường

24. Ngoài những giải pháp trên, doanh nghiệp sẽ áp dụng những giải pháp nào để đẩy mạnh xuất khẩu (xin nêu tóm tắt)

.....

25. Doanh nghiệp có đề nghị gì với chính phủ, Bộ Thủy sản, VASEP... và các bộ ngành có liên quan để tạo điều kiện đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới ?

.....

26. Họ và tên người trả lời:

Chức vụ: Số điện thoại liên lạc:

.

(Ghi chú: Nếu không tiện, các thông tin trong câu 26 có thể để trống)



Chân thành cảm ơn sự hợp tác của Quý doanh nghiệp !

PHỤ LỤC 1B

**DANH SÁCH CÁC DOANH NGHIỆP
SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU
THỦY SẢN ĐƯỢC KHẢO SÁT**

PHỤ LỤC 1C

KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN

BẢNG 1: HÌNH THỨC PHÁP LÝ CỦA DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Hình thức	Tỷ lệ
Doanh nghiệp nhà nước	39,8
Doanh nghiệp nước ngoài	2,5
Công ty trách nhiệm hữu hạn	38,6
Công ty cổ phần	15,7
Doanh nghiệp tư nhân	3,4
Tổng cộng	100

Nhận xét: Các doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát này chủ yếu là các doanh nghiệp nhà nước và các công ty trách nhiệm hữu hạn.

BẢNG 2: DOANH THU TRONG NƯỚC VÀ XUẤT KHẨU BÌNH QUÂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

(Đvt: nghìn USD)

Doanh thu	2000	2001	2002	2003
Trong nước (*)	17,1	18,8	19,6	25,8
Xuất khẩu (**)	23.300	85.200	89.500	87.200

Ghi chú: (*): có 76 doanh nghiệp cung cấp thông tin trả lời.

(**): có 227 doanh nghiệp cung cấp thông tin trả lời.

BẢNG 3: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Thị trường	2000	2001	2002	2003
Hoa Kỳ	12,09	14,73	18,08	22,39
Nhật Bản	24,08	23,55	26,43	25,93
EU	12,02	13,79	13,50	15,05
MỹLatinh	0,28	0,36	0,73	0,87
Trung Đông	0,75	0,66	0,37	0,72
ASEAN	12,33	13,02	15,13	15,88
Thị trường khác	19,95	20,73	18,84	24,39

BẢNG 4: CƠ CẤU SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Nhóm sản phẩm	2000	2001	2002	2003
Tôm	32,23	32,68	35,26	36,89
Cá	21,63	25,68	28,12	30,18
Thân mềm	16,29	17,11	16,38	17,44
Thân vỏ	4,34	4,40	15,55	4,89
Khác	9,12	8,76	7,81	10,49

BẢNG 5: CƠ SỞ ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM THỦY SẢN XUẤT KHẨU

(Đvt: %)

Cơ sở định vị	Tỷ lệ
Thuộc tính	11,0
Cách sử dụng	1,3
Người sử dụng	25,4
Cạnh tranh	21,6
Chủng loại	34,7
Chất lượng hoặc giá	47,0
Tổng cộng	100

BẢNG 6: CƠ SỞ ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM THỦY SẢN XUẤT KHẨU

(Đvt: %)

Cơ sở định giá	Tỷ lệ (*)
Chi phí	44,1
Giá đối thủ cạnh tranh	44,1
Giá thị trường	56,8
Chi phí cận biên	12,7
Khác	1,7

Ghi chú: Tỷ lệ này ứng với số doanh nghiệp chọn cơ sở định giá, tổng công không phải là 100% do doanh nghiệp có thể áp dụng nhiều cơ sở định giá.

BẢNG 7: MỤC TIÊU CỦA CHIẾN LƯỢC ĐỊNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Mức độ ưu tiên Mục tiêu	1	2	3	4	5	6
	Đạt lợi nhuận	41,9	21,6	13,1	9,3	7,6
Tối đa hóa lợi nhuận	17,8	7,2	5,5	13,6	16,9	39,0
Duy trì thị phần	13,6	31,8	25,0	19,1	6,8	3,8
Mở rộng thị phần	22,0	19,5	30,9	16,5	6,4	4,7
Mục tiêu bán hàng đặc biệt	3,4	5,5	10,2	12,3	36,0	32,6
Đáp ứng yêu cầu cạnh tranh	1,3	13,1	16,5	29,7	29,2	10,2

BẢNG 8: KÊNH PHÂN PHỐI THỦY SẢN XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Kênh phân phối	Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng
Nhà nhập khẩu nước ngoài	81,4
Đại lý phân phối	27,1
Trực tiếp đến các siêu thị, nhà hàng	9,3
Chi nhánh bán hàng ở nước ngoài	8,9
Khác	1,7

BẢNG 9: HÌNH THỨC QUẢNG BÁ SẢN PHẨM THỦY SẢN XUẤT KHẨU

(Đvt: %)

Hình thức	Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng
Sách, báo, tạp chí nước ngoài	32,7
Internet	30,9
Hội chợ, triển lãm quốc tế	72,6
Hoạt động xúc tiến xuất khẩu	45,2
Văn phòng đại diện	18,4
Khác	38,5

BẢNG 10: NHẬN THỨC CỦA DOANH NGHIỆP VỀ TẦM QUAN TRỌNG CỦA VIỆC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

(Đvt: %)

Ý kiến	Tỷ lệ doanh nghiệp đồng ý
Bình thường	1,7
Khá quan trọng	28,8
Rất quan trọng	69,5
Cộng	100

BẢNG 11: MỨC ĐỘ QUAN TÂM VÀ ĐẦU TƯ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI VIỆC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

(Đvt: %)

Ý kiến	Tỷ lệ doanh nghiệp đồng ý
--------	---------------------------

Không quan tâm lắm	3,0
Có quan tâm, chưa đầu tư	9,3
Có quan tâm, đầu tư ít	47,0
Rất quan tâm, đầu tư nhiều	40,7
Cộng	100

BẢNG 12: TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI HACCP TẠI DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Tình hình triển khai	Tỷ lệ
Đã áp dụng	61,0
Không áp dụng	13,6
Sẽ triển khai	25,4
Cộng	100

BẢNG 13: CÁC RÀO CẢN TRONG XUẤT KHẨU THỦY SẢN ĐƯỢC NHIỀU DOANH NGHIỆP QUAN TÂM

(Đvt: %)

Mức độ quan tâm Rào cản	Chưa nghe nói đến	Không quan tâm	Không quan tâm lắm	Có quan tâm	Rất quan tâm
Hạn ngạch	7,6	16,1	12,7	30,5	33,1
Giấy phép	3,0	9,7	3,0	30,1	54,2
Thuế quan	6,8	5,9	0,4	30,9	55,9

Tiêu chuẩn sản xuất, môi trường	0	2,5	2,5	29,7	65,3
Yêu cầu về đóng gói, bao bì, nhãn mác	0	0	3,4	26,7	69,9
Nhân sinh thái	4,2	14,4	15,7	50,0	15,7
Tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn VSTP	3,0	0	1,3	21,4	74,6
Quy tắc xuất xứ	0	1,3	6,8	46,6	45,3
Chống bán phá giá	1,7	5,1	22,9	33,1	37,3
Trợ cấp của chính phủ	11,9	11,4	25,4	32,2	19,1

**BẢNG 14: MỨC ĐỘ QUAN TÂM CỦA DOANH NGHIỆP ĐẾN
CÁC QUY ĐỊNH, TIÊU CHUẨN, RÀO CẢN**

(Đvt: %)

Ý kiến	Tỷ lệ doanh nghiệp có ý kiến về		
	SPS	TBT	ISO 14000
Không quan tâm	0	1,3	2,1
Không quan tâm lắm	5,1	10,2	3,8
Có quan tâm, chưa áp dụng	14,8	19,9	36,0
Rất quan tâm, sẽ áp dụng	23,7	43,2	35,6
Rất quan tâm, đã áp dụng	56,4	25,4	22,5
Cộng	100	100	100

