

LUẬN VĂN:

**Xuất khẩu thủy sản sang
thị trường Mỹ**



Chương I

Những vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ

I. Tầm quan trọng của việc thúc đẩy xuất khẩu thủy sản trong nền kinh tế quốc dân.

1. Vị trí và vai trò của ngành thủy sản và xuất khẩu thủy sản ở nước ta.

Trong nền kinh tế quốc dân, thủy sản là một trong những ngành có nhiều khả năng và tiềm năng huy động để phát triển, có thể đạt được tốc độ tăng trưởng cao vào những năm tới và tiến kịp các nước trong khu vực nếu có các chính sách thích hợp và được đầu tư thoả đáng.

Với bờ biển dài 3260 km cùng 112 cửa sông, lạch, vùng đặc quyền kinh tế khoảng 1 triệu km² và hơn 4000 hòn đảo lớn nhỏ tạo nên nhiều eo, vịnh và đầm phá, ngư trường... Có thể nói, tiềm năng nguồn lợi tài nguyên sinh vật biển và vùng nước nội địa Việt Nam là rất phong phú và có giá trị kinh tế cao, phục vụ cho nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Sự giàu về tài nguyên, khí hậu, đa dạng về sinh thái đã khiến cho ngành thủy sản nước ta có nhiều ưu thế phát triển quá trình công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước. Trải qua những bước thăng trầm, ngành thủy sản, từ một lĩnh vực kinh tế nhỏ bé thuộc khối nông nghiệp, đã vươn lên trở thành một ngành kinh tế quan trọng, mũi nhọn của đất nước.

Trong những năm qua, xuất khẩu thủy sản đã có những đóng góp hết sức to lớn, trở thành động lực thúc đẩy kinh tế thủy sản phát triển nói riêng và sự tăng trưởng kinh tế Việt Nam nói chung. Hàng năm, xuất khẩu thủy sản đã đem lại nguồn ngoại tệ rất lớn cho đất nước, từ 285,4 triệu USD năm 1991 đến nay thủy sản đã trở thành một trong 4 ngành dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu cả nước, ước đạt gần 1,76 tỷ USD năm 2001 (chỉ đứng sau dầu thô, dệt may và giày da). Như vậy, cùng với các mặt hàng xuất khẩu khác, xuất khẩu thủy sản đã góp phần rất lớn trong việc tạo ra nguồn vốn cho sự nghiệp công nghiệp hoá- hiện đại hoá mà chúng ta đang tiến hành.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản từ 1994-2001

Đơn vị tính: Triệu USD

Năm	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
KNXX	285	307,5	427,2	551	621.4	697	782	858	971	1475	1760

Nguồn: Bộ Thương mại.

Mặt khác, như chúng ta đã biết, thủy sản Việt Nam có những lợi thế cơ bản về điều kiện tự nhiên, về nguồn lực và yếu tố con người để phát triển đánh bắt, nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu. Tuy nhiên, do điều kiện nền kinh tế còn yếu kém, công nghệ còn lạc hậu nên chúng ta chưa thể tận dụng hết được những lợi thế đó để thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Do đó, thông qua việc cung ứng các sản phẩm thủy sản ra thị trường quốc tế, chúng ta sẽ có điều kiện đề học hỏi và tiếp thu những kinh nghiệm quản lý tiên tiến cũng như là có thể nhập khẩu những thiết bị bảo quản chế biến hiện đại, từ đó quay trở lại đầu tư khai thác có hiệu quả những lợi thế đó.

Hơn nữa, với tiềm năng xuất khẩu lớn, hiện nay ngành thủy sản Việt Nam đã thu hút được trên 30 vạn lao động nhân rồi và ít có tay nghề thông qua sản xuất hàng xuất khẩu, giải quyết tốt công ăn việc làm, góp phần cải thiện đời sống nhân dân, ổn định xã hội.

Đồng thời, sự phát triển của ngành có thể đem lại cơ hội phát triển cho những ngành khác có liên quan. Việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản đã tạo động lực cho một số ngành khác như sản xuất nuôi trồng, chăn nuôi, hoá chất...có điều kiện phát triển. Không những thế, ngành còn có khả năng phát triển trên mọi vùng kinh tế trọng điểm của đất nước, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế vùng lãnh thổ theo hướng hợp lý.

Bên cạnh đó, thông qua việc xuất khẩu, mặt hàng thủy sản của Việt Nam đã thâm nhập thị trường thế giới từ đó mở rộng và thúc đẩy sự phát triển các mối quan hệ kinh tế đối ngoại giữa Việt Nam và các nước khác. Các nước khác dần biết đến Việt Nam thông qua các sản phẩm thủy sản mà các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất. Nhờ đó, các mối quan hệ khác cũng phát triển theo như du lịch quốc tế, vận tải quốc tế, tín dụng quốc tế...Sự phát triển của những ngành này cũng tác động ngược trở lại tới hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Ngoài ra, do yêu cầu của thị trường thế giới và cũng như do sự cạnh tranh khốc liệt mà các đơn vị sản xuất hàng thủy sản xuất khẩu phải luôn tìm tòi, cải tiến mẫu mã, chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu của thị trường. Từ đó góp phần

đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường nội địa, đóng góp cho sự tăng trưởng GDP của đất nước.

Như vậy, với ưu thế là sự phù hợp với giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hoá đất nước, thu hút nhiều lao động, tạo ra khoản thu ngoại tệ lớn về cho đất nước, xuất khẩu thủy sản đã và đang có vị trí, vai trò rất quan trọng trong hệ thống các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

2. Những cơ sở đảm bảo thúc đẩy xuất khẩu thủy sản ở nước ta

Bước sang thập kỷ 90, sau thời gian dài đặc biệt khó khăn trong sản xuất kinh doanh do ảnh hưởng của sự biến động của Liên Xô và các nước Đông Âu, ngành sản xuất và chế biến thủy sản của Việt Nam bắt đầu bước vào giai đoạn phát triển mới. Hiện nay, ngành được coi là một trong những ngành xuất khẩu mũi nhọn trong chiến lược phát triển công nghiệp tổng hợp của nước ta. Dựa trên lý thuyết về lợi thế tương đối (hay lợi thế so sánh) của David Ricardo, có thể thấy rõ ngành thủy sản Việt Nam có nhiều lợi thế có thể tận dụng nhằm đẩy mạnh xuất khẩu ngành hàng này.

- ***Về nguồn nhân lực.***

Hiện nay, Việt Nam là nước có dân số đứng thứ 13 trên thế giới và thứ 2 ASEAN (sau Indônexia). Dân số cả nước hơn 83 triệu người, trong đó số người trong độ tuổi lao động là 45 triệu người. Hàng năm có khoảng 1,5 đến 1,7 triệu người bổ sung vào lực lượng lao động. Với lực lượng lao động dồi dào, nếu sử dụng một cách hợp lý, triệt để và có hiệu quả sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho ngành sản xuất và xuất khẩu thủy sản phát triển.

Việt Nam được đánh giá là nước dân số đông và trẻ trong khu vực và trên thế giới. Lợi thế của nguồn nhân lực Việt Nam được thể hiện khá rõ qua trình độ văn hoá cao của lực lượng lao động. Hiện nay, gần 94% dân cư từ 15 tuổi trở lên biết chữ, tất cả các thành phố, tỉnh trong cả nước đạt chuẩn quốc gia về xoá mù chữ và phổ cập tiểu học. So với các nước trong khu vực, có tính đến sự khác biệt về điều kiện kinh tế – xã hội thì tỷ lệ biết chữ và số năm đi học của lực lượng lao động Việt Nam là khá cao.

Tuy nhiên, do chính sách đào tạo của Nhà nước còn quá nhiều bất hợp lý, không đáp ứng được nhu cầu của thực tiễn nên tình trạng thừa thầy thiếu thợ diễn ra rất phổ biến trong nhiều ngành nghề. Trong vòng 8 năm từ 1989-1997, lực lượng chuyên môn có kỹ thuật chỉ tăng có 2% và tỷ trọng lực lượng lao động không có chuyên môn vẫn chiếm gần 90% lực lượng lao động toàn xã hội.

Thế nhưng, do đặc thù của ngành thủy sản là sử dụng nhiều lao động giản đơn, không đòi hỏi trình độ chuyên môn kỹ thuật cao do đó chúng ta có thể khẳng định cho dù còn nhiều hạn chế, bất cập cần khắc phục song nguồn nhân lực Việt Nam rõ ràng là lợi thế cơ bản và quan trọng trong phát triển ngành thủy sản trong thời gian tới. Vấn đề đặt ra là cần có chính sách sử dụng nguồn nhân lực này một cách hợp lý và có hiệu quả song song với việc tổ chức các hình thức giáo dục đào tạo nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ thuật cho lực lượng lao động.

- ***Về tài nguyên thiên nhiên và nguồn lợi thủy sản.***

Ngoài những lợi thế do vùng đặc quyền kinh tế rộng như đã nói ở trên, vùng biển Việt Nam còn là vùng có năng lực tái tạo sinh học cao của vùng sinh thái nhiệt đới và môi trường biển còn tương đối sạch, nguồn lợi ven biển có khả năng phục hồi nhanh, nguồn lợi xa bờ có thể khai thác thêm khoảng 300-400 ngàn tấn mỗi năm. Do đó, chúng ta có thể chủ động được nguồn nguyên liệu với số lượng lớn và ổn định cho xuất khẩu, chủ động kiểm soát được chất lượng vệ sinh của nguyên liệu từ ngành nuôi trồng.

- ***Lợi thế về thời cơ.***

Ngành thủy sản đang có môi trường thuận lợi để thu hút vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài, được nhiều nước đặt trong khu vực ưu tiên phát triển hợp tác dài hạn, cung cấp viện trợ và các khoản tín dụng có lợi. Một số bạn hàng đã thay đổi thái độ theo hướng đầu tư công nghệ chế biến sản phẩm giá trị gia tăng, nhu cầu đối với nhiều loại thủy sản mà Việt Nam đang có xu hướng tăng mạnh. Đây là thời cơ quan trọng để phát triển xuất khẩu thủy sản trong thập niên đầu thế kỷ 21.

- Các chính sách kinh tế vĩ mô đã và đang có những tác động nhất định đối với ngành sản xuất và xuất khẩu thủy sản. Chính phủ Việt Nam xác định rõ ngành thủy sản giữ vị trí là ngành kinh tế trọng điểm trong nền kinh tế quốc dân. Hiện ngành cũng đã được sự chú trọng đầu tư của Nhà nước và một loạt các chính sách như hỗ trợ xuất khẩu và bảo hộ sản xuất trong nước và các chính sách nhằm khuyến khích đầu tư phát triển ngành...

Ngoài ra, Việt Nam cũng có những lợi thế tác động quan trọng đến sự phát triển của ngành thủy sản như vị trí địa lý thuận lợi; điều kiện chính trị ổn định, công cuộc đổi mới đang được mở rộng; thị trường trong nước và ngoài nước đang ngày càng mở rộng do

tác động của các chính sách thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh của Đảng và Chính phủ cũng như những nỗ lực hội nhập kinh tế thế giới của Việt Nam.

Như vậy, mặc dù trước mắt còn rất nhiều khó khăn và thử thách nhưng với những thuận lợi của mình, chúng ta có thể tin tưởng rằng ngành thủy sản Việt Nam sẽ có những bước tiến có tính chất đột phá, mạnh dạn tiếp cận thị trường khu vực và thế giới. Các doanh nghiệp thuộc ngành này sẽ tập trung mọi nỗ lực, hướng mạnh vào xuất khẩu, góp phần đưa ngành thủy sản Việt Nam lên một tầm cao mới trong một tương lai không xa.

II. Những thay đổi trong quan hệ thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ và những cơ hội thách thức đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

1. Quá trình phát triển Quan hệ thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ.

Nhìn lại chặng đường lịch sử trong quan hệ Việt Nam-Hoa Kỳ những năm qua cho thấy, quan hệ Việt Nam-Hoa Kỳ đã trải qua nhiều biến động và có những bước thăng trầm. Cuộc chiến tranh giữa hai dân tộc đã lùi xa 25 năm và quan hệ giữa hai nước cũng đã có không ít thay đổi. Sau nhiều thập kỷ chiến tranh lạnh cùng với lệnh cấm vận về kinh tế, trước bối cảnh của xu thế hội nhập và toàn cầu hoá, hơn bao giờ hết, Việt Nam và Hoa Kỳ đều thấy rằng đã đến lúc phải ngồi vào bàn đàm phán và đi đến ký kết Hiệp định thương mại song phương và đích cuối cùng là trao cho nhau Tối huệ quốc. Bởi đây là chìa khoá mở ra cho cả hai quốc gia những tiềm năng to lớn trong quan hệ thương mại song phương. Khi đó, Việt Nam và Hoa Kỳ có thể tiếp cận và bổ sung cho nhau về cơ cấu hàng hoá, dịch vụ...

Hoa Kỳ có thể hướng tới Việt Nam như hướng tới một thị trường đông dân đầy tiềm năng trong việc tiêu thụ các mặt hàng công nghiệp, đặc biệt là đang còn ở dạng sơ khai và một thị trường sản xuất hàng nông, thủy sản đầy tiềm năng ở khu vực Châu á. Còn Việt Nam hướng tới Hoa Kỳ – một thị trường tiêu thụ khổng lồ, có nền công nghệ kỹ thuật hiện đại và có nguồn vốn dồi dào vào bậc nhất trên thế giới.

Để hiểu rõ thêm về mối quan hệ giữa hai quốc gia, cần ngược dòng lịch sử để điểm lại những nét chính trong tình hình phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ.

1.1 Giai đoạn trước khi Mỹ huỷ bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam.

Thời kỳ trước năm 1975, Hoa Kỳ có quan hệ kinh tế thương mại với chính quyền Sài Gòn cũ. Kim ngạch buôn bán không lớn, chủ yếu là hàng nhập khẩu bằng viện trợ của Hoa Kỳ để phục vụ cho cuộc chiến tranh xâm lược. Về xuất khẩu sang Hoa Kỳ có một số mặt hàng như sau: cao su, gỗ, Hải sản, đồ gốm... song kim ngạch không đáng kể.

Từ tháng 5-1964, áp dụng luật buôn bán với kẻ thù, Hoa Kỳ cấm vận chống Miền Bắc nước ta và đến tháng 4-1975, mở rộng cấm vận ra toàn cõi Việt Nam trong tất cả các lĩnh vực: thương mại, tài chính, tín dụng, ngân hàng...Đồng thời áp dụng chế tài khống chế các nước Đồng minh và ngăn cấm tổ chức tiền tệ và tài chính quốc tế cho Việt Nam vay tiền khiến cho quan hệ Việt Nam –Hoa Kỳ đi vào con đường bế tắc.

Tuy nhiên, dù bị Mỹ cấm vận, song thông qua con đường trực tiếp hoặc gián tiếp, Việt Nam vẫn có quan hệ kinh tế và viện trợ phát triển với nhiều nước, nhiều tổ chức kinh tế và phi chính phủ, trong đó có Mỹ. Nhiều công ty Mỹ qua con đường gián tiếp cũng có hàng xuất khẩu vào nước ta. Theo số liệu thống kê của Việt Nam, xuất khẩu thời kỳ 1986-1989 hầu như không có gì nhưng về nhập khẩu lại đạt giá trị khoảng 5 triệu USD. Về đầu tư, từ năm 1988 đến 1993, một số công ty Mỹ thông qua chi nhánh hoặc liên doanh đăng ký tại các nước khác đã có 5 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đăng ký khoảng 3,3 triệu USD.

Bước sang thập kỷ 90, quan hệ ngoại giao cũng như quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước Việt Nam và Hoa Kỳ đã có những bước tiến đáng kể, nỗ lực hướng tới các mối quan hệ hữu nghị, hợp tác, bình đẳng cùng có lợi, vì lợi ích chung của mỗi nước cũng như vì hoà bình và thịnh vượng chung trong khu vực Châu á- Thái Bình Dương và trên thế giới.

Đề đến được với lộ trình mới này, cả hai phía đã có những nỗ lực vượt qua theo hướng của “Bản lộ trình” được đưa ra dưới thời cựu Tổng thống G. Bush, trong đó đưa ra 4 bước cho tiến trình bình thường hoá quan hệ Việt- Mỹ mà trọng tâm là vấn đề rút quân khỏi Campuchia và vấn đề người Mỹ mất tích, tù binh chiến tranh ở Việt Nam (POW/MIA). Sự hợp tác tích cực và có hiệu quả của Chính phủ và nhân dân Việt Nam trong việc giải quyết vấn đề người Mỹ mất tích trong chiến tranh được dư luận Mỹ đánh giá cao, đã làm thay đổi Thái độ của một số bộ phận không nhỏ các lực lượng vốn có Thái độ tiêu cực ở Mỹ, có lợi cho việc cải thiện dần dần quan hệ Việt Nam –Hoa Kỳ.

Cuối năm 1988, Mỹ cho phép gửi sách báo và văn hoá phẩm từ Mỹ về Việt Nam với số lượng không hạn chế. Đồng thời Chính phủ Mỹ cho phép Bộ ngoại giao cấp thị thực vào Mỹ cho những người Việt Nam đến Mỹ với mục đích trao đổi khoa học có thời hạn theo nguồn tài trợ của các tổ chức chính phủ.

Trong năm 1991, cùng với việc Việt Nam đồng ý cho Mỹ mở văn phòng POW/MIA ở Hà Nội (8/7) và ký Hiệp định hoà bình Campuchia tại Paris (23/10), phía Mỹ đã có nhiều nói lỏng như chính thức bỏ hạn chế đi lại trong vòng 25 dặm đối với cán bộ ngoại giao Việt Nam tại trụ sở Liên hợp quốc ở New York (23/10), chính thức bỏ hạn chế nhóm du lịch, cựu chiến binh, các nhà báo, các nhà kinh doanh trong việc tổ chức đoàn đi Việt Nam (17/11) và từ ngày 25/4/1991 bắt đầu viện trợ nhân đạo cho Việt Nam.

Với những chuyển biến tích cực này, ngày 21/11/1991, Thứ trưởng Bộ ngoại giao Lê Mai và trợ lý ngoại trưởng Hoa Kỳ R.Solomon tiến hành đàm phán chính thức đầu tiên về bình thường hoá quan hệ Việt - Mỹ.

Sang năm 1992, đã có 3 cuộc gặp gỡ cấp Bộ trưởng Bộ ngoại giao và 5 lần Hoa Kỳ cử đặc phái viên Tổng thống vào Việt Nam để xúc tiến vấn đề POW/MIA, do đó vấn đề này có những cải thiện rõ rệt và phía Hoa Kỳ một lần nữa thực hiện dỡ bỏ một loạt các hạn chế trong quan hệ với Việt Nam: cho phép lưu thông bưu chính viễn thông Hoa Kỳ-Việt Nam (13/4); cho phép xuất sang Việt Nam những mặt hàng phục vụ nhu cầu cơ bản của con người và bỏ các hạn chế đối với các tổ chức phi chính phủ Hoa Kỳ viện trợ nhân đạo cho Việt Nam (30/4); đặc biệt là cho phép các công ty Mỹ được lập văn phòng đại diện và ký hợp đồng kinh tế ở Việt Nam nhưng chỉ được giao dịch kinh doanh sau khi bỏ lệnh cấm vận (14/12).

Năm 1993, ông B. Clinton lên nắm chính quyền, đã tán thành và cam kết tiếp tục “Bản lộ trình” của chính quyền Bush: ngày 2/7/1993, Tổng thống B. Clinton quyết định không ngăn cản các tổ chức tài chính quốc tế nối lại viện trợ cho Việt Nam; và đặc biệt ngày 14/9/1993, Tổng thống B. Clinton đã cho phép các công ty Hoa Kỳ tham gia đấu thầu các dự án phát triển ở Việt Nam do các tổ chức tài chính quốc tế tài trợ. Như vậy, đây là nói lỏng thứ 3 trong tiến trình xoá bỏ cấm vận đối với Việt Nam của chính quyền Mỹ

1.2 Giai đoạn sau khi lệnh cấm vận được huỷ bỏ.

Cuối cùng, ngày 3/2/1994, căn cứ vào những kết quả rõ ràng của việc giải quyết vấn đề POW/MIA và dựa vào cuộc bỏ phiếu tại Quốc hội Mỹ, Tổng thống Hoa Kỳ đã chính thức tuyên bố bãi bỏ lệnh cấm vận chống Việt Nam. Và ngay sau đó, Bộ thương mại Hoa Kỳ cũng đã chuyển Việt Nam từ nhóm Z (gồm Bắc Triều Tiên, Cu Ba và Việt Nam) lên nhóm Y- ít hạn chế về thương mại hơn (gồm Liên Xô cũ, Anbani, Mông Cổ, Lào, Campuchia và Việt Nam). Đồng thời Bộ vận tải và Bộ thương mại cũng bãi bỏ lệnh cấm

tàu biển và máy bay Hoa Kỳ vận chuyển hàng hoá sang Việt Nam, cho phép tàu mang cờ Việt Nam vào cảng Mỹ.

Tiếp theo các sự kiện trên là chuyến thăm chính thức Việt Nam của ngoại trưởng Mỹ W.Christopher ngày 5/8/1995. Đây là nhân vật cấp cao nhất trong chính quyền Mỹ thực hiện chuyến thăm chính thức Việt Nam tính đến thời điểm đó. Chuyến thăm đã mở ra một trang mới trong quan hệ giữa hai nước. Trong chuyến thăm này, hai bên đã thoả thuận nâng cấp Văn phòng liên lạc thành Đại sứ quán, đồng thời nhất trí đẩy mạnh quan hệ kinh tế- thương mại và xúc tiến những biện pháp cụ thể để tiến tới ký Hiệp định thương mại làm nền tảng cho quan hệ buôn bán song phương.

Năm 1997, đánh dấu những bước tiến quan trọng trong quan hệ giữa hai nước với việc Việt –Mỹ thoả thuận thiết lập quan hệ song phương về bản quyền để tạo điều kiện cho các sản phẩm trí tuệ có mặt tại thị trường Việt Nam. Mặt khác, đây cũng là năm các Bộ trưởng tài chính Việt Nam –Hoa Kỳ thay mặt chính phủ hai nước ký hiệp định về xử lý khoản nợ 145 triệu USD của chính quyền Sài Gòn cũ. Song, sự kiện đáng chú ý nhất là việc Đại sứ Mỹ đầu tiên, ngày Peterson, nhậm chức tại nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam vào ngày 9/5/1997. Việc này chứng tỏ bước cải thiện quan trọng trong quan hệ giữa hai nước, nỗ lực của hai chính phủ là phù hợp với mong muốn và nguyện vọng của nhân dân hai nước. Nó chứng tỏ rằng hai nước đều có thiện chí khép lại quá khứ nhìn về tương lai nhằm bình thường hóa về mọi mặt.

Cùng với nỗ lực của chính quyền và giới kinh doanh, các tổ chức phi chính phủ của Mỹ cũng đã có những đóng góp hết sức lớn lao vào việc tăng cường thúc đẩy quan hệ giữa hai nước. Đến cuối năm 1995, trong 260 tổ chức phi chính phủ hoạt động tại Việt Nam thì có hơn 80 tổ chức của Mỹ. Các tổ chức này hướng vào hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, phát triển nông thôn, y tế, môi trường, khắc phục thiên tai, cải cách kinh tế, khoa học và chuyển giao công nghệ, phúc lợi xã hội...

Và tiếp đến là một loạt các bước tiến khác trong quan hệ Việt – Mỹ để đi đến một bước ngoặt có ý nghĩa quan trọng trong quan hệ thương mại giữa hai nước. Ngày 13/7/2000, tại Washington, Bộ trưởng thương mại Việt Nam Vũ Khoan và Bà Charleen Barshefski, Đại diện thương mại thuộc chính phủ Tổng thống Hoa Kỳ đã thay mặt Chính phủ hai nước ký Hiệp định thương mại giữa nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Hợp chúng quốc Hoa Kỳ, khép lại một quá trình đàm phán phức tạp kéo dài 4 năm ròng,

đánh dấu một bước tiến mới trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Có thể nói, việc Hiệp định thương mại được ký kết và có hiệu lực (ngày 10/12/2001) đã mở ra một chương mới, một nền móng mới, một tương lai tươi sáng hơn cho quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ, là cơ sở quan trọng cho việc thúc đẩy và phát triển các quan hệ giữa hai quốc gia.

2. Hiệp định thương mại Việt – Mỹ.

2.1 Nội dung cơ bản của Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ.

Với 7 chương, 72 điều và 9 phụ lục, Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ được coi là một văn bản đồ sộ nhất, đồng bộ nhất trong tất cả các Hiệp định thương mại song phương mà Việt Nam đã ký kết. Hiệp định không chỉ đề cập tới thương mại hàng hoá mà còn đề cập tới thương mại dịch vụ, đầu tư, sở hữu trí tuệ... Mặt khác, do đây là Hiệp định đầu tiên mà ta đàm phán theo tiêu chuẩn WTO, nên trong Hiệp định bao hàm cả những cam kết và lộ trình thực hiện các cam kết đó. Cụ thể:

Chương I: Thương mại hàng hoá

- Ngay khi Hiệp định được Quốc hội hai nước phê chuẩn, tức là ngay sau khi bắt đầu có hiệu lực, hai bên Mỹ và Việt Nam phải dành cho nhau quy chế quan hệ thương mại bình thường (hay quy chế tối huệ quốc) một cách vô điều kiện.
- Trong thương mại hàng hoá, các doanh nghiệp Việt Nam có quyền tham gia ngay lập tức vào việc phân phối hàng hoá tại thị trường Hoa Kỳ nếu có khả năng. Còn sau một thời gian nhất định, theo lộ trình cụ thể, Hoa Kỳ mới được quyền tổ chức phân phối hàng hoá tại Việt Nam.

Ngoài ra, trong chương I còn có sự thoả thuận về lộ trình giảm thuế cho một số mặt hàng, và do nước ta là nước đang phát triển, lại chưa là thành viên của WTO nên cam kết số dòng thuế phải giảm thuế suất chưa nhiều so với các nước khác. Đây chính là cơ hội mà các doanh nghiệp Việt Nam cần triệt để tận dụng để tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên cả thị trường trong nước và thị trường nước ngoài trong những năm đầu khi Hiệp định mới có hiệu lực.

Chương II: Về quyền sở hữu trí tuệ.

- Về bản quyền, hai bên cam kết thực hiện Hiệp định về sở hữu trí tuệ mà các bên đã ký trước đó.
- Về tài sản trí tuệ, hai bên thoả thuận thực hiện các công ước đa phương về vấn đề này.

Chương III. Về thương mại dịch vụ

Hai nước sẽ mở cửa cho nhau, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam được tự do kinh doanh tại Mỹ và các doanh nghiệp Mỹ theo lộ trình được tự do kinh doanh dịch vụ tại Việt Nam.

Chương IV. Về phát triển quan hệ đầu tư.

Hai bên cam kết dành thuận lợi cho các nhà đầu tư được hoạt động đầu tư kinh doanh trên thị trường của nhau phù hợp với các thông lệ và quy định của quốc tế.

Chương V: Về Tạo thuận lợi cho kinh doanh:

Đề tạo thuận lợi cho kinh doanh, và tùy thuộc vào các quy định của các Chương I, Chương III, Chương IV của hiệp định, mỗi bên sẽ phải tạo điều kiện thuận lợi cho các công dân và công ty của bên kia những cơ sở vật chất kỹ thuật cần thiết mà không phân biệt đối xử và theo giá thị trường.

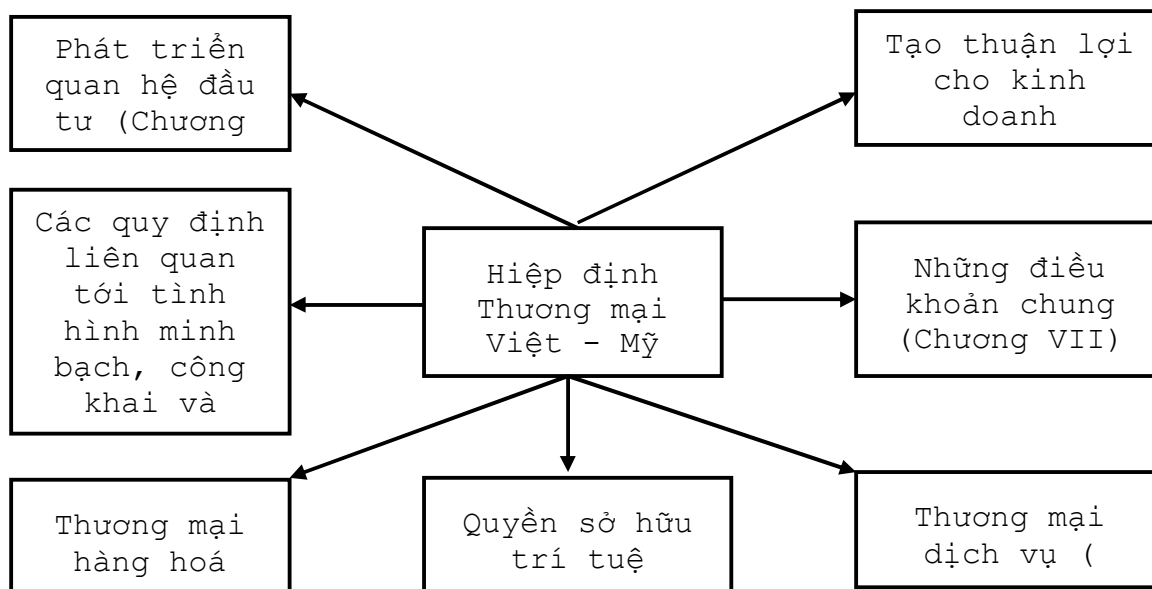
Chương VI. Những quy định liên quan đến tính minh bạch, công khai và quyền khiếu nại.

Chương này chủ yếu đề cập đến việc khi nào luật pháp có thay đổi mà ảnh hưởng đến doanh nghiệp thì phải công bố cho các doanh nghiệp biết trước khi có hiệu lực. Phải cung cấp cho các doanh nghiệp các thông tin kinh tế, cho phép họ góp ý và dự thảo luật liên quan đến hoạt động của họ. Thực hiện quyền khiếu kiện hợp pháp, thông báo kết quả khiếu kiện các bên, đảm bảo các thủ tục theo cách thức minh bạch phù hợp với các tiêu chuẩn của Hiệp định, của WTO về thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu.

Tóm lại, thông qua những chương mà Hiệp định đề cập ta có thể nhận thấy là khái niệm “thương mại” của Mỹ là rất rộng và bao hàm cả nghĩa “kinh tế” trong đó nữa. Không những thế, Hiệp định hoàn toàn không mang tính chính trị, trong Hiệp định hoàn toàn không đề cập đến vấn đề “nhân quyền”, “dân chủ”, “tiêu chuẩn lao động” mà Mỹ thường hay áp đặt. Hiệp định cũng không đề cập đến vấn đề “tư nhân hoá”, hơn nữa còn ghi nhận quyền thành lập và duy trì “doanh nghiệp nhà nước”, dành cho các doanh nghiệp đó sự độc quyền hay đặc quyền nhập khẩu và xuất khẩu một số mặt hàng (điều 8 chương I). Có thể nói, Hiệp định đã tuân theo nguyên tắc tôn trọng độc lập, chủ quyền và không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau. Đồng thời, việc ký kết Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ đáp ứng được cả lợi ích của cả hai bên, chắc chắn sẽ có tác dụng tích

cực không chỉ đến quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ mà còn tới mối quan hệ đối ngoại khác trong khu vực và trên thế giới.

Sơ đồ: Nội dung hiệp định thương mại Việt- Mỹ.



2.2 Cơ hội và thách thức đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại với trên 100 quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau, nhưng việc ký Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ, ngày 13/7/2000 được đánh giá là có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với quá trình tăng trưởng và phát triển của nền kinh tế Việt Nam.

Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa là một trong những điểm mốc căn bản trong quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam; là nấc thang cuối cùng trên con đường bình thường hoá quan hệ kinh tế Việt Nam và Hoa Kỳ, là dấu hiệu tốt của quá trình hội nhập của Việt Nam vào hệ thống kinh tế thương mại quốc tế. Hiệp định thương mại Việt – Mỹ sẽ mang đến nhiều cơ hội kèm theo không ít khó khăn thách thức xét cả về phương diện vĩ mô và vi mô, đối với cả Nhà nước và từng doanh nghiệp, không chỉ riêng thương mại hoặc người tiêu dùng mà còn có nhiều tác động đến lĩnh vực đầu tư và thu hút vốn đầu tư nước ngoài của Việt Nam.

a). Cơ hội

Thứ nhất, Hiệp định thương mại Việt Nam –Hoa Kỳ sẽ tạo điều kiện thuận lợi để Việt Nam sớm gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO). Mặc dù chúng ta đã ký Hiệp định thương mại với gần 60 nước và đã thoả thuận quy chế tối huệ quốc với hơn 70 nước và lãnh thổ thế nhưng đây là lần đầu tiên Việt Nam đàm phán để ký kết Hiệp định thương mại dựa trên cơ sở các nguyên tắc và chuẩn mực của WTO. Do đó, nếu ta thực hiện được những cam kết theo Hiệp định thương mại thì có nghĩa là chúng ta cũng sẽ đáp ứng được những yêu cầu căn bản của WTO và sẽ giảm được đáng kể các khó khăn trong tiến trình cam kết và thực hiện cam kết để sớm trở thành thành viên của WTO. Và lại, Mỹ có vai trò quan trọng trong trong các tổ chức thế giới như WTO, IMF.. Do đó, khi Việt Nam tiến lên được nấc thang cuối cùng của quá trình bình thường hoá quan hệ kinh tế với Mỹ thì các quan hệ với các đối tác khác cũng sẽ suôn sẻ hơn, ít nhất cũng không bị Mỹ cản trở. Vì vậy, có thể nói rằng ***ký kết Hiệp định thương mại là bước đi có ý nghĩa chiến lược và không thể thiếu của Việt Nam trong tiến trình trở thành thành viên chính thức của WTO.***

Mặc khác cần phải khẳng định rằng, dù đây là một hiệp định song phương và cả phía Mỹ cũng như Việt Nam đều đồng ý thực hiện các cam kết chung trên cơ sở những quy định và chuẩn mực quốc tế và WTO nhưng do trình độ phát triển khá chênh lệch nhau nên phía Mỹ đã đồng ý thực hiện ngay các điều khoản quy định trong bản hiệp định, còn phía Việt Nam sẽ có một giai đoạn chuyển tiếp nhất định (theo thoả thuận giữa Việt Nam và Hoa Kỳ) để thực hiện các cam kết trong bản hiệp định này. Điều này sẽ giúp cho Việt Nam có thời gian làm quen với những chuẩn mực quốc tế, dần dần hoà nhập với nền kinh tế thế giới, và đáp ứng được những yêu cầu đặt ra của hiệp định. Ví dụ: về việc cắt giảm thuế quan, trong khi phía Mỹ cam kết thực hiện ngay những mức cắt giảm thuế quan theo quy định của WTO, thì phía Việt Nam có thể thực hiện cắt giảm thuế quan dần dần từ 3-5 năm Và cũng tương tự như vậy, đối với các dịch vụ ngân hàng, về nguyên tắc theo văn bản hiệp định, phía Mỹ cam kết cho phép Việt Nam được thành lập ngân hàng tại Mỹ với 100% vốn Việt Nam ngay khi hiệp định có hiệu lực, trong khi đó, các ngân hàng Hoa Kỳ chỉ được phép thành lập ngân hàng chi nhánh 100% vốn Hoa Kỳ sau 9 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực... Như vậy, khi Hiệp định thương mại Việt –Mỹ có hiệu lực thì hàng hoá của Việt Nam có quyền thâm nhập ngay vào thị trường Mỹ mà không còn phải chịu thiệt

thời do phải chịu mức thuế suất cao và do đó sẽ nâng cao được khả năng cạnh tranh trên thị trường Mỹ.

Tiếp đó, việc Việt Nam ký hiệp định thương mại với Mỹ sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam trong việc mở rộng thị trường tiêu thụ cả về phạm vi địa lý, cả về khối lượng sức mua cũng như số lượng khách hàng tiềm năng. Khi hai quốc gia mở cửa quan hệ buôn bán với nhau thì cả hai đều sẽ thu được lợi ích kinh tế tối đa. Đặc biệt là đối với Việt Nam cơ hội mua bán hàng hóa sẽ nhiều hơn, đa dạng hơn, phong phú hơn. Và điều này sẽ thúc đẩy các nhà đầu tư chú trọng vào sản xuất những sản phẩm có ưu thế và bỏ ngõ những “trận địa” ít có ưu thế hơn cho các đối tác của mình. Kết quả là trình độ chuyên môn hoá sản xuất trong nước sẽ được nâng cao để phù hợp với xu thế toàn cầu hoá và thúc đẩy tích cực tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Thứ hai, Hiệp định thương mại Việt – Mỹ được ký kết là một sự kiện có tác động rất lớn đến môi trường đầu tư và môi trường kinh doanh hiện nay của Việt Nam, có thể coi đó như là một giải pháp nhằm khôi phục lại lòng tin của giới đầu tư vốn lâu nay đang nguội lạnh. Hiệp định thương mại được ký kết lần này như một lời hứa hẹn chắc chắn với các nhà đầu tư nước ngoài rằng giờ đây môi trường kinh doanh ở Việt Nam đã thay đổi lành mạnh hơn, đúng luật chơi hơn, quyền lợi của họ được đảm bảo hơn... và điều đó khiến các nhà đầu tư yên tâm để vốn vào Việt Nam nhiều hơn, cùng với các doanh nghiệp Việt Nam khai thác tiềm năng sẵn có để làm hàng xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Không những thế, môi trường làm ăn thuận tiện hơn còn có tác dụng khơi thông cả nguồn vốn trong nước, người Việt Nam cũng sẽ yên tâm hơn để lập doanh nghiệp, để đầu tư vào sản xuất và kinh doanh.

Thứ ba, việc thực hiện Hiệp định thương mại cũng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới trên thị trường Mỹ, mở rộng thị trường xuất khẩu và phát triển quan hệ với các đối tác Mỹ. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp sẽ có điều kiện để tiếp cận với nền kinh tế phát triển vào bậc nhất thế giới này, qua đó học hỏi thêm được những kinh nghiệm trong quản lý và kinh doanh. Một điều dễ nhận thấy là khi Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ có hiệu lực, chắc chắn lượng hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ sẽ tăng nhanh do ta được hưởng quy chế quan hệ thương mại bình thường (NTR), tức là hàng hoá của ta vào thị trường Mỹ cũng sẽ được hưởng thuế suất thấp như đa số các nước khác. Nếu tính trung bình mức thuế suất các mặt

hàng ta xuất vào Mỹ trước kia khoảng 40% thì nay khi đã được hưởng quy chế tối huệ quốc, chỉ còn lại khoảng 3%. Mặt khác, theo khoản 2 của điều 1 Hiệp định, nếu Hoa Kỳ giảm thuế nhập khẩu cho các thành viên của tổ chức thương mại thế giới (WTO) thì cũng sẽ áp dụng cho Việt Nam dù Việt Nam chưa phải là thành viên WTO. Không những thế, Hoa Kỳ còn cam kết sẽ xem xét khả năng dành cho Việt Nam chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP), thuế suất thuế nhập khẩu bằng 0% đối với 4284 mặt hàng. Đây thực sự là những cơ hội mới cho nhiều chủng loại hàng hoá Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ.

Thứ tư, Hiệp định còn tạo điều kiện để Việt Nam tiếp nhận công nghệ và kinh nghiệm quản lý tiên tiến. Một trong những kênh quan trọng của chuyển giao công nghệ và kinh nghiệm quản lý là thông qua đầu tư trực tiếp. Thông qua Hiệp định thương mại Việt – Mỹ, các doanh nghiệp sản xuất trên đất Việt Nam sẽ tiếp cận thị trường Mỹ được dễ dàng hơn, thu hút được nguồn tư bản dồi dào, nguồn công nghệ hiện đại và kinh nghiệm quản lý tiên tiến từ các nhà đầu tư Mỹ.

Đặc biệt, Việt Nam có thể mua những máy tính cỡ lớn, chuyên nghiệp để lắp đặt các hệ thống tự động hoá mà hiện nay, do các giới hạn thương mại ta chưa thể mua được các thiết bị này.

Tóm lại, những cơ hội mà Hiệp định thương mại mở ra là vô cùng to lớn. Tuy nhiên, Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ mới chỉ là điều kiện đủ để hàng hoá của ta có thể thâm nhập vào thị trường Mỹ. Mà điều quan trọng nhất vẫn là làm sao để nâng cao được khả năng cạnh tranh của Việt Nam ở 3 cấp độ: quốc gia, doanh nghiệp và từng mặt hàng. Chính điều này đã được Bộ trưởng Bộ thương mại Vũ Khoan khẳng định ngay sau khi ký hiệp định.

b). Thách thức.

Bên cạnh những cơ hội trên, việc thực hiện Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ cũng sẽ tạo ra những thách thức đối với Việt Nam. Các doanh nghiệp trước đây được hưởng lợi từ sự bảo hộ của một nền kinh tế đóng thì nay, sẽ gặp khó khăn hơn và các doanh nghiệp chịu thiệt thòi từ sự bảo hộ trước đây sẽ có cơ hội mở rộng và phát triển. Những thách thức mà các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt gồm có:

Thứ nhất, các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh trong nước sẽ phải đối mặt với sức ép cạnh tranh lớn hơn. Hiệp định thương mại sẽ mở cửa cho hàng hoá của Mỹ vào thị trường Việt Nam, giá một số hàng hoá nhập khẩu từ Mỹ sẽ trở nên rẻ hơn và khả năng

cạnh tranh của các mặt hàng này sẽ tăng lên so với các sản phẩm nội địa cùng loại. Số lượng các doanh nghiệp của Mỹ và các nước khác đầu tư vào thị trường Việt Nam sẽ tăng lên nhằm sản xuất sản phẩm xuất khẩu sang thị trường Mỹ hay khai thác thị trường nội địa, do đó sẽ gây áp lực lên các doanh nghiệp sản xuất trong nước. Không những trong lĩnh vực sản xuất mà trong cả lĩnh vực thương mại sức ép cạnh tranh cũng tăng lên. Hoạt động xuất nhập khẩu một số mặt hàng trước đây chủ yếu do một số doanh nghiệp thực hiện thì nay các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Mỹ hay doanh nghiệp doanh nghiệp tư nhân sẽ được phép tham gia. Chính vì vậy, nếu không có sự chuẩn bị cần thiết, các doanh nghiệp này sẽ gặp phải nhiều khó khăn trong cạnh tranh.

Thứ 2, Hệ thống luật pháp của Việt Nam , công cụ quan trọng để quản lý nhà nước trong kinh tế thị trường, còn thiếu nhiều, chưa đồng bộ và có nhiều điểm không phù hợp với thông lệ quốc tế. Trong khi đó, Mỹ lại là một đối tác quá lớn, quá hùng mạnh; hệ thống pháp luật rất phức tạp, ngoài luật liên bang thì mỗi bang lại có thể lệ riêng. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam khi tiến hành xuất khẩu sang thị trường Mỹ, thì không những phải nắm bắt được luật pháp của nước Hoa Kỳ mà cũng phải hiểu biết về hệ thống luật pháp của từng bang. Vì mỗi bang của nước Mỹ được phép có những quy định riêng theo khuôn khổ cho phép, nhiều khi những quy định này trái ngược nhau giữa các bang. Nói chung trong hệ thống đó bằng các hình thức cụ thể, Mỹ quy định rất rõ ràng mức độ trách nhiệm cao của người sản xuất hoặc người cung cấp đối với quyền lợi của người tiêu dùng. Nắm vững điều đó, các thương gia Việt Nam có thể tránh được được các vụ kiện cáo rắc rối thường kèm theo các khoản phạt rất nặng nề mà đôi khi do sự không hiểu biết về luật pháp gây ra.

Thứ 3, Các doanh nghiệp Việt Nam, người trực tiếp làm ăn với Mỹ lại chưa hiểu luật lệ, cung cách kinh doanh của người Mỹ. Chính điều này chẳng những dẫn đến việc bỏ lỡ cơ hội trong kinh doanh mà đôi khi còn bị thiệt thòi vì những lý do không đáng có. Bên cạnh đó, với trình độ quản lý còn yếu kém, lại chưa có kinh nghiệm làm ăn theo cơ chế thị trường cùng với trình độ công nghệ còn lạc hậu, trình độ chuyên môn của người lao động chưa cao... Tất cả những điều đó đã làm cho sản phẩm của ta còn yếu kém về chất lượng, xấu về hình thức khó lòng cạnh tranh với biết bao bạn hàng mậu dịch của Mỹ từ các nước: ASEAN, EU, Nics...

Do đó, để nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu thì ngay từ bây giờ các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đầu tư đổi mới công nghệ, tăng năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm...nếu không chẳng những ta không khai thác được những lợi thế, cơ hội của hiệp định mà còn không làm chủ được thị trường nội địa trước sự xâm nhập của hàng hoá Mỹ, các công ty Mỹ.

Thứ tư, các sản phẩm xuất khẩu mũi nhọn hiện nay của Việt Nam sang Hoa Kỳ là giày dép, nông hải sản và dệt may. Các sản phẩm này cũng được kỳ vọng là sẽ thúc đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, hiện nay, những mặt hàng này lại gặp không ít khó khăn trong tiếp cận thị trường, đặc biệt là khi phía Hoa Kỳ áp dụng hạn ngạch đối với hàng dệt may, và duy trì hạn ngạch thuế quan đối với hàng nông sản. Đối với mặt hàng hải sản, thực ra cơ hội mới không nhiều vì chênh lệch giữa mức thuế MFN (0%) và thuế phổ thông (1.7%) là không đáng kể.

Mặt khác, các mặt hàng Việt Nam có thể xuất khẩu sang Hoa Kỳ trên thực tế đều đã được các nước khác xuất khẩu sang Hoa Kỳ với điều kiện ưu đãi. Vì đi sau, nên ta không thể dễ dàng mở rộng thị phần do các khó khăn về khả năng tiếp thị, tiếp cận mạng lưới phân phối... Và về mặt tâm lý, để tạo được quan hệ kinh doanh bền vững cũng đòi hỏi thời gian để các đối tác tin tưởng lẫn nhau, tiến hành giao dịch giá trị lớn.

Không những thế, thị hiếu tiêu dùng của khách hàng vốn quen với sản phẩm của các nước khác, không dễ gì có thể thay đổi ngay được trong khi hàng Việt Nam không có chất lượng hay giá cả hấp dẫn một cách vượt trội.

Tóm lại, thực hiện Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ nói riêng và hội nhập với nền kinh tế thế giới nói chung mang lại cho Việt Nam nhiều cơ hội cũng như nhiều thách thức. Kinh nghiệm của nhiều nước cho thấy, trong quá trình này, nếu biết khai thác những cơ hội của hội nhập, giải quyết được những khó khăn thách thức thì một quốc gia sẽ có thể đạt được tốc độ tăng trưởng và phát triển kinh tế cao.

Vì vậy, để việc thực hiện Hiệp định, hội nhập vào nền kinh tế thế giới thành công, trước hết cần phải có sự nhất trí và quyết tâm cao ở cấp lãnh đạo vĩ mô. Đồng thời, cần khơi dậy ý chí và quyết tâm của các nhà doanh nghiệp Việt Nam vì chính họ là những người trực tiếp thực hiện và quyết định đến sự thành bại của quá trình hội nhập.

II. Đặc điểm của thị trường Mỹ đối với hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

I. Đặc điểm về thị trường Mỹ.

Hoa Kỳ là một quốc gia Bắc Mỹ rộng lớn có diện tích 9.327.614 km² với số dân 280 triệu người. Đây là một thị trường riêng lẻ lớn nhất thế giới, là nước tham gia và giữ vai trò chi phối hầu hết các tổ chức kinh tế quốc tế quan trọng trên thế giới như Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), là đầu tàu của khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA)... Và ngay cả đối với ASEAN/AFTA, Hoa Kỳ tuy không phải là thành viên song lại là một bên đối thoại quan trọng nhất của tổ chức này. Bởi lẽ trừ Brunei và Việt Nam, hiện nay Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của các thành viên ASEAN. Chính vì vậy, để có thể thâm nhập thành công vào một thị trường như vậy trước hết cần phải tìm hiểu về môi trường kinh doanh cũng như là hệ thống luật pháp của Mỹ để từ đó có cách tiếp cận phù hợp. Phần này xin đề cập đến một số đặc điểm của thị trường Mỹ.

1.1 Đặc điểm về kinh tế.

Nền kinh tế Mỹ là nền kinh tế thị trường, hoạt động theo cơ chế thị trường cạnh tranh có lịch sử phát triển hàng trăm năm nay. Hiện nay nó được coi là nền kinh tế lớn nhất thế giới với tổng giá trị sản phẩm quốc nội bình quân hàng năm trên 10.000 tỷ USD, chiếm trên 20% GDP toàn cầu và thương mại chiếm khoảng 20% tổng kim ngạch thương mại quốc tế. Với GDP bình quân đầu người hàng năm trên 30000 USD, có thể nói Mỹ là một thị trường có sức mua lớn nhất thế giới. Đồng USD có vai trò thống trị thế giới với hơn 24 nước gắn trực tiếp các đồng tiền của họ vào đồng USD, 55 nước neo giá vào đồng USD, các nước còn lại ở nhiều mức độ khác nhau vẫn sử dụng các hệ thống dựa vào chỉ tiêu biến động của đồng USD để tính toán giá trị đồng tiền của mình. Thị trường chứng khoán của Mỹ hàng năm chi phối khoảng 8000 tỷ USD, trong khi đó các thị trường chứng khoán Nhật Bản chỉ vào khoảng 3800 tỷ USD, thị trường EU khoảng 4 tỷ USD. Mọi sự biến động của đồng USD và hệ thống tài chính Mỹ đều có ảnh hưởng đáng kể đến sự biến động của nền tài chính quốc tế.

Thị trường Mỹ vừa là nơi thuận lợi cho đầu tư nước ngoài lại vừa là nơi đầu tư ra nước ngoài hàng đầu thế giới. Năm 1997, Mỹ nhận khoảng 108 tỷ USD đầu tư trực tiếp nước ngoài đồng thời đầu tư trực tiếp ra nước ngoài 120 tỷ USD.

Không những thế, Mỹ còn là nước đi đầu trong quá trình quốc tế hoá kinh tế toàn cầu và thúc đẩy tự do hoá thương mại phát triển bởi vì việc mở rộng sản xuất hàng hoá và dịch

vụ để xuất khẩu ra thị trường toàn cầu là một trong những yếu tố cơ bản cho sự tăng trưởng kinh tế Mỹ. Mức độ phụ thuộc của nền kinh tế Mỹ vào mậu dịch quốc tế ngày càng tăng. Kim ngạch xuất nhập khẩu đã nâng từ 14% GDP năm 1986 lên 25% năm 1998. Tuy vậy, Mỹ cũng là nước hay dùng tự do hoá thương mại để yêu cầu các quốc gia khác mở cửa thị trường của họ cho các công ty của mình nhưng lại tìm cách bảo vệ nền sản xuất trong nước thông qua hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm và môi trường...

Những năm gần đây, kinh tế Mỹ đạt được sự phục hồi và tăng trưởng vững chắc, đạt đỉnh cao nhất vào năm 1999 với tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt 4,5%. Trong năm 2001 vừa qua, mặc dù có nhiều biến động lớn xảy ra và có ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế – nhất là sau sự kiện 11/9/2001. Tuy nhiên, có một điều chắc chắn rằng, hiện tại và trong những thập kỷ đầu của thế kỷ 21 này, Mỹ cũng sẽ vẫn tiếp tục là một nền kinh tế mạnh nhất, có ảnh hưởng lớn đến kinh tế toàn cầu.

1.2 Đặc điểm về chính trị

Hệ thống chính trị của Mỹ hoạt động theo nguyên tắc tam quyền phân lập. Quyền lập pháp tối cao ở Mỹ được quốc hội thực hiện thông qua hai viện: Thượng viện và hạ nghị viện. Chủ tịch hạ nghị viện sẽ do các nghị sĩ bầu ra còn chủ tịch thượng nghị viện sẽ do phó tổng thống đảm nhiệm mặc dù không tham gia trực tiếp vào các cuộc thảo luận của cơ quan này. Nhiệm kỳ của Thượng nghị viện là 6 năm và cứ 2 năm thì 1/3 số thượng nghị sỹ sẽ được bầu lại. Nhiệm kỳ của các hạ nghị sỹ, đồng thời của hạ nghị viện là 2 năm. Công việc của hai viện phần lớn được tiến hành tại các uỷ ban. Hệ thống uỷ ban của hai viện được phát triển khá rộng rãi và các uỷ ban này đều chịu sự kiểm soát của Đảng có nhiều đại biểu hơn tại viện đó. Nói chung quyền lãnh đạo ở cả hai viện đều nằm trong tay các thành viên thuộc Đảng có ưu thế.

Hệ thống luật pháp của Mỹ được phân chia thành hai cấp chính phủ: các bang và trung ương. Tuy các bang là những đơn vị hình thành nên một hệ thống quốc gia thống nhất, nhưng các bang cũng có những quyền khá rộng rãi và đầy đủ. Các bang tự tổ chức chính phủ bang, chính quyền địa phương của mình và đưa ra các nguyên tắc để hệ thống này hoạt động. Các bang thực hiện điều chỉnh thương mại của bang, thiết lập và điều chỉnh hoạt động của các công ty, đưa ra các quy định về thuế, thành lập ngân hàng... cùng với chính phủ trung ương. Toà án của bang có quyền phán xét các cá nhân và trừng trị tội phạm.

Trên lãnh thổ mỗi bang tại Mỹ đều có hai chính phủ hoạt động : Chính phủ của bang với các tổ chức chính quyền và toà án nhằm thực hiện luật pháp của bang và chính quyền trung ương với các tổ chức chính quyền và toà án thi hành luật pháp của liên bang. Nhà nước có quyền đặt ra tiêu chuẩn đo lường, cấp chứng nhận bản quyền, bằng phát minh, điều chỉnh thương mại giữa các bang với các nước...đồng thời cùng với chính quyền các bang đưa ra các quy định về thuế, thành lập ngân hàng...

Người đứng đầu chính quyền trung ương là tổng thống. Hiến pháp cho phép tổng thống được quyền bổ nhiệm nhất định, tuy nhiên những quyết định bổ nhiệm vào các vị trí quan trọng phải được thương nghị viện thông qua. Tổng thống có quyền bổ nhiệm và bãi nhiệm các quan chức thuộc cơ quan bang chủ yếu thông qua các cơ quan hành pháp, uy tín và năng lực chính trị của cá nhân tổng thống. Phó tổng thống là người sẽ phụ trách nội các.

Để hiến pháp có hiệu lực, quốc hội đã tạo ra một hệ thống toà án hoàn chỉnh. Chánh án toà án thuộc hệ thống pháp quyết của Tổng thống bổ nhiệm . Đứng đầu hệ thống này là toà án tối cao Mỹ với 9 thẩm phán có trụ sở ở Washington. Để hệ thống toà án liên bang và toà án bang thực hiện tốt quyền phán quyết trên cùng một lãnh thổ, một hệ thống nguyên tắc đã được thiết lập. Theo đó, những vấn đề thuộc hiến pháp, luật pháp của liên bang sẽ được toà án tối cao Mỹ xem xét cuối cùng; việc vi phạm luật lệ của bang sẽ do toà án của bang xét xử. Hiến pháp của các bang và liên bang nghiêm cấm việc xét xử một công dân hai lần vì cùng một tội. Tuy nhiên trong trường hợp bên nguyên đưa đơn ra toà án bang, bên bị đơn chuyển trường hợp đó lên toà án liên bang thì vụ án sẽ do toà án liên bang xét xử. Quyết định của toà án tối cao có tầm quan trọng hàng đầu đối với hệ thống luật của Mỹ.

Các đảng phái chính trị của Mỹ có ảnh hưởng lớn trong các cuộc bầu cử ở cơ sở, bang và toàn quốc. Từ năm 1860 đến nay, hai đảng Cộng hoà và Dân chủ là hai Đảng duy nhất có khả năng giành thắng lợi trong bầu cử, sự khác biệt giữa các đảng là không lớn mặc dù các đảng này có những nguyên tắc riêng. Mục đích ban đầu của hoạt động của các Đảng là giúp cho chính phủ trình bày cho cử tri các vấn đề chính trị nảy sinh. Chức năng chủ yếu của các Đảng là đề cử và bầu cử Tổng thống. Hội nghị đề cử các ứng viên Tổng thống là cách thức chính để các Đảng trong cả nước thực hiện chức năng của mình.

Một đặc điểm lớn về chính trị của Mỹ trong chính sách đối ngoại nói chung và chính sách kinh tế đối ngoại nói riêng là Mỹ thường hay sử dụng chính sách cấm vận và

trừng phạt kinh tế để đạt được mục đích của mình. Theo thống kê thì kể từ sau chiến tranh thế giới thứ nhất đến năm 1998 Mỹ đã áp đặt 115 lệnh trừng phạt, trong đó hơn một nửa được ban hành trong 4 năm cuối và 2/3 dân số thế giới đang phải chịu một hình thức trừng phạt nào đó do Mỹ áp đặt. Các lệnh trừng phạt, cấm vận này đã vi phạm những nguyên tắc cơ bản về tự do hoá thương mại của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), thúc đẩy những thách thức có tiềm năng phá hoại tương lai của WTO.

1.3 Đặc điểm về luật pháp.

Mỹ có một hệ thống luật pháp chặt chẽ, chi tiết và phức tạp hàng đầu thế giới. Luật pháp được xem là một vũ khí thương mại lợi hại của Mỹ. Người ta nói rằng có hiểu biết về luật pháp xem như bạn đã đặt được một chân vào thị trường Mỹ.

Đứng trên góc độ xâm nhập của các doanh nghiệp vào thị trường Mỹ, hệ thống luật pháp về kinh doanh của Mỹ có một số đặc điểm đáng chú ý sau đây:

Khung luật cơ bản cho việc xuất khẩu sang Mỹ gồm luật thuế suất năm 1930, luật buôn bán năm 1974, hiệp định buôn bán 1979, luật tổng hợp về buôn bán và cạnh tranh năm 1988. Các luật này đặt ra nhằm điều tiết hàng hoá nhập khẩu vào Mỹ; bảo vệ người tiêu dùng và nhà sản xuất khỏi hàng giả, hàng kém chất lượng; định hướng cho các hoạt động buôn bán; quy định về sự bảo trợ của Chính phủ với các chương ngại kỹ thuật và các hình thức bán phá giá, trợ giá, các biện pháp trừng phạt thương mại.

Về luật thuế, đáng chú ý là danh bạ thuế quan thống nhất HTS và chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập GSP. Trong đó GSP rất quan trọng với các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Nội dung chính của chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập GSP là miễn thuế hoàn toàn hoặc ưu đãi mức thuế thấp cho những mặt hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển được Mỹ chấp thuận cho hưởng GSP. Đây là hệ thống ưu đãi về thuế đơn phương, không ràng buộc điều kiện có đi có lại. Mức thuế ưu đãi của GSP thậm chí còn thấp hơn mức thuế ưu đãi tối huệ quốc MFN- là chế độ ưu đãi với điều kiện có đi có lại giữa các nước thành viên WTO, các nước có hiệp định song phương với Mỹ.

Về Hải quan, hàng hoá nhập khẩu vào Mỹ được áp dụng thuế suất theo biểu thuế quan Mỹ gồm 2 cột: cột 1 quy định thuế suất tối huệ quốc, cột 2 quy định thuế suất đầy đủ hoặc thuế suất pháp định áp dụng cho các nước không được hưởng quy chế tối huệ quốc. Sự khác biệt giữa hai cột thuế suất này thông thường là từ 2-5 lần. Cách xác định giá trị hàng hoá để thu thuế của Hải quan Mỹ hiện nay chủ yếu căn cứ theo hiệp định về cách

tính trị giá tính thuế của Hải quan trong Hiệp định Tokyo của GATT (nay là WTO) và luật về các hiệp định thương mại năm 1979. Phí thủ tục Hải quan được quy định trong Luật Hải quan và thương mại năm 1990. Ngoài ra, còn cần phải chú ý các quy định khác của Hải quan như mức mã phải ghi rõ nước xuất xứ và về chế độ hoàn thuế.

Một vấn đề nữa mà các doanh nghiệp cần lưu ý về môi trường luật pháp của Mỹ là Luật Thuế bù giá và Luật chống phá giá. Đây là hai đạo luật phổ biến nhất bảo hộ các ngành công nghiệp Mỹ chống lại hàng nhập khẩu. Cả hai luật này quy định rằng, phần thuế bổ sung sẽ được ấn định đối với hàng nhập khẩu nếu chúng bị phát hiện là được trao đổi không công bằng.

Tóm lại, Hiệp định thương mại Việt Nam-Hoa Kỳ đã đi vào hoạt động, các cơ hội đã mở ra. Tuy nhiên, ở cuộc chơi này, nếu không am hiểu các hàng rào luật pháp xứ “cờ hoa”, việc bị “thối còi phạt đền” được dự báo là chuyện dễ xảy ra; bởi ở ngay Luật thương mại Mỹ đã bao gồm một số đạo luật quy định về những trường hợp bồi thường cụ thể khi hàng hoá nước ngoài được hưởng lợi thế không công bằng trên thị trường Mỹ hoặc hàng xuất khẩu của Mỹ bị phân biệt đối xử trên thị trường nước ngoài.

1.4 Đặc điểm về văn hoá và con người.

Hoa Kỳ có thành phần xã hội đa dạng, gồm nhiều cộng đồng riêng biệt. Hầu hết người Mỹ có nguồn gốc từ Châu Âu, các dân tộc thiểu số gồm người Mỹ bản xứ, Mỹ gốc Phi, Mỹ la tinh, Châu á và người từ các đảo Thái Bình Dương. Các dân tộc này đã đem vào nước Mỹ những phong tục tập quán, ngôn ngữ, đức tin riêng của họ. Điều này tạo nên một môi trường văn hoá phong phú và đa dạng. Tuy nhiên, nhìn chung văn hoá Mỹ chủ yếu thừa hưởng một số kinh nghiệm và địa danh của người bản xứ Indian, còn hầu hết các mặt như ngôn ngữ, thể chế, tôn giáo, văn học, kiến trúc, âm nhạc... đều có xuất xứ từ Châu Âu nói chung và nước Anh, Tây Âu nói riêng.

Có thể nói, chủ nghĩa thực dụng là nét tiêu biểu nhất của văn hoá Mỹ và lối sống Mỹ. Một số học giả nước ngoài đã nhận xét: “Cái gắn bó người Mỹ với nhau là quyền lợi chứ không phải là tư tưởng”. Điều này thể hiện trong cách tính toán sòng phẳng đến chi li trong mọi việc với bất kì ai, từ người thân trong gia đình tới bạn hữu. Người Mỹ trọng sự chính xác, cách làm việc cẩn thận, tỉ mỉ, khoa học. Họ rất quý trọng thời gian, ở Mỹ có câu thành ngữ “thời gian là tiền bạc”. Chính vì vậy, họ đánh giá cao hiệu quả và năng suất làm việc của một người, có chế độ đãi ngộ thích đáng với đóng góp của người nào đó; đồng

thời cũng có thói quen khai thác tối đa những người làm việc với họ. Người Mỹ thường đánh giá con người qua sự đóng góp vào sản xuất ra của cải vật chất, coi trọng trình độ chuyên môn và khả năng ra quyết định của cá nhân.