**BẢNG 15: PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN QUỐC TẾ
ĐƯỢC DOANH NGHIỆP SỬ DỤNG**

(Đvt: %)

Phương thức	Tỷ lệ doanh nghiệp áp so với tổng số doanh nghiệp được khảo sát
Tín dụng chứng từ (L/C)	80,9
Chuyển tiền bằng điện (T/T)	34,7
Nhờ thu kèm chứng từ	19,1
Nhờ thu phiếu trơn	3,0
Khác	1,7

**BẢNG 16: TÌNH HÌNH SỬ DỤNG NGHIỆP VỤ
TRÁNH RỦI RO DO BIẾN ĐỘNG TỶ GIÁ HỐI ĐOÁI**

(Đvt: %)

Nghiệp vụ	Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng so với tổng số doanh nghiệp được khảo sát
Option	8,9
Futures	13,6
SWAP	11,0
Khác	21,2

**BẢNG 17: KHÓ KHĂN DOANH NGHIỆP GẶP PHẢI
TRONG QUÁ TRÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN**

(Đvt: %)

Khó khăn	Tỷ lệ DN gặp phải
Biện pháp chống bán phá giá	32,2
Giấy phép	4,5
Các hạn chế về kỹ thuật	22,5
Thuế	15,7
Vốn	13,1
Khác:	
Bộ máy quản lý công kênh	0,8
Giá cả biến động	4,2
Hạn ngạch	0,8
Khách hàng chưa bền vững	38
Nguyên liệu	20,8
Trang thiết bị, phương tiện lạc hậu	1,6
Thị trường biến động	3,8
Thông tin hạn chế	5,9
Thủ tục hành chính, thủ tục hải quan	8,0
Cộng	100

**BẢNG 18: THỨ TỰ ƯU TIÊN VỀ CÁC GIẢI PHÁP
DOANH NGHIỆP SẼ ÁP DỤNG ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN**

(Đvt: %)

Mức độ ưu tiên Giải pháp	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Đa dạng hóa thị trường	40,3	14,8	17,8	11,0	4,7	3,4	1,3	3,8	0,8
Đa dạng hóa sản phẩm	24,6	30,5	16,1	11,4	1,7	3,0	4,2	1,3	7,2
Đẩy mạnh hoạt động marketing	3,4	19,5	23,3	19,1	5,5	15,3	6,4	4,7	3,0
Sản phẩm có giá trị gia tăng cao	12,3	11,0	10,2	14,0	12,3	12,7	13,6	9,7	4,2
Thỏa thuận thu mua nguyên liệu	4,7	2,1	9,3	16,5	32,2	12,7	9,3	10,6	2,5
Xây dựng, quảng bá thương hiệu	6,8	8,9	12,3	12,7	14,0	16,1	14,0	12,3	3,0
Thực hiện HACCP	3,0	8,5	8,9	11,0	14,0	17,4	21,2	7,6	8,5
Mở văn phòng đại diện ở nước ngoài	4,2	0	1,3	2,5	9,3	8,5	13,1	36,9	24,2
Nghiệp vụ tiền tệ hạn chế rủi ro	0	2,1	4,7	0,4	6,4	11,0	16,9	25,8	32,6

BẢNG 19: THỨ TỰ ƯU TIÊN VỀ CÁC GIẢI PHÁP DOANH NGHIỆP CẦN CHÍNH PHỦ HỖ TRỢ ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN

(Đvt: %)

Mức độ ưu tiên Giải pháp	1	2	3	4	5	6	7
Đàm phán các hiệp định	57,6	8,5	8,1	10,2	4,7	3,0	8,1
Hỗ trợ triển khai HACCP	4,7	14,4	21,6	7,6	9,3	19,5	22,9
Hoàn thiện hệ thống kiểm tra chất lượng	3,0	19,5	4,4	23,3	22,0	11,0	6,8
Nâng cao hiệu quả hoạt động của VASEP	1,7	8,5	2,1	22,0	16,1	30,9	18,6
Xúc tiến XK	16,9	8,1	16,1	7,2	23,7	14,0	14,0
Vốn và công nghệ	7,2	24,6	16,1	19,5	10,6	9,3	12,7
Chính sách vĩ mô phát triển vùng nguyên liệu	8,9	16,5	21,6	10,2	13,6	12,3	16,9

BẢNG 20: CÁC GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN KHÁC CỦA DOANH NGHIỆP

(Đvt: %)

Giải pháp	Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng
Đẩy mạnh hoạt động marketing và quảng bá	31,4
Củng cố, phát triển vùng cung ứng nguyên liệu	22,9

Hợp tác với các doanh nghiệp khác	10,6
Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn	38,1
Xây dựng thương hiệu	31,4
Giảm giá thành	3,4
Đa dạng hóa sản phẩm	1,3
Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	9,8
Đầu tư thiết bị	17,8
Tạo quan hệ	1,3
Tìm thị trường mới	17,8

PHỤ LỤC 2
KHẢO SÁT
CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

PHỤ LỤC 2A

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Số:

BẢNG CÂU HỎI

Trong khuôn khổ nghiên cứu đề tài “Hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến năm 2020”, chúng tôi muốn thu thập một số thông tin liên quan đến hoạt động nuôi trồng cung ứng thủy sản của các hộ gia đình.

Các thông tin được cung cấp sẽ được bảo vệ trong phạm vi cuộc khảo sát, chỉ phục vụ cho các mục tiêu nghiên cứu của đề tài mà thôi.

Xin chân thành cảm ơn các hộ gia đình đã nhiệt tình cung cấp thông tin quý báu từ thực tế hoạt động nuôi trồng thủy sản.

DÀNH CHO CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN**1. Thông tin chung về Hộ nuôi trồng thủy sản (sau đây xin gọi tắt là Hộ):**

- Tổng số lao động trong Hộ:
- Số lao động có tham gia nuôi trồng thủy sản:
- Thu nhập bình quân của lao động liên quan đến thủy sản (nghìn VND/tháng):
- Kinh nghiệm nuôi trồng thủy sản:năm
- Các loại thủy sản hộ đang nuôi trồng:

2. Hộ thường mua giống thủy sản từ:

- a. Trung tâm giống thủy sản
- b. Hộ nuôi thủy sản khác
- c. Khác (*xin ghi rõ*):.....

3. Khi mua con giống, Hộ có quan tâm đến nguồn gốc, tình trạng nhiễm bệnh của con giống không?

- a. Có
- b. Không

4. Hộ quan tâm như thế nào đến an toàn vệ sinh môi trường nuôi trồng thủy sản?

- a. Rất quan tâm
- b. Có quan tâm
- c. Không quan tâm lắm
- d. Việc đó không quan trọng và không cần thiết
- e. Chưa nghe nói đến bao giờ

5. Nguồn vốn dùng để nuôi trồng thủy sản là:

- a. Đi vay ngân hàng
- b. Vay mượn từ bà con
- c. Vốn tích lũy
- d. Hùn vốn với hộ khác

c. Hỏi kinh nghiệm xử lý của các hộ khác

d. Khác (xin ghi rõ):

13. Trong quá trình nuôi trồng, Hộ thường sử dụng những loại kháng sinh nào? Mua ở đâu? Dựa vào nguồn thông tin nào để quyết định liều lượng sử dụng?

.....