Một đặc điểm lớn của lối sống Mỹ là tính cá nhân chủ nghĩa cao độ. Nó thể hiện ở chỗ người ta rất coi trọng tự do cá nhân, coi trọng dân chủ. họ chỉ quan tâm đến những gì có liên quan đến đời sống hàng ngày của họ. Trong kinh doanh, chủ nghĩa tự do cá nhân biểu hiện ở việc các cá nhân, doanh nghiệp được tự do lựa chọn việc làm, nơi làm việc, chọn loại hình kinh doanh, loại hình đầu tư.

Tôn giáo chiếm vị trí quan trọng trong đời sống văn hoá tinh thần của người Mỹ. ở Mỹ có tới 219 tôn giáo lớn nhỏ, song chỉ có 3 trụ cột chính là Kito tôn giáo chiếm hơn 40%, Thiên chúa giáo 30%, Do Thái giáo 3.2%. Còn lại là đạo Chính thống Phương Đông, Đạo Phật, Đạo Hồi... hoặc không đi theo tôn giáo nào. Tuy đa số dân chúng theo đạo nhưng tín ngưỡng ở Mỹ không được coi trọng bằng chủ nghĩa cá nhân, cho dù theo đạo nhưng đôi khi họ vẫn tán thành những đức tin trái ngược hoàn toàn với tôn giáo mà họ đang theo. Đây chính là thuận lợi đối với những doanh nghiệp muốn xâm nhập vào thị trường Mỹ, bởi vì các doanh nghiệp ít khi (nếu không muốn nói là không) gặp phải trở ngại nào do yếu tố tín ngưỡng hay tôn giáo như các thị trường khác.

2. Đặc điểm của thị trường thuỷ sản Mỹ.

2.1 Tổng sản lượng thuỷ sản và giá trị.

Mỹ là một trong số ít quốc gia có nguồn lợi hải sản giàu có và phong phú vào bậc nhất thế giới. Nghề cá được tiến hành ở bờ Đông thuộc Đại Tây Dương, bờ Tây thuộc Thái Bình Dương và trong các thuỷ vực nội địa rộng lớn. Theo đánh giá của Mỹ, khả năng có thể cho phép khai thác hằng năm từ 6 - 7 triệu tấn hải sản, nhưng để bảo vệ và duy trì lâu dài nguồn lợi này, người ta chỉ hạn chế ở mức từ 4,5 - 5 triệu tấn/năm.

Diễn biến tổng sản lượng thuỷ sản của Mỹ trong khoảng hai thập kỷ qua cho thấy không có sự biến đổi lớn và đột ngột. Cụ thể như sau :

Bảng 2: Sản lượng thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Tổng sản lượng, triệu tấn
1981	4
1985	5
1987	6
1990	5,8
1995	5,6
1996	5,4
1997	5,4
1998	5,2
1999	5,1
2000	5,15
2001	5,2

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Xu thế chung của tổng sản lượng thủy sản của Mỹ hiện nay là giảm dần sản lượng khai thác và tăng dần sản lượng nuôi trồng.

Một đặc điểm khác là, nếu như trước đây biển miền Đông có sản lượng lớn thì nay càng ngày càng giảm đi, trong khi đó sản lượng ở miền Tây tăng lên rất nhanh và hiện nay đã chiếm tỷ lệ lớn. Như vậy nghề khai thác hải sản của Mỹ hiện nay diễn ra ở vùng biển phía Tây thuộc Thái Bình Dương mạnh hơn ở bờ phía Đông.

Sau khi đạt được sản lượng kỷ lục 6 triệu tấn năm 1987, nghề cá Mỹ có sự điều chỉnh lớn và triệt để. Người ta bắt đầu hiện đại hoá hạm tàu cá và điều chỉnh cơ cấu khai thác sao cho có hiệu quả cao nhất. Vấn đề chất lượng sản lượng được đề cao. Người ta hạn chế khai thác các đối tượng kém giá trị và tăng cường khai thác các đối tượng có nhu cầu cao và giá trị cao trên thị trường. Do vậy tổng sản lượng có giảm dần đi và hiện nay chỉ duy trì ở mức khoảng 5 triệu tấn/năm.

Tuy tổng sản lượng có giảm dần, nhưng giá trị của nó lại tăng lên. Nếu như năm 1988 tổng giá trị sản lượng thủy sản của Mỹ được đánh giá là 4,1 tỷ USD thì sang năm 1999

lên 4,3 tỷ USD. Tính bình quân giá trị của tổng sản lượng thủy sản Mỹ năm 1999 là 843 USD/tấn. Đây là chỉ số khá cao trên thế giới.

2.2 Sản lượng khai thác - giá trị - cơ cấu

a). Diễn biến sản lượng khai thác

Bảng 3: Sản lượng khai thác thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng khai thác, triệu tấn
1990	5,5
1991	5,1
1992	5,1
1993	5,5
1994	5,5
1995	5,2
1996	5,0
1997	4,9
1998	4,7
1999	4,8
2000	4,85
2001	4,7

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sản lượng khai thác của Mỹ giảm từ 5,5 triệu tấn năm 1990 xuống 4,8 triệu tấn năm 1999 và chiếm 94% tổng sản lượng, đứng hàng thứ hai ở châu Mỹ và thứ tư thế giới. Giá trị sản lượng khai thác của Mỹ năm 1998 được đánh giá là 3,3 tỷ USD sang năm 1999 là 3,5 tỷ USD. Trong sản lượng khai thác thì hải sản là 4,6 triệu tấn, còn thủy sản nội địa chỉ có 0,2 triệu tấn.

b). Cơ cấu sản lượng và giá trị

Khai thác hải sản của Mỹ mang tính thương mại rất cao nên cơ cấu sản lượng được phân định rõ ràng và khá đầy đủ về cả khối lượng và giá trị. Như đã nêu ở trên, nguồn lợi hải sản của Mỹ rất lớn, phong phú và quý giá gồm cả cá đáy, cá nổi, giáp xác, nhuyễn thể, trong đó có nhiều loài có giá trị thương mại rất cao như tôm he, tôm hùm, cua, cá hồi, cá

ngừ, điệp ... Nếu như vùng biển phía Đông giàu có về tôm he (vịnh Mêhicô), tôm hùm, điệp ... thì ở vùng biển phía Tây lại tập trung các nghề khai thác cá ngừ, cá hồi, cá tuyết ...

Sau đây là các nhóm đối tượng khai thác chủ yếu cho giá trị cao nhất của nghề khai thác hải sản Mỹ.

- Tôm he : Mỹ là cường quốc về khai thác tôm của châu Mỹ và thế giới với sản lượng gần đây như sau :

Bảng 4: Giá trị và sản lượng khai thác tôm he của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	132	544
1998	126	515
1999	136	560

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Hạm tàu khai thác tôm của Mỹ được xếp vào loại hiện đại nhất và tập trung chủ yếu ở các bang Đông - Nam nước Mỹ ven vùng vịnh Mêhicô. Các đối tượng khai thác quan trọng nhất là tôm he nâu *P.aztecus* và tôm he bạc *P.setiferus*. Nhờ làm tốt công tác bảo vệ nguồn lợi và quản lý có hiệu quả nghề lưới kéo tôm mà nguồn lợi quý giá này được duy trì khá ổn định giúp cho sự hoạt động của hạm tàu tôm ở vịnh Mêhicô duy trì được lâu dài và có hiệu quả.

Tuy chỉ đóng góp có 1% cho sản lượng khai thác hải sản, nhưng tôm lại chiếm tới 15,5% tổng giá trị. Rõ ràng nghề khai thác tôm của Mỹ có vị trí quan trọng đặc biệt.

- Cua biển : Nhờ nguồn lợi lớn và phong phú ở cả biển phía Đông và phía Tây nên từ lâu nghề khai thác cua bằng lưới bẫy và lưới rê đã có vị trí quan trọng. Mỹ luôn ở nhóm nước có sản lượng cua hàng đầu thế giới.

Bảng 5: Giá trị và sản lượng khai thác cua biển của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	195	430
1998	251	473
1999	210	521

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Do giá cua biển trên thị trường Mỹ và Nhật Bản tăng cao nên tuy sản lượng của năm 1999 là 210 nghìn tấn so với 251 nghìn tấn năm 1998 nhưng giá trị lại tới 521 triệu USD, chiếm 14,4% tổng giá trị khai thác của Mỹ.

- Tôm hùm : Mỹ là quốc gia khai thác tôm hùm lớn thứ nhì thế giới (sau Canada). Tôm hùm là nguồn lợi quý hiếm nhất của Mỹ và được bảo vệ đặc biệt. Nghề khai thác chủ yếu ở vùng biển phía Đông thuộc Đại Tây Dương.

Bảng 6: Giá trị và sản lượng khai thác tôm hùm của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	41	301
1998	39	278
1999	42	352

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Rõ ràng tôm hùm tuy có sản lượng chỉ là 42 nghìn tấn nhưng đã được đánh giá tới 352 triệu USD, chiếm 7,6% tổng giá trị khai thác hải sản và là nghề khai thác có vị trí đặc biệt.

- Cá hồi : Cá hồi có giá trị cao nhất trong các loài cá biển khai thác của Mỹ gồm cả cá hồi Đại Tây Dương và cá hồi Thái Bình Dương với sản lượng như sau :

Bảng 7: Giá trị và sản lượng khai thác cá hồi của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị ,triệu USD
1997	257	270
1998	292	257
1999	353	360

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sản lượng cá hồi tăng đột ngột lên 350 nghìn tấn năm 1999 trị giá 360 triệu USD cao, nhất trong các loài cá biển. Sản lượng tập trung chủ yếu là hai loài : Cá hồi bạc Thái Bình Dương (172 nghìn tấn) và cá hồi đỏ Thái Bình Dương (110 nghìn tấn). Cá hồi đỏ rất quý được đánh giá tới 233 triệu USD. Hiện nay Mỹ có sản lượng cá hồi khai thác đứng hàng thứ nhì thế giới (sau Nhật Bản).

- Cá ngừ: Mỹ là cường quốc về khai thác cá ngừ thế giới với hạm tàu vây ngừ lớn vào bậc nhất. Tuy nhiên, sản lượng lại luôn biến động.

Bảng 8: Giá trị và sản lượng khai thác cá ngừ của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	38	110
1998	38,5	94
1999	216	220

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sau thời gian dài suy giảm nghiêm trọng, năm 1999 nghề lưới vây cá ngừ của Mỹ được mùa lớn, sản lượng tăng lên đột ngột tới 216 nghìn tấn gồm 150 nghìn tấn cá ngừ sọc dưa, 40 nghìn tấn ngừ vây vàng, 15 nghìn tấn ngừ mắt to. Sản lượng cá ngừ chủ yếu ở biển phía Tây thuộc Thái Bình Dương. Hạm tàu cá ngừ của Mỹ khai thác chủ yếu ở biển quốc tế (chiếm 80% sản lượng).

Trên đây là 5 đối tượng khai thác có giá trị cao nhất của nghề khai thác hải sản của Mỹ. Điều cần chú ý đây cũng là 5 mặt hàng có nhu cầu cao nhất ở Mỹ. Người tiêu dùng Mỹ chỉ tập trung vào mua nhiều nhất các sản phẩm từ 5 đối tượng này. Do cung luôn đi sau cầu nên đây cũng là 5 nhóm sản phẩm chủ yếu mà Mỹ phải nhập khẩu. Do vậy các nước xuất khẩu thủy sản muốn thành công ở thị trường Mỹ cần phải nghiên cứu kỹ tình hình sản xuất của họ và nhu cầu thực tế của thị trường để đưa ra các dự báo cho phù hợp.

- Cá tuyết: Cá tuyết là đối tượng khai thác quan trọng nhất của nghề khai thác hải sản Mỹ. Sản lượng cá tuyết của Mỹ rất lớn:

Bảng 9: Giá trị và sản lượng khai thác cá tuyết của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	1.450	410
1998	1.502	300
1999	1.300	280

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sản lượng cá tuyết của Mỹ năm 1999 là 1,3 triệu tấn chiếm 27% sản lượng khai thác, nhưng giá trị lại rất thấp, chỉ chiếm 8%, do sản lượng cá tuyết Thái Bình Dương là chủ yếu, mà người Mỹ lại không ưa chuộng nên hầu như phải xuất khẩu phần lớn sản

phẩm này. Người Mỹ chỉ ưa chuộng cá hồi Đại Tây Dương - thứ mà Mỹ khai thác rất ít nên họ phải nhập khẩu sản phẩm từ Canada và Nauy để đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Cá trích: Nghề khai thác cá trích (chủ yếu là tàu lưới vây) cho sản lượng rất lớn.

Bảng 10: Giá trị và sản lượng khai thác cá trích của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1997	920	112
1998	773	103
1999	900	113

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sản lượng chủ yếu để sản xuất bột cá chăn nuôi và đóng hộp. Người Mỹ không ưa chuộng đối tượng rẻ tiền này.

- Các đối tượng khác: Ngoài các đối tượng nêu ở trên, còn rất nhiều các đối tượng khác cho sản lượng và giá trị cao như cá bon, cá hồng, điệp, sò ...

2.3 Nuôi trồng thủy sản.

Về sản lượng, tuy không thể so sánh được với Trung Quốc, Ấn Độ và Nhật Bản, nhưng Mỹ vẫn đứng trong danh sách các nước hàng đầu thế giới về nuôi trồng thủy sản và hiện dẫn đầu Tây bán cầu.

Bảng 11: Giá trị và sản lượng nuôi trồng thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1990	315	535
1995	413	729
1996	393	736
1997	438	771
1998	445	781
1999	460	798

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Nuôi trồng thủy sản của Mỹ mang đậm tính thương mại. Mỹ chỉ nuôi những loài quý có nhu cầu cao và có lãi. Vì vậy tuy sản lượng khá cao nhưng lại chỉ tập trung vào một số loài như cá nheo, cá hồi, rô phi và hào.

ở giai đoạn hiện nay, có thể nói nuôi trồng thủy sản ở Mỹ chủ yếu là nuôi cá nheo (*Ictalurus punctatus*). Đây là "đặc thủy sản của Mỹ" được người tiêu dùng rất ưa chuộng và ở nhiều Bang cá nheo còn là món ăn truyền thống.

Bảng 12: Giá trị và sản lượng cá nheo của Hoa Kỳ

Năm	Sản lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1990	163	273
1995	203	330
1996	214	365
1997	238	371
1998	256	420
1999	270	443

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sau 10 năm sản lượng cá nheo tăng lên 1,65 lần còn giá trị sản lượng tăng 1,6 lần.

Nghề nuôi cá nheo ở Mỹ là một lĩnh vực sản xuất lớn và mang tính xã hội cao. Hầu hết các chủ trang trại cá nheo đều là thành viên của Hội những người nuôi cá nheo Mỹ (CFA). ở các bang Đông - Nam như Misisipi và Louisiana ... CFA có tiếng nói quan trọng. Ngoài ra Hội những người câu cá nheo giải trí cũng có rất đông hội viên. Họ lôi cuốn được nhiều nhà hoạt động chính trị, xã hội và tài chính làm hội viên.

Những năm gần đây, thị trường Mỹ hướng vào cá rô phi, thúc đẩy nghề nuôi rô phi phát triển rất nhanh và lan ra nhiều Bang ở Mỹ. Sản lượng cá rô phi từ 2000 tấn năm 1990 tăng lên 10.000 tấn năm 1999. Do nhu cầu tăng quá nhanh nên Mỹ phải nhập khẩu rất nhiều sản phẩm rô phi mới đáp ứng được thị trường.

Một điều đáng chú ý là nghề nuôi tôm càng nước ngọt của Mỹ hiện đang dẫn đầu thế giới với sản lượng 32 nghìn tấn năm 1990, nay chỉ còn 18 nghìn tấn. Nghề này chỉ tập trung ở bang Hawaii và chỉ nuôi một loài là *Procambarus clarkii*.

Ngoài ra Mỹ còn là cường quốc nuôi cá hồi ở Tây bán cầu với sản lượng 62 nghìn tấn (1999).

2.4 Chế biến thủy sản

Công nghiệp chế biến thủy sản không lồ của Mỹ được phân bố ở khắp các Bang, nhưng tập trung nhiều ở các Bang bờ Đông và các thành phố lớn ở bờ Tây. Ngoài ra còn nhiều sản phẩm được chế biến ngay trên biển (ở các tàu lưới kéo cá tuyết, tàu mẹ chế biến cá hồi, cá ngừ, cá trích ...).

Công nghiệp chế biến thủy sản của Mỹ phục vụ cả thị trường nội địa và thị trường nước ngoài. Do người tiêu dùng Mỹ chỉ ưa chuộng các sản phẩm tinh chế dù giá cao đã thúc đẩy công nghiệp chế biến phát triển mạnh và luôn ở trình độ cao.

Công nghiệp chế biến thủy sản Mỹ tập trung vào sản xuất ba khối sản phẩm chính :
1/ Các sản phẩm tươi và đông lạnh; 2/ Hộp thủy sản; 3/ Các sản phẩm phi thực phẩm (sản phẩm kỹ thuật).

bảng 13: Giá trị các sản phẩm thủy sản chế biến của Mỹ

Tên sản phẩm	1998		1999	
	Triệu USD	%	Triệu USD	%
Sản phẩm thực phẩm				
- Tươi sống và đông lạnh	5.224	71	5.051	69
- Hộp thủy sản	1.425	19	1.527	21
- Sản phẩm chín	132	2	152	2
Tổng cộng	6.782	92	6.730	92
Sản phẩm kỹ thuật				
- Hộp cho chăn nuôi	350	5	339	5
- Dầu cá, bột cá	172	2	189	3
- Loại khác	61	1	79	1
Tổng cộng	583	8	607	8
Toàn bộ	7.365	100	7.338	100

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Như đã nêu ở trên, giá trị của tổng sản lượng thủy sản Mỹ năm 1999 là 4,3 tỷ USD, nhưng sau khi chế biến ra các sản phẩm thì tổng giá trị đã lên tới 7,3 tỷ USD (tăng lên 170%). Rõ ràng công nghiệp chế biến thủy sản của Mỹ sinh lợi rất cao và có vai trò quyết định cho hiệu quả của cả ngành thủy sản nước này.

2.5 Ngoại thương thủy sản.

Mỹ cùng với Nhật Bản là các thị trường thủy sản lớn nhất hiện nay. Cách đây 5 năm, ngoại thương thủy sản của Mỹ đã vượt con số 10 tỷ USD/năm. Ngoại thương thủy sản của Mỹ có một vài đặc điểm chính như sau : 1/ Cả nhập khẩu và xuất khẩu đều đạt giá trị rất lớn; 2/ Thâm hụt ngoại thương thủy sản ngày một tăng.

a). Tổng giá trị ngoại thương và mức thâm hụt

bảng 14: Tổng giá trị ngoại thương thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Tổng giá trị ngoại thương, triệu USD	Thâm hụt ngoại thương, (triệu USD
1991	9.281	2.719
1992	9.609	2.442
1993	9.469	3.111
1994	9.771	3.520
1995	10.524	3.858
1996	10.227	3.933
1997	10.988	5.288
1998	10.978	6.178
1999	11.876	6.171
2000	13.086	7.086

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sau 10 năm mức thâm hụt ngoại thương thủy sản của Mỹ từ 2,7 tỷ USD năm 1991 tăng lên 10,07 tỷ USD năm 2000 tức là tăng lên 3,7 lần.

b). Nhập khẩu thủy sản

* *Giá trị và khối lượng*

Bảng 15: Kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Khối lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1991	1.400	6.000
1995	1.488	7.043
1996	1.517	7.080
1997	1.629	8.138
1998	1.730	8.578
1999	1.830	9.073
2000	1.866	10.086

Nguồn, CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sau 10 năm giá trị nhập khẩu thủy sản của Mỹ tăng 1,86 lần trong khi khối lượng chỉ tăng 1,33 lần, chứng tỏ cơ cấu nhập khẩu có thay đổi cơ bản nghiêng về các mặt hàng cao cấp giá đắt và giá trung bình .

Nhập khẩu thủy sản của Mỹ tăng trưởng rất nhanh, đặc biệt từ năm 1997 đến năm 2000 giá trị nhập khẩu tăng trên 10%/năm. Hiện nay, Mỹ là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai thế giới và chiếm 16,5% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản thế giới.

* *Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu*

Mỹ nhập hơn 100 mặt hàng thủy sản các loại từ cao cấp nhất đến thấp nhất, với đủ mọi loại giá cả khác nhau. Sau đây chỉ giới thiệu các mặt hàng nhập khẩu có giá trị cao nhất.

Tôm đông : Tôm đông là mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Mỹ và luôn có giá trị lớn nhất với diễn biến như sau :

Bảng 16: Giá trị nhập khẩu tôm đông của Hoa Kỳ

Năm	Khối lượng, 1000T	Giá trị, triệu USD
1991	227	1.789
1995	245	2.416
1996	238	2.245
1997	263	2.652

1998	373	3.712
1999	330	3.138
2000	345	3.756

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Sau 10 năm nhập khẩu tôm đông của Mỹ tăng từ 1,79 tỷ USD năm 1991 lên 3,7 tỷ USD năm 2000 (tăng 2 lần) là mức tăng trưởng cao nhất trên thế giới. Mỹ nhanh chóng vượt qua Nhật Bản trở thành nước nhập khẩu tôm đông lớn nhất thế giới (năm 2000 Mỹ nhập khẩu hơn Nhật Bản khoảng 90 nghìn tấn).

Giá trị nhập khẩu tôm đông của Mỹ năm 2000 chiếm 37% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản và tăng gần 20% so với năm 1999. Như vậy là năm 2000 mức nhập khẩu tôm đông của Mỹ tăng quá nhanh và đạt con số kỷ lục.

Mỹ nhập khẩu 19 loại sản phẩm tôm khác nhau, nhưng chỉ có 3 sản phẩm cho giá trị lớn nhất là :

bảng 15: Giá trị nhập khẩu một số sản phẩm tôm của Hoa Kỳ

Tên sản phẩm	Giá trị nhập năm 2000, triệu USD	% giá trị
Tôm đông bóc vỏ	1.244	33
Tôm đông chế biến	654	17
Tôm đông còn vỏ 31/40	334	9

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Giá trung bình tôm đông nhập khẩu tăng từ 7,8 USD/kg năm 1991 lên 9,6 USD/kg năm 1996 và 10,9 USD/kg năm 2000 tức là sau 10 năm chỉ số này tăng lên 40%.

Thái Lan chiếm lĩnh thị trường tôm ở Mỹ với khối lượng xuất khẩu năm 2000 là 126.448 tấn, giá trị 1.480 triệu USD, chiếm gần 40% giá trị nhập khẩu tôm của Mỹ và bỏ rất xa các đối thủ cạnh tranh. Tiếp theo là Mêhicô, Ấn Độ, Việt Nam, Ấn Độ, ...

Trong khi các nước xuất khẩu tôm truyền thống sang Mỹ như Êquado, Mêhicô, Panama, Enxanvado, Beliz, Colombia ... gặp nhiều khó khăn vì nuôi tôm bị bệnh thì nhân dịp này các nước Châu á đã tăng tốc xuất khẩu để lấp chỗ trống. Tăng nhanh nhất xuất khẩu tôm sang Mỹ năm 2000 là Trung Quốc, Việt Nam, Ấn Độ, Băngladét.

Tuy năm 2000 nhập khẩu tôm của Mỹ chỉ cao hơn năm 1999 có 14 nghìn tấn (tăng 4%) nhưng lại rất sôi động vì giá tôm có tăng lên và đặc biệt sự tranh giành ngôi thứ cao rất quyết liệt.

Cua : Mỹ là thị trường nhập khẩu các sản phẩm cua lớn nhất thế giới. Năm 2000 giá trị nhập khẩu cua lên tới 953 triệu USD, chiếm 9,5% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản và là nhóm hàng nhập có giá trị lớn thứ hai. Có tới 25 các sản phẩm cua được nhập khẩu, nhưng nhiều nhất là cua đông nguyên con (380 triệu USD), tiếp theo là thịt cua đông. Mỹ nhập khẩu cả cua biển và cua nước ngọt (của Trung Quốc).

Tôm hùm : Mỹ là cường quốc về khai thác tôm hùm, nhưng chỉ đáp ứng được một nửa nhu cầu thị trường. Người Mỹ ngày càng ưa chuộng các sản phẩm cao cấp nhất, trong đó tôm hùm là sự lựa chọn hàng đầu. Giá trị nhập khẩu tôm hùm năm 2000 lên tới con số kỷ lục 870 triệu USD, đứng hàng thứ ba về giá trị và chiếm gần 9% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản. Riêng tôm hùm đông nguyên con là 530 triệu USD, tôm hùm sống là 205 triệu USD. Các nước cung cấp chính là Canada, Mêhicô, Brazil, Ôxtrâyliia ...

Cá hồi : Mặc dù Mỹ là cường quốc về khai thác cá hồi, nhưng người Mỹ lại không thích cá hồi Thái Bình Dương của họ mà chỉ ưa chuộng cá hồi Đại Tây Dương (*Salmo salar*) do Nauy và Chilê nuôi nhân tạo. Do vậy nhập khẩu các sản phẩm cá hồi có giá trị lớn thứ tư và năm 2000 lên tới 853 triệu USD. Người Mỹ rất ưa chuộng cá hồi Đại Tây Dương ướp đá nguyên con và cá hồi phi lê ướp đá chở bằng máy bay từ Nauy, Chilê, Canada ... Riêng hai sản phẩm này đã phải nhập với giá trị gần 600 triệu USD (năm 2000).

Cá ngừ : Là một nước có công nghiệp khai thác cá ngừ lớn của thế giới và là nước sản xuất nhiều hộp cá ngừ nhất thế giới, nhưng nhu cầu về cá ngừ của người Mỹ rất cao, cung luôn thấp hơn cầu. Trước đây người Mỹ chỉ ưa chuộng hộp cá ngừ, nhưng gần đây lại thích tiêu dùng cả cá ngừ tươi. Tuy nhiên, nhập khẩu cá ngừ của Mỹ đang có xu hướng giảm trong mấy năm gần đây và diễn biến như sau :

Bảng 16: Kim ngạch nhập khẩu cá ngừ của Hoa Kỳ

Tên sản phẩm	Giá trị nhập khẩu các năm, triệu USD		
	1998	1999	2000

Cá ngừ tươi và đông	515	549	418
Hộp cá ngừ	289	335	210
Tổng cộng	840	884	628

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Như vậy, thị trường cá ngừ Mỹ năm 2000 rất ảm đạm, giá trị nhập khẩu cả hai mặt hàng chính giảm 29% so với năm 1999. Đây là mức giảm kỷ lục suốt thập kỷ qua. Các nước xuất khẩu chính sang thị trường Mỹ về hộp cá ngừ là Thái Lan, Philippin và Indônêxia, cá ngừ tươi và đông là Mêhicô, Êquado, Idônêxia, Việt Nam ...

Cá tuyết : Tuy sản lượng khai thác cá tuyết của Mỹ rất lớn, nhưng chủ yếu là cá tuyết Thái Bình Dương không được người Mỹ ưa chuộng, họ chỉ ưa chuộng cá tuyết Đại Tây Dương. Do đặc thù này mà Mỹ phải xuất khẩu phần lớn sản phẩm của mình với giá thấp và nhập khẩu các sản phẩm của Canada và Tây Âu với giá cao.

Cá nước ngọt : Mỹ dẫn đầu thế giới về nhập khẩu cá nước ngọt. Năm 2000 giá trị nhập khẩu cá nước ngọt lên tới 173 triệu USD. Riêng cá rô phi lên tới 102,2 triệu USD, chiếm 59% giá trị nhập khẩu cá nước ngọt với 3 sản phẩm là cá phi lê đông, phi lê tươi và cá đông nguyên con. Dẫn đầu về xuất khẩu cá rô phi vào Mỹ là Đài Loan, Êquado và Trung Quốc.

Năm 2000 mức nhập khẩu cá ba sa phi lê cũng rất cao, tới 12,4 triệu USD khối lượng 3.736 tấn chủ yếu từ Việt Nam.

* Các khu vực và các quốc gia xuất khẩu lớn thủy sản vào Mỹ

Bảng 17: Các khu vực xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ năm 1999

Năm	Giá trị XKTS, triệu USD	%
Châu á	3.573	40
Bắc Mỹ	2.806	31
Nam Mỹ	1.368	15
EU	160	1,8
Các khu vực khác	...	12,2
Tổng	9.013	100

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Như vậy, thị trường nhập khẩu thủy sản của Mỹ hiện nay chủ yếu từ các nước Đông Nam á, Đông á, Canada và một số quốc gia Mỹ La tinh (Mêhicô, Chilê, Êquado).

Bảng 18: Các quốc gia dẫn đầu về giá trị xuất khẩu thủy sản vào Mỹ

Nước	Giá trị XK, triệu USD	
	1999	2000
Canada	1.712	1.934
Thái Lan	1.558	1.816
Trung Quốc	440	598
Mêhicô	494	535
Chilê	371	514
Êquado	555	363
Việt Nam	141	302

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Có rất nhiều nước xuất khẩu thủy sản vào Mỹ, nhưng chỉ có khoảng 20 nước có giá trị từ 100 triệu USD/năm trở lên. Trong số các quốc gia này thì chỉ có Canada và Thái Lan chiếm tỷ trọng lớn nhất.

Canada coi thị trường Mỹ là "thị trường nhà" vì họ cũng là các thành viên quan trọng nhất của "Hiệp ước tự do mậu dịch Bắc Mỹ" gọi tắt là NAFTA. Thị trường Mỹ luôn chiếm trên 60% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Canada. Năm 2000 vị trí độc tôn của

Canada lần đầu tiên bị Thái Lan uy hiếp, nhưng vẫn còn chiếm 19,3% thị phần nhập khẩu của Mỹ. Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Canada vào Mỹ là cá philê, tôm hùm.

Sau khi thị trường Nhật Bản suy yếu (từ 1997) các nhà xuất khẩu Thái Lan chuyển hẳn sang thị trường Mỹ và giá trị tăng vọt lên 1,55 tỷ USD năm 1999 rồi 1,81 tỷ USD năm 2000 và đã gần đuổi kịp Canada. Vào thời điểm hiện nay Thái Lan là đối thủ nặng ký nhất đối với các nước xuất khẩu thủy sản vào Mỹ vì họ đang chiếm lĩnh hai mặt hàng quan trọng nhất là tôm đông và hộp thủy sản (chủ yếu là hộp cá ngừ). Hiện nay họ đang chiếm 19,2% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản của Mỹ và bỏ rất xa các nước đứng ở dưới.

Trung Quốc đã vượt qua Mêhicô lên vị trí thứ ba với giá trị xuất khẩu từ 327 triệu USD năm 1998 lên 440 triệu USD năm 1999 và tăng vọt lên 598 triệu USD năm 2000 chiếm 6% thị phần nhập khẩu của Mỹ. Trung Quốc cũng là đối thủ đáng gờm của các nước xuất khẩu châu á vì họ có tiềm năng rất to lớn về tôm (gần 1 triệu tấn cả khai thác và nuôi trồng), cá biển, mực và đặc biệt là cá nước ngọt (rô phi, cá chình). Sản phẩm của Trung Quốc có giá thành sản phẩm thấp, chất lượng trung bình và đặc biệt là khả năng tiếp thị của họ ở thị trường Mỹ.

Tiếp theo là các bạn hàng truyền thống của Mỹ cùng châu lục như Mêhicô, Chilê và Êquado. Giá trị xuất khẩu thủy sản của các nước này sang Mỹ gần đây đều trên 500 triệu USD/năm. Không may cho Mêhicô và Êquado là nghề nuôi tôm năm 2000 bị thất bại do dịch bệnh vi rút đốm trắng. Tuy vậy, các nước này đều có tiềm năng lớn về các sản phẩm xuất khẩu. Mêhicô với các mặt hàng chủ lực là tôm (khai thác tự nhiên là chính) và cá ngừ. Êquado với các mặt hàng có nhiều tiềm năng là tôm nuôi, cá rô phi nuôi và cá ngừ. Sản lượng khai thác cá ngừ của Êquado tăng rất nhanh và trở thành cường quốc cá ngừ thứ nhì ở Tây bán cầu (sau Mỹ). Chilê có tiến bộ vượt bậc về nuôi cá xuất khẩu. Sản phẩm chủ lực là cá hồi nuôi, hộp cá và bột cá. Giá trị xuất khẩu của Chilê sang Mỹ tăng rất nhanh từ 168 triệu USD năm 1998 lên 370 triệu USD năm 1999 rồi 514 triệu USD năm 2000.

2.6 Xuất khẩu thủy sản.

Như đã nêu, Mỹ không chỉ là nước nhập khẩu thủy sản thứ nhì thế giới mà còn là nước xuất khẩu hàng đầu thế giới. Giá trị xuất khẩu thủy sản của Mỹ như sau:

bảng 19: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Hoa Kỳ

Năm	Giá trị xuất khẩu, triệu USD
1992	3.582
1995	3.383
1996	3.147
1997	2.850
1998	2.400
1999	2.848
2000	3.004

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Tới năm 1992 Mỹ là nước xuất khẩu thủy sản số một thế giới với giá trị kỷ lục là 4,58 tỷ USD. Sau khi bị Thái Lan vượt thì xuất khẩu giảm sút và tới 1998 chỉ còn 2,4 tỷ USD, xuống vị trí thứ 5 thế giới. Sang năm 2000 xuất khẩu tăng lên nhanh và đạt 3 tỷ USD. Tuy nhiên, họ vẫn không cải thiện được vị trí do nhiều nước đã có tiến bộ nhanh về xuất khẩu thủy sản hơn Mỹ.

Các mặt hàng xuất khẩu quan trọng đều là các mặt hàng Mỹ sản xuất ra rất nhiều nhưng người Mỹ lại không ưa chuộng. Đứng đầu về giá trị xuất khẩu là cá hồi Thái Bình Dương (đông lạnh và hộp cá) với giá trị khoảng gần 600 triệu USD (2000). Tiếp theo là surimi từ cá tuyết Thái Bình Dương - 300 triệu USD (2000), tôm hùm 270 triệu USD (2000). Sản phẩm xuất khẩu độc đáo nhất của Mỹ là trứng cá (trứng cá trích, cá hồi, cá tuyết) với khối lượng 42 nghìn tấn, giá trị 370 triệu USD (1999). Mỹ cũng là nước xuất khẩu tôm đông với giá trị 123 triệu USD (1999).

Thị trường xuất khẩu thủy sản chủ yếu của Mỹ là : Châu á - 53% tổng giá trị xuất khẩu, Bắc Mỹ - 26%, châu Âu - 16%.

Bạn hàng lớn nhất là Nhật Bản - 42% thị phần, tiếp theo là Canada - 23%, Hàn Quốc - 6% (1999). Trong khối EU có Anh và Pháp là hai bạn hàng lớn của Mỹ. Nhật Bản là nước nhập khẩu lớn nhất các các sản phẩm cá hồi, surimi và trứng cá của Mỹ. Năm 2000 Mỹ xuất sang Nhật 1.157 triệu USD các mặt hàng thủy sản, nhưng chỉ nhập khẩu của Nhật có 164 triệu USD.

2.7 Nhu cầu và xu hướng tiêu thụ thủy sản của Mỹ

Bảng 20: Mức tiêu thụ thủy sản thực phẩm của người Mỹ

Thời kỳ	kg/người/năm
1991 – 1993	21,4
1994 – 1995	21,6
1996 – 1997	20,9

Nguồn: CFA, Hiệp hội cá nheo Mỹ

Nhìn chung tiêu thụ thủy sản thực phẩm của người Mỹ không có biến động nhiều về khối lượng, nhưng có thay đổi về chất lượng và nghiêng về các sản phẩm cao cấp rất đắt như tôm he, tôm hùm, cá ngừ, cá hồi, cua biển, cá rô phi, cá chình, cá basa ... Mặt khác người tiêu dùng Mỹ rất ưa chuộng các sản phẩm tinh chế (tôm nõn, philê, hộp cá, thịt cua, các sản phẩm ăn liền ...). Chính vì vậy mà tuy khối lượng nhập khẩu không tăng nhiều, nhưng giá trị nhập khẩu thủy sản tăng rất nhanh và đã vượt 10 tỷ USD năm 2000 với mức thâm hụt ngoại thương kỷ lục là 7 tỷ USD.

Xu hướng tiêu thụ thủy sản thực phẩm tiếp theo của người Mỹ còn phụ thuộc rất nhiều vào tình trạng nền kinh tế Mỹ và mức thu nhập của đa số người tiêu dùng Mỹ trong tương lai. Tuy nhiên, xu hướng người tiêu dùng Mỹ chỉ ưa chuộng các "đặc thủy sản" và các mặt hàng cao cấp thì có lẽ không thay đổi nhiều.

**Bảng 21: Mức tiêu thụ 10 hàng thuỷ sản chính
của Hoa Kỳ năm 2000**

thị trường	Tên sản phẩm	Mức tiêu thụ năm 2000 (pao/người)
1	Cá ngừ	3,6
2	Tôm	3,2
3	Cá tuyết pollock	1,68
4	Cá hồi	1,59
5	Cá catfish	1,13
6	Cá tuyết đại tây dương	0,77
7	Nghêu, sò	0,48
8	Cua	0,46
9	Cá dẹt (chủ yếu là cá bon)	0,43
10	Điệp	0,27

Nguồn: Viện Nghệ cá quốc gia Hoa Kỳ (NFI)

III. Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ.

3.1 Cơ hội

Với số dân trên 280 triệu người, mức tiêu thụ sản phẩm thuỷ sản thực phẩm trung bình hàng năm trên 15 pao/người và nhu cầu nhập khẩu thuỷ sản hàng năm là 1100 tỷ USD. Mỹ là thị trường nhập khẩu thuỷ sản lớn thứ 2 trên thế giới và cũng là thị trường tiêu thụ đa dạng về mặt hàng, giá trị và chất lượng. Do đó, khi Hiệp định thương mại song phương có hiệu lực, quy chế Tối huệ quốc (MFN) trong thương mại hàng hoá sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng thuỷ sản Việt Nam vào thị trường đầy hấp dẫn này với sự ưu đãi về mặt thuế suất thuế nhập khẩu MFN, chẳng hạn đối với thịt cua thuế suất MFN là 7,5%, phi MFN là 15%; ốc: thuế suất tương ứng là 5% và 20%; cá phi lê tươi và đông: 0% và 0-5.5 cent/kg; cá khô 4-7% và 25-30 %...

Tuy nhiên, trên thực tế, không phải tất cả các mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam đều được hưởng lợi trực tiếp từ việc cắt giảm thuế nhập khẩu. Bởi vì một số mặt hàng thuỷ sản không có sự chênh lệch về thuế suất thuế nhập khẩu giữa khi được hưởng MFN và khi không được hưởng MFN nhưng sẽ có lợi ích gián tiếp. Đó là khi Hiệp định có hiệu lực,

số lượng khách hàng quan tâm đến hàng hoá Việt Nam chắc chắn sẽ tăng lên và các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng nói trên chắc chắn sẽ có nhiều lựa chọn cạnh tranh hơn so với trước đây.

Tiếp đó, việc thực thi Hiệp định cũng sẽ khuyến khích việc tổ chức xúc tiến các hoạt động thương mại giữa hai nước như hội chợ, triển lãm, trao đổi các phái đoàn và hội thảo thương mại tại lãnh thổ hai nước, cho phép các công dân và công ty hai nước quảng cáo sản phẩm dịch vụ bằng cách thoả thuận trực tiếp với các tổ chức thông tin quảng cáo, bao gồm truyền hình, phát thanh, đơn vị kinh doanh in ấn và bảng hiệu... Mỗi bên cũng cho phép liên hệ và bán trực tiếp hàng hoá dịch vụ giữa các công dân và công ty của bên kia tới người sử dụng cuối cùng. Đây là cơ hội cho cả doanh nghiệp Việt Nam và Mỹ có điều kiện hiểu sâu về thị trường của nhau để mở rộng hoạt động buôn bán giữa hai nước.

Tuy nhiên, mặc dù Hiệp định thương mại đem đến cho các doanh nghiệp Việt Nam những thuận lợi về chính sách, cơ chế xuất khẩu hàng hoá và thuế nhập khẩu, nhưng đồng thời cũng phải đối mặt với không ít khó khăn, đó là:

- Việc được hưởng quy chế MFN chưa phải là điểm quyết định để làm tăng khả năng cạnh tranh của hàng thuỷ sản Việt Nam, vì Mỹ đã áp dụng quy chế Tối huệ quốc với 136 nước thành viên WTO, ngoài ra còn có ưu đãi đặc biệt với các nước chậm và đang phát triển, nhưng Việt Nam chưa được hưởng chế độ này. Mức thuế trung bình của MFN là 5% nhưng nếu được hưởng ưu đãi GPS thì gần như bằng 0%.

- Hiện nay, có hơn 100 nước xuất khẩu đủ loại hàng thuỷ sản vào Mỹ, trong số đó có rất nhiều nước truyền thống lâu đời trong buôn bán thuỷ sản với Mỹ như Thái Lan (tôm sú đông, đồ hộp thuỷ sản), Trung Quốc (tôm đông, cá rô phi phi lê), Canada (tôm hùm, cua)...nên sự cạnh tranh trên thị trường này sẽ ngày càng quyết liệt, đặc biệt đối với một số mặt hàng chủ lực như tôm đông, cá phi lê, cá ngừ...

- Trong hơn 100 mặt hàng thuỷ sản thực phẩm nhập khẩu, Mỹ có nhu cầu cao về các hàng cao cấp tinh chế (tôm luộc, tôm bao bột, tôm hùm, cá phi lê, hộp thuỷ sản...) nhưng hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là hàng sơ chế, tỉ lệ sản phẩm giá trị gia tăng thấp (chỉ chiếm khoảng 30% giá trị xuất khẩu của Việt Nam). Cụ thể với mặt hàng cá ngừ hiện nay Việt Nam mới chỉ xuất khẩu phần lớn cá ngừ tươi hoặc đông vào Mỹ (95% giá trị xuất khẩu cá ngừ) trong khi cá ngừ đóng hộp là hàng thuỷ sản tiêu thụ nhiều ở Mỹ thì giá trị xuất của Việt Nam không đáng kể (5%). Mỹ coi trọng cả nhập khẩu thuỷ sản phi thực

phẩm bao gồm các sản phẩm hoá học gốc thuỷ sản, ngọc trai, cá cảnh...(giá trị nhập khẩu năm 2000 đạt 9 tỷ USD, chỉ kém hàng thuỷ sản thực phẩm 1 tỷ USD) nhưng ta mới chỉ chú trọng đến xuất khẩu thuỷ sản thực phẩm. Vì vậy, có thể nói chưa có được sự phù hợp cao của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu Việt Nam với yêu cầu nhập khẩu của thị trường thuỷ sản Mỹ.

- Thị trường Mỹ là một thị trường thuỷ sản “khó tính” của thế giới. Hàng thuỷ sản nhập khẩu vào Mỹ phải qua sự kiểm tra chặt chẽ của Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm Hoa Kỳ (FDA) theo các tiêu chuẩn HACCP. Vấn đề vệ sinh thực phẩm, ô nhiễm môi trường, bảo vệ sinh thái...là những lí do mà Mỹ thương đưa ra để hạn chế nhập khẩu thuỷ sản. Mặc dù cơ quan FDA của Mỹ đã công nhận hệ thống HACCP của Việt Nam nhưng chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam còn hạn chế do trình độ công nghệ trong chế biến và bảo quản thấp.

- Một khó khăn trong lĩnh vực tiếp thị là mặc dù đã có trên 50 doanh nghiệp đang xuất khẩu thuỷ sản sang Mỹ nhưng hầu như chưa có doanh nghiệp nào mở được văn phòng đại diện tại nước Mỹ. Do vậy các doanh nghiệp Việt Nam rất ít có cơ hội giao thương với các nhà phân phối Mỹ, nhất là để tìm hiểu luật chơi của thị trường này. Hệ thống luật của Mỹ khá phức tạp, chặt chẽ và mới lạ đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Vì vậy, nếu không nghiên cứu hiểu rõ thì doanh nghiệp sẽ phải gánh chịu những thua thiệt nặng nề trong kinh doanh.

- Về lâu dài, các doanh nghiệp Việt Nam phải chuẩn bị cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn trong thu mua nguyên liệu chế biến cũng như xuất khẩu thuỷ sản với các công ty Mỹ vào Việt Nam sản xuất kinh doanh thuỷ sản. Vì theo quy định trong thời gian 3 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực, các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp của công dân hoặc công ty Mỹ vào các lĩnh vực sản xuất và chế tạo được phép kinh doanh xuất nhập khẩu thuỷ sản với điều kiện đang hoạt động hợp pháp tại Việt Nam, hoặc các công dân và công ty Mỹ được phép liên doanh với Việt Nam để kinh doanh xuất nhập khẩu thuỷ sản với phần vốn góp không quá 49%. Ba năm tiếp theo đó hạn chế đối với vốn sở hữu của chủ đầu tư Mỹ là 5%. Bảy năm sau khi Hiệp định thương mại có hiệu lực thì Mỹ có thể thành lập công ty 100% vốn kinh doanh xuất nhập khẩu mọi mặt hàng.

Tóm lại, thị trường Mỹ đang mở ra nhiều triển vọng đối với sản phẩm thuỷ sản của Việt Nam, đặc biệt là sau khi Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ được ký kết. Tuy vậy,

để nâng cao hơn nữa khả năng cạnh tranh của thủy sản Việt Nam, tạo ra vị thế ngày càng vững chắc của hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường Mỹ, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần nỗ lực nghiên cứu thị trường Mỹ, tiếp cận thông tin thị trường một cách đầy đủ, kịp thời và chính xác; đánh giá đúng khả năng sản xuất và mạnh dạn đầu tư đổi mới trang thiết bị, nâng cao trình độ chế biến và áp dụng quy trình quản lý chất lượng chặt chẽ hàng thủy sản xuất khẩu; tăng cường giới thiệu, quảng cáo sản phẩm và tiếp thị bằng nhiều hình thức. Chỉ có như vậy, những cơ hội kinh doanh mà Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ mở ra cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam mới được nắm bắt kịp thời. tạo đà phát triển mạnh cho các doanh nghiệp trong xu thế hội nhập quốc tế ngày nay.

IV. Các vấn đề cần quan tâm khi xuất khẩu hàng thủy sản sang thị trường Mỹ.

Mặc dù kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam –Hoa Kỳ ngày càng gia tăng, nhưng theo đánh giá của một số chuyên gia kinh tế thì hiện nay những doanh nhân có thể xuất khẩu hàng hoá trực tiếp vào thị trường Mỹ phần lớn lại không phải là các doanh nghiệp Việt Nam. Chính vì vậy, trong thời gian tới, để có thể đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu trực tiếp từ Việt Nam vào Mỹ, các doanh nghiệp cần phải quan tâm đến một số vấn đề sau:

4.1 Luật lệ Hải quan.

Một điều lưu ý đưa ra ở đây, đó là các nhà xuất khẩu Việt Nam cần nhớ là sản phẩm xuất sang Mỹ thường đáp ứng những yêu cầu rất đặc biệt, vì vậy nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam không nên tin rằng chỉ cần xuất sang được Châu Âu là có thể xuất sang Mỹ theo phương thức tương tự. Do đó, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần phải nghiên cứu và làm quen với thông lệ nhập hàng hoá của Mỹ, bởi vì khi các doanh nghiệp Việt Nam đã quen thuộc với luật lệ Hải quan Mỹ thì hàng hoá của họ sẽ thu hút được sự quan tâm của các nhà nhập khẩu Mỹ nhiều hơn.

Những vấn đề mà nhà nhập khẩu Mỹ hy vọng nhà xuất khẩu Việt Nam làm là quy trình cơ bản nhập khẩu hàng hoá vào Mỹ và những điều cần ghi trên hoá đơn thương mại mà nhà sản xuất Việt Nam cung cấp cho người mua ở Mỹ. Đánh dấu xuất xứ hàng hoá, phân loại Hải quan, lưu giữ hồ sơ, đánh giá, điều kiện nhập khẩu đặc biệt. Ngoài ra, có các vấn đề mà các nhà xuất khẩu Việt Nam cần quan tâm vì lợi ích của chính họ, đó là vấn đề xử phạt Hải quan, nhãn hiệu hàng hoá, đóng gói và kiểm hoá cùng giấy tờ nhập khẩu.

Cách đóng gói hàng xuất khẩu của các công ty Việt Nam là phải làm sao cho Hải quan Mỹ dễ dàng kiểm tra, cân đo và giải phóng hàng ngay. Để thông quan nhanh, nên đóng gói hàng ngăn nắp, đánh dấu và ghi số chính xác trên mỗi kiện hàng. Liệt kê những nội dung các kiện hàng trên hoá đơn, đánh dấu và số hóa đơn tương ứng với những kiện hàng. Đóng gói và lập hoá đơn sao cho kiểm tra càng nhanh càng tốt. Không nên đóng gói nhiều loại hàng khác nhau chung một kiện hàng. Và để tránh kiểm tra tất cả các kiện hàng, hãy đảm bảo trên hóa đơn có ghi dấu hiệu và số trên mỗi kiện hàng và số lượng chính xác của mỗi mặt hàng được kê khai đầy đủ trong các kiện hàng có đánh dấu và đánh số. Vì mục đích chính xác, Hải quan Mỹ thích các hàng hoá chất chở trên palet hay các vật chắc chắn khác.

Tóm lại, đóng gói lẫn các loại hàng hoá sẽ làm cho Hải quan không thể kiểm tra hàng hoá nhanh được. Điều này sẽ có thể dẫn đến những chậm trễ kéo dài trong quá trình kiểm hoá.

Về vấn đề kiểm hoá, hàng ngày nước Mỹ nhập khẩu một khối lượng hàng hoá rất lớn. Hải quan không thể kiểm tra từng chuyến hàng. Hải quan sẽ kiểm tra lướt qua để kiểm tra giá trị hàng hoá có đúng hay không, xem hàng hoá có đánh dấu xuất xứ không, xem hoá đơn hàng hoá có nhiều hơn số lượng ghi trong hoá đơn không và xem chuyến hàng có chứa ma tuý hay không. Nếu Hải quan phát hiện có vấn đề, họ sẽ giữ hàng và tịch thu ngay số hàng đó. Và với lý lịch này, trong những lần xuất sau, hàng hoá của doanh nghiệp đó sẽ bị kiểm tra toàn bộ.

4.2 Quy định về xuất xứ.

Luật Hải quan Mỹ quy định, trừ khi được miễn trừ cụ thể, mỗi mặt hàng do nước ngoài sản xuất phải được ghi ký mã hiệu ở những vị trí dễ thấy, rõ ràng, khó tẩy xoá, và thường xuyên theo nội dung của hàng hoá cho phép, cùng với tên tiếng Anh của nước xuất xứ để cho người mua cuối cùng ở Mỹ biết tên của nước xuất xứ, nơi hàng hoá được sản xuất hoặc chế tạo. Do đó, nếu hàng hoá (hoặc container chứa hàng hoá đó) không được ghi ký mã hiệu hợp thức, thì khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ sẽ phải chịu một mức thuế tương đương 10% trị giá Hải quan của hàng hoá đó, trừ khi hàng hoá được tái xuất, tiêu huỷ, hoặc ghi ký mã hiệu phù hợp dưới sự giám sát của Hải quan trước khi có thông báo thuế khoản.

Mặt khác, nếu các sản phẩm của nước ngoài ghi tên hoặc ký mã hiệu bị cấm theo quy định của Luật về thương mại hoặc được cố ý gán để làm người tiêu dùng tin rằng hàng hoá đó được sản xuất ở Mỹ, hoặc ở bất kỳ nước nào hoặc địa điểm nào ngoài nước Mỹ nhưng thực tế lại không phải là nơi hàng hoá đó được sản xuất ra, sẽ không được nhập khẩu qua bất kỳ trạm Hải quan nào ở Mỹ và thậm chí có thể sẽ bị giữ hoặc tịch thu.

4.3 Quy định về vệ sinh dịch tễ.

Mỹ đưa ra các tiêu chuẩn về vệ sinh dịch tễ nhằm đảm bảo an toàn và vệ sinh cho người tiêu dùng, tuy nhiên đôi khi những điều kiện này lại trở thành các rào cản vô hình đối với hàng hoá nhập khẩu vào Mỹ, đặc biệt là đối với các nước đang phát triển như Việt Nam.

Từ ngày 18/12/1997, việc áp dụng HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point- Phân tích nguy cơ và kiểm soát các khâu trọng yếu) để kiểm soát an toàn thực phẩm trở thành một yêu cầu bắt buộc đối với các doanh nghiệp sản xuất hàng thuỷ sản tại Mỹ và các doanh nghiệp muốn xuất khẩu hàng thuỷ sản vào Mỹ.

Hệ thống HACCP chỉ có tính chất bắt buộc đối với các công ty chế biến thực phẩm tại những lãnh thổ thừa nhận HACCP như Mỹ. Các công ty thực phẩm nước ngoài không có nghĩa vụ tuân thủ các quy định về HACCP. Tuy nhiên, điều đó chỉ đúng trên danh nghĩa còn trên thực tế nếu nhà nhập khẩu của Mỹ mua nguyên liệu từ nước ngoài thì họ phải chịu trách nhiệm về nguyên liệu đó theo nguyên tắc HACCP kể từ khi hàng đến cửa khẩu. Cơ chế này buộc họ phải đòi hỏi các nhà xuất khẩu nước ngoài tuân thủ các nguyên tắc HACCP. Chính vì vậy, không riêng gì các nhà xuất khẩu Việt Nam, đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản ở các nước khác cũng vậy, nếu muốn thâm nhập vào thị trường Mỹ thì không còn cách nào khác là phải ứng dụng hệ thống HACCP trong sản xuất hoặc thuyết phục các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ (bằng chứng chỉ hoặc báo kiểm tra) rằng mình đã đi theo đúng các nguyên tắc của hệ thống phòng ngừa các nguy cơ này.

Chương trình kiểm soát vệ sinh an toàn chất lượng này được áp dụng đối với mặt hàng thuỷ sản và từ lâu đã trở nên nổi tiếng bởi sự khó khăn của nó, và cũng bởi bản thân nó không chấp nhận bất cứ một tiêu chuẩn quốc tế nào khác, kể cả tiêu chuẩn kiểm tra chất lượng của EU. Chính vì vậy, muốn xây dựng HACCP theo “kiểu Mỹ”, doanh nghiệp

Việt Nam cần phải đảm bảo đầy đủ các điều kiện sản xuất bao gồm nhà xưởng, kho tàng, dây chuyền sản xuất, môi trường sản xuất, máy móc thiết bị và cả con người theo các quy chuẩn cơ bản của GMP (Quy phạm sản xuất tiêu chuẩn- Good Manufacturing Procedure) và của SSOP (Quy phạm vệ sinh- Sanitation Standard Operating Procedure). Điều đó cũng có nghĩa là các hoạt động giám sát an toàn vệ sinh thông qua việc kiểm tra các hồ sơ vận hành, kiểm tra hoạt động sửa chữa khi các giới hạn bị vi phạm, giám sát chặt chẽ vệ sinh sản xuất và vệ sinh cá nhân của công nhân trong tất cả các khâu sản xuất và chế biến...đều cần được chú ý một cách cao độ. Trong khi đó, một tham khảo đáng lưu ý là cho tới nay, mới chỉ có khoảng vài chục doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đạt được tiêu chuẩn HACCP, một con số hầu như không đáng kể trong tổng số doanh nghiệp hải sản Việt Nam. Chính vì vậy, trong thời gian tới, để có thể đẩy mạnh được xuất khẩu thủy sản sang thị trường rộng lớn này, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đầu tư đổi mới công nghệ chế biến theo tiêu chuẩn HACCP nhằm tạo ra những sản phẩm đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của thị trường Mỹ.

4.4 Mặt khác khi tiến hành đàm phán với các doanh nhân Mỹ, để đảm bảo khả năng thành công cao, các doanh nghiệp Việt Nam cần chú ý tới một số vấn đề sau:

- Người Mỹ không ưa sự chậm trễ. Họ thường có thói quen giải quyết các hợp đồng làm ăn một cách rất nhanh chóng. Vì thế, muốn làm ăn với Mỹ, doanh nhân Việt Nam phải chuẩn bị để hoàn tất việc thoả thuận một cách nhanh chóng và hiệu quả. Nếu không việc làm ăn sẽ bất thành do người Mỹ mất hứng thú.
- Khi làm ăn với các đối tác Mỹ, các doanh nghiệp cần phải hoạch định chiến lược tiếp thị của mình một cách tỉ mỉ. Điều này có nghĩa là doanh nghiệp phải sẵn sàng để trả lời các câu hỏi về chiều sâu liên quan đến chiến lược và tương lai của công việc xuất khẩu của mình. Doanh nhân Mỹ thường mong đợi một cuộc phân tích tỉ mỉ. Điều đó buộc các đối tác Việt Nam trước khi gặp họ phải làm việc với một đội ngũ nhân sự tốt. Và nếu không đủ chuyên môn, doanh nghiệp nên nhờ một công ty tư vấn để kế hoạch làm ăn không bị phá sản.
- Các doanh nhân Mỹ rất quan tâm là vấn đề xã hội và các vấn đề như điều kiện an ninh môi trường và nhiều vấn đề khác bởi người Mỹ luôn tin tưởng vào luật pháp và quyền lợi phục vụ cho lợi ích của các cá nhân cũng như bảo vệ tài nguyên thế giới. Chính

vì thế, trong thương lượng, cũng như trong chuẩn bị làm ăn, doanh nghiệp hãy chú ý đến điều này.

➤ Đối với người Mỹ trước tiên là doanh nhân, sau đó mới là bạn. Người Mỹ thích giải quyết xong các hợp đồng làm ăn rồi sau đó mới tìm hiểu những người trong xem họ thế nào. Điều này ngược với nền văn hoá phương Đông. Chính vì thế, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải nghiên cứu cung cách mà người Mỹ mua hàng trên Internet, một phương thức rất lạnh lùng. Nhưng từ đó, doanh nghiệp có thể tận dụng đặc điểm này để có thể bán hàng hoá cho họ bằng cách họ thích, chứ không phải theo cách của mình.

➤ Khi tiến hành làm ăn, người Mỹ thường đòi hỏi những hợp đồng chính xác bằng văn bản. Họ cần có khuôn khổ pháp lý để hoàn tất các cuộc thương lượng. Bởi vậy, các doanh nghiệp cần phải chuẩn bị trước các cam kết bằng văn bản trước khi đi đến thoả thuận.

chương II

Thực trạng xuất khẩu hàng thuỷ sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ

I. Tổng quan về ngành thuỷ sản Việt Nam.

Việt Nam có truyền thống lâu đời về nuôi trồng và đánh bắt thủy sản. Bờ biển Việt Nam có hình chữ S với chiều dài hơn 3260 km, trải dài hơn 13 vĩ độ với khí hậu nhiệt đới gió mùa, là điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc đánh bắt và nuôi trồng thủy sản.

Việt Nam đã tuyên bố về lãnh hải, vùng tiếp giáp, vùng đặc quyền kinh tế và thềm lục địa vào tháng 5/1977. Theo tuyên bố này, một vùng nước gồm vùng nước nội thủy, lãnh hải và vùng đặc quyền kinh tế, với tổng diện tích ước tính khoảng 1 triệu km đã được xác định thuộc quyền tài phán quốc gia của Việt Nam.

Với đặc điểm và điều kiện tự nhiên ưu đãi như vậy, nghề cá của Việt Nam từ xưa đến nay phát triển không ngừng và ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân.

Thủy sản là một ngành kinh tế có một vị trí rất quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hoá và hiện đại hoá của nước ta. Nghị quyết Ban chấp hành Trung ương 5 (khoá VII) đã xác định “xây dựng ngành thủy sản thành ngành kinh tế mũi nhọn...”. Chỉ thị 20/CT-TW năm 1997 của Bộ tài Chính cũng nêu rõ “đẩy mạnh phát triển kinh tế theo hướng công nghiệp hoá- hiện đại hoá”. Ngành thủy sản có tốc độ phát triển liên tục; ngay từ thập niên 80- khi các chỉ tiêu kinh tế đang còn mang tính pháp lệnh- Bộ thủy sản đã chủ trương áp dụng cơ chế tự trang trải đối với hoạt động xuất khẩu, nên đã giải quyết được khó khăn cho việc đầu tư phát triển ngành. Toàn ngành đang thực hiện 3 chương trình lớn: nuôi trồng thủy sản, khai thác hải sản xa bờ và xuất khẩu thủy sản; cùng với những hoạt động khác liên quan đến bảo vệ nguồn lợi, xoá đói giảm nghèo và phòng chống thiên tai. Các chương trình này đang phát huy tác dụng để thực hiện chỉ tiêu năm 2002: xuất khẩu 2,5-3 triệu tấn với kim ngạch 1,8-2 tỷ USD.

1. Tiềm năng nguồn lợi thủy sản Việt Nam.

Ngành thủy sản là ngành có nhiều tiềm năng. Riêng vùng biển đặc quyền kinh tế (độ rộng 200 hải lý tính từ đường cơ sở) đã có khả năng cung cấp hàng năm khoảng 1,7 triệu tấn hải sản các loại chưa kể hàng trăm ngàn tấn nhuyễn thể vỏ cứng như nghêu, sò, điệp, ốc... Về nuôi trồng, nếu biết tận dụng mặt nước của các ao, vịnh biển, các vùng đất nhiễm mặn ven biển và đất hoang hoá cao triều để mở rộng thêm diện tích nuôi kết hợp với đầu tư chuyển đổi công nghệ, nâng cao năng suất thì tới năm 2005, ta hoàn toàn có khả năng thu được hơn 1 triệu tấn hải sản nuôi, trong đó các loài đem lại giá trị xuất khẩu rất cao.

Biển Việt Nam có 2000 loài cá biển, trong đó có 101 loài tôm biển, 53 loài mực, 650 loài rong biển, 12 loài rảo biển, 4 loài rùa biển, ngoài ra còn nhiều loài đặc sản quý hiếm như: yến sào, sò huyết, ngọc trai, điệp, san hô đỏ... Theo tài liệu điều tra nguồn lợi của Viện nghiên cứu hải sản Hải Phòng, tổng trữ lượng thủy sản từ các nguồn ngoài biển trong vùng nước thuộc quyền tài phán của Việt Nam hiện tại ước tính vào khoảng 3-3,5 triệu tấn, trong đó lượng cá nổi chiếm 62,7% và cá đáy chiếm khoảng 37,3%. Tổng khối lượng có thể đánh bắt từ các nguồn thủy sản này ước tính từ 1,2-1,4 triệu tấn/năm, nghĩa là khoảng 40% tổng trữ lượng thủy sản.