14. Giá bán thủy sản của Hộ trong thời gian qua là:

a. Tăng lên

b. Giảm đi

c. Biến động thất thường

15. Hộ thường bán thủy sản nuôi trồng đã thu hoạch cho:

a. Thương lái

b. Chợ

c. Cán bộ thu mua của các công ty kinh doanh thủy sản xuất khẩu

d. Khác (xin ghi rõ):

16. Mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp Hộ tiêu thụ thủy sản tốt hơn (bán với giá cao hơn, số lượng nhiều hơn)? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết	Chưa nghe nói đến
Yếu tố				
Ký hợp đồng tiêu thụ thủy sản với thương lái				
Ký hợp đồng bán thủy sản cho công ty				
Liên kết với các hộ khác bán cho được giá				
Nhà nước cần thành lập trung tâm buôn bán thủy sản tập trung để người mua cạnh tranh nhau				
Nhà nước cần cung cấp thông tin kịp thời về thị trường				

17. Trong quá trình nuôi trồng thủy sản, Hộ có được Nhà nước bao cấp cho khoản nào không?

a. Không

b. Có. Nếu có, xin ghi cụ thể:

18. Khi thu hoạch thủy sản, Hộ có lưu ý đảm bảo vệ sinh và an toàn không?

a. Có

b. Không

19. Các đề xuất của Hộ đối với các cơ quan Nhà nước, công ty để việc nuôi trồng thủy sản được thuận lợi:

a. Đối với các cơ quan Nhà nước:

.....
.....
.....

b. Đối với các công ty:

.....
.....
.....

20. Hộ có cho rằng nuôi trồng thủy sản là một trong những hướng phù hợp để xóa đói giảm nghèo và phát triển kinh tế gia đình, địa phương hay không?

a. Có

b. Không

21. Kế hoạch của hộ trong thời gian tới liên quan đến việc nuôi trồng thủy sản:

.....
.....
.....
.....
.....

22. Một số thông tin về người trả lời:

Họ và tên:

Địa chỉ:

Số điện thoại (nếu có):

**XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN CÁC CÔ/CHÚ/BÁC ĐÃ HỖ TRỢ
NHÓM NGHIÊN CỨU HOÀN THÀNH CUỘC KHẢO SÁT NÀY!**

PHỤ LỤC 2B

DANH SÁCH CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN ĐƯỢC KHẢO SÁT

STT	Người trả lời	Ấp – xã	Huyện
70 HỘ NUÔI ĐƯỢC KHẢO SÁT TẠI TỈNH SÓC TRĂNG			
1	Tô Quốc Tuấn	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
2	Trần Văn Út	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
3	Đào Tấn Ngoan	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
4	Võ Văn Đen	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
5	Trần Văn Hiền	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
6	Nguyễn Văn Duy	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
7	Nguyễn Liêm	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
8	Trần Văn Thanh	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
9	Lưu Kiểm Lái	Ấp Thạnh Thới An 2, Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
10	Nguyễn Văn Tài	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
11	Tiết Văn Long	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
12	Thạch Măkara	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
13	Thạch Sang	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
14	Thạch Văn Chính	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
15	Lưu Minh Tùng	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
16	Nguyễn Văn Thanh	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
17	Trần Hòa Bình	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
18	Dương Văn Vân	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
19	Lâm Văn Tân	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
20	Trần Văn Quang	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
21	Danh Sanh	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
22	Đoàn Tiến Hiệp	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
23	Trần Văn Bảy	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
24	Lâm Thanh Tùng	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
25	Lâm Bảo Vẹn	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
26	Nguyễn Văn Bằng	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
27	Hà Văn Việt	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
28	Nguyễn Văn Hào	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
29	Lê Ngọc Mưa	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
30	Hà Văn Tuấn	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
31	Dương Hoàng Tiêm	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên

32	Trần Thanh Sơn	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
33	Dương Văn Hòa	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
34	Trần Minh Tú	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
35	Nguyễn Thanh Phong	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
36	Trần Văn Phi	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
37	Lâm Kết	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
38	Huỳnh Húa	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
39	Vương Đức Kiên	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
40	Lâm Hoàng Gia	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
41	Lý Văn Khó	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
42	Lý Thị Đan	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
43	Sơn Thị Riêng	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
44	Ngô Thị Ngọc Diễm	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
45	Lâm Hạnh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
46	Lâm Toàn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
47	Lâm Xươn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
48	Quách Anh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
49	Ông Dù Thái	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
50	Trần Chánh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
51	Lý Cẩm Hel	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
52	Trịnh Phước	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
53	Lý Hớn Khâm	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
54	Lý Hoàng Cao	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
55	Hữu Thil	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
56	Phan Văn Lợi	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
57	Đình Quớt	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
58	Lâm Văn Tén	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
59	Tăng Hữu	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
60	Vương Văn Út	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
61	Ông Tén Chịnh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
62	Nguyễn Chí Công	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
63	Trần Thơn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
64	Ngô Minh Như	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
65	Ngô Văn Thoại	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu

66	Nguyễn Trọng Dung	Khu 2, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
67	Nguyễn Thanh Tuấn	Khu 2, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
68	Nguyễn Trọng Hiển	Khu 2, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
69	Thạch Tư	Ấp Châu Khánh, xã Khánh Hòa	Vĩnh Châu
70	Phạm Trường	Ấp Tân Thời, xã Lộc Hòa	Vĩnh Châu
100 HỘ NUÔI ĐƯỢC KHẢO SÁT TẠI TỈNH BẾN TRE			
71	Lê Thanh Đắc	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
72	Diệp Đức Tính	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
73	Nguyễn Văn Thuận	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
74	Lê Văn Ẩn	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
75	Võ Tấn Tài	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
76	Trần Văn Hoàng	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
77	Nguyễn Thanh Phong	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
78	Hồ Văn Bảnh	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
79	Võ Văn Đức	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
80	Nguyễn Văn Tiếp	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
81	Nguyễn Phương Đông	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
82	Nguyễn Văn Tuấn	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
83	Nguyễn Văn Nghiệp	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
84	Võ Thành Thắng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
85	Phạm Văn Mười	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
86	Hồ Văn Thâm	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
87	Hoàng Minh Sĩ	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
88	Võ Thành Công	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
89	Lê Văn Nhỏ	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
90	Võ Quyết Thắng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
91	Nguyễn Văn Riêu Anh	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
92	Võ Thái Hưng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
93	Trương Minh Mẫn	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
94	Võ Văn Long	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
95	Nguyễn Thị Loan	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
96	Trần Hiệp	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
97	Bùi Văn Dũng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
98	Lê Anh Tuấn	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại

99	Trần Hữu Phước	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
100	Trần Văn Sơn	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
101	Lê Hữu Ái	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
102	Lê Hoàng Ân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
103	Nguyễn Văn Hải	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
104	Nguyễn Văn Minh	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
105	Lê Văn Chính	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
106	Trần Hữu Minh	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
107	Nguyễn Thị Xuân Trang	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
108	Nguyễn Văn Dũng	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
109	Nguyễn Văn Nhị	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
110	Võ Thanh Nhân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
111	Lê Văn Nhân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
112	Nguyễn Hồng Phúc	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
113	Hồ Văn Tuấn	Ấp 2, xã Định Trung	Bình Đại
114	Lê Văn Dũng	Ấp 2, xã Định Trung	Bình Đại
115	Hồ Ngọc Chiến	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
116	Nguyễn Văn Nghĩa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
117	Lê Văn Thanh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
118	Huỳnh Văn Lũy	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
119	Lương Văn Sơn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
120	Lương Văn Cư	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
121	Nguyễn Văn Đức	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
122	Nguyễn Văn Dũng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
123	Lê Trung Thuật	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
124	Võ Thanh Hiền	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
125	Đỗ Văn Trung	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
126	Trần Văn Diệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
127	Nguyễn Văn Tèo	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
128	Huỳnh Phú Cường	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
129	Nguyễn Văn Hòa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
130	Phạm Văn Thuận	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
131	Võ Thanh Phong	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
132	Nguyễn Thị Tám	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại

133	Trần Văn Ut	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
134	Nguyễn Tấn Hữu	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
135	Nguyễn Văn Bên	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
136	Võ Phước Tài	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
137	Lê Văn Đức	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
138	Lương Văn Dũng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
139	Nguyễn Hữu Huân	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
140	Huỳnh Văn Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
141	Huỳnh Văn Lệnh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
142	Trần Văn Phong	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
143	Huỳnh Thiện Tánh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
144	Lâm Văn Hai	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
145	Huỳnh Thanh Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
146	Nguyễn Minh Tuấn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
147	Trần Hữu Bình	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
148	Võ Công Chí	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
149	Võ Văn Chánh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
150	Nguyễn Văn Ngân	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
151	Trần Văn Linh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
152	Võ Quang Hải	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
153	Lê Văn Thạnh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
154	Nguyễn Văn An	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
155	Trần Văn Lập	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
156	Lê Quang Nghiêm	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
157	Nguyễn Thanh Vũ	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
158	Lê Thành Thuộc	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
159	Võ Phát Đạt	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
160	Đình Văn Thanh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
161	Mai Văn Thắng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
162	Lê Văn Vũ	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
163	Nguyễn Thanh Tuấn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
164	Võ Thanh Hòa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
165	Nguyễn Văn Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
166	Nguyễn Tấn Thiện	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại

167	Hồ Thanh Hải	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
168	Lê Văn Triển	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
169	Lê Duy Song	Ấp 4, xã Định Trung	Bình Đại
170	Dương Văn Lâm	Ấp 5, xã Định Trung	Bình Đại
90 HỘ NUÔI ĐƯỢC KHẢO SÁT TẠI TỈNH TRÀ VINH			
171	Võ Thị Liêm	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
172	Phạm Minh Huấn	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
173	Lê Văn Tầng	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
174	Lê Văn No	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
175	Huỳnh Thị Nhiên	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
176	Huỳnh Văn Lý	Ấp Rạch Sen, xã Đại Phúc	Càng Long
177	Văn Công Nhậm	Ấp Rạch Sen, xã Đại Phúc	Càng Long
178	Huỳnh Tấn Lực	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
179	Nguyễn Thanh Bình	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
180	Nguyễn Văn Đây	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
181	Mai Văn Ngoan	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
182	Đoàn Văn Sang	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
183	Huỳnh Văn Trứ	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
184	Huỳnh Văn Tiến	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
185	Hồ Văn Nam	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
186	Nguyễn Văn Diệu	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
187	Lê Văn Huy	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
188	Đoàn Văn Hiền	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
189	Lê Văn Tàn	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
190	Ngô Văn Đực	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
191	Huỳnh Văn Hải	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
192	Huỳnh Văn Hòa	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
193	Nguyễn Thành Trung	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
194	Huỳnh Thanh Tín	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
195	Nguyễn Thành Trung	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
196	Huỳnh Văn My	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
197	Bùi Văn Luận	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
198	Trần Thị Thuận	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
199	Nguyễn Văn Hải	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long

200	Nguyễn Văn Nghệ	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
201	Dương Hoàng Minh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
202	Dương Văn Thắng	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
203	Nguyễn Văn Oanh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
204	Dương Văn Tuấn	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
205	Dương Văn Minh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
206	Mai Văn Liêu	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
207	Nguyễn Văn Mười	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
208	Nguyễn Văn Lực	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
209	Võ Văn Vững	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
210	Phạm Văn Sáu	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
211	Lê Thị Linh	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
212	Nguyễn Xuân Văn	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
213	Trần Minh Đức	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
214	Lê Thị Hương	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
215	Nguyễn Văn Giàu	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
216	Mai Văn Bé	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
217	Nguyễn Văn Chiến	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
218	Nguyễn Văn Hai	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
219	Nguyễn Thị Hường	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
220	Phạm Văn Chánh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
221	Nguyễn Văn Minh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
222	Lê Thị Thủy	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
223	Nguyễn Văn Hùng	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
224	Trương Văn Ba	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
225	Lê Xuân Vinh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
226	Nguyễn Thị Hằng	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
227	Trương Văn Cống	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
228	Phạm Văn Đạo	Ấp Sơn Trắng, xã Nhị Long	Càng Long
229	Trần Văn Thà	Ấp Sơn Trắng, xã Nhị Long	Càng Long

Và 31 hộ nuôi tại ấp Sơn Trắng, xã Nhị Long, huyện Càng Long, tỉnh Trà Vinh đã không để lại đầy đủ họ và tên người trả lời.

PHỤ LỤC 2C

KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

BẢNG 1 :THỐNG KÊ MÔ TẢ CÁC CHỈ TIÊU CỦA HỘ NUÔI THỦY SẢN

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Số mẫu hợp lệ	Trung bình
Lao động gia đình	lao động/hộ	258	3,80
Lao động thủy sản	lao động/hộ	258	2,72
Thu nhập bình quân	1.000đ/tháng	246	1263,02
Số năm kinh nghiệm	Năm	258	4,40

**BẢNG 2:THỐNG KÊ MÔ TẢ CÁC CHỈ TIÊU CỦA HỘ NUÔI THỦY SẢN
PHÂN THEO LOẠI THỦY SẢN**

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Loại thủy sản nuôi					
		Tôm sú	Tôm càng xanh	Cá tra	Cá basa	Cá chép	Loại khác
Lao động gia đình	lao động/hộ	3,52	4,48	4,73	4,20	3,67	4,17
Lao động thủy sản	lao động/hộ	2,53	2,96	2,73	2,20	3,00	2,61
Thu nhập bình quân	1.000đ/tháng	1804	322	506	340	216	290
Số năm kinh nghiệm	năm	3,09	5,43	3,82	4,40	5,67	6,44

BẢNG 3:PHÂN BỐ HỘ THỦY SẢN THEO LOẠI THỦY SẢN NUÔI

Loại nuôi	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Tôm sú	159	61,6
Tôm càng xanh	50	19,4
Cá tra	19	7,4
Cá basa	7	2,7
Cá chép	4	1,6
Loại khác	19	7,4
Tổng cộng	258	100

BẢNG 4: NƠI MUA CON GIỐNG CỦA HỘ THỦY SẢN

Nơi mua	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Trung tâm giống thủy sản	197	76,4
Hộ khác	42	16,3
Nơi khác	19	7,4
Tổng cộng	258	100

BẢNG 5: TÌNH HÌNH QUAN TÂM ĐẾN CHẤT LƯỢNG CON GIỐNG

Sự quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	189	73,3
Không	69	26,7
Tổng cộng	258	100

BẢNG 6: MỨC ĐỘ QUAN TÂM ĐẾN VỆ SINH MÔI TRƯỜNG NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Mức độ quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	1	0,4
Không quan tâm lắm	19	7,4
Có quan tâm	87	33,7
Rất quan tâm	151	58,5
Tổng cộng	258	100

BẢNG 7 : NGUỒN VỐN NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Nguồn vốn	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Vay ngân hàng	79	30,7
Từ người thân	13	5,1
Tự có	160	62,3
Hùn vốn	4	1,6
Khác	1	0,4

Tổng cộng	257	100
-----------	-----	-----

BẢNG 8: NGUỒN GỐC THỨC ĂN THỦY SẢN

Nguồn gốc	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Tự chế biến	87	33,7
Thức ăn công nghiệp, có nguồn gốc rõ ràng	161	62,4
Thức ăn công nghiệp, không có nguồn gốc rõ ràng	10	3,9
Tổng cộng	258	100

BẢNG 9: MỨC ĐỘ QUAN TÂM ĐẾN XỬ LÝ RÁC, TẠP CHẤT TRONG AO NUÔI

Mức độ quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	4	1,6
Không quan tâm lắm	17	6,6
Có quan tâm	107	41,5
Rất quan tâm	130	50,4
Tổng cộng	258	100

BẢNG 10: MỨC ĐỘ QUAN TÂM ĐẾN XỬ LÝ VI SINH VẬT TRONG AO NUÔI

Mức độ quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	32	12,4
Không quan tâm lắm	34	13,2
Có quan tâm	64	24,8
Rất quan tâm	128	49,6
Tổng cộng	258	100