Việt Nam có điều kiện tự nhiên thuận lợi để các loài thủy sinh vật quần tụ, sinh sôi và phát triển. Mặc dù có đôi nét khác biệt giữa 3 miền Bắc, Trung, Nam nhưng nhìn chung cả nước mang sắc thái hai mùa mưa và khô; mỗi vùng có nhiều loại hải sản khác nhau làm cho hải sản nước ta ngày càng phong phú hơn; chẳng hạn, Trung Bộ có rất nhiều cá, tôm hùm; Bắc Bộ có tôm he, cá; Nam Bộ có nhiều mực... Tuy vậy, nguồn lợi biển không phải là vô tận, do đó, nếu chúng ta không có chính sách và biện pháp khai thác hợp lý, đúng đắn thì nguồn lợi hải sản sẽ cạn kiệt nhanh chóng.

Trên đây là vài nét sơ lược về tiềm năng thủy sản của Việt Nam để qua đó có những đánh giá đúng đắn về nguồn lợi nhằm tổ chức khai thác tốt hơn và tận dụng các điều kiện tự nhiên để nuôi trồng thủy sản. Từ đó tạo nguồn nguyên liệu dồi dào cho chế biến thủy sản xuất khẩu, thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam phát triển; đồng thời bảo vệ nguồn lợi, chống ô nhiễm môi trường...

Ngoài tiềm năng to lớn về thủy hải sản, ngành thủy sản có nguồn lao động dồi dào, trên 3,5 triệu lao động nghề cá với 500 ngư dân. Ngoài lực lượng quốc doanh, hợp tác xã, ngư dân còn có quân đội vừa làm kinh tế vừa chống cướp biển, bảo vệ ngư dân, bảo vệ nguồn lợi thủy sản và chủ quyền của vùng biển nước ta.

2. Thực trạng sản xuất của ngành thủy sản Việt Nam.

Sau 15 năm thực hiện đường lối đổi mới, cùng với những thay đổi tích cực của nền kinh tế, ngành thủy sản cũng đã có nhiều tiến bộ vượt bậc. Năng lực sản xuất cũng như chất lượng hoạt động của ngành đã có những bước tiến đáng kể. Nhiều mặt hàng thủy sản đã được khách hàng trong và ngoài nước ưa chuộng, doanh thu bán hàng trong nước và kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng qua các năm. Ngành thủy sản đã từng bước khẳng định vị trí của mình trong nền kinh tế quốc dân và trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, bên cạnh

những kết quả đạt được, vẫn còn tồn tại những vấn đề cần phải giải quyết để nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động của ngành. Tiềm năng phát triển của ngành là rất to lớn, song theo một số chuyên gia, sự phát triển của ngành thủy sản Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng hiện có.

2.1 Về năng lực sản xuất.

Theo các nguồn thông tin từ Bộ thủy sản, Việt Nam có 3260 km bờ biển, 12 cửa sông thềm lục địa có diện tích 2 triệu km², trong đó diện tích khai thác có hiệu quả đạt 553 ngàn km². Biển Việt Nam có trên 2000 loài cá trong đó có khoảng 100 loài có giá trị kinh tế cao. Bước đầu đánh giá trữ lượng cá biển trong vùng thềm lục địa khoảng trên 4 triệu tấn. Khả năng khai thác hàng năm khoảng 1,67 triệu tấn. Tình hình cụ thể các loài cá:

- Cá tầng đáy: 856.000 tấn chiếm 51,3%.
- Cá nổi nhỏ: 694.000 tấn chiếm 41,5%.
- Cá nổi đại dương (chủ yếu cá ngừ) 120.000 tấn chiếm khoảng 7,2%.

Trong đó, phân bố trữ lượng và khả năng khai thác giữa các vùng như sau:

- Biển Trung bộ:
 - + Trữ lượng: 606.399 tấn
 - + Khả năng khai thác: 242.560 tấn chiếm 14,3%
- Biển Đông Nam Bộ:
 - + Trữ lượng: 2.075.889 tấn
 - + Khả năng khai thác: 830.456 tấn chiếm 49,3%
- Biển Tây Nam Bộ
 - + Trữ lượng: 506.679 tấn
 - + Khả năng khai thác: 202.272 tấn chiếm 12,1%

Từ tính chất đặc thù của vùng biển Việt Nam là vùng nhiệt đới, nguồn lợi thủy sản rất đa dạng phong phú về chủng loại nhưng vòng đời ngắn, sống phân tán với quy mô đàn nhỏ, đa loài, mật độ không cao và thay đổi theo thời gian và điều kiện tự nhiên, những yếu tố này thực sự là những khó khăn trong phát triển nghề cá của Việt Nam.

Mặc dù vậy, với nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng như đã nêu trên, trong thời gian hơn một thập kỷ qua, ngành thủy sản Việt Nam, đứng trước nhu cầu mạnh mẽ của thị trường thế giới cũng như nhu cầu về thực phẩm của đất nước đã có

những bước phát triển mạnh mẽ và trở thành một trong những ngành kinh tế then chốt của đất nước.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê và Bộ thủy sản, sản lượng thủy Hải sản của Việt Nam trong những năm qua liên tục tăng với tốc độ tăng trung bình hàng năm là 7,8%/năm. Năm 1990, tổng sản lượng thủy sản chỉ đạt 1019 nghìn tấn thì đến năm 2000 đã lên đến 2003 nghìn tấn và ước tính năm 2001 đạt khoảng 2500 nghìn tấn. Trong đó khai thác Hải sản chiếm tương ứng là 709, 1280, 1500 nghìn tấn và nuôi trồng thủy sản là 310, 722 và 1000 nghìn tấn.

Như vậy, nhìn chung xu hướng tăng sản lượng Hải sản của Việt Nam trong thời gian qua phù hợp với xu hướng chung của các nước đang phát triển trong khu vực và trên thế giới. Có thể nói mức tăng sản lượng thủy sản bình quân hàng năm của Việt Nam đạt trên 7,8%/năm trong thời gian qua là một tỷ lệ rất đáng khích lệ. Đặc biệt, tốc độ tăng sản lượng thủy sản giữa đánh bắt và nuôi trồng là khá cân đối (7,5 % và 8%). Điều này sẽ đảm bảo cho những bước đi vững chắc sau này của ngành thủy sản Việt Nam bởi vì sự phụ thuộc quá mức vào một nguồn đánh bắt hay nuôi trồng sẽ nảy sinh những vấn đề phức tạp khó đảm bảo một tỷ lệ tăng trưởng lâu bền... Ngoài ra, sự tăng trưởng sản lượng cá đánh bắt và nuôi trồng như vậy cũng chứng tỏ rằng tiềm năng của thủy sản Việt Nam còn rất phong phú và đa dạng.

Bảng 22 : Kết quả thực hiện kế hoạch hàng năm của ngành thủy sản

Năm	Tổng sản lượng thủy sản (tấn)	Trong đó		Tổng số tàu thuyền (chiếc)	Diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản (ha)	Số lao động (1000 người)
		Sản lượng khai thác hải sản (tấn)	Sản lượng nuôi trồng (tấn)			
1990	1019000	709000	310000	72723	491723	1860
1991	1062163	714253	347910	72043	489833	2100
1992	1097830	746570	351260	83972	577538	2350
1993	1116169	793324	322845	93147	600000	2570

1994	1211496	878474	333022	93672	576000	2810
1995	1344140	928860	415280	95700	581000	3030
1996	1373500	962500	411000	97700	585000	3120
1997	1570000	1062000	508000	71500	600000	3200
1998	1668530	1130660	537870	71799	626330	3350
1999	1827310	1212800	614510	73397	630000	3380
2000	2003000	1280590	722410	79768	652000	3400
6th/ 2001	1106000	733000	373000	73700	1091412	3520

Nguồn: Bộ thủy sản

2.2 Về đầu tư.

Với mục đích nhằm sử dụng có hiệu quả tiềm năng của ngành thủy sản, tạo nhiều nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu, tạo thêm công ăn việc làm và góp phần xoá đói giảm nghèo cho người lao động. Trong những năm qua, ngành thủy sản Việt Nam đã không ngừng tăng cường đầu tư cho việc nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật cho các cơ sở nghiên cứu, các trường, trại giống quốc gia...

Trong 5 năm 1996-2000, tổng mức đầu tư của ngành thủy sản là 9.185.640 triệu đồng, trong đó đầu tư nước ngoài là 545 tỷ đồng (chiếm 5,93%). Trong hơn 9 nghìn tỷ đồng được huy động để đầu tư phát triển, ngành chủ yếu vận dụng nội lực là chính, vốn đầu tư trong nước là hơn 8600 tỷ đồng, chiếm 94,07% tổng mức đầu tư. Để có được nguồn vốn trong nước lớn như vậy, ngoài nguồn vốn ngân sách, ngành đã có biện pháp huy động trong dân được 1700 tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 18,62%). Tuy vậy, có thể thấy đầu tư nước ngoài vào ngành thủy sản còn hạn chế, thị trường thủy sản chưa hấp dẫn được các nhà đầu tư nước ngoài. Đây là vấn đề mà ngành thủy sản cần phải nghiên cứu, rút kinh nghiệm và đề ra những giải pháp, chính sách thích hợp nhằm thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài trong những năm tới.

Mặc dù tổng số vốn đầu tư ngành thủy sản trong 5 năm qua còn thấp, so với tổng mức đầu tư của nền kinh tế quốc dân thì tỷ lệ đầu tư cho ngành thủy sản chỉ chiếm 1,83% nhưng hiệu quả đầu tư qua nhiều năm do ngành thủy sản mang lại cho nền kinh tế quốc

dân là 3-3,2%. Đây là một dấu hiệu rất đáng mừng. Nó cho thấy, đầu tư vào thủy sản rất có hiệu quả. Từ các nguồn đầu tư này, ngành thủy sản đã tập trung đầu tư cho các chương trình của ngành như: đầu tư cho khai thác Hải sản (27,88%) bao gồm đầu tư đóng mới, cải hoán tàu thuyền phục vụ chương trình khai thác Hải sản xa bờ và đầu tư xây dựng các cảng cá, bến cá, chợ cá và điều tra nguồn lợi thủy sản bằng các nguồn vốn vay nước ngoài; đầu tư cho nuôi trồng thủy sản (25,49%) theo chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản đã được chính phủ phê duyệt cũng như chương trình 773: khai thác bãi bồi ven sông, ven biển và mặt nước vùng đồng bằng để nuôi trồng thủy sản. Đầu tư cho lĩnh vực chế biến thủy sản là 2.727.308 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 30,45%, trong đó nội dung chính là tăng cường củng cố cơ sở hạ tầng các xí nghiệp chế biến thủy sản nâng cao năng lực sản xuất cũng như chất lượng sản phẩm, đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu. Nhờ nguồn đầu tư kịp thời này, qua 5 năm đã đưa lại những kết quả rõ nét: Số tàu thuyền thủy sản tăng thêm 5.928 chiếc (108.47%) với tổng công suất tăng thêm là 1,2 triệu CV (63,36%), trong đó cơ cấu tàu có công suất lớn khai thác xa bờ đã tăng lên rõ rệt, xây dựng được 27 cảng cá, trong đó nhiều cảng đã được hoàn thành và đưa vào sử dụng có hiệu quả cao. Về nuôi trồng thủy sản đã tăng thêm hàng chục ngàn ha, chuyển đổi cơ bản về diện tích trồng lúa năng suất thấp và đất hoang hoá sang nuôi trồng thủy sản bước đầu có hiệu quả.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công đó, hoạt động đầu tư của ngành vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Đó là:

Công tác quy hoạch và điều chỉnh quy hoạch thực hiện chậm nên nhiều vùng dân đầu tư tự phát, phá đê, cống ngăn mặn, gây ảnh hưởng đến môi trường sinh Thái và phát triển bền vững. Việc lựa chọn các nhà thầu, địa điểm đầu tư chưa thật tốt gây ảnh hưởng đến hiệu quả đầu tư, làm chậm quá trình đầu tư. Chất lượng tư vấn lập dự án và thiết kế, xây lắp chưa cao. Việc thẩm định các dự án đầu tư chưa cũng làm chưa tốt dẫn tới báo cáo nghiên cứu khả thi chất lượng thấp, tổng dự toán nhiều dự án cao hơn tổng mức đầu tư. Công tác đấu thầu còn kém và thiếu kinh nghiệm. Từ đó dẫn đến việc triển khai một số dự án còn quá chậm, chi phí phát sinh lớn. Trong việc đầu tư đóng mới và hoán tàu thuyền khai thác xa bờ còn tồn tại nhiều bất cập dẫn tới hiệu quả đầu tư rất thấp. Đó là những vấn đề mà ngành cần khắc phục trong những năm tới.

2.3 Về công nghệ chế biến.

Công nghệ chế biến là khâu quan trọng trong chu trình sản xuất, nuôi trồng, chế biến và kinh doanh thủy sản. Hoạt động chế biến trong 15 năm qua đã được đánh giá là có hiệu quả, góp phần tạo sự khởi sắc cho ngành thủy sản trong. Theo Bộ thủy sản, công nghiệp chế biến thủy sản của Việt Nam đã có bước phát triển khá lớn về số lượng nhà máy chế biến, quy trình chế biến và công suất chế biến. Nếu như năm 1986, cả nước mới có 41 nhà máy chế biến thủy sản với công suất chế biến 210 tấn thành phẩm/ ngày thì sau 15 năm đổi mới (năm 2001) đã có khoảng 266 nhà máy chế biến với tổng công suất 1500 tấn thành phẩm/ ngày, trong đó đã có 77 nhà máy có sản phẩm xuất khẩu vào EU và hơn 100 đơn vị áp dụng HACCP - đủ tiêu chuẩn xuất khẩu thủy sản sang Hoa Kỳ. Theo bà Hồng Minh, Thứ trưởng Bộ thủy sản, 3 năm qua, tổng đầu tư vào lĩnh vực chế biến thủy sản xuất khẩu của Việt Nam là trên 2000 tỷ đồng, trong đó nhiều cơ sở chế biến thủy sản của ta hiện đã ngang với trình độ công nghệ của các nước trong khu vực và bước đầu tiếp cận với trình độ công nghệ thế giới. Trước đây các doanh nghiệp thường sử dụng công nghệ tiếp xúc, tạo ra sản phẩm block với thời gian cấp đông kéo dài từ 4-6 giờ một mẻ thì nay các cơ sở đã nâng cấp đầu tư mới đều đã có dây chuyền IQF hay đông tiếp xúc với thời gian chỉ còn 1.5-2 giờ một mẻ. Một số cơ sở đã đầu tư dây chuyền IQF siêu tốc. Nhờ đó mà trong 5 năm qua, tốc độ tăng trưởng của ngành thủy sản Việt Nam khá cao so với con số thực hiện năm 1996, năm 2000, khai thác Hải sản đạt 1.280.590 tấn, tăng 33,05%, nuôi trồng thủy sản đạt 723.110 tấn, tăng 75,94% và xuất khẩu thủy sản đạt 1,475 tỷ USD, tăng tới 120,14%(năm 2001 xuất khẩu thủy sản đạt 1,76 tỷ USD). Không những thế, tỷ trọng hàng chế biến giá trị gia tăng cũng tăng lên đáng kể (đạt trên 30% giá trị xuất khẩu năm 2001).

Tuy nhiên, số lượng cơ sở chế biến này chỉ chiếm khoảng 28,95% tổng số nhà máy chế biến thủy sản hiện nay ở Việt Nam. Mặt khác, cũng theo các nguồn tin từ Bộ thủy sản thì trong số 266 nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu hiện nay, số nhà máy xây dựng trong thập niên 90 chỉ vào khoảng 30%, số còn lại được xây dựng trong thập niên 80 và sớm hơn nên đều đã lạc hậu, xuống cấp không đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của các thị trường mới khó tính như Hoa Kỳ.

Trước tình hình đó, nên cuối năm 2000 vừa qua, Bộ thủy sản đã tiến hành kiểm tra toàn bộ các xí nghiệp đông lạnh cả nước để phân loại và có hướng xử lý, theo đó có 94 nhà máy đạt loại A và B đủ tiêu chuẩn xuất khẩu thủy sản trong giai đoạn hiện nay, số còn

lại (172 nhà máy) đạt loại C và D, bắt buộc phải cải tạo hoặc nâng cấp toàn diện mới được tiếp tục cấp phép hoạt động vào thời điểm 1/1/2002. Tuy vậy, theo giới chuyên môn, thời điểm đó là không khả thi vì nâng cấp toàn bộ 172 nhà máy cần rất nhiều vốn đầu tư của xã hội, chưa nói đến chuyện nhiều đơn vị đang gặp khó khăn, không thể tính chuyện bỏ 5-10 tỷ đồng để nâng cấp nhà xưởng. Vì vậy, bắt đầu từ năm 2002, chắc chắn sẽ xuất hiện khó khăn gay gắt về sự mất cân đối giữa yêu cầu xuất khẩu thủy sản ngày một tăng cao và cơ sở vật chất cho chế biến thủy sản xuất khẩu đã xuống cấp không thay thế kịp. Như vậy, theo nhận định của nhiều chuyên gia, việc xây dựng những nhà máy chế biến thủy sản đông lạnh mới với trang thiết bị hiện đại, đưa vào hoạt động năm 2002 là rất lý tưởng, trở thành vốn quý đối với ngành xuất khẩu thủy sản cả nước, có nhiều cơ hội xâm nhập thị trường và phát triển nhanh trước khi ngành xuất khẩu thủy sản cả nước đạt được sự cân bằng vào năm 2010.

II. Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong những năm qua

Trong quá trình đổi mới cơ chế quản lý của ngành thủy sản, Nhà nước đã cho phép ngành thủy sản “tự cân đối, tự trang trải” và được phép xuất khẩu tự do các sản phẩm thủy sản. Đây chính là sự mở đường cho xuất khẩu thủy sản ngày càng gia tăng. Xuất khẩu thủy sản trong 10 năm qua (1991-2001) đã phát triển theo chiều rộng và từng bước đi vào chiều sâu, tạo được vị trí và thế đứng trên thị trường nước ngoài.

1. Kim ngạch xuất khẩu.

Bảng 23: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam từ 1991-2001

Năm	Giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản hơn (triệu USD)	% tăng trưởng
1991	285	
1992	307,5	7,89%
1993	427,2	38,93%
1994	551	28,98%
1995	621,4	12,78%
1996	697	12,17%
1997	782	12,20%

1998	858,6	9,72%
1999	971	14,80%
2000	1475	11,68%
2001	1760	19,32%

Nguồn: Vụ kế hoạch và thống kê - Bộ thương mại.

Nhìn bảng ta thấy kim ngạch xuất khẩu thủy sản của nước ta liên tục tăng qua các năm. Năm 1991 kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam đạt 285 triệu USD thì đến năm 2001 xuất khẩu đạt 1760 triệu USD, như vậy trong vòng 10 năm 1991-2001 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã tăng hơn 6 lần với mức tăng trưởng bình quân hàng năm là 16,57%

2. Thị trường xuất khẩu.

Không phải ngẫu nhiên mà mặt hàng thủy sản lại được đánh giá là một trong số những mặt hàng xuất khẩu có nhiều triển vọng của nước ta trong những năm tới, với hy vọng kim ngạch xuất khẩu sẽ đạt tới con số 1,397 tỷ đồng năm 2002 và 2 tỷ vào năm 2005.

Trong vòng 10 năm 1986-1996 kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã tăng lên gấp 6,31 lần, năm 1998 đạt: 858 triệu USD, năm 1999: 971 triệu USD, năm 2000: 1475 triệu USD và năm 2001, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đã lên tới 1760 triệu USD, đứng sau dầu thô 18000 triệu USD, giày dép 1860 triệu USD, may mặc 2252 triệu USD.

Theo thống kê của tổ chức Nông nghiệp và Lương thực thế giới (FAO), hiện nay Việt Nam là một trong số 20 nước có sản lượng đánh bắt thủy sản lớn và đứng trong hàng ngũ 24 nước xuất khẩu thủy sản lớn trên thế giới. Trong khu vực, Việt Nam đứng thứ 4 về sản lượng sau Thái Lan, Indônexia, Malaixia, và cũng đứng thứ tư về xuất khẩu sau Thái Lan, Indonexia và Singapore.

Có được những thành công đó là do trong thời gian qua, ngành thủy sản Việt Nam đã không ngừng nỗ lực trong việc tăng cường và mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản. Theo báo cáo của Bộ thủy sản, Việt Nam từ chỗ chỉ xuất khẩu qua 2 thị trường trung gian là Hồng Kông và Singapore thì ngày nay các sản phẩm của Việt Nam đã có mặt ở 62 quốc gia trên khắp thế giới và được nhiều nước ưa chuộng.

Một số thị trường chủ lực của ngành thủy sản Việt Nam là:

2.1 Thị trường Mỹ.

Mỹ đang là một thị trường nhiều triển vọng mà Việt Nam mới bắt đầu khai thác. Thị trường này có sức mua rất lớn và giá cả tương đối ổn định, tuy nhiên trong thời gian qua, hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường này vẫn còn rất khiêm tốn so với nhu cầu nhập khẩu to lớn của nó.

Với GDP bình quân hàng năm trên 30000 USD, mức tăng trưởng trung bình của nền kinh tế là 4%/năm, Mỹ là một thị trường có sức tiêu dùng rất cao, đặc biệt là hàng thủy sản, trung bình mỗi năm người Mỹ tiêu thụ hết khoảng 4,9 pounds thủy sản tương đương 8 kg, tăng 44,6% so với năm 1960 và 19,5% so với năm 1980. Trong tương lai, mức tiêu thụ thủy sản sẽ ngày càng tăng mạnh do xu hướng ngày càng có nhiều người Mỹ chuyển sang sử dụng sản phẩm thủy sản cho bữa ăn chính trong gia đình. Theo thống kê của Bộ thủy sản Mỹ, người Mỹ hiện sử dụng xấp xỉ 80% tổng sản lượng thủy sản thế giới, trong số đó hơn một nửa có nguồn gốc nhập khẩu. Tại Mỹ có nhiều cơ sở chế biến phải sử dụng nguyên liệu ngoại nhập. Khoảng 1000 cơ sở chế biến cả nước phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu. Do đó, Mỹ trở thành thị trường xuất khẩu thủy sản hấp dẫn đối với tất cả các nước trên thế giới trong đó có Việt Nam. Chỉ cần tăng lên 1% trong kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Hoa Kỳ cũng đã mở ra cơ hội vàng cho Việt Nam tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản lên gấp đôi.

Chính vì vậy, mà ngay từ năm 1994, Việt Nam đã bắt đầu xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ với kim ngạch khoảng 6 triệu USD. Tuy nhiên, con số này đã không dừng lại ở đó mà tăng lên nhanh chóng qua các năm, cụ thể năm 1999 xuất khẩu thủy sản đạt 125,9 triệu USD, năm 2000 là 304,359 triệu USD. Và đến năm 2001, đã tăng lên hơn 500 triệu USD, biến Mỹ trở thành thị trường chiếm vị trí quan trọng hàng đầu trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, từ 11,6% thị phần năm 1998 tăng lên 27,81% năm 2001 và khả năng thị phần xuất khẩu hàng vào Mỹ sẽ còn tiếp tục tăng trong thời gian tới.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công đó, trong thời gian vừa qua, ngành thủy sản Việt Nam cũng gặp không ít khó khăn trong việc xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ. Đó là việc các nhà sản xuất cá nheo của Mỹ đang thực hiện các biện pháp để hạn chế việc xuất khẩu các sản phẩm cá tra, cá basa của ta, như tuyên truyền cá của Việt Nam không đáp ứng yêu cầu về an toàn vệ sinh thực phẩm, nuôi trồng, nuôi trồng trong điều kiện ô nhiễm. Đồng thời một số Nghị sĩ Mỹ yêu cầu áp dụng Luật chống phá giá do giá cá của ta rẻ hơn cá catfish của Mỹ những 1 USD/ kg và tốc độ xuất khẩu vào Mỹ tăng nhanh. Đáng

chú ý là ngày 1/7/2000 họ còn đưa ra Quốc hội Hoa Kỳ dự thảo Luật HR 2439, gọi là “Country of origin labelling Bill” (nhãn mác của nước xuất xứ). Những việc làm trên của Mỹ thực chất là tạo rào cản thương mại, nhằm hạn chế việc xuất khẩu cá tra, cá basa của ta do những yêu cầu ghi nhãn mác đến tận hàng bán lẻ sẽ làm tăng chi phí trong khâu lưu thông, tăng giá bán lẻ, giảm sức cạnh tranh đối với cá của ta. Dự luật này đến nay đã không được Quốc hội thông qua, nhưng về lâu dài ta vẫn phải chủ động chuẩn bị các điều kiện để đối phó với việc Hiệp hội catfish của Mỹ đề nghị áp dụng luật chống phá giá đối với sản phẩm cá tra, cá basa của ta. Nếu họ áp dụng luật thuế chống phá giá thì hàng của ta sẽ khó vào được thị trường này. Vì vậy, cần phải thường xuyên theo dõi, nắm thông tin kịp thời để chống lại ý định và việc làm của họ.

2.2 Thị trường Nhật Bản

Nhật Bản là thị trường nhập khẩu hàng thủy sản lớn nhất trên thế giới, đồng thời cũng là nước nhập khẩu thủy sản lớn với kim ngạch nhập khẩu lên tới 15 tỷ USD/năm. Mặc dù từ năm 2001 đến nay, thị trường Mỹ luôn chiếm vị trí quan trọng hàng đầu trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, nhưng về lâu dài, Nhật Bản vẫn là thị trường chiến lược và là thị trường chính của thủy sản Việt Nam. Đây là thị trường có ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động xuất khẩu thủy sản của nước ta và bất kì sự thay đổi nào của thị trường này cũng đều có tác động đáng kể đến sản lượng và giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Trong những năm gần đây, mặc dù kinh tế Nhật Bản gặp rất nhiều khó khăn, đồng Yên liên tục mất giá, nhưng quan hệ thương mại Việt – Nhật vẫn có những bước phát triển khá tốt đẹp, kim ngạch xuất khẩu hàng hoá nói chung và xuất khẩu thủy sản nói riêng của Việt Nam sang Nhật liên tục tăng qua các năm. Cụ thể: năm 1999, kim ngạch xuất khẩu thủy sản mới chỉ đạt 412,378 triệu USD thì đến năm 2001 con số này đã tăng lên 474,755 triệu USD, chiếm khoảng 26,2% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản cả nước. Và dự kiến đến năm 2005 con số này sẽ tăng trên 500 triệu USD.

2.3 Thị trường EU

Với mức tiêu thụ thủy sản trung bình khoảng 17kg/người/năm, EU là một trong những thị trường nhập khẩu thủy sản lớn trên thế giới. Hàng năm nhập khẩu khoảng 1250 tấn, tương đương 850 triệu USD.

Việt Nam bắt đầu có quan hệ ngoại giao với EU từ tháng 10/1990, tuy nhiên phải đến tháng 11/1999, EU mới dành cho hưởng hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập GSP.

Theo chế độ này, tùy theo mức độ nhạy cảm của hàng hoá (mức độ ảnh hưởng đến sản xuất của EU) mà một mặt hàng có thể được giảm từ 15,3-60% mức thuế MFN áp dụng cho mặt hàng đó, thậm chí còn được miễn thuế. Nhờ đó kim ngạch mậu dịch hai chiều Việt Nam – EU năm 1999 đã tăng lên 12 lần, chiếm khoảng 20- 25 % tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong đó, thủy sản là một trong những mặt hàng chủ yếu xuất khẩu sang EU. Giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào EU năm 1997 mới chỉ có 69,619 triệu USD (chiếm tỷ trọng 8,97%) thì sang năm 1998, đã tăng lên 91,539 triệu USD (chiếm 10,66%). Riêng năm 1999, do xuất khẩu thủy sản Việt Nam gặp nhiều khó khăn vì những yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm nên hàng thủy sản Việt Nam không được EU đánh giá cao, do đó tuy sản lượng thủy sản xuất khẩu không đổi nhưng về kim ngạch xuất khẩu thủy sản giảm đi đôi chút, còn 89,113 triệu USD và chỉ có 18 doanh nghiệp được phép xuất khẩu thủy sản vào thị trường EU.

Tuy nhiên, bằng những nỗ lực vượt bậc, Việt Nam đã nhanh chóng tìm lại và củng cố vị trí của mình tại thị trường này. Tháng 9/1999, Ủy ban Liên minh Châu Âu đã công nhận Việt Nam vào danh sách 1 trong các nước xuất khẩu thủy sản vào EU và tháng 4/2000, lại công nhận Việt Nam vào danh sách 1 trong các nước xuất khẩu nhuyễn thể hai mảnh vỏ vào EU. Và nhất là trong năm 2001 vừa qua, 61 doanh nghiệp Việt Nam đã được vào danh sách xuất khẩu hàng sang EU. Chính vì vậy nên tuy tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào EU có giảm từ 10,66% (năm 1998) xuống còn 6,73% (năm 2001) nhưng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam lại tăng từ 91,539 triệu USD năm 1998 lên 120,265 triệu USD năm 2001, biến EU trở thành 1 trong 3 thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Việt Nam.

Như vậy, EU là một thị trường vừa mang các yếu tố của một thị trường tiêu thụ lại vừa mang yếu tố giúp nâng cao uy tín hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế, giúp thực hiện thành công đa dạng và làm cân bằng các thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Bởi xuất khẩu được sang thị trường này có nghĩa có trong tay chứng chỉ về trình độ chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu cao. Tuy nhiên, đây là một thị trường khó tính, chọn lọc với yêu cầu nghiêm ngặt về tiêu chuẩn chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm cao. Chính vì vậy, để tăng cường thị phần ở thị trường này thì Việt Nam tất yếu phải cải tiến công nghệ chế biến thủy sản xuất khẩu, bên cạnh đó phải chú trọng hơn nữa công tác

nuôi trồng thủy sản, đa dạng hoá sản phẩm thủy sản xuất khẩu mà đặc biệt là sản phẩm nhuyễn thể hai mảnh vỏ đang có thế mạnh của Việt Nam ở thị trường này.

2.4 Thị trường Trung Quốc

Cùng với Mỹ, thị trường Trung Quốc đang nổi lên như một thị trường thu hút hàng thủy sản nước thủy sản với kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh từ 37 triệu USD năm 1999 lên 222,972 triệu USD năm 2000 và 240,013 năm 2001 và đang đứng thứ 4 trong 10 nước nhập khẩu thủy sản nhiều nhất của Việt Nam. Đây là một thị trường có nhu cầu lớn, đa dạng lại không quá khó tính về về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Tuy nhiên, do quan hệ thương mại và thanh toán giữa hai nước còn nhiều khó khăn nên hàng thủy sản Việt Nam xuất chính ngạch vào thị trường này còn quá ít mà chủ yếu xuất bằng đường tiểu ngạch qua một số tỉnh vùng biên giới phía Đông Nam với các loại sản phẩm chủ yếu là nguyên liệu tươi sống, sản phẩm khô... có giá trị chưa cao. Chính vì vậy, trong thời gian tới ngành thủy sản cần đẩy mạnh hơn nữa công tác xúc tiến để nâng cao giá trị cũng như chất lượng của hàng thủy sản xuất khẩu sang thị trường rộng lớn và nhiều tiềm năng này.

2.5 Thị trường các nước Châu á khác.

Đây là thị trường truyền thống có sức tiêu thụ khá lớn và chủng loại mặt hàng đa dạng, phù hợp với cơ cấu nguồn lợi biển Việt Nam, trung bình giai đoạn (1990-1999) chiếm tỷ trọng 17-25%.

Tuy nhiên, thị trường này chủ yếu nhập khẩu sản phẩm tươi sống, sơ chế hoặc nguyên liệu, đồng thời là khu vực cạnh tranh với ta về xuất khẩu. Mặt khác, do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế của các nước Châu á trong thế giới gần đây nên xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này suy giảm và không ổn định. Năm 1998, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này đã phục hồi và tăng trưởng trở lại, nếu như năm 1998 chiếm 21% kim ngạch xuất khẩu thủy sản thì năm 1999 đã chiếm 23% kim ngạch xuất khẩu thủy sản. (Nguồn: Báo cáo hội thảo các nhà khoa học và các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản).

Bảng 24: Cơ cấu thị trường xuất khẩu qua các năm

Năm Chỉ tiêu	1998		1999		2000		6 tháng/2001	
	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)
Tổng giá trị nghìn USD	858.60 0		971.000		1.470.000		1.020.310	
Nhật Bản	363.18 8	42,3	395.197	40,7	482.160	32,8	269.340	26,4
Trung quốc +Hồng Kông	90.668	10,56	121.375	12,5	299.880	20,4	188.138	18,44
EU	106.46 6	12,4	93.216	9,6	101.430	6,9	68.298	6,69
ASEAN	44.647	5,2	66.028	6,8	58.800	4	34.299	3,36
Mỹ	99.598	11,6	133.998	13,8	307.230	20,9	270.099	26,47
Các nước khác	154.03 3	17,94	161.186	16,6	220.500	15	190.135	18,64

Nguồn: Vụ kế hoạch và thống kê- Bộ thương mại

=

Tóm lại, cho đến nay, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã xuất trực tiếp sang 51 quốc gia và đang được thế giới ghi nhận là một trong những nước xuất khẩu lớn trong khu vực và trên thế giới ở một số mặt hàng. Điều này cho thấy vị thế của hàng thủy sản Việt Nam đang tăng dần do những tiến bộ nhất định trong các khâu chế biến, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm cũng như có nhiều cố gắng trong công tác thông tin tiếp thị, xúc tiến thị trường. Thông qua tình hình xuất khẩu thủy sản trên các thị trường chính, ta có thể thấy: bên cạnh sự gia tăng ở các thị trường mới khai thác như Mỹ từ 11,6% năm 1998 lên đến 28,92% năm 2001. Còn các thị trường truyền thống thì lại có dấu hiệu chững lại hoặc giảm sút như thị trường Nhật Bản từ 42,8% năm 1998 xuống 32,8% năm 2000 và 26,14% năm 2001..Tình hình này đòi hỏi chúng ta phải có những biện pháp để tiếp tục củng cố các thị trường truyền thống đồng thời khai thác tốt các thị trường mới, trong đó nâng cao khả năng cạnh tranh của thủy sản xuất khẩu là một biện pháp cần thiết nhất.

3. Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu

Cùng với những thay đổi về cơ cấu thị trường, cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu trong thời gian hơn một thập kỷ qua đã có những chuyển dịch rất đáng ghi nhận. Song song với việc tiếp tục phát triển các mặt hàng chủ lực thì nhiều mặt hàng mới đã xuất hiện để đáp ứng các yêu cầu từ bình dân đến cao cấp. Từ chỗ ban đầu chỉ có khoảng từ 5-7 chủng loại và chủ yếu là xuất khẩu tôm và mực (năm 1986), thì đến nay mặt hàng thủy sản xuất khẩu đã có trên 100 chủng loại khác nhau. Trong đó tôm vẫn là mặt hàng chủ lực, tỷ lệ tôm đông lạnh trong hàng thủy sản xuất khẩu luôn chiếm vị trí cao nhất (xem bảng). Theo bản tin thương mại tháng 1/2000, tôm đang là mặt hàng thủy sản quan trọng nhất của thị trường thế giới, chiếm 20% tổng kim ngạch thủy sản toàn cầu. Tuy nhiên do nhu cầu của thị trường thế giới nên các doanh nghiệp xuất nhập khẩu phải đa dạng hoá các mặt hàng xuất khẩu. Do đó tỷ lệ tôm đông trong các mặt hàng xuất khẩu tuy vẫn dẫn đầu trong các mặt hàng xuất khẩu thủy sản nhưng tỷ trọng có xu hướng giảm dần. Đặc biệt, trong các năm 1995 đến 1997 dịch bệnh tôm ra liên tục nên sản lượng tôm tăng chậm hơn, xuất khẩu tôm đông lạnh giảm. Năm 1991, sản lượng tôm chiếm khoảng 61,82% thì đến năm 1995 là 52,08% và đến năm 1997 chỉ là 38,75%. Thị trường tôm có sự chuyển dịch từ thị trường Nhật sang các nước khác như Mỹ và Châu Âu do suy thoái kinh tế.

Mặt khác, nhìn vào bảng ta thấy, các loại thủy sản xuất khẩu khác đang có xu hướng ngày càng gia tăng như mực đông, mực khô và thủy sản khác. Mực đông xuất khẩu năm 1991 chiếm 6,96% sản lượng hàng thủy sản xuất khẩu thì đến năm 1995 chiếm 8,85% và đến năm 1999 chiếm 11,5%. Các mặt hàng thủy sản khác như cua, ghẹ, sò, ốc, rong biển...cũng có sự gia tăng đáng kể. Nhuyễn thể đông lạnh năm 1997 mới chiếm 10,5% thì năm 1999 đã chiếm 11,1%. Đặc biệt trong năm 1999 nhuyễn thể đông lạnh đứng thứ 3 trong số các mặt hàng thủy sản xuất khẩu sau tôm, cá.

Tuy nhiên, có một thực tế mà ta phải thừa nhận đó là, trong cơ cấu xuất khẩu thủy sản của Việt Nam hiện nay tỷ trọng hàng thủy sản có giá trị gia tăng mới chỉ đạt 19,75% (năm 2001) tổng kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản và có hơn 90% hàng thủy sản được xuất khẩu dưới dạng các sản phẩm tươi, ướp đông, đông lạnh (riêng giáp xác, nhuyễn thể là 80-85%).. Thực trạng này một mặt phản ánh thế so sánh của Việt Nam trong xuất khẩu thủy sản, mặt khác lại thể hiện sự yếu kém của ngành công nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam xuất khẩu, nhưng đây cũng là tiềm năng để Việt Nam có thể đa dạng hoá sản phẩm

xuất khẩu nhằm tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới. Theo quan điểm của tôi, cơ cấu mặt hàng thủy sản của Việt Nam cần có sự phù hợp tương đối với cơ cấu xuất khẩu thủy sản của thế giới: tăng nhanh hơn nữa tỷ trọng xuất khẩu đồ hộp (phát triển các mặt hàng mới như đồ hộp cá ngừ hay tôm hộp chẳng hạn), tăng tỷ trọng cá và tăng tỷ trọng thủy sản trong cơ cấu hàng thủy sản tươi, ướp đông, đông lạnh và giảm tỷ trọng hàng đông lạnh sơ chế. Có thể nói, nếu Việt Nam tăng cường chế biến sâu, hay nâng cao tỷ trọng giáp xác sống hoặc nâng cao tỷ trọng giáp xác cỡ lớn trong nhóm sản phẩm này, để có thể đưa được mức giá xuất khẩu trung bình lên bằng 80% mức giá của Thái Lan chẳng hạn, thì vẫn với khối lượng xuất khẩu đó sẽ đem về cho nước ta khoảng 479,332 triệu USD, tăng hơn 65 triệu USD... Như vậy, vào đầu thế kỷ XXI, ngoài việc phấn đấu để nâng cao tỷ trọng hàng chế biến sâu trong cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu đưa tỷ lệ này lên 25-30% từ mức 13-15% hiện nay, có một khả năng nữa cho việc tăng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam từ thay đổi cơ cấu sản phẩm đó là tăng cường xuất khẩu các thủy sản cao cấp ở dạng sống, mà Trung Quốc (kể cả Hồng Kông) đang nổi lên là một thị trường tiềm năng nhất trong khu vực hiện nay.

Bảng 25: Cơ cấu giá trị các mặt hàng thủy sản xuất khẩu qua các năm

Chỉ tiêu	1998		1999		2000		6 tháng/2001	
	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (nghìn USD)	Tỷ trọng (%)
Tổng giá trị (nghìn USD)	858.600		971.000		1.470.000		1.020.310	
Tôm đông	439.603	51,2	482.000	49,69	662.494	45,07	492.902	42,13
Cá	123.356	14,6	150.596	15,5	267.590	18,2	216.960	21,26
Mực khô + Bạch tuộc	89.981	10,48	109.655	11,29	108.637	7,39	61.694	6,05
Hàng khô	71.693	8,35	68.092	7,01	197.695	13,45	114.962	11,27
Hải sản khác	131.967	15,37	160.200	16,5	233.584	15,89	196.792	19,29

Nguồn: Vụ kế hoạch - thống kê_ Bộ thương mại.

III. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ trong những năm qua

1. Phân tích kết quả và hiệu quả xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ.

Nhu cầu thủy sản thế giới ngày càng tăng trên phạm vi toàn cầu. Đặc biệt là tại thị trường Mỹ. Với kim ngạch nhập khẩu thủy sản hàng năm khoảng 7,3-8 tỷ USD, chiếm khoảng 16,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của thế giới, Mỹ trở thành một trong 3 thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất trên thế giới.

Từ năm 1994, ngành thủy sản đã nhận thấy việc mở rộng thị trường xuất khẩu là rất quan trọng trong việc gia tăng giá trị xuất khẩu cũng như hình thành thế chủ động và cân đối về thị trường, tránh không lệ thuộc vào thị trường truyền thống Nhật Bản. Do đó, ngành đã chủ trương mở rộng xuất khẩu sang nhiều thị trường khác như EU, Trung Quốc... và đặc biệt là thị trường Mỹ.

Có thể nói trong cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam hiện nay, Mỹ được đánh giá là thị trường đầy triển vọng, đứng thứ hai sau Nhật Bản (trong 3 tháng đầu năm 2002, chiếm 25,3% kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam). Trong định hướng phát triển giai đoạn 2005-2010 của ngành thủy sản Việt Nam, thị trường sẽ chiếm tỷ trọng 25-28% vào năm 2010. Ngành thủy sản Việt Nam bắt đầu xuất khẩu vào Mỹ từ năm 1994 với giá trị ban đầu còn thấp, chỉ có 6 triệu USD. Từ đó giá trị thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng lên tục qua các năm. Năm 1999 lên tới 130 triệu USD (tăng gấp 21 lần năm 1994) và đưa Việt Nam lên vị trí thứ 19 trong số các nước xuất khẩu thủy sản vào Mỹ. Năm 2000, Mỹ nhập khẩu từ Việt Nam 302,4 triệu USD thủy sản các loại, năm 2001 đạt 489 triệu USD (tăng so với năm 2000 là 62,4%) và trong 3 tháng đầu năm 2002, xuất khẩu thủy sản Việt Nam vẫn tiếp tục tăng trưởng đạt 20 nghìn tấn về khối lượng, với giá trị 180 triệu USD (tăng so với cùng kỳ năm trước tương ứng là 94% và 75%). Với đà tăng trưởng như trên và đặc biệt là khi Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đã chính thức đi vào hoạt động, năm 2002 khả năng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Mỹ có thể tăng trên 700 triệu USD.

Bảng 26: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ

Chỉ tiêu	Năm							
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
KNXK	5,8	19,583	34	46,376	81,55	125,9	304,359	489
% tăng trưởng		336,74	64	45	104	62,2	142,3	62,4

Nguồn : Bộ thương mại Hoa Kỳ.

Hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tập trung chủ yếu là tôm đông lạnh (chiếm 71,4% giá trị xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ). Năm 2001, giá trị xuất khẩu tôm của Việt Nam đạt 248 triệu USD, chiếm vị trí thứ 3 trong các nước xuất khẩu tôm vào Mỹ. Tuy vậy, hàng tôm đông Việt Nam vẫn chỉ giữ vị trí còn rất khiêm tốn trên thị trường Mỹ, chiếm 5,5% sản lượng tôm nhập khẩu, trong khi thị trường Thái Lan :44%, Mêhicô: 10,2%... Mặt hàng xuất khẩu thứ hai là cá ngừ tươi đạt giá trị 99 triệu USD trong năm 2001, tăng 77% so với năm 2000. Cá đông lạnh các loại cá giá trị xuất khẩu đứng thứ ba với giá trị 30 triệu USD trong năm 2001, trong đó cá basa phi lê đông là mặt hàng Việt Nam vẫn chiếm lĩnh thị trường Mỹ với giá trị xuất khẩu trên 20 triệu USD, tăng so với năm trước 169%. Mặt hàng cua biển cũng đạt mức tăng trưởng cao trong xuất khẩu sang Mỹ (bao gồm cua sống, cua đông, cua luộc, cua thịt) đạt giá trị xuất khẩu 20 triệu USD năm 2001. Từ đó có thể thấy các doanh nghiệp thuỷ sản Việt Nam đã có những đột phá đáng kể vào thị trường tiêu thụ của lớn số 1 thế giới này.

Bảng 27: Kim ngạch xuất khẩu của một số mặt hàng thuỷ sản chính sang thị trường Hoa Kỳ

Đơn vị: Triệu USD

TT	Tên hàng	1999	2000	2001
1	Tôm đông bóc vỏ	98,5	103,7	125,8
2	Tôm đông chế biến	46,5	52,1	61,4
3	Tôm đông còn vỏ <15	27,5	30,4	38,9
4	Cá biển đông lạnh	9,89	11,5	16,4
5	Cá basa phi lê	9,16	10,7	18,9
6	Cá ngừ vây vàng tươi	8,47	9	10,15
7	Thịt đệp	4,53	5,1	5,95

8	Cua biển	2,25	2,85	3,75
---	----------	------	------	------

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Như vậy, trong những năm qua thủy sản luôn giữ được xu thế tăng trưởng không ngừng về năng lực sản xuất và giá trị kim ngạch xuất khẩu với mức tăng trưởng tương đối cao (22-23%/năm). Xuất khẩu thủy sản đã trở thành động lực thúc đẩy công nghiệp chế biến thủy sản phát triển, tăng cường cơ sở vật chất và năng lực sản xuất của khu vực nguyên liệu, bước đầu làm chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn ven biển, góp phần bảo đảm việc làm và nâng cao đời sống cho hàng triệu người lao động sống bằng nghề cá, góp phần ổn định và phát triển kinh tế đất nước.

Hiện nay, trong cả nước đã hình thành một ngành công nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu. Tính đến hết năm 2000, đã có 266 nhà máy chế biến đông lạnh, có khả năng sản xuất khoảng 1500 tấn thành phẩm /ngày. Trong đó, hơn một nửa được cải tạo, nâng cấp, đổi mới công nghệ, áp dụng các chương trình, hệ thống kiểm tra, quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm tiên tiến đủ năng lực đáp ứng các yêu cầu rất cao về chất lượng của thị trường Mỹ. Trình độ chế biến của nhiều đơn vị được đánh giá đạt mức tiên tiến của khu vực và trên thế giới góp phần tăng giá trị hàng thủy sản Việt Nam lên nhiều lần.

Tuy nhiên, có một thực trạng không thể không xét đến. Đó là mặc dù liên tục gia tăng được giá trị xuất khẩu nhưng những con số đó vẫn còn quá nhỏ bé so với tổng giá trị nhập khẩu thủy sản của Mỹ (chiếm khoảng 3%) và cũng chưa tương xứng với khả năng của Việt Nam. Nếu như so sánh với Thái Lan (nơi xuất khẩu thủy sản lớn nhất vào Mỹ) về diện tích, vùng đặc quyền kinh tế cũng như về diện tích nuôi tôm thì họ đều thấp hơn ta nhưng sản lượng và giá trị xuất khẩu của họ lại cao vào loại bậc nhất thế giới. Hiện nay, mỗi năm Thái Lan thu được khoảng 4 tỷ USD về xuất khẩu thủy sản, trong đó hơn 1/3 từ thị trường Mỹ. Do đó, việc tăng cường đầu tư đổi mới giống tôm, hiện đại hoá công nghệ nuôi trồng thủy sản, nâng cao chất lượng chế biến, mẫu mã và đảm bảo thế giới giao hàng là đòi hỏi cấp thiết đối với ngành thủy sản Việt Nam.

Bảng 28: Giá của một số mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang thị trường Mỹ

Đơn vị: USD/kg

TT	Tên hàng	2000	2001
1	Tôm sú bỏ đầu cỡ 4-6 con/pound	26,5	21,85
2	Tôm sú bỏ đầu cỡ 6-8 con/pound	24,85	20,85
3	Tôm sú bỏ đầu cỡ 16-20 con/pound	17,15	13,35
4	Cá ba sa	3,35	3,65

Nguồn: VSAP, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam

2. Hoạt động của ngành thủy sản Việt Nam để thâm nhập và phát triển ở thị trường Mỹ.

Với sức mua lớn, nhu cầu đa dạng, phong phú, Mỹ là một địa chỉ hấp dẫn không chỉ với Việt Nam mà còn với tất cả các nước trên thế giới. Chính vì vậy, mặc dù hiện nay Việt Nam đã được hưởng quy chế MFN của Mỹ, nhưng khi thâm nhập vào thị trường Mỹ, hàng thủy sản Việt Nam cũng sẽ phải đương đầu với sự cạnh tranh gay gắt từ các bạn hàng của Mỹ như: Thái Lan, Singapore, Mêxicô... vốn đã có vị trí khá vững chắc trên thị trường Mỹ, có uy tín và có khách hàng ổn định. Trong khi đó, hàng Việt Nam lại không có gì vượt trội hơn so với hàng hoá của các nước đó, cả về mặt giá cả và mẫu mã, chất lượng. Vì thế để có thể tồn tại và phát triển được trong môi trường cạnh tranh khốc liệt này, ngay từ bây giờ các doanh nghiệp Việt Nam cần tìm hiểu kỹ lưỡng thị trường Mỹ, nhất là phải làm sao thâm nhập được vào hệ thống bán lẻ và phân phối trên thị trường Mỹ, nắm bắt được các luật lệ, biểu thuế và các luật lệ có liên quan. Tuy nhiên, quan trọng hơn cả là phải tìm cách để không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã.

Tiếp đó, như đã đề cập ở trên, Mỹ là một thị trường rất rộng lớn và khá mới mẻ đối với các doanh nghiệp Việt Nam, do đó, thị trường Mỹ có nhiều vấn đề mà từng doanh nghiệp đơn lẻ khó có thể vượt qua được. Chính vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam nên tìm kiếm các “đồng minh” cùng hợp lực để tiến vào thị trường đầy tiềm năng này. Chẳng hạn như các doanh nghiệp có thể cùng chung lưng san sẻ chi phí thành lập văn phòng đại diện tại Mỹ hay tổ chức gian hàng giới thiệu sản phẩm tại các thành phố lớn của Mỹ. Như vậy, vừa đảm bảo vẫn có đầu mối giao dịch tại Mỹ mà chi phí mỗi doanh nghiệp bỏ ra sẽ thấp hơn.

3. Sự tác động của cơ chế chính sách hiện tại của Việt Nam đối với xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ

Mục tiêu phấn đấu của ngành thủy sản Việt Nam là đến năm 2010 xuất khẩu được 3,2-3,5 tỷ USD. Trên đường đi đến mục tiêu này, chúng ta có những lợi nhưng cũng gặp không ít khó khăn lớn đòi hỏi sự nỗ lực cao của các nhà sản xuất và sự tác động hỗ trợ của Nhà nước thông qua hệ thống cơ chế chính sách.

Hội nghị lần thứ 04 Ban chấp hành Trung ương Đảng Khoá VIII đã ra Nghị quyết là “ ***phải phát triển nhanh, mạnh, vững chắc các ngành công nghiệp, trước hết là công nghiệp chế biến có khả năng cạnh tranh cao; chú ý phát triển các ngành công nghiệp tốn ít vốn, thu hút nhiều lao động; khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu; trên cơ sở phát huy nội lực, thực hiện nhất quán, lâu dài chính sách thu hút các nguồn lực bên ngoài; tích cực chủ động thâm nhập, mở rộng thị trường quốc tế***”.

Với chủ trương đó, hệ thống chính sách của Nhà nước đã góp phần phát huy tác dụng thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế trong đó có ngành thủy sản.

3.1 Chính sách đầu tư

Trong những năm gần đây, với chủ trương phát huy nội lực tận dụng ngoại lực, Nhà nước ta đã có những sửa đổi, bổ sung quan trọng trong chính sách, luật pháp, cơ chế quản lý để thu hút mạnh hơn đầu tư phát triển sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu đối với các ngành kinh tế nói chung và đối với ngành thủy sản nói riêng.

Luật đầu tư nước ngoài ra đời năm 1987 và đã được sửa đổi, bổ sung lần gần đây nhất vào năm 1996. Nghị định 12/CP quy định chi tiết việc thi hành luật mới này. Chính phủ đã quy định rõ những lĩnh vực, những địa bàn khuyến khích đầu tư với các ưu đãi cho các dự án nằm trong diện khuyến khích đầu tư. Chẳng hạn, giảm mức thuế thu nhập doanh nghiệp 20% cho các dự án có một trong những điều kiện phải xuất khẩu ít nhất 50% sản phẩm, sử dụng 500 lao động trở lên, sử dụng công nghệ tiên tiến; 15% cho các dự án xuất khẩu được 80% sản phẩm; mức 10% cho các dự án đầu tư vào miền núi, vùng sâu, vùng xa. Ngoài ra, có thể còn được miễn hoặc giảm thuế trong một số năm nhất định.

Như vậy, hầu hết các dự án đầu tư nước ngoài vào ngành chế biến thủy sản đều thuộc diện khuyến khích vì sản phẩm chủ yếu là để xuất khẩu, sử dụng nhiều lao động, nên thủ tục xin và cấp giấy phép đầu tư được đơn giản hóa, thời gian thẩm định rút ngắn, thực hiện cơ chế “mở cửa”.

Mặt khác, nhằm hướng mạnh vào xuất khẩu, tháng 4/1998, Bộ kế hoạch - đầu tư đã quy định cụ thể 24 loại sản phẩm phải bảo đảm xuất khẩu được 80% mới được cấp giấy

phép đầu tư nước ngoài, trong đó có sản phẩm thủy sản. Điều này đã nâng cao năng lực xuất khẩu cho ngành.

Bên cạnh đó, Luật khuyến khích đầu tư trong nước ra đời năm 1994 và sửa đổi vào năm 1998 với tinh thần chủ đạo là khuyến khích đầu tư toàn diện, đồng bộ thông qua việc quy định cụ thể các ngành nghề, các khu vực khuyến khích đầu tư. Điều này góp phần nâng cao năng lực sản xuất thủy sản của khu vực trong nước hướng tới xuất khẩu. Đây cũng là một yếu tố thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước mạnh dạn đầu tư mới và đổi mới trang thiết bị phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu. Luật khuyến khích đầu tư trong nước đã mở rộng đối tượng được hưởng điều kiện ưu đãi, tạo ra một sân chơi bình đẳng cho các thành phần kinh tế, xóa bỏ những phân biệt giữa các doanh nghiệp Nhà nước với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tạo điều kiện phát triển sản xuất, mở rộng thị trường xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

3.2 Chính sách thuế.

Trong những năm qua, thực hiện chiến lược phát triển kinh tế hướng về xuất khẩu là chính, hệ thống các chính sách thuế có những sửa đổi quan trọng, tác động tích cực tới hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu thủy sản.

Thông tư 106/1998/TT/BTC cho phép kéo dài thời gian nộp thuế nhập khẩu đối với những trường hợp sử dụng nguyên vật liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu, trước đây là 90 ngày, nay là 270 ngày, hoặc tùy vào theo chu kỳ sản xuất từng loại sản phẩm, giảm bớt khó khăn cho doanh nghiệp. Quyết định số 251/1998/ QĐ-TTg quy định các tổ chức, cá nhân thuộc các thành phần kinh tế tham gia thực hiện Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản được hưởng ưu đãi về thuế theo quy định của Luật khuyến khích đầu tư trong nước và các quy định hiện hành; miễn giảm thuế vận chuyển giống nuôi thủy sản đến các vùng sâu, vùng xa, hải đảo. Quyết định số 248/TTg ra ngày 7/8/1995 về đầu tư “khôi phục và hoàn thiện cơ sở hạ tầng nghề cá” bao gồm cả việc xây dựng các cảng cá, cho vay vốn dài hạn với lãi suất ưu đãi, thúc đẩy nghiên cứu và áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, phát triển công nghệ chế biến sau thu hoạch. Tất cả những điều đó đã góp phần khuyến khích các doanh nghiệp thủy sản sản xuất và xuất khẩu thủy sản một cách có hiệu quả với giá trị ngày càng gia tăng cả về số lượng và chất lượng.

3.3 Môi trường pháp lý và cải cách thủ tục hành chính

Cùng với những thay đổi có tính chất tích cực từ phía các chính sách, cơ chế điều hành xuất khẩu và các quy định về thủ tục hành chính cũng có những thay đổi theo hướng thuận lợi cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu.

Luật thương mại có hiệu lực từ 1/1/1998 và Nghị định 57/1998/NĐ- CP đã tạo khuôn khổ pháp lý ổn định cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, đại lý mua bán hàng hoá theo hướng khuyến khích xuất khẩu. Đồng thời Bộ thương mại cũng đã ban hành Thông tư số 18/1998/thị trường- BTM ngày 28/8/1998 hướng dẫn cụ thể về hoạt động xuất nhập khẩu, gia công và đại lý mua bán hàng hoá. Theo tinh thần của Thông tư này, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế đều được thực hiện xuất nhập khẩu theo ngành nghề ghi trong giấy chứng nhận kinh doanh; các thủ tục hành chính được đơn giản hoá. Quy chế này mở rộng khả năng kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp với thị trường nước ngoài. Điều này tạo điều kiện thu hút tiềm năng về vốn, về lao động cho sản xuất và xuất khẩu hàng thuỷ sản.

Bên cạnh đó, Chính phủ cũng ban hành quy chế thưởng xuất khẩu nhằm khuyến khích các doanh nghiệp mở rộng thị trường tiêu thụ; sản xuất và xuất khẩu được những mặt hàng mới, có chất lượng cao, sử dụng nhiều vật tư nội địa, thu hút được nhiều lao động. Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu thuỷ sản có cơ hội hưởng được sự khuyến khích này nếu xuất khẩu mặt hàng đầu tiên được tiêu thụ ở một thị trường mới với mức 200000 USD/năm trở lên hoặc nếu sản phẩm sử dụng 60% nguyên liệu nội địa. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp thuỷ sản tích cực mở rộng sản xuất, đa dạng hoá thị trường tiêu thụ.

Tuy vậy, bên cạnh những đổi mới mang tính tích cực trên thì vẫn còn những bất cập cần giải quyết. Cụ thể:

- Các quy định hiện hành vẫn còn một số mặt chưa ổn định, gây ra nhiều khó khăn và bị động cho các doanh nghiệp.
- Các chính sách về thuế và tín dụng còn nhiều bất cập, chẳng hạn như vẫn còn tồn tại nhiều mức thuế khác nhau trong khi chưa có tiêu chuẩn phân loại nhóm sản phẩm theo từng mức thuế cụ thể. Và mặc dù đã áp dụng chính sách miễn giảm thuế cho một số đối tượng, nhưng các thủ tục xin hoàn thuế, giảm thuế còn nhiều rườm rà, gây tốn kém, cản trở sản xuất, kinh doanh của nhiều doanh nghiệp..

4. Đánh giá thực trạng xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam sang thị trường Mỹ.

4.1 . *Những mặt đã đạt được*

Có thể nói, những kết quả đạt được của ngành thủy sản Việt Nam trong xuất khẩu hàng thủy sản vào thị trường Mỹ trong những năm qua đã chứng tỏ hướng đi đúng đắn trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu. Mặc dù thị trường Mỹ còn là thị trường khá mới mẻ đối với ngành và các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, song nhiều doanh nghiệp đã thông qua nhiều con đường, mạnh dạn tìm cách tiếp cận và thâm nhập vào thị trường này. Chính vì vậy, mặc dù kết quả đạt được còn khá khiêm tốn, nhưng ngành thủy sản Việt Nam đã dần dần tạo dựng được lòng tin đối với các nhà nhập khẩu cũng như là tạo được cho mình một thế đứng vững chắc trên thị trường thủy sản Hoa Kỳ.

Tuy phải qua sự kiểm tra chặt chẽ của cơ quan quản lý dược phẩm và thực phẩm Hoa Kỳ (FDA) theo các tiêu chuẩn khắt khe (HACCP), xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào Hoa Kỳ vẫn tăng mạnh. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trung bình trong giai đoạn 1996-2000 là 16,57%/năm cho dù mức tăng không đồng đều qua các năm. Thủy sản trở thành một trong bốn mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam (dầu thô, dệt may, da giày). Hàng năm, ngành thủy sản đã đóng góp cho đất nước khoảng 400-470 triệu USD. Trong đó, năm 2001 là năm có nhiều diễn biến quan trọng trong quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ, Hiệp định thương mại song phương mặc dù mới chính thức đi vào hoạt động kể từ 15^h ngày 10/12/2001, nhưng theo ước tính năm 2001 kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản vào thị trường Mỹ có thể đạt trên 500 triệu USD, tăng 62,4% so với năm 2000. Có được những thành công trên đây là do trong thời gian qua ngành thủy sản đã chuẩn bị tốt được nguồn hàng xuất khẩu từ đánh bắt, nuôi trồng đến chế biến; nhiều nhiều địa phương, nhiều doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư đổi mới công nghệ, đạt trình độ tiên tiến của thế giới; do đó chất lượng sản phẩm ngày càng nâng cao, đáp ứng được các yêu cầu khắt khe về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm của thị trường Mỹ.

Tuy nhiên, trong cơ cấu hàng thủy sản xuất vào thị trường Mỹ, các sản phẩm thủy sản có giá trị gia tăng cao vẫn chiếm một tỷ trọng rất thấp, mới có 17,5%(trong đó sản phẩm làm sẵn 14,5%, sản phẩm ăn liền 3%).

Mỹ là nước có nhu cầu nhập khẩu hàng thủy sản vào loại lớn nhất thế giới, do đó để ngành thủy sản Việt Nam phát huy được năng lực của mình trên thị trường này, chúng ta cần nghiên cứu và tìm hiểu sâu hơn về những khó khăn và thuận lợi đối với việc xuất khẩu

hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ trong thời gian qua, để từ đó có những giải pháp đẩy mạnh hơn nữa xuất khẩu hàng thủy sản vào thị trường đầy tiềm năng này.

4.2 Những hạn chế.

Mặc dù quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ trong những năm qua là hết sức khả quan, hàng năm đều có sự gia tăng về số lượng và giá trị mặt hàng xuất khẩu vào Mỹ, song kết quả đạt được còn quá nhỏ bé, chưa tương xứng với tiềm năng của cả hai bên nhất là khả năng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường rộng lớn đầy tiềm năng như Hoa Kỳ. Tuy hoạt động xuất khẩu thủy sản đã có nhiều tiến bộ nhưng Việt Nam mới chỉ đứng ở vị trí thứ 21 trong các thị trường nhập khẩu của Hoa Kỳ. So với Thái Lan, Trung Quốc, Singapore..., kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam với Hoa Kỳ vẫn còn rất nhỏ bé. Năm 2001, mặc dù Việt Nam đã cố gắng nâng tổng giá trị thủy sản xuất khẩu sang Hoa Kỳ lên 1,71 tỷ đồng, nhưng so với tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Hoa Kỳ năm 2001 thì thị phần của Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 4%.

Một hạn chế nữa đó là: các biện pháp thâm nhập thị trường của các doanh nghiệp còn hạn chế, chưa đa dạng, còn thụ động. Trong những năm qua, vẫn còn nhiều thương vụ xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang Mỹ phải qua trung gian, chưa xuất khẩu trực tiếp được vào thị trường Mỹ nên phía Việt Nam còn chịu nhiều thiệt. Thực tế này diễn ra nhiều năm nay, nhiều doanh nghiệp cũng đã biết và có nhiều cố gắng cải thiện nhưng do chất lượng hàng của ta chưa cao, chưa có uy tín mạnh trên thương trường nên tình trạng này vẫn chưa khắc phục hoàn toàn được. Việc thành lập các chi nhánh bán hàng, sử dụng các đại lý bán hàng, thiết lập mạng phân phối riêng cho từng doanh nghiệp tại thị trường Mỹ còn rất hạn chế.