BẢNG 11: MỨC ĐỘ QUAN TÂM ĐẾN XỬ LÝ HÓA CHẤT, CHẤT TẨY RỬA MÔI TRƯỜNG ĐÚNG CÁCH

Mức độ quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	40	15,5
Không quan tâm lắm	29	11,2
Có quan tâm	55	21,3
Rất quan tâm	134	51,9

Tổng cộng	258	100
-----------	-----	-----

BẢNG 12: MỨC ĐỘ QUAN TÂM ĐẾN SỬ DỤNG NGUỒN NƯỚC SẠCH

Mức độ quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Không quan tâm lắm	23	8,9
Có quan tâm	53	20,5
Rất quan tâm	182	70,5
Tổng cộng	258	100

BẢNG 13: TÌNH HÌNH HỖ TRỢ CỦA CÁN BỘ KHUYẾN NGƯ ĐỐI VỚI HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Sự hỗ trợ	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	159	61,6
Không	99	38,4
Tổng cộng	258	100

BẢNG 14: HÌNH THỨC KHUYẾN NGƯ ĐỐI VỚI HỘ

Hình thức	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Cung cấp tài liệu	91	35,3
Hướng dẫn trực tiếp	37	14,3
Tập huấn	28	10,9
Hình thức khác	102	39,5
Tổng cộng	258	100

BẢNG 15: TÌNH HÌNH THƯỜNG XUYÊN KIỂM TRA TĂNG TRỌNG CỦA ĐỐI TƯỢNG NUÔI

Sự thường xuyên	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	223	86,4
Không	35	13,6
Tổng cộng	258	100

BẢNG 16: TÌNH HÌNH SỬ DỤNG CHẤT KÍCH THÍCH TĂNG TRƯỞNG TRONG NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Tình hình sử dụng	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	101	39,1
Không	157	60,9
Tổng cộng	258	100

BẢNG 17: PHẢN ỨNG CỦA HỘ NUÔI KHI ĐỐI TƯỢNG NUÔI TRỒNG BỊ CHẾT

Phản ứng	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Nuôi lại vụ khác	53	20,5
Báo cho cán bộ kỹ thuật	80	31,0
Học cách xử lý của hộ khác	90	34,9
Cách khác	35	13,6
Tổng cộng	258	100

BẢNG 18: TÌNH HÌNH TIẾP NHẬN PHỔ BIẾN KIẾN THỨC VỀ SỬ DỤNG KHÁNG SINH VÀ DƯ LƯỢNG KHÁNG SINH CỦA HỘ NUÔI

Sự tiếp nhận	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	116	45,0
Không	142	55,0
Tổng cộng	258	100

BẢNG 19: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ XU HƯỚNG GIÁ BÁN THỦY SẢN (SAU KHI THU HOẠCH)

Tình hình giá bán	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Tăng	68	26,0?
Giảm	48	18,0?
Biến động thất thường	142	55,0?
Tổng cộng	258	100

BẢNG 20: NƠI HỘ BÁN THỦY SẢN THU HOẠCH ĐƯỢC

Nơi bán	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Cho thương lái	166	64,3
Chợ	50	19,4
Cán bộ thu mua của công ty	21	8,1
Nơi khác/ nhiều nơi cùng lúc	19	7,4
Tổng cộng	256	100

BẢNG 21: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ MỨC ĐỘ CẦN THIẾT CỦA VIỆC KÝ HỢP ĐỒNG TIÊU THỤ VỚI THƯƠNG LÁI

Đánh giá về sự cần thiết	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	21	8,1
Không cần thiết lắm	127	49,2
Cần thiết	35	13,6
Rất cần thiết	75	29,1
Tổng cộng	258	100

BẢNG 22: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ MỨC ĐỘ CẦN THIẾT CỦA VIỆC KÝ HỢP ĐỒNG TIÊU THỤ VỚI CÔNG TY

Đánh giá về sự cần thiết	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	80	31,0
Không cần thiết lắm	90	34,9
Cần thiết	38	14,7
Rất cần thiết	50	19,4
Tổng cộng	258	100

BẢNG 23: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ MỨC ĐỘ CẦN THIẾT CỦA VIỆC LIÊN KẾT VỚI CÁC HỘ KHÁC

Đánh giá về sự cần thiết	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	22	8,5
Không cần thiết lắm	54	20,9
Cần thiết	86	33,3

Rất cần thiết	96	37,2
Tổng cộng	258	100

BẢNG 24: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ MỨC ĐỘ CẦN THIẾT CỦA VIỆC THÀNH LẬP TRUNG TÂM BUÔN BÁN THỦY SẢN

Đánh giá về sự cần thiết	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	46	17,8
Không cần thiết lắm	41	15,9
Cần thiết	57	22,1
Rất cần thiết	114	44,2
Tổng cộng	258	100

BẢNG 25: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ MỨC ĐỘ CẦN THIẾT CỦA VIỆC NHÀ NƯỚC CUNG CẤP THÔNG TIN KỊP THỜI VỀ THỊ TRƯỜNG

Đánh giá về sự cần thiết	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Chưa nghe nói đến	17	6,6
Không cần thiết lắm	13	5,0
Cần thiết	50	19,4
Rất cần thiết	178	69,0
Tổng cộng	258	100

BẢNG 26: ĐÁNH GIÁ VỀ TÌNH HÌNH TRỢ CẤP CỦA NHÀ NƯỚC TRONG NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Tình hình trợ cấp	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	26	89,9
Không	232	10,1
Tổng cộng	258	100

BẢNG 27: TÌNH HÌNH QUAN TÂM ĐẾN VỆ SINH AN TOÀN THỰC PHẨM KHI THU HOẠCH

Sự quan tâm	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có	230	89,1

Không	28	10,9
Tổng cộng	258	100

BẢNG 28: ĐÁNH GIÁ CỦA HỘ VỀ TÁC ĐỘNG XÓA ĐÓI GIẢM NGHÈO CỦA HOẠT ĐỘNG NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

Đánh giá	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Có tác động	249	96,5
Không có tác động	9	3,5
Tổng cộng	258	100

BẢNG 29: PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN NUÔI TRỒNG THỦY SẢN CỦA HỘ

Phương hướng	Số trường hợp	Tỷ lệ (%)
Tăng quy mô	121	46,9
Giữ nguyên quy mô	132	51,2
Giảm quy mô	3	1,2
Ngừng nuôi	2	0,8
Tổng cộng	258	100

PHỤ LỤC 3

**KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG
CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH
DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN,
HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN**

PHỤ LỤC 3A

**BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG
CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH
DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN VÀ
HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN**

3. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết \ Giải pháp	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh				
Nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống				
Tăng cường hiệu quả quản lý việc lưu thông kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng				
Các giải pháp hỗ trợ về khoa học, công nghệ				
Đa dạng hóa sản phẩm				

4. Theo doanh nghiệp, nhóm giải pháp thứ 2: “Xúc tiến thương mại; xây dựng, quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu” nên do ai chủ động thực hiện?

a. Nhà nước b. các doanh nghiệp c. chính các hộ nuôi trồng thủy sản

5. Doanh nghiệp đánh giá như thế nào về tác động của nhóm giải pháp 2 đến việc nuôi trồng, tiêu thụ và mở rộng hoạt động sản xuất, nuôi trồng thủy sản của hộ nuôi trồng thủy sản và hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp?

- a. Tác động rất lớn và mang tính quyết định
 b. Tác động lớn vì xuất khẩu thủy sản chiếm tỷ trọng lớn
 c. Có tác động nhưng không lớn lắm vì chủ yếu bán thủy sản để tiêu thụ trong nước.
 d. Không có tác động gì.

6. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp đảm bảo phát triển thủy sản bền vững (nhóm giải pháp 3)? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết \ Giải pháp	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Quy hoạch vùng nuôi				
Cấp phép khai thác thủy sản				
Các hoạt động tuyên truyền,				

khuyến ngư				
Chấn chỉnh chương trình đánh bắt xa bờ				
Thiết lập quan hệ gắn kết giữa Hộ với các doanh nghiệp về cung ứng nguyên liệu				
Xây dựng hệ thống thủy lợi phù hợp				

7. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các giải pháp nhằm xây dựng các liên kết dọc và ngang trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu (nhóm giải pháp 4)? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Giải pháp				
Xác lập và phát triển mô hình chuỗi thu mua nguyên liệu				
Xây dựng mô hình quản lý vùng nuôi dựa vào cộng đồng				
Thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng				

8. Để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của nước ta trong thời gian từ nay đến năm 2020, theo doanh nghiệp, khi triển khai các giải pháp thì phải:

- tập trung vào nhóm giải pháp 1.
- tập trung vào nhóm giải pháp 2.
- tập trung vào nhóm giải pháp 3.
- tập trung vào nhóm giải pháp 4.
- Phải thực hiện đồng bộ các giải pháp trên.

9. Những kiến nghị, đề xuất, ý kiến đóng góp khác của doanh nghiệp để chuỗi hoạt động xuất khẩu thủy sản đạt kết quả tốt hơn trong thời gian tới:

.....

10. Một số thông tin về người trả lời:

Họ và tên người trả lời:

d. Lý do khác: *(xin ghi rõ)*.

3. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp Hộ cung cấp thủy sản có chất lượng cao hơn? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết \ Giải pháp	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh				
Nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống				
Tăng cường hiệu quả quản lý việc lưu thông kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng				
Các giải pháp về khoa học, công nghệ				

4. Theo Hộ, nhóm giải pháp thứ 2: “Xúc tiến thương mại; xây dựng, quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài của thủy sản xuất khẩu” nên do ai chủ động thực hiện?

- a. Nhà nước b. các doanh nghiệp c. chính các hộ nuôi trồng thủy sản

5. Hộ đánh giá như thế nào về tác động của nhóm giải pháp 2 đến việc nuôi trồng, tiêu thụ và mở rộng hoạt động sản xuất, nuôi trồng thủy sản của Hộ?

- a. Tác động rất lớn và mang tính quyết định
 b. Tác động lớn vì xuất khẩu thủy sản chiếm tỷ trọng lớn
 c. Có tác động nhưng không lớn lắm vì chủ yếu bán thủy sản để tiêu thụ trong nước.
 d. Không có tác động gì.

6. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp đảm bảo phát triển thủy sản bền vững (nhóm giải pháp 3)? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết \ Giải pháp	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Các hoạt động tuyên truyền, khuyến ngư				
Thiết lập quan hệ gắn kết giữa				

Hộ với các doanh nghiệp về cung ứng nguyên liệu				
Xây dựng hệ thống thủy lợi phù hợp				

7. Xin vui lòng đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các giải pháp nhằm xây dựng các liên kết dọc và ngang trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu (nhóm giải pháp 4)? (Đánh dấu X vào ô chọn).

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết	Cần thiết	Không cần thiết lắm	Không cần thiết
Giải pháp				
Xác lập và phát triển mô hình chuỗi thu mua nguyên liệu				
Xây dựng mô hình quản lý vùng nuôi dựa vào cộng đồng				
Thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng				

8. Để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của nước ta trong thời gian từ nay đến năm 2020, theo Hộ, khi triển khai các giải pháp thì phải:

- a. tập trung vào nhóm giải pháp 1.
- b. tập trung vào nhóm giải pháp 2.
- c. tập trung vào nhóm giải pháp 3.
- d. tập trung vào nhóm giải pháp 4.
- e. Phải thực hiện đồng bộ các giải pháp trên.

9. Những kiến nghị, đề xuất, ý kiến đóng góp khác của Hộ để hoạt động nuôi trồng thủy sản đạt kết quả tốt hơn trong thời gian tới:

.....

10. Một số thông tin về người trả lời:

Họ và tên:

Địa chỉ:

Số điện thoại (nếu có):

XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN CÁC CÔ/CHÚ/BÁC ĐÃ HỖ TRỢ

NHÓM NGHIÊN CỨU HOÀN THÀNH CUỘC KHẢO SÁT NÀY!

PHỤ LỤC 3B

DANH SÁCH CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN VÀ HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN THAM GIA KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG

STT	Người trả lời	Ấp – xã	Huyện
TỈNH SÓC TRĂNG			
1	Tô Quốc Tuấn	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
2	Trần Văn Út	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
3	Đào Tấn Ngoan	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
4	Võ Văn Đen	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
5	Trần Văn Hiền	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
6	Nguyễn Văn Duy	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
7	Nguyễn Liêm	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
8	Trần Văn Thanh	Ấp Đầy Hương 2, xã Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
9	Lưu Kiểm Lái	Ấp Thạnh Thới An 2, Thạnh Thới An	Mỹ Xuyên
10	Nguyễn Văn Tài	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
11	Tiết Văn Long	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
12	Thạch Măkara	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
13	Thạch Sang	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
14	Thạch Văn Chính	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
15	Lưu Minh Tùng	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
16	Nguyễn Văn Thanh	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
17	Trần Hòa Bình	Ấp Thạnh An 3, xã Thạnh Thới Thuận	Mỹ Xuyên
18	Dương Văn Vân	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
19	Lâm Văn Tân	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
20	Trần Văn Quang	Ấp 1, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
21	Danh Sanh	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
22	Đoàn Tiến Hiệp	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
23	Trần Văn Bảy	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
24	Lâm Thanh Tùng	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
25	Lâm Bảo Vẹn	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
26	Nguyễn Văn Bằng	Ấp 4, xã Thạnh Phú	Mỹ Xuyên
27	Hà Văn Việt	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
28	Nguyễn Văn Hào	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
29	Lê Ngọc Mưa	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
30	Hà Văn Tuấn	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
31	Dương Hoàng Tiêm	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên

32	Trần Thanh Sơn	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
33	Dương Văn Hòa	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
34	Trần Minh Tú	Ấp Hòa Phương, xã Hoà Tú 1	Mỹ Xuyên
35	Nguyễn Thanh Phong	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
36	Trần Văn Phi	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
37	Lâm Kết	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
38	Huỳnh Húa	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
39	Vương Đức Kiên	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
40	Lâm Hoàng Gia	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
41	Lý Văn Khó	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
42	Lý Thị Đan	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
43	Sơn Thị Riêng	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
44	Ngô Thị Ngọc Diễm	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
45	Lâm Hạnh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
46	Lâm Toàn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
47	Lâm Xươn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
48	Quách Anh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
49	Ông Dù Thái	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
50	Trần Chánh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
51	Lý Cẩm Hel	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
52	Trịnh Phước	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
53	Lý Hớn Khâm	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
54	Lý Hoàng Cao	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
55	Hữu Thil	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
56	Phan Văn Lợi	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
57	Đình Quớt	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
58	Lâm Văn Tén	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
59	Tăng Hữu	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
60	Vương Văn Út	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
61	Ông Tén Chinh	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
62	Nguyễn Chí Công	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
63	Trần Thơn	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
64	Ngô Minh Như	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
65	Ngô Văn Thoại	Ấp Giồng Dú, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu

66	Nguyễn Trọng Dung	Khu 2, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
67	Nguyễn Thanh Tuấn	Khu 2, thị trấn Vĩnh Châu	Vĩnh Châu
TỈNH BẾN TRE			
68	Diệp Đức Tính	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
69	Nguyễn Văn Thuận	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
70	Lê Văn Ẩn	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
71	Võ Tấn Tài	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
72	Trần Văn Hoàng	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
73	Nguyễn Thanh Phong	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
74	Hồ Văn Bảnh	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
75	Võ Văn Đức	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
76	Nguyễn Văn Tiếp	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
77	Nguyễn Phương Đông	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
78	Nguyễn Văn Tuấn	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
79	Nguyễn Văn Nghiệp	Ấp 1, xã Phú Long	Bình Đại
80	Võ Thành Thắng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
81	Phạm Văn Mười	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
82	Hồ Văn Thâm	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
83	Hoàng Minh Sĩ	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
84	Võ Thành Công	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
85	Lê Văn Nhỏ	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
86	Võ Quyết Thắng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
87	Nguyễn Văn Riêu Anh	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
88	Võ Thái Hưng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
89	Trương Minh Mẫn	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
90	Võ Văn Long	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
91	Nguyễn Thị Loan	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
92	Trần Hiệp	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
93	Bùi Văn Dũng	Ấp 2, xã Phú Long	Bình Đại
94	Lê Anh Tuấn	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
95	Trần Hữu Phước	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
96	Trần Văn Sơn	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
97	Lê Hữu Ái	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
98	Lê Hoàng Ân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại

99	Nguyễn Văn Hải	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
100	Nguyễn Văn Minh	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
101	Lê Văn Chính	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
102	Trần Hữu Minh	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
103	Nguyễn Thị Xuân Trang	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
104	Nguyễn Văn Dũng	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
105	Nguyễn Văn Nhị	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
106	Võ Thanh Nhân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
107	Lê Văn Nhân	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
108	Nguyễn Hồng Phúc	Ấp 3, xã Phú Long	Bình Đại
108	Hồ Văn Tuấn	Ấp 2, xã Định Trung	Bình Đại
109	Lê Văn Dũng	Ấp 2, xã Định Trung	Bình Đại
110	Hồ Ngọc Chiến	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
111	Nguyễn Văn Nghĩa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
112	Lê Văn Thanh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
113	Huỳnh Văn Lũy	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
114	Lương Văn Sơn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
115	Lương Văn Cư	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
116	Nguyễn Văn Đức	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
117	Nguyễn Văn Dũng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
118	Lê Trung Thuật	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
119	Huỳnh Phú Cường	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
120	Nguyễn Văn Hòa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
121	Phạm Văn Thuận	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
122	Võ Thanh Phong	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
123	Nguyễn Thị Tám	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
124	Trần Văn Ut	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
125	Nguyễn Tấn Hữu	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
126	Nguyễn Văn Bên	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
127	Võ Phước Tài	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
128	Lê Văn Đức	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
129	Lương Văn Dũng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
130	Nguyễn Hữu Huân	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
131	Huỳnh Văn Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại

132	Huỳnh Văn Lệnh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
133	Trần Văn Phong	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
134	Huỳnh Thiện Tánh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
135	Lâm Văn Hai	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
136	Huỳnh Thanh Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
137	Nguyễn Minh Tuấn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
138	Trần Hữu Bình	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
139	Võ Công Chí	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
140	Võ Văn Chánh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
141	Nguyễn Văn Ngàn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
142	Trần Văn Linh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
143	Võ Quang Hải	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
144	Lê Văn Thạnh	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
145	Nguyễn Văn An	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
146	Trần Văn Lập	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
147	Lê Quang Nghiêm	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
148	Nguyễn Thanh Vũ	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
149	Mai Văn Thắng	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
150	Lê Văn Vũ	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
151	Nguyễn Thanh Tuấn	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
152	Võ Thanh Hòa	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
153	Nguyễn Văn Hiệp	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
154	Nguyễn Tấn Thiện	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
155	Hồ Thanh Hải	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
156	Lê Văn Triển	Ấp 3, xã Định Trung	Bình Đại
157	Lê Duy Song	Ấp 4, xã Định Trung	Bình Đại
158	Dương Văn Lâm	Ấp 5, xã Định Trung	Bình Đại
TỈNH TRÀ VINH			
159	Võ Thị Liêm	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
160	Phạm Minh Huấn	Ấp Rạch Dừa, xã Đại Phúc	Càng Long
161	Văn Công Nhậm	Ấp Rạch Sen, xã Đại Phúc	Càng Long
162	Huỳnh Tấn Lực	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
163	Nguyễn Thanh Bình	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
164	Nguyễn Văn Đây	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long

165	Mai Văn Ngoan	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
166	Đoàn Văn Sang	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
167	Huỳnh Văn Trứ	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
168	Huỳnh Văn Tiến	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
169	Hồ Văn Nam	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
170	Nguyễn Văn Diệu	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
171	Lê Văn Huy	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
172	Đoàn Văn Hiền	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
173	Lê Văn Tàn	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
174	Ngô Văn Đực	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
175	Huỳnh Văn Hải	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
176	Huỳnh Văn Hòa	Ấp Tân Hạnh, xã Đại Phúc	Càng Long
177	Huỳnh Văn My	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
178	Bùi Văn Luận	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
179	Trần Thị Thuận	Ấp Tân Định, xã Đại Phúc	Càng Long
180	Nguyễn Văn Hải	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
181	Nguyễn Văn Nghệ	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
182	Dương Hoàng Minh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
183	Dương Văn Thắng	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
184	Nguyễn Văn Oanh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
185	Dương Văn Tuấn	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
186	Dương Văn Minh	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
187	Mai Văn Liêu	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
188	Nguyễn Văn Mười	Ấp Trà Gật, xã Đại Phúc	Càng Long
189	Nguyễn Văn Lực	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
190	Võ Văn Vững	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
191	Phạm Văn Sáu	Ấp Trung, xã Đại Phúc	Càng Long
192	Lê Thị Linh	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
193	Nguyễn Văn Giàu	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
195	Mai Văn Bé	Ấp Long Sơn, xã Đức Mỹ	Càng Long
196	Nguyễn Văn Chiến	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
197	Nguyễn Văn Hai	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
198	Nguyễn Thị Hường	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
199	Phạm Văn Chánh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long

200	Nguyễn Văn Minh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
201	Lê Thị Thủy	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
202	Nguyễn Văn Hùng	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
203	Trương Văn Ba	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
204	Lê Xuân Vinh	Ấp Đức Hiệp, xã Đức Mỹ	Càng Long
205	Trần Văn Thà	Ấp Sơn Trắng, xã Nhị Long	Càng Long

PHỤ LỤC 3C

KẾT QUẢ KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH, XUẤT KHẨU THỦY SẢN VÀ HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

**KẾT QUẢ KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG
Ý KIẾN CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, KINH DOANH,
XUẤT KHẨU THỦY SẢN**

1. Kết quả đánh giá về nhóm giải pháp thứ 1: “Nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm”

Kết quả khảo sát Đánh giá	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Rất quan trọng	175	91
Quan trọng	17	9
Không quan trọng lắm	0	0
Không quan trọng, không cần thiết	0	0
Tổng cộng	192	100

2. Kết quả ý kiến về lý do cho rằng nhóm giải pháp 1 là “rất quan trọng” hoặc “quan trọng”:

Kết quả khảo sát Lý do	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Nguyên liệu sạch, an toàn là điều kiện tiên quyết để đảm bảo chất lượng sản phẩm chế biến	167	87
Nguyên liệu sạch không đòi hỏi thời gian xử lý	0	0
Lý do khác	25	13
Tổng cộng	192	100

3. Kết quả đánh giá về mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm:

Mức độ cần thiết Kết quả khảo sát	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Số doanh nghiệp
Giải pháp						

Xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh	154	80	38	20	0	0
Nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống	60	31	132	69	0	0
Tăng cường quản lý việc lưu thông kháng sinh...	148	77	44	23	0	0
Các giải pháp về khoa học, công nghệ	172	90	20	10	0	0
Đa dạng hóa sản phẩm	55	29	137	71	0	0

4. Kết quả ý kiến về người thực hiện nhóm giải pháp thứ 2:

Kết quả khảo sát Người thực hiện	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Nhà nước	13	7
Các doanh nghiệp	179	93
Chính các hộ nuôi trồng thủy sản	0	0
Tổng cộng	192	100