Về mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang Mỹ, có thể thấy rõ ràng rằng hàng Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ chủ yếu là mặt hàng thô, mức độ chế biến trong nước thấp. Do đó rất lãng phí mà giá cả lại thấp hơn rất nhiều so với các nước xuất khẩu khác (giá thủy sản xuất khẩu của ta chỉ bằng một nửa so với Thái lan, Singapore). Các mặt hàng này lại ít được đa dạng, chủ yếu tập trung vào các mặt hàng như tôm, mực, cá tra và cá basa. Về mẫu mã, kiểu dáng, chất lượng, sản phẩm của ta lại chưa cao trong một số trường hợp không đáp ứng được các tiêu chuẩn kiểm định ngặt nghèo của Mỹ nên đã bị tái xuất, hoặc chưa hấp dẫn được người tiêu dùng.

4.3 Nguyên nhân.

a). Nguồn cung cấp nguyên liệu bấp bênh, chất lượng nguyên liệu còn kém.

Như chúng ta đã biết, chế biến thủy sản xuất khẩu chủ yếu dựa vào nguồn khai thác tự nhiên, lệ thuộc hoàn toàn vào thiên nhiên, vào tính chất manh mún và thời vụ của nguồn lợi hải sản nhiệt đới. Nuôi trồng thủy sản chưa trở thành nguồn cung cấp nguyên liệu chủ yếu và ổn định cho chế biến. Vì thế việc cung cấp nguyên liệu cho các nhà máy chế biến xuất khẩu bấp bênh, không an toàn cho xuất khẩu. Bên cạnh đó, sản xuất nguyên liệu với trình độ công nghệ thấp, giá thành cao và bảo quản sau thu hoạch kém là nguyên nhân chính làm giảm hiệu quả của khu vực chế biến xuất khẩu và giảm sức cạnh tranh của sản phẩm thủy sản Việt Nam trên trường quốc tế.

b). Thiếu khả năng đáp ứng các đơn hàng quy mô lớn.

Bản thân Mỹ là một thị trường rất rộng lớn, ngoài ra các nhà phân phối Mỹ thường thiết lập hệ thống phân phối toàn cầu, nghĩa là không chỉ bán ở Mỹ mà theo các kênh đi khắp thế giới. Vì vậy, quy mô đơn đặt hàng của họ thường rất lớn. Trong khi đó, các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam phần lớn lại là những doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, khả năng tài chính có hạn, năng lực sản xuất thấp, năng suất lao động chưa cao và nguồn nguyên liệu đầu vào cho sản xuất một số sản phẩm không ổn định nên khi sang Mỹ tìm hiểu thị trường đã không ký được hợp đồng do không có khả năng đáp ứng được quy mô của đơn hàng.

c). Tổ chức và quản lý doanh nghiệp còn yếu kém.

Phần lớn các doanh nghiệp chế biến đều là các doanh nghiệp Nhà nước, chậm đổi mới công nghệ và đổi mới quản lý, đặc biệt là quản lý chất lượng và quản lý kinh doanh, ít năng động về thị trường nên hiệu quả sản xuất kinh doanh kém. Hiện nay, rất ít các doanh nghiệp nhà nước muốn cổ phần hoá hoặc chuyển đổi hình thức sở hữu. Trong khi đó, các doanh nghiệp tư nhân năng động và có khả năng cạnh tranh cao nhưng lại không có cơ hội để tiếp cận xuất khẩu. Thực tế đã chỉ ra rằng, có vốn, có công nghệ mà không có đội ngũ các nhà doanh nghiệp giỏi và công nhân có tác phong công nghiệp, nhiệt tình thì không thể phát triển được.

d). Trở ngại về hệ thống luật pháp và thông tin về thị trường Mỹ.

Mỹ được xem là một quốc gia có hệ thống luật pháp chặt chẽ và khá phức tạp. Do vậy, việc nghiên cứu, tìm hiểu để nắm vững hệ thống luật này không đơn giản. Khi buôn bán với Mỹ, các công ty lớn, nhỏ ở hầu hết các nước đều phải thuê luật sư với chi phí rất

cao. Những vấn đề này hiện đang là trở ngại lớn cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ của Việt Nam khi vào thị trường Mỹ. Thiếu hiểu biết về luật pháp cũng như các quy định trong chính sách thương mại của Mỹ đã làm hạn chế đến quan hệ đối tác, tìm kiếm, thâm nhập và mở rộng thị trường của các doanh nghiệp xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

Mặt khác, khó khăn còn là sự khác biệt rất lớn của hệ thống luật pháp giữa hai nước Việt Nam và Hoa Kỳ. Trong khi luật pháp của chúng ta còn chưa ổn định, thiếu đồng bộ thì hệ thống luật pháp của Hoa Kỳ rất đầy đủ và chặt chẽ. Trên thực tế, luật pháp thương mại của chúng ta còn nhiều bất cập, lạc hậu so với thế giới, chưa theo kịp những phát sinh trong quan hệ kinh tế thương mại. Điều này, có ảnh hưởng trực tiếp tới các doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập và đặc biệt là việc thực hiện Hiệp định thương mại Việt-Mỹ trong thời gian tới.

Bên cạnh đó, thông tin thị trường cũng là một trở ngại lớn với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam khi thâm nhập thị trường Mỹ. Do chưa có nhiều kinh nghiệm, năng lực thu thập và xử lý thông tin còn yếu, vì vậy, việc tiếp cận, thăm dò, tìm kiếm thị trường... của các doanh nghiệp còn gặp rất nhiều khó khăn và bất cập. Để khắc phục những khó khăn này đòi hỏi các doanh nghiệp phải có sự chủ động và năng động cao khi làm ăn trên đất Mỹ. Đồng thời để các doanh nghiệp kinh doanh ổn định và lâu dài, Nhà nước cần có những quan tâm và hỗ trợ kịp thời các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp mới tiếp cận thị trường này.

e). Về cơ chế chính sách.

Thứ nhất, do chậm nhận thức đầy đủ về khả năng to lớn trong việc phát triển công nghiệp nuôi trồng thủy sản làm cơ sở để tăng nhanh nguồn nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu. Đồng thời, chưa tập trung giải quyết tốt việc đổi mới công nghệ, bảo quản sau thu hoạch đối với sản phẩm của nghề khai thác nên chưa có hệ thống chính sách phù hợp với một định hướng phát triển rõ ràng để tạo nên sự liên kết chặt chẽ giữa các khâu nuôi trồng, khai thác, chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Giữa các cơ quan quản lý nhà nước chưa có sự phân công rõ ràng trách nhiệm, chưa có sự phối hợp hành động đồng bộ giữa các cấp chính quyền, các doanh nghiệp và các cơ quan nghiên cứu triển khai nhằm tạo nên hành lang thuận lợi cho cạnh tranh hàng thủy sản.

Thứ hai, Cơ chế quản lý các doanh nghiệp nhà nước trong lĩnh vực chế biến xuất khẩu chưa phát huy được năng lực và trí tuệ của đội ngũ cán bộ quản lý và công nhân lành nghề, tạo ra động lực phát triển, bảo đảm có hiệu quả và khả năng tái sản xuất mở rộng hoặc tái đầu tư chiều sâu.

Tóm lại, trong xu thế toàn cầu hoá và khu vực hoá, Việt Nam đã và đang có những bước chuyển mình để hội nhập nhanh chóng với nền kinh tế thế giới. Trong quá trình tiến hành công cuộc đổi mới nền kinh tế, thực hiện các mục tiêu công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, đòi hỏi Việt Nam cần lựa chọn cho mình một hướng đi đúng đắn, một lộ trình thích hợp với điều kiện hoàn cảnh của mình. Trong đó, cần đặc biệt chú ý tới chiến lược lựa chọn sản phẩm xuất khẩu trong từng giai đoạn phát triển. Có thể nói trong giai đoạn đầu của tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, thủy sản được lựa chọn là sản phẩm xuất khẩu mũi nhọn là hướng đi đúng đắn, có ý nghĩa quan trọng góp phần thực hiện thành công các mục tiêu kinh tế-xã hội của đất nước. Chúng ta đã tiếp cận và mở rộng được trên nhiều thị trường trên thế giới như thị trường Nhật Bản, EU, Trung Quốc... Tuy nhiên, áp lực cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt, những phát sinh và sự bất ổn định của môi trường kinh doanh đang đặt ngành thủy sản Việt Nam trước những khó khăn và thách thức mới. Chúng ta chưa thể thoả mãn với những gì đã đạt được, bởi những kết quả đó chưa thực sự đảm bảo cho ngành thủy sản Việt Nam tạo lập một vị thế vững chắc và vượt trội hơn so với các đối thủ khác trên thị trường quốc tế. Trước mắt chúng ta, thị trường Hoa Kỳ được xem như là thị trường đầy tiềm năng và rất hấp dẫn với hàng hoá xuất khẩu nói chung và hàng thủy sản nói riêng. Có thể nói một con đường mới cho thủy sản xuất khẩu Việt Nam bắt đầu đã khai thông, nhưng chắc chắn đây không phải là con đường bằng phẳng để thủy sản Việt Nam có thể dễ dàng băng qua. Để hàng thủy sản xuất khẩu của chúng ta có mặt và tạo lập được uy tín trên thị trường Hoa Kỳ là cả một quá trình đầy gian nan vất vả, đòi hỏi không chỉ sự nỗ lực rất lớn của các doanh nghiệp Việt Nam mà cần sự hỗ trợ tích cực từ phía Nhà nước để có thể tiếp cận và đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường nhiều tiềm năng nhưng cũng lắm chông gai này.

chương III

Một số biện pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng thuỷ sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ

Thuỷ sản là một trong 15 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và đã được xác định là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Vì vậy, chúng ta đang rất cần có những định hướng và giải pháp có hiệu quả nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng thuỷ sản xuất khẩu, để xuất khẩu thuỷ sản thực sự tương xứng với tầm vóc của nó.

I. Chiến lược xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam giai đoạn 2001-2010

Trong các ngành kinh tế quốc dân, thuỷ sản là ngành còn có nhiều tiềm năng chưa được huy động để phát triển. Do đó, cần phải có hướng đi đúng để ngành thuỷ sản nói chung và xuất khẩu thuỷ sản sang thị trường Mỹ nói riêng đạt được tốc độ tăng trưởng cao trong thời gian tới.

1. Các quan điểm về đẩy mạnh xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam

- Xuất khẩu thuỷ sản tiếp tục là mũi nhọn trong phát triển kinh tế thuỷ sản, trước hết là kinh tế biển, có vai trò và vị trí quan trọng trong phát triển kinh tế đất nước, nâng cao thu nhập và giải quyết công ăn việc làm, cải thiện đời sống của nhân dân vùng biển.

- Xuất khẩu thuỷ sản phải chuyển từ kinh tế khai thác tài nguyên và kinh tế thương mại là chủ yếu sang kinh tế khai thác lao động kỹ thuật và công nghệ là chủ yếu, chuẩn bị điều kiện tiến tới kinh tế khai thác trí tuệ và khoa học những năm sau năm 2010.

- Xuất khẩu và chế biến xuất khẩu thuỷ sản phải gắn mật thiết và trực tiếp thúc đẩy sự phát triển của khai thác, nuôi trồng thuỷ sản, trên cơ sở cơ cấu kinh tế hợp lý với sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, tạo tích lũy lớn để tái sản xuất mở rộng, nhanh chóng tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hoá, thực hiện song song các mục tiêu: phát triển năng lực sản xuất, tái tạo và phát triển nguồn lợi, bảo vệ môi trường, tái tạo và phát triển sức lao động nghề cá.

- Xuất khẩu thuỷ sản phải đặt trong mối liên hệ chặt chẽ với đổi mới công nghệ, kỹ thuật và trang thiết bị, phối hợp hài hoà với phát triển sản xuất cho nhu cầu xuất khẩu tại chỗ và tiêu dùng nội địa, mở rộng nhập khẩu bổ sung nguyên liệu cho xuất khẩu.

- Phát triển xuất khẩu và chế biến thủy sản phải dựa trên thực hiện chiến lược con người, đổi mới tổ chức quản lý, chuyển hẳn từ quản lý chủ yếu dựa vào kinh nghiệm cá nhân sang quản lý chủ yếu bằng tri thức khoa học.

2. Những phương hướng phát triển xuất khẩu thủy sản của ngành trong những năm tới.

- Tiếp tục phát huy thế mạnh của biển, các vùng nước ngọt, lợ, tiềm lực lao động kết hợp với phát triển nông lâm thủy sản và du lịch để phát triển sản xuất kinh doanh đầy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, từng bước đưa ngành thủy sản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong nền kinh tế quốc dân.

- Tăng cường khả năng cạnh tranh, mở rộng và đi từng bước vững chắc trong hội nhập khu vực và quốc tế. Trên cơ sở đó tăng nhanh giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản, nhằm tăng cường tích lũy nội bộ, mở rộng năng lực sản xuất kinh doanh, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, cải thiện đời sống lao động nghề cá và làm nghĩa vụ nộp ngân sách ngày một tăng.

- Phát triển mạnh mẽ nuôi trồng thủy sản, đổi mới cơ cấu nghề khai thác hải sản ven bờ, tăng cường công tác khai thác thủy sản xa bờ, góp phần làm thay đổi cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu và cải thiện đời sống của xã hội nông thôn vùng ven biển.

- áp dụng tiến bộ kỹ thuật và công nghệ thích hợp vào phát triển sản xuất, đa dạng hoá sản phẩm và mở rộng thị trường xuất khẩu sản phẩm thủy sản.

- Thúc đẩy công tác bảo vệ nguồn lợi, bảo vệ môi trường, duy trì cân bằng sinh thái ở những vùng nuôi, khắc phục tình trạng ô nhiễm môi trường nuôi, đồng thời có biện pháp hữu hiệu phòng dịch bệnh trong nuôi trồng thủy sản, đảm bảo hàng thủy sản xuất khẩu có chất lượng cao đáp ứng được các yêu cầu của những thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản...

- Tập trung vật tư vốn để xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của Ngành, ưu tiên vào những vùng trọng điểm, đồng thời đưa nhanh các công trình dự án vào sản xuất, bảo đảm hiệu quả đầu tư.

- Sử dụng có hiệu quả viện trợ và hoạt động hợp tác quốc tế, thu hút các hoạt động có vốn đầu tư trực tiếp, đặc biệt trong nuôi trồng thủy sản và chế biến các đối tượng có giá trị thương mại cao.

- Đẩy mạnh cải cách hành chính, đổi mới bộ máy tổ chức, sắp xếp lại cán bộ để đáp ứng yêu cầu của giai đoạn mới.

3. Mục tiêu phát triển xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2010.

3.1 Mục tiêu dài hạn

Với tiềm năng to lớn sẵn có và xu hướng phát triển xuất khẩu thủy sản thế giới ngày càng tăng, ngành thủy sản đặt ra mục tiêu xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 như sau:

- Không ngừng tăng phần đóng góp của ngành thủy sản vào công cuộc phát triển kinh tế xã hội của đất nước bằng việc tăng cường xuất khẩu, gia tăng thu nhập ngoại tệ và nâng cao vị thế của thủy sản trên trường quốc tế, giải quyết được nhiều công ăn việc làm và nâng cao thu nhập, mức sống của các cộng đồng dân cư sống dựa vào nghề cá.

- Tăng mức cung cấp sản phẩm thủy sản cho các thị trường và tạo điều kiện thuận lợi cho mọi người dân có thể tiếp cận, tiêu dùng sản phẩm thủy sản dễ dàng.

- Đưa ngành thủy sản trở thành một ngành kinh tế được công nghiệp hoá và hiện đại hoá với khoa học và kỹ thuật tiên tiến nhằm không những tạo ra hiệu quả kinh tế cao, phát huy những lợi thế so sánh mà còn góp phần đẩy nhanh quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

- Xây dựng một ngành thủy sản được quản lý tốt nhằm đạt được sự phát triển ổn định, bền vững cho hiện nay và trong tương lai. Đó cũng là tiền đề, động lực để nâng cao khả năng cạnh tranh của thủy sản xuất khẩu.

3.2 Mục tiêu ngắn hạn

Ngành cần tập trung thực hiện những mục tiêu chủ yếu sau:

- Gắn chế biến xuất khẩu với sản xuất nguyên liệu, tạo cơ sở vững chắc cho sản xuất hàng hoá quy mô lớn, giảm giá thành nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh.

- Giữ vững và phát triển thị trường tại các khu vực chính trên thế giới, tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 1,8 tỷ USD vào 2002 và 3,5 tỷ vào 2010.

- Phát huy lợi thế kinh tế biển bằng cách khai thác hợp lý nguồn tài nguyên, phấn đấu đưa tỷ trọng ngành thủy sản trong GDP lên 2,5-3% và bảo đảm tốc độ tăng tổng sản lượng bình quân của ngành 4,5-5,1%.

- Không tăng sản lượng khai thác nhiều trong thời kỳ 2000-2010, giữ mức tăng từ 1,2-1,4 triệu tấn (trong đó, khai thác cá, tôm, mực khoảng 1,3 triệu tấn, nhuyễn thể 100.000 tấn). Tăng nhanh sản lượng nuôi trồng thủy sản từ 10-13%/năm.

- Số lao động trực tiếp và phục vụ nghề cá tăng trung bình 2,65%/năm; 3,55 triệu lao động (năm 2002); 3,9 triệu lao động (năm 2005) và 4,4 triệu lao động năm 2010. Trong đó lao động nuôi trồng thủy sản và lao động chế biến thủy sản tăng gấp 2 lần.

4. Định hướng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Mỹ.

Căn cứ vào năng lực xuất khẩu của ngành thủy sản Việt Nam và triển vọng xuất khẩu sang thị trường Mỹ, chúng ta có thể tin tưởng khả năng tiếp cận và phát triển trên thị trường Hoa Kỳ của sản phẩm thủy sản Việt Nam sẽ trở thành hiện thực trong tương lai không xa. Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản sang các thị trường tính như EU, Nhật Bản vẫn tăng trưởng ổn định qua các năm đủ sức chứng minh sản phẩm của chúng ta có thể cạnh tranh được với các đối thủ khác trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên để có thể thuyết phục thị trường thế giới tốt hơn nữa, ngành thủy sản Việt Nam cần phải nỗ lực khắc phục những mặt còn tồn tại. Nếu thực hiện tốt vấn đề này, triển vọng thâm nhập thị trường thủy sản Hoa Kỳ sẽ ngày càng sáng sủa và khả thi hơn, bởi lẽ Hoa Kỳ được nhìn nhận như một khu vực tiêu thụ “không có điểm dừng”.

Với dung lượng nhập khẩu hàng thủy sản khoảng 10 tỷ USD/năm, Mỹ là thị trường tiêu thụ có tiềm năng rất lớn. Chỉ cần chiếm thị phần 5-6% giá trị nhập khẩu hàng thủy sản trên thị trường Mỹ, kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành thủy sản Việt Nam sẽ tăng lên đáng kể. Nếu có những bước tiếp cận và thâm nhập thích hợp vào thị trường này thì dự báo kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Mỹ sẽ có mức tăng trưởng khả quan trong những năm tới. Nhất là sau khi Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đã chính thức đi vào hoạt động thì kim ngạch nhập khẩu hàng thủy sản của Việt Nam năm 2002 có thể đạt trên 500 triệu USD; năm 2005 dự báo đạt 600 triệu USD và 2010 đạt 1 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân trên 15%/năm.

Tuy nhiên, khó khăn lớn nhất của Việt Nam trong xuất khẩu thủy sản sang Hoa Kỳ hiện nay đó là việc Tổng thống Mỹ G.Bush đã thông qua Luật HR 2330, trong đó có điều luật số SA 2000 quy định FDA (Cục thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ) không được sử dụng ngân sách được cấp làm thủ tục cho phép nhập khẩu các loại cá da trơn mang tên “catfish” trừ khi chúng thuộc dòng Ictaluridea. Theo quy định của Luật này, cá tra và cá basa của Việt Nam trong nhóm cá da trơn mang tên “catfish” sẽ không được FDA cấp phép nhập khẩu. Mặt khác, thị trường Mỹ cũng đòi hỏi phải đáp ứng các quy định chặt chẽ về sản phẩm theo Hệ thống quản lý chất lượng IS 9000, tuân thủ các quy định của Luật

thương mại Mỹ về thủ tục xuất nhập khẩu, về nhãn hiệu hàng hoá và xuất xứ sản phẩm cũng như quy định khắt khe về thời hạn giao hàng và việc Trung Quốc đã chính thức trở thành thành viên của WTO với những lợi thế về xuất khẩu hàng thuỷ sản cũng như xu hướng tăng buôn bán nội khu vực các nước được hưởng ưu đãi NAFTA của Mỹ trong những năm gần đây cũng gây nhiều khó khăn cho các nước xuất khẩu hàng thuỷ sản Châu á nói chung và Việt Nam nói riêng.

Mặc dù phải đối phó với những khó khăn và thách thức nói trên, song theo đánh giá của các nhà chuyên môn, khả năng xuất khẩu hàng thuỷ sản Việt Nam là khá lớn và nhu cầu của thị trường Mỹ vẫn còn xu hướng tăng trong những năm tới.

Trong chiến lược phát triển xuất khẩu 2001-2010, với chủ trương tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá các mối quan hệ đối ngoại, Việt Nam coi Mỹ là thị trường đầy tiềm năng của Khu vực Bắc Mỹ và là một thị trường có nhiều điều kiện để phát triển. Hoa Kỳ sẽ là khâu đột phá về thị trường xuất khẩu hàng hoá Việt Nam nói chung và hàng thuỷ sản Việt Nam nói riêng trong những năm tới. Kim ngạch xuất khẩu hàng thuỷ sản Việt Nam vào thị trường Mỹ ước tính sẽ chiếm 25-28% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành vào năm 2010.

Tóm lại với một chiến lược phát triển đúng đắn, ngành thuỷ sản Việt Nam hoàn toàn có thể nâng cao năng lực sản xuất cũng như năng lực cạnh tranh, hơn nữa thị trường Hoa Kỳ đang dần rộng mở với sức tiêu thụ rất lớn. Hai yếu tố khách quan và chủ quan đó đủ để ngành thuỷ sản Việt Nam dám thấy, dám tin vào những triển vọng tốt đẹp trong tương lai.

II. Một số biện pháp thúc đẩy xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam sang thị trường Mỹ.

1. Các biện pháp từ phía Nhà nước.

1.1 Tăng cường đầu tư và quản lý tốt việc đánh bắt xa bờ và nuôi trồng thuỷ sản để đảm bảo nguồn nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu.

Nguồn nguyên liệu dồi dào, ổn định, chất lượng cao là mục tiêu quan trọng đầu tiên của ngành chế biến thuỷ sản xuất khẩu. Nếu không giải quyết được vấn đề nguyên liệu thì sẽ không thể hạ giá thành để nâng cao hiệu quả sản xuất và nuôi trồng.

- Nuôi trồng thuỷ sản:

- Nhanh chóng quy hoạch và đầu tư các vùng nuôi trồng thuỷ sản tập trung, quy mô lớn, công nghệ tiên tiến theo mô hình sinh Thái bền vững, tăng cường năng lực con người

và thiết bị cho các cơ quan kiểm soát chất lượng môi trường các vùng nước nuôi thủy sản cấp Trung ương và địa phương; thường xuyên theo dõi và dự báo về chất lượng và dịch bệnh.

- Rà soát quy hoạch các vùng nuôi trồng thủy sản, quy hoạch lại theo tinh thần Nghị quyết 09/2000/ NQ-CP chuyển đổi mục đích nông nghiệp không có hiệu quả cao sang nuôi trồng thủy sản. Quy hoạch thủy lợi cho nuôi trồng thủy sản, sử dụng đất và mặt nước còn hoang hoá, đất cát ven biển miền Trung vào nuôi trồng thủy sản, bảo vệ môi trường sinh Thái, tái tạo nguồn lợi thủy sản, phòng chống dịch bệnh.

- Tận dụng diện tích, mở rộng phát triển nuôi tôm công nghiệp, nuôi bán thâm canh và nuôi sinh thái các đối tượng có thị trường như: tôm sú, tôm rảo, tôm he... Nuôi lồng, bè trên sông, biển, tập trung vào những đối tượng có giá trị xuất khẩu cao như cá basa, cá mú, cá hồng, tôm hùm, cá vược, cá cam, nghêu, ngọc trai...

- Tăng cường năng lực con người và thiết bị cho các cơ quan kiểm soát chất lượng các vùng nước nuôi thủy sản cấp Trung ương và địa phương, thường xuyên theo dõi và dự báo về chất lượng nước và dịch bệnh.

- Đầu tư các công trình nghiên cứu, các dự án sản xuất giống nhân tạo thay thế cho nhập khẩu và bảo vệ nguồn lợi giống tự nhiên các loại sò huyết, nghêu, ngao, điệp... đưa ra những quy định bảo vệ hợp lý các bãi giống tự nhiên, nghiêm cấm mọi hình thức khai thác cạn kiệt.

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

- Khai thác Hải sản.

- Phát triển năng lực và tổ chức khai thác xa bờ ở vùng Vịnh Bắc Bộ, Biển Trung Bộ và Tây Nam Bộ, phấn đấu đưa sản lượng khai thác xa bờ năm 2010 lên 300-400 nghìn tấn, chủ yếu là cá nổi giá trị cao.

- Ưu tiên cho ngư dân được hưởng các khoản tín dụng trung và dài hạn, lãi suất ưu đãi, hỗ trợ ngư dân đóng tàu thuyền lớn.

- Khai thác, chọn lọc và ứng dụng công nghệ khai thác, nuôi trồng, chế biến tiên tiến phù hợp với điều kiện trong nước; chú trọng phát triển công nghệ sản xuất giống chất

lượng tốt và những loài cá giá trị kinh tế cao; phát triển công nghệ khai thác xa bờ, vùng san hô, vùng đá ngầm.

- Xây dựng các vùng đóng tàu đánh cá quốc doanh lớn, làm nhiệm vụ hướng dẫn kỹ thuật và hỗ trợ các dịch vụ hậu cần, đưa vào hoạt động có hiệu quả một số tàu hậu cần cho đội tàu xa bờ. Triển khai thực hiện dự án đội tàu công ích làm dịch vụ cho đánh bắt Hải sản xa bờ.

- Mở rộng hợp tác với các nước có nghề cá phát triển, tận dụng mọi khả năng về vốn, công nghệ để liên doanh hợp tác khai thác xa bờ, từng bước tiến đến đánh cá đại dương.

- Phát triển nuôi cá biển, áp dụng công nghệ thay thế, thực hiện chặt chẽ các biện pháp bảo vệ nguồn lợi nhằm giảm sức ép đối với nguồn lợi ven bờ.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dịch vụ hậu cần: bến cảng, công trình điện –nước, cung ứng nhiên liệu, nước đá, tổ chức lại và nâng cấp các cơ sở cơ khí đóng, sửa chữa tàu thuyền Hải sản; xây dựng các cảng và hệ thống dịch vụ cho xuất khẩu ở một số đảo, vùng biển có nghề cá trọng điểm.

1.2 Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách xuất khẩu cũng như đẩy mạnh cải cách hành chính.

- Công khai hoá và luật pháp hoá là việc đầu tiên cần làm trong tiến trình đổi mới công tác quản lý. Hiện nay các doanh nghiệp rất thiếu các thông tin về các quy định của Nhà nước có liên quan đến việc kinh doanh của họ. Vì vậy, mọi văn bản pháp luật của Nhà nước chỉ nên có hiệu lực thi hành sau khi đã đăng trên công báo. Hiện nay tuy luật đã quy định về vấn đề này nhưng chỉ quy định chung là “phải đăng”. Theo Bộ thương mại cần đặt ra vấn đề theo hướng “Chỉ có hiệu lực khi đã đăng” mới đảm bảo cho các quy định đến với doanh nghiệp một cách kịp thời.

Ngoài ra, cần ban hành gấp rút các văn bản pháp luật, quy phạm pháp luật điều chỉnh những mảng trống trong kinh doanh xuất nhập khẩu để các doanh nghiệp không bị trở ngại trong kinh doanh do các cơ quan hữu trách thiếu cơ sở pháp lý để chấp nhận hành vi của họ.

- Cùng với việc công khai hoá, luật pháp hoá các quy định, chế độ cấp giấy phép thì việc thực hiện các quy định đó phải dễ hiểu và dễ thi hành, tránh tình trạng không rõ ràng tạo kẽ hở cho những đối tượng xấu lợi dụng.

- Ổn định môi trường pháp lý. Đây là việc làm hết sức cần thiết để tạo tâm lý tin tưởng cho doanh nghiệp, khiến họ bỏ vốn đầu tư dài hạn. Việc bất ổn môi trường pháp lý sẽ gây nhiều khó khăn cho doanh nghiệp trong tính toán hiệu quả kinh doanh cũng như việc thực hiện các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

- Tiếp tục đổi mới và cải cách thủ tục hành chính trong quản lý xuất nhập khẩu, nhất là thủ tục Hải quan, áp dụng công nghệ thông tin vào kê khai hàng hoá, tính thuế xuất nhập khẩu.

1.3 *Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến hàng thuỷ sản Việt Nam trên thị trường Mỹ.*

Trong điều kiện xu thế hội nhập đang phát triển mạnh mẽ, nhiều tổ chức thương mại được hình thành và đang hoạt động khá rộng rãi như Tổ chức thương mại thế giới, WTO, Liên minh EU, Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA)..thị trường trở thành vấn đề sống còn đối với mỗi doanh nghiệp. Hiện nay, các nhà xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam chưa có điều kiện để tìm kiếm, tiếp xúc và thâm nhập thị trường Hoa Kỳ khổng lồ. Vì vậy, việc thành lập văn phòng đại diện thương mại thuỷ sản tại thị trường Mỹ để quản lý và định hướng cho hoạt động xuất khẩu có một ý nghĩa vô cùng quan trọng.

Bộ phận xúc tiến thương mại chịu trách nhiệm đảm bảo cung cấp cho các nhà xuất khẩu những thông tin về thị trường và điều kiện pháp lý khi xâm nhập thị trường Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp thuỷ sản cũng có thể được tư vấn miễn phí tại các Đại sứ quán, Lãnh sự quán và Đại diện thương mại ở nước ngoài. Ngoài ra, Nhà nước nên tài trợ cho các chuyên công tác sang Hoa Kỳ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ quốc tế trong và ngoài nước để quảng bá sản phẩm. Đồng thời, thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo chuyên đề về thị trường thuỷ sản Hoa Kỳ nhằm nâng cao trình độ hiểu biết và kinh nghiệm của nhà xuất khẩu Việt Nam khi tiếp cận thị trường này. Trước mắt, Thương vụ Việt Nam và một số công ty tư vấn tại Hoa Kỳ cần thực hiện tốt các nhiệm vụ sau:

- Đảm bảo cung cấp cho các doanh nghiệp trong nước những kết quả phân tích có chất lượng về điều kiện pháp lý và doanh nghiệp của thị trường Hoa Kỳ.
- Ghép nối các doanh nghiệp tiềm năng giữa hai nước.
- Trợ giúp kỹ thuật, nghiệp vụ cụ thể cho các thương vụ như tiếp xúc, đàm phán, ký kết hợp đồng, thuê tàu, xin giấy phép...

Tóm lại, về lâu dài, để tăng kim ngạch xuất khẩu nói chung, các doanh nghiệp Việt Nam cần thiết lập hệ thống các trung tâm thương mại tại một số thành phố lớn như New

york, Los Angeles, San Francisco... nhằm tạo cầu nối, giảm chi phí giao dịch cho các công ty xuất nhập khẩu trong nước. Các trung tâm này có thể do Nhà nước đứng ra bảo trợ, hoặc kết hợp với các công ty của Mỹ và Việt kiều tổ chức...

Thương vụ sẽ phối hợp với các doanh nghiệp trong nước tiếp tục hỗ trợ tổ chức các cuộc toạ đàm, hội thảo phổ biến các chính sách luật lệ thương mại của Mỹ, khảo sát thị trường và tổ chức trưng bày, giới thiệu hàng hoá Việt Nam.

1.4 Phát triển hệ thống dịch vụ, cơ sở hạ tầng để tạo môi trường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy phát triển thương mại.

Để tăng lực nội sinh nền kinh tế trong những năm tới, trong điều kiện Việt Nam còn thiếu vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý, không thể không kể đến vai trò của đầu tư nước ngoài, Việt Nam cần tạo ra những điều kiện ưu đãi hơn so với nước khác ở những lĩnh vực mà Việt Nam cần ưu tiên phát triển. Các ưu đãi thể hiện trong việc miễn giảm các loại thuế, thời hạn liên doanh, mức thuế đất, thủ tục cấp phép, cải thiện cơ sở hạ tầng (điện nước, đường xá, thông tin liên lạc...), hoàn thiện hệ thống tài chính- ngân hàng, mở ra khả năng chuyển nhượng vốn thông qua thị trường chứng khoán của các nhà đầu tư. Đồng thời, chú trọng công tác đào tạo để có được một đội ngũ những người lao động trẻ thích nghi với trình độ sản xuất kinh doanh ở quy mô lớn, hiện đại, tiên tiến.

Đầu tư nước ngoài ở Việt Nam cần phải hướng tới các nhà đầu tư Nhật, EU, Mỹ, trong đó đặc biệt coi trọng việc lôi kéo các tập đoàn lớn để tranh thủ vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý thị trường. Quy đó rút ngắn khoảng cách so với Mỹ trong cuộc chạy đua phát triển kinh tế mà Việt Nam đang ở thế bất lợi.

1.5 Tạo điều kiện thuận lợi khuyến khích các doanh nghiệp tham gia tích cực vào quá trình thực hiện Hiệp định thương mại Việt Nam –Hoa Kỳ.

Doanh nghiệp là những chủ thể có vai trò quan trọng trong việc thực hiện những cam kết của Nhà nước ta trong khuôn khổ Hiệp định song phương với Mỹ. Tuy nhiên, hiện nay vẫn còn tồn tại một số doanh nghiệp thực sự chưa có thông tin rộng rãi và đầy đủ về tiến trình hội nhập và thực hiện các cam kết trong Hiệp định. Chính vì vậy, Nhà nước cần có sự thông tin kịp thời và chính xác về cơ hội kinh doanh khi thực hiện Hiệp định, đồng thời nghiên cứu ban hành các chế độ hỗ trợ các doanh nghiệp của ta đủ sức vươn lên khai thác những lợi thế buôn bán làm ăn với Mỹ, thiết thực góp phần thực hiện Hiệp định trước mắt cũng như lâu dài.

Bên cạnh đó, cần có các biện pháp thích hợp cho các khu vực kinh tế quốc doanh và khu vực tư nhân. Cụ thể:

- Đối với các xí nghiệp quốc doanh, cần thiết phải tiến hành cải cách theo hướng hiệu suất hoá, chẳng hạn thông qua cổ phần hoá một cách phù hợp, có thể áp dụng một số biện pháp hỗ trợ về vốn, tín dụng của Nhà nước. Tuy nhiên, cần khẳng định rõ đầu tư nhà nước chỉ tập trung vào những xí nghiệp có thể tồn tại được sau khi không có hàng rào bảo hộ.

- Đối với xí nghiệp tư nhân, có thể áp dụng một số hình thức hỗ trợ về tín dụng, khuyến khích đầu tư cá nhân vào một số ngành công nghiệp phù hợp với quy mô nhỏ và để phát huy lợi thế của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay, nhất là ngành công nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu.

2. Các biện pháp từ phía doanh nghiệp

2.1 Hoàn thiện công tác thu mua, tạo nguồn hàng cho xuất khẩu.

Nâng cao hiệu quả thu mua tạo nguồn hàng xuất khẩu là một trong những yếu tố quan trọng bảo đảm sự thành công của công tác xuất khẩu. Việc tạo nguồn hàng tốt, chất lượng cao, giá rẻ, giao hàng nhanh sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp thực hiện hợp đồng xuất khẩu thuận lợi, đảm bảo uy tín đối với khách hàng, nhất là với các đối tác Mỹ.

Trong thu mua hàng, vấn đề lựa chọn nguồn hàng đối với doanh nghiệp rất quan trọng vì qua đây nó đáp ứng được các yêu cầu về chế biến và xuất khẩu. Do đó, để lựa chọn nguồn hàng phù hợp, doanh nghiệp nên căn cứ vào đặc điểm kinh doanh của mình, thị trường và yêu cầu của khách hàng.

Có 3 nguồn hàng chính nên khai thác như sau:

- Nguồn hàng do liên doanh liên kết
- Nguồn ở các công ty, các cơ sở sản xuất chế biến.
- Nguồn hàng thu mua qua các đại lý.

Nguồn hàng thu mua qua các đại lý có đặc điểm là cơ động, phù hợp với việc thực hiện các hợp đồng có lô hàng nhỏ. Nguồn hàng này thường được đảm bảo về số lượng, thời hạn giao hàng, giá cả tương đối rẻ. Tuy nhiên, đối tượng hàng hoá thường không ổn định, mang tính manh mún, nhỏ lẻ.

Nguồn hàng ở các công ty, cơ sở chế biến có đặc điểm là bảo đảm về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, giá cả thị trường thường cao hơn các nguồn hàng đại lý và việc ký

kết hợp đồng mua hàng thường gắn với nhiều điều kiện do phía nguồn hàng đưa ra. Vì thế nó chỉ phù hợp với những hợp đồng có khối lượng lớn, thời gian giao hàng dài.

Chính vì vậy, để đảm bảo cho việc chủ động khai thác các nguồn hàng có tỷ lệ chế biến cao, đảm bảo về số lượng, chất lượng thì doanh nghiệp cần xây dựng thêm các cơ sở sản xuất để tạo ra nguồn hàng xuất khẩu dồi dào tập trung có chất lượng cao đồng thời cũng cần có thêm nhiều chính sách, đầu tư, liên doanh, liên doanh liên kết với các đơn vị chế biến sản xuất một cách thoả đáng.

Muốn nâng cao công tác tạo nguồn hàng, các doanh nghiệp cần chú trọng một số vấn đề sau:

- Lựa chọn nguồn hàng hợp lý, có khả năng về tài chính và năng lực sản xuất, đảm bảo việc thực hiện đầy đủ các hợp đồng kinh tế đã ký.
- Thiết lập mạng lưới thu mua hàng cơ động, thuận tiện, đồng thời bố trí các kho một cách hợp lý và khoa học.
- Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất cho công tác thu mua đặc biệt cần bổ sung thêm phương tiện vận chuyển, các thiết bị nhà kho, kiểm nghiệm hàng hoá.
- Nâng cao hiệu quả công tác kiểm nghiệm chất lượng hàng hoá. Do đó phải nâng cao trình độ nghiệp vụ của cán bộ làm công tác thu mua.

2.2 Xúc tiến xuất khẩu

Thực trạng hoạt động xúc tiến xuất khẩu hiện nay ở các doanh nghiệp Việt Nam cho thấy hầu hết các doanh nghiệp đều thiếu các điều kiện cần thiết để làm công tác xúc tiến thương mại. Đó là thiếu thông tin thương mại và tình báo kinh doanh, thiếu nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng xúc tiến thương mại, thiếu nguồn lực tài chính và vật chất, thiếu mạng lưới bán hàng và các quan hệ. Hầu hết các doanh nghiệp ở Việt Nam, theo nhận xét của ông Nguyễn Duy Khiên, đều không có kế hoạch Marketing xuất khẩu hoặc nếu có thì những kế hoạch đó cũng không thực hiện được đầy đủ hoặc không tiến hành đánh giá hiệu quả thực hiện để kịp thời điều chỉnh kế hoạch dẫn đến hiệu quả Marketing và xuất khẩu thấp, thị trường không ổn định.

Chính vì vậy, trong thời gian tới, để nâng cao hiệu quả xuất khẩu sang thị trường Mỹ thì vấn đề trước tiên là các doanh nghiệp phải xây dựng được cho mình một kế hoạch Marketing hoàn chỉnh và theo một vòng tròn khép kín từ khâu nghiên cứu thị trường, đàm phán mở cửa thị trường; lập đại diện thương mại ở nước ngoài; tổ chức tuyên truyền,

quảng cáo, tham gia các hội chợ triển lãm, khuyến mại...đến khâu đánh giá, rút kinh nghiệm, bổ sung các yếu tố cần thiết từ thực tế để nâng cao việc xúc tiến cho ngày một tốt hơn, có chất lượng cao hơn.

2.3 Tăng cường liên doanh, liên kết nhằm tăng sức cạnh tranh của hàng thuỷ sản Việt Nam trên thị trường Mỹ.

Có một thực tế là các doanh nghiệp Việt Nam nói chung còn nhỏ bé về quy mô, sản xuất, vốn kinh doanh, kinh nghiệm kinh doanh quốc tế. Trong khi đó, thị trường Mỹ rất rộng lớn với nhiều loại công ty từ nhỏ đến rất lớn, mới thành lập hay đã tồn tại hơn 100 năm. Môi trường cạnh tranh khốc liệt, yêu cầu chất lượng hàng hoá cao, đơn đặt hàng lớn, đòi hỏi giao hàng đúng hạn trong một thời gian không mấy rộng rãi... Tất cả những điều đó sẽ tác động đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam. Chính vì vậy, họ cần tăng cường phối hợp, cộng tác với nhau để có thể đáp ứng các đòi hỏi của thị trường nhằm duy trì, củng cố và phát triển thị phần của mình nói riêng và của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung trên thị trường Mỹ.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng nên tiến hành liên doanh, liên kết với các đối tác nước ngoài từ đó hình thành nên một bộ phận các doanh nghiệp liên doanh có vốn đầu tư nước ngoài với những thế mạnh về công nghệ và vốn đầu tư, cho phép các doanh nghiệp đa dạng hoá chủng loại sản phẩm cũng như việc áp dụng các công nghệ hiện đại trong việc sản xuất và xuất khẩu đáp ứng nhu cầu đa dạng về sản phẩm thuỷ sản trên thị trường Mỹ.

Mặt khác, qua thực tế, một kinh nghiệm cho thấy, mỗi doanh nghiệp chỉ cố gắng tạo dựng một hình ảnh riêng cho mình thì chưa đủ, khách hàng sẽ không đến Việt Nam vì một doanh nghiệp, họ cần một nền công nghiệp. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cần liên kết với nhau, một mặt nhằm tăng cường hợp lực, mặt khác để gây ấn tượng, thu hút sự quan tâm của khách hàng Mỹ.

2.4 Phát huy hơn nữa vai trò của Hiệp hội thuỷ sản Việt Nam.

Với tư cách là một tổ chức đại diện cho các doanh nghiệp trong toàn ngành, Hiệp hội phải tăng cường hoạt động góp phần từng bước khắc phục những yếu kém hiện nay của ngành thuỷ sản Việt Nam, nên cố gắng tạo lập thị trường nội bộ lành mạnh, tạo điều kiện để cùng nhau phát triển, cùng liên kết hợp tác đối phó với thị trường nước ngoài, hỗ trợ lẫn nhau trong kinh doanh, tránh tình trạng mạnh ai nấy lo, tranh giành thị phần... Hiệp

hội phải thể hiện được tiếng nói chung của các doanh nghiệp, phản ánh với Nhà nước tiến trình hoạt động, nguyện vọng, những kiến nghị và chính sách cần thiết để tăng khả năng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Mặt khác, Hiệp hội cần tích cực cùng các tổ chức quốc tế và khu vực tham gia các hoạt động có liên quan đến ngành thủy sản để trao đổi thông tin, tạo tiếng nói riêng và những ảnh hưởng của mình trên trường quốc tế.

2.5 Tổ chức hệ thống thông tin phản ánh kịp thời sự thay đổi nhu cầu và phát hiện nhu cầu mới trên thị trường.

Mỹ là quốc gia phát triển mạnh nhất thế giới về công nghệ thông tin. Do đó, khi tham gia vào thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải làm việc với những đối tác có thể hiểu rõ về mình nhờ thông tin bằng nhiều nguồn khác nhau, nhất là trên mạng. Trong khi đó, việc không nắm bắt được những thông tin về thị trường Mỹ vẫn đang là trở ngại lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Chính vì vậy, để có thể xây dựng được hệ thống thông tin này, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải có sự liên kết, hỗ trợ, khai thác thông tin của các công ty bán lẻ trên thị trường Mỹ, nhanh chóng tiếp cận với phương thức thương mại điện tử (e-commerce) thông qua việc đưa vào và sử dụng hệ thống công nghệ thông tin, đặc biệt là Internet, để giúp doanh nghiệp thu thập, dự báo thông tin về thị trường nhanh chóng và có độ chính xác cao. Thông qua những hoạt động hỗ trợ của Chính phủ và của các trung tâm tư vấn, các doanh nghiệp cần chủ động nắm bắt thông tin cũng như cung cấp, phản hồi những thông tin của doanh nghiệp cũng như những bất cập để cùng tháo gỡ.

2.6 Nâng cao chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu.

Mỹ là một thị trường khó tính nhất thế giới trong việc nhập khẩu hàng thủy sản. Việc đảm bảo an toàn thực phẩm là điều kiện sống còn để hàng thủy sản có thể thâm nhập vào thị trường Mỹ, vì vậy các doanh nghiệp phải bảo đảm nâng cao chất lượng hàng thủy sản theo yêu cầu của thị trường Mỹ. Muốn vậy các doanh nghiệp phải chú ý đến các vấn đề sau:

- **Nâng cao chất lượng nguyên liệu chế biến:** Các doanh nghiệp nên xây dựng cho mình một nguồn nguyên liệu ổn định cho mình bằng cách ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với người nuôi trồng, giúp đỡ ngư dân về kỹ thuật nuôi trồng, về giống. Đây là biện pháp tốt nhất để doanh nghiệp có thể chủ động được nguyên liệu, có thể kiểm soát

được chất lượng của nguồn nguyên liệu bởi chất lượng nguyên liệu là cơ sở đầu tiên và không thể thiếu để nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Từng bước đổi mới công nghệ, nâng cao trình độ quản lý, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo HACCP.
- Đầu tư xây dựng phòng thí nghiệm tại nhà máy có khả năng kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất khẩu, tránh tình trạng chỉ nghiệm thu, đánh giá theo cảm nhận và kinh nghiệm.
- Song song với các thay đổi về công nghệ, trang thiết bị. Cần phải nâng cao ý thức và trình độ chuyên môn của mỗi công nhân, mỗi cán bộ. Phải có chương trình giáo dục, tuyên truyền đối với mọi cá nhân trong doanh nghiệp về yêu cầu và lợi ích của việc nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như về vai trò của mỗi người trong việc nâng cao chất lượng. Đồng thời đào tạo cho công nhân các kỹ năng cần thiết để sử dụng có hiệu quả các thiết bị, phương tiện hiện đại, tiên tiến. Riêng đối với cán bộ quản lý chất lượng cần đào tạo nâng cao nghiệp vụ chuyên môn để họ thực hiện tốt các công tác quản lý chất lượng hàng hoá từ nhập nguyên liệu- quá trình chế biến- sản phẩm nghiệm thu.

2.7 Nghiên cứu và nắm vững hệ thống luật pháp Mỹ.

Đề vào được thị trường Mỹ, các doanh nghiệp không những phải nắm vững nhu cầu thị trường, thị hiếu của người tiêu dùng và đảm bảo sản phẩm có sức cạnh tranh về chất lượng cũng như giá cả mà điều quan trọng không kém là phải thông thạo hệ thống luật pháp của Mỹ, nắm được hệ thống quản lý xuất nhập khẩu. Sở dĩ, là vì hệ thống pháp luật của Mỹ vô cùng rắc rối, phức tạp và chặt chẽ. Ngoài hệ thống luật pháp liên bang thì mỗi bang lại có một sự khác biệt rất đáng kể về luật lệ. Tổng cộng tại 50 bang của Hoa Kỳ có tới trên 2700 chính quyền địa phương các cấp, các cơ quan này đều có những quy định riêng của họ. Các yêu cầu này thường không thống nhất với nhau. Vì vậy, không thể tùy tiện áp dụng quy định của bang này ở một bang khác.

Chính vì những nguyên nhân đó mà các cán bộ trực tiếp điều hành hoạt động xuất khẩu cần phải tìm hiểu rõ và đầy đủ hệ thống pháp luật của Hoa Kỳ liên quan đến hoạt động xuất khẩu của mình như các thủ tục Hải quan, biểu thuế quan nhập khẩu, luật trách nhiệm sản phẩm, luật chống phá giá, vấn đề bảo hộ sở hữu trí tuệ, vấn đề ghi xuất xứ hàng

hoá hay lập hoá đơn thương mại... Tất cả đều có những quy định riêng rất nghiêm ngặt và buộc phải tuân thủ chặt chẽ.

Các doanh nghiệp có thể tiếp cận với các nguồn thông tin khác nhau để cập nhật các quy định luật pháp của Hoa Kỳ chi phối các hoạt động xuất khẩu của mình. Chẳng hạn như thông qua các đối tác Hoa Kỳ: yêu cầu họ cung cấp các quy định về đóng gói, về quy cách phẩm chất đối với sản phẩm... Ngoài ra, doanh nghiệp cũng có thể tìm hiểu thông qua các tổ chức như Bộ thuỷ sản, Bộ thương mại, Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam (VASEP), các nhà môi giới Hải quan Mỹ, cơ quan thương vụ Mỹ tại Việt Nam...

Mặt khác, các doanh nghiệp thuỷ sản nếu đã có quan hệ làm ăn lâu dài và ổn định trên thị trường Mỹ, thì doanh nghiệp nên lập văn phòng đại diện tại Mỹ để cập nhật các thông tin về những biến đổi, điều chỉnh trong quy định Hải quan, biểu thuế, hạn ngạch, chế độ ưu đãi, các mặt hàng cấm và miễn thuế... Tuy nhiên, khi lập một văn phòng đại diện như vậy thì doanh nghiệp phải hết sức chú ý tới vấn đề “Luật trách nhiệm sản phẩm”. Bởi vì theo quy định của Mỹ thì một nhà sản xuất hay xuất khẩu nước ngoài chỉ phải ra hầu toà nếu có “mối liên hệ tối thiểu” nào đó đối với tiểu bang nơi vụ kiện bị khởi tố. Nếu một công ty nước ngoài không có mối liên hệ đầy đủ với tiểu bang thì Toà án tiểu bang không có quyền bắt họ ra hầu toà về các vụ kiện có liên quan tới trách nhiệm sản phẩm.

Chính vì vậy, theo kinh nghiệm của các nhà xuất khẩu vào Mỹ thì tốt nhất là sử dụng luật sư và các dịch vụ tư vấn về pháp luật. Không phải vô cớ mà có câu “sống bên cạnh một người Mỹ bao giờ cũng có một Bác sĩ và một Luật sư”. Việc sử dụng các dịch vụ tư vấn về pháp luật lại càng có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp thuỷ sản Việt Nam bởi vì chúng ta mới thâm nhập vào thị trường Mỹ (năm 1994 Mỹ mới xoá bỏ cấm vận với Việt Nam). Để tránh sai lầm do ít am hiểu về luật các doanh nghiệp nên tìm tới các văn phòng tư vấn hoặc các Luật sư tại Mỹ, thậm chí ngay cả ở Việt Nam cũng có thể tìm thấy một số văn phòng Luật sư của Mỹ đang hoạt động. Họ sẽ đưa ra cho ta những lời khuyên, những hướng dẫn bổ ích giúp ta có được các cân nhắc và quyết định đúng đắn không những tránh được các rủi ro về pháp luật mà còn có thể lợi dụng được những ưu đãi trong luật pháp Hoa Kỳ.

2.8 Mua bảo hiểm cho hàng thuỷ sản xuất khẩu sang Hoa Kỳ.

Hiệp định thương mại Việt – Mỹ đã chính thức có hiệu lực. Các cơ hội kinh doanh đã mở ra cho các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, để xuất được hàng vào thị trường Mỹ thực không đơn giản. Ngoài việc tìm được bạn hàng và rất khó khăn mới xuất được hàng đi, việc bán được hàng cho các khách hàng tại Mỹ cũng không dễ dàng hơn. Nhiều chuyên gia về luật pháp và thương mại đã cảnh báo rằng các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam khi xuất hàng vào thị trường khổng lồ này phải hết sức thận trọng, bởi chỉ một sơ suất nhỏ cũng có thể dẫn đến sự thất bại trong hợp đồng xuất khẩu và nghiêm trọng hơn, có thể dẫn đến sự phá sản trong kinh doanh. Chính vì vậy, biện pháp thiết thực và khôn ngoan nhất mà các nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam nên tiến hành trước khi bước vào thị trường Mỹ là mua bảo hiểm, nhất là bảo hiểm về trách nhiệm sản phẩm. Bởi người tiêu dùng Mỹ rất hay kiện cáo và những vụ kiện về trách nhiệm sản phẩm được khởi kiện bởi người tiêu dùng Mỹ có thể làm cho các nhà xuất khẩu tốn đến hàng triệu USD.

2.9 Tận dụng lực lượng Việt Kiều Tại Mỹ

Hiện nay, số lượng bà con Việt Nam đang sống và làm việc tại Mỹ khá đông đảo. Với trình độ khoa học cao do được tiếp xúc với nền khoa học hiện đại, cộng với sự am hiểu về luật pháp Hoa Kỳ thì đây sẽ là một nguồn lực đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam chú ý thu hút và tận dụng trong việc hợp tác kinh doanh hoặc sử dụng làm môi giới, trung gian với các đối tác Mỹ.

Đồng thời, với số lượng trên 2 triệu người, lực lượng Việt kiều cũng sẽ là một thị trường tiêu thụ đáng kể hàng hoá Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ và qua đó, gián tiếp giúp quảng bá hàng thủy sản Việt Nam tới cộng đồng người khác ở Mỹ.

Với vai trò quan trọng như vậy, lực lượng Việt kiều ở Mỹ đang và sẽ trở thành những đối tác quan trọng của các doanh nghiệp Việt Nam – những người muốn xuất khẩu hàng thủy sản sang Mỹ trong giai đoạn đầu mới xâm nhập thị trường. Do đó, để phát huy vai trò của lực lượng này, các doanh nghiệp cần chủ động trong việc tìm kiếm, hợp tác, đồng thời phải có đối sách phù hợp để ưu đãi, kêu gọi và tạo điều kiện cho họ hợp tác kinh doanh, quay về đóng góp phục vụ quê hương.

2.10 Nâng cao công tác đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực.

Con người là chủ thể của mọi hành động cho nên nó có tính quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp. Vì vậy, các doanh nghiệp cần phải chú trọng công tác đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực. Nhất là hiện nay, tại thị trường Mỹ, các phương thức kinh

doanh hiện đại qua mạng Internet như thương mại điện tử đang rất phổ biến, các hình thức kinh doanh rất đa dạng, phạm vi kinh doanh rộng, quy mô lớn thì việc nắm bắt kịp thời các công cụ, phương tiện, thành tựu của công nghệ hiện đại, các kiến thức chuyên môn mới... là vô cùng quan trọng.

Trình độ của các nhân viên kinh doanh nói chung và kinh doanh xuất nhập khẩu nói riêng phải đáp ứng được các đòi hỏi của việc kinh doanh quốc tế: về ngoại ngữ, về sự am hiểu luật pháp và tập quán thương mại quốc tế, luật pháp liên bang và bang mà doanh nghiệp sẽ kinh doanh... Đồng thời, cán bộ kinh doanh của doanh nghiệp cũng cần phải nắm vững các quy định, các văn bản pháp lý, chính sách và pháp luật của Nhà nước; các văn bản, quy định của các tổ chức kinh tế quốc tế, các hiệp định thương mại song phương không chỉ với Mỹ mà Việt Nam đã ký kết để từ đó vận dụng linh hoạt, tận dụng được các ưu đãi thương mại mà các tổ chức, các nước dành cho nước đang phát triển như Việt Nam.

III. Một số kiến nghị cụ thể đối với Nhà nước.

Trong nền kinh tế thị trường, Nhà nước có vai trò điều tiết mọi hoạt động của nền kinh tế thông qua các chính sách, luật pháp cụ thể. Nhà nước còn có vai trò như “trọng tài” trong các cuộc chơi, tạo ra hành lang pháp lý nhằm để có được môi trường cạnh tranh lành mạnh. Tuy nhiên, nền kinh tế nước ta chuyển đổi sang cơ chế thị trường còn chưa lâu, cho nên vẫn có những vấn đề về cơ chế chính sách gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu của ngành thủy sản nói riêng và cho các hoạt động xuất nhập khẩu nói chung.

3.1 Cần tăng cường hoạt động tài trợ xuất khẩu và thành lập quỹ hỗ trợ xuất khẩu, xuất khẩu hàng thủy sản.

Vấn đề tài trợ xuất khẩu bào trùm toàn bộ các biện pháp tài chính tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu hàng thủy sản. Đây là một trong những yếu tố quyết định thành công của hoạt động xuất khẩu thủy sản. Nhu cầu tài trợ xuất khẩu bao gồm:

- Vấn đề đảm bảo đầu vào cho sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu, mua nguyên liệu, máy móc thiết bị, phụ tùng cần thiết.

- Tài trợ trong khi giao hàng: Hàng thủy sản đã được chế biến phải lưu kho chờ ký được hợp đồng bán hàng, muốn thắng lợi trong chào hàng và giành được hợp đồng thì

doanh nghiệp phải chào hàng với những điều kiện hấp dẫn về giá cả hay thanh toán, do đó phát sinh nhu cầu tín dụng trong giao hàng.

- Tín dụng sau giao hàng, khi xuất khẩu chào bán chịu với thời hạn thanh toán là 3,6,9 tháng, 1 năm hay lâu hơn nữa, cần phải có tín dụng xuất khẩu cho các nhà xuất khẩu trực tiếp tục hoạt động sản xuất kinh doanh. Tài trợ xuất khẩu, ngoài việc cung cấp vốn cho giao dịch xuất khẩu như trên, còn là sự hạn chế các rủi ro phát sinh trong giao dịch xuất khẩu và do vậy mà khuyến khích được các ngân hàng cung cấp các khoản tín dụng xuất khẩu ở mức lãi suất phải chăng.

Thực tế trong 3 năm vừa qua, Nhà nước đã hỗ trợ vốn cho ngư dân đóng tàu thuyền đánh cá xa bờ, nhưng do cơ sở hạ tầng ở các địa phương còn quá thấp và do đời sống ngư dân còn quá khó khăn nên Nhà nước vừa không thu được vốn mà sản lượng hải sản đánh bắt không tăng đáng kể. Vì vậy, Nhà nước cần có các hình thức tài trợ cho ngư dân triệt để hơn để họ có khả năng phát triển đánh bắt xa bờ nâng cao sản lượng hải sản.

3.2 Miễn giảm các loại thuế đối với sản xuất và xuất khẩu hàng thủy sản.

Hàng thủy sản thuộc nhóm hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam và trước đây có lợi thế cạnh tranh khá lớn vì vậy khối lượng và kim ngạch xuất khẩu đạt tốc độ tăng trưởng cao trong thế giới qua. Tuy nhiên, ngày nay lợi thế cạnh tranh này đã bị phương hại lớn vì chi phí nguyên liệu quá cao, giá lao động cũng tăng lên nhiều trong khi máy móc thiết bị chế biến ở trong tình trạng quá lạc hậu so với trình độ chung, vì vậy để tăng cường sức cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến hàng thủy sản xuất khẩu cần có chính sách thuế thoả đáng. Chúng tôi rất tán đồng việc nhà nước không đánh thuế xuất khẩu hàng thủy sản từ 15/2/1998 để các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản có thể tăng cường năng lực cạnh tranh về mặt giá cả. Còn đối với nguyên liệu vật tư nhập khẩu phục vụ cho chế biến xuất khẩu chúng tôi đề nghị hoàn trả 100% thuế nhập khẩu, và đề nghị nhà nước khuyến khích việc đầu tư đổi mới trang thiết bị cho chế biến hàng thủy sản xuất khẩu thông qua quy định về thuế nhập khẩu hay phương pháp tính khấu hao hợp lý để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư đổi mới thiết bị... Việc áp dụng linh hoạt các chính sách thuế có tác động rất tích cực đối với việc tăng cường sức cạnh tranh của hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam, khuyến khích mở rộng thị trường xuất khẩu và đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu.

Mặt khác, Nhà nước cũng cần có chính sách tín dụng ưu đãi cho chương trình phát triển nuôi trồng thủy sản và đánh bắt xa bờ nhằm tạo nguồn nguyên liệu ổn định, có chất lượng cao phục vụ cho chế biến xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Với các vùng bị thiên tai thì Nhà nước nên tiếp tục thực hiện chính sách khoan nợ, giãn nợ, tiếp tục cho vay để ngư dân có thể có vốn để nuôi trồng cũng như đóng mới tàu thuyền.

Tiếp đó, cần mau chóng triển khai tổ chức thực hiện tốt Quỹ hỗ trợ xuất khẩu, thúc đẩy sớm việc thành lập Quỹ tín dụng xuất khẩu để giúp các doanh nghiệp được vay vốn với lãi suất thấp, giải quyết được các khó khăn về vốn lưu động và vốn đầu tư đổi mới trang thiết bị, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nâng cao chất lượng, có đủ hàng trong các thời điểm mà nhu cầu thị trường Mỹ tăng mạnh.

Quỹ hỗ trợ xuất khẩu đã được quy định trong luật khuyến khích đầu tư trong nước (1998). Tuy nhiên, hiện nay việc tổ chức thực hiện quỹ này vẫn chưa đúng mà phương thức hoạt động quỹ này lại thiên về trợ cấp theo kiểu “cho không”. Và điều này đã làm trầm trọng thêm tâm lý ỷ lại của các doanh nghiệp. Vì vậy, trong thời gian tới cần phải triển khai tổ chức thực hiện tốt quỹ này phù hợp với điều 10 của luật khuyến khích đầu tư trong nước sửa đổi.

3.3 Cải tiến chất lượng và an toàn vệ sinh hàng thủy sản xuất khẩu.

Vấn đề đảm bảo chất lượng và an toàn vệ sinh hàng thực phẩm có tầm quan trọng sống còn đối với hoạt động xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam. Việt Nam có thể hiểu rõ được điều này qua trường hợp Thái Lan, trở thành nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới hiện nay là nhờ việc Thái Lan đã tập trung mọi nỗ lực của ngành thủy sản, cả tư nhân và nhà nước để cải tiến chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu. Hướng xuất khẩu thủy sản thế giới tới của Nhà nước ta là phải tăng thị phần ở liên minh Châu Âu và Bắc Mỹ. Do đó, không có cách nào khác là sự vươn lên của các doanh nghiệp Việt Nam cùng với sự trợ giúp về kỹ thuật, tài chính của Nhà nước và quốc tế để cải tiến chất lượng hàng thủy sản Việt Nam. Vì vậy, Nhà nước cần tăng cường thẩm quyền và trách nhiệm của NAFIQACEN để đảm bảo các điều kiện tương đương của EU, Mỹ về cơ quan quản lý chất lượng. Bên cạnh đó, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tài chính và kỹ thuật để các doanh nghiệp Việt Nam có điều kiện nâng cao chất lượng hàng thủy sản đáp ứng yêu cầu chất lượng và an toàn vệ sinh hàng thủy sản của nước ngoài