5. Kết quả đánh giá về tác động của nhóm giải pháp 2 đến việc nuôi trồng, tiêu thụ và mở rộng hoạt động sản xuất, nuôi trồng thủy sản của hộ nuôi trồng thủy sản và hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp:

Kết quả khảo sát Đánh giá	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Tác động rất lớn và mang tính quyết định	147	77
Tác động lớn vì xuất khẩu thủy sản chiếm tỷ trọng lớn	20	10
Có tác động nhưng không lớn lắm vì chủ yếu bán thủy sản để tiêu thụ trong nước.	25	13
Không có tác động gì	0	0
Tổng cộng	192	100

6. Kết quả đánh giá về mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp đảm bảo phát triển thủy sản bền vững (nhóm giải pháp 3):

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Số doanh nghiệp
Kết quả khảo sát						
Giải pháp						
Quy hoạch vùng nuôi	156	81	36	19	0	0
Cấp phép khai thác thủy sản	133	70	59	30	0	0
Các hoạt động tuyên truyền, khuyến ngư	145	76	47	24	0	0
Chấn chỉnh chương trình đánh bắt xa bờ	151	79	41	21	0	0
Thiết lập quan hệ giữa Hộ với doanh nghiệp	181	94	11	6	0	0
Hệ thống thủy lợi phù hợp	151	79	41	21	0	0

7. Kết quả đánh giá về mức độ cần thiết của việc áp dụng các giải pháp nhằm xây dựng các liên kết dọc và ngang trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu (nhóm giải pháp 4):

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)	Số doanh nghiệp	Số doanh nghiệp
Kết quả khảo sát						
Giải pháp						
Xác lập và phát triển mô hình chuỗi thu mua nguyên liệu	176	92	16	8	0	0

Xây dựng mô hình quản lý vùng nuôi dựa vào cộng đồng	152	79	40	21	0	0
Thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng	146	76	46	24	0	0

8. Kết quả ý kiến về nhóm giải pháp cần tập trung:

Kết quả khảo sát	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ (%)
Nhóm giải pháp cần tập trung		
Nhóm giải pháp 1	11	6
Nhóm giải pháp 2	0	0
Nhóm giải pháp 3	0	0
Nhóm giải pháp 4	0	0
Phải thực hiện đồng bộ cả 4 nhóm giải pháp	181	94
Tổng cộng	192	100

KẾT QUẢ KHẢO SÁT KIỂM CHỨNG Ý KIẾN CÁC HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN

1. Kết quả đánh giá về tầm quan trọng, sự cần thiết của nhóm giải pháp thứ 1: “Nâng cao chất lượng thủy sản xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm”

Kết quả khảo sát	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Đánh giá		
Rất quan trọng	166	81
Quan trọng	29	14
Không quan trọng lắm	10	5
Không quan trọng, không cần thiết	0	0
Tổng cộng	205	100

2. Kết quả ý kiến về lý do cho rằng nhóm giải pháp 1 là quan trọng:

Kết quả khảo sát	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Lý do		
Giúp tiêu thụ được thủy sản đã nuôi trồng	31	15
Bán thủy sản với giá cao	20	9
Không bị ép giá, ép phẩm cấp	147	71
Lý do khác	7	5
Tổng cộng	205	100

3. Kết quả đánh giá về mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp Hộ cung cấp thủy sản có chất lượng cao hơn:

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Số hộ
Kết quả khảo sát						
Giải pháp						
Xây dựng và phát triển các vùng nuôi an toàn, sạch bệnh	182	89	23	11	0	0
Nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống	156	76	49	24	0	0
Quản lý lưu thông kháng sinh...	184	90	21	10	0	0
Giải pháp về công nghệ	146	71	59	29	0	0

4. Kết quả ý kiến về người thực hiện nhóm giải pháp thứ 2:

Kết quả khảo sát	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Người thực hiện		
Nhà nước	31	15
Các doanh nghiệp	174	85
Chính các hộ nuôi trồng thủy sản	0	0
Tổng cộng	205	100

5. Kết quả đánh giá về tác động của nhóm giải pháp 2 đến việc nuôi trồng, tiêu thụ và mở rộng hoạt động sản xuất, nuôi trồng thủy sản của Hộ:

Kết quả khảo sát	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Đánh giá		
Tác động rất lớn và mang tính quyết định	156	76

Tác động lớn vì xuất khẩu thủy sản chiếm tỷ trọng lớn	42	20
Có tác động nhưng không lớn lắm vì chủ yếu bán thủy sản để tiêu thụ trong nước.	0	0
Không có tác động gì	7	4
Tổng cộng	205	100

6. Kết quả đánh giá mức độ cần thiết của việc áp dụng các biện pháp giúp đảm bảo phát triển thủy sản bền vững (nhóm giải pháp 3):

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Số hộ
Kết quả khảo sát						
Giải pháp						
Hoạt động khuyến ngư...	172	84	33	16	0	0
Thiết lập quan hệ giữa Hộ với các doanh nghiệp	169	82	36	18	0	0
Hệ thống thủy lợi phù hợp	144	70	61	30	0	0

7. Kết quả đánh giá về mức độ cần thiết của việc áp dụng các giải pháp nhằm xây dựng các liên kết dọc và ngang (nhóm giải pháp 4):

Mức độ cần thiết	Rất cần thiết		Cần thiết		Không cần thiết lắm	Không cần thiết
	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Số hộ
Kết quả khảo sát						
Giải pháp						
Xác lập và phát triển mô hình chuỗi thu mua nguyên liệu	139	68	66	32	0	0
Xây dựng mô hình quản lý vùng nuôi dựa vào cộng đồng	132	64	73	36	0	0
Thành lập các Hội đồng điều hành phát triển thủy sản vùng	147	72	58	28	0	0

8. Kết quả ý kiến về nhóm giải pháp cần tập trung:

Kết quả khảo sát	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Nhóm giải pháp cần tập trung		

Nhóm giải pháp 1	13	6
Nhóm giải pháp 2	11	5
Nhóm giải pháp 3	7	4
Nhóm giải pháp 4	12	6
Phải thực hiện đồng bộ cả 4 nhóm giải pháp	162	79
Tổng cộng	205	100

PHỤ LỤC 4

**CÁC BƯỚC XÂY DỰNG MA TRẬN
ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ BÊN TRONG
VÀ CÁC YẾU TỐ BÊN NGOÀI**

CÁC BƯỚC XÂY DỰNG MA TRẬN ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ BÊN TRONG VÀ CÁC YẾU TỐ BÊN NGOÀI

1. Căn cứ vào tình hình hoạt động xuất khẩu thủy sản, lập danh mục các yếu tố có vai trò quyết định đối với sự thành công của hoạt động xuất khẩu thủy sản trong quá trình kiểm tra các yếu tố bên trong, bên ngoài bao gồm các điểm mạnh, điểm yếu (cho ma trận các yếu tố bên trong) hoặc các cơ hội và thách thức (cho ma trận các yếu tố bên ngoài) của chuỗi các hoạt động xuất khẩu thủy sản.
2. Phân loại tầm quan trọng từ 0 (không quan trọng) đến 1 (rất quan trọng) cho mỗi yếu tố. Tổng số các mức phân loại được ấn định cho các nhân tố bằng 1,0.
3. Phân loại từ 1 đến 4 cho mỗi yếu tố, trong đó 4 là phản ứng tốt, 3 là phản ứng trên trung bình, 2 là phản ứng trung bình và 1 là phản ứng ít.
4. Cộng tổng số điểm về tầm quan trọng cho mỗi yếu tố để xác định tổng số điểm quan trọng của hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Tổng số điểm quan trọng cao nhất là 4,0 và thấp nhất là 1,0. Tổng số điểm quan trọng trung bình là 2,5.