

Lời Mở Đầu

Thủy sản đã và đang trở thành một ngành đem lại hiệu quả kinh tế xã hội cao cho đất nước là cũng là một ngành mới được quan tâm phát triển trong thời gian gần đây nhưng nó đã chứng tỏ được vị trí của mình trong nền kinh tế quốc dân và trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, hàng năm mang lại cho đất nước gần 2 tỷ USD. Năm 2001, 2002 thủy sản là một mặt hàng đứng thứ ba về xuất khẩu, chỉ đứng sau dầu thô và dệt may. Với việc tham gia vào thị trường thế giới, ngành thủy sản Việt Nam đã xác lập được vị trí có ý nghĩa chiến lược, sản phẩm thủy sản Việt Nam đã có mặt tại 60 nước trên thế giới và đến năm 2003 là 75 nước. Trong đó xuất khẩu trực tiếp tới 22 nước, một số sản phẩm đã có uy tín tại một số thị trường quan trọng.

Việt Nam đã trở thành một trong những cường quốc trên thế giới về xuất khẩu thủy sản. Thủy sản Việt Nam có nhiều tiềm năng và cơ hội để phát triển: về vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên ưu đãi cùng với những chính sách hợp lý của Chính phủ và sự năng động sáng tạo của hàng ngàn đơn vị sản xuất kinh doanh thủy sản, hàng triệu lao động trong nghề cá, trong những năm qua, ngành thủy sản Việt Nam đã thực sự có một chỗ đứng ngày một vững chắc trên thị trường thế giới, góp phần vào tăng trưởng kinh tế trong nước, giải quyết công ăn việc làm và làm đổi mới đời sống nhân dân cho các tỉnh ven biển. Nhưng sự phát triển của ngành thủy sản lại gắn liền với những thị trường khó tính như: Mỹ, Nhật Bản, EU mà không quan tâm đến những thị trường khác trong khu vực. Sau vụ kiện cá tra, cá basa thất bại và cũng như vụ kiện tôm gần đây đối với thị trường Mỹ thì vấn đề thị trường nên được quan tâm xem xét một cách đúng mức hơn. Có nhiều thị trường cho thủy sản của nước ta thâm nhập: Trung Quốc và đặc khu kinh tế Hồng Kông có nhiều tiềm năng cho thủy sản nước ta. Nhu cầu tiêu dùng thủy sản ở đây lớn và đang tăng nhanh với chủng loại và sản phẩm đa dạng, từ các sản phẩm có giá trị rất cao như cá sống cho đến các loại có giá trị thấp như cá khô. Với 1,3 tỷ dân cùng một nền kinh tế phát triển vượt bậc trong những năm gần đây, đời sống vật chất của người dân cho nhu cầu ngày một tăng. Theo nghiên cứu, trong bữa ăn của người dân Trung Quốc ngày càng có xu hướng tiêu dùng các sản phẩm thủy sản. Trung Quốc không đòi hỏi cao về an toàn chất lượng và vệ sinh thực phẩm như EU, Mỹ. Trung Quốc được coi là một thị trường dễ tính, thị trường này chấp nhận tiêu thụ cả những sản phẩm xuất khẩu đi EU bị trả lại do bao bì hư. Hơn nữa ngoài nhu cầu nhập khẩu để đáp ứng cho nhu cầu tiêu dùng trong nước, Trung Quốc còn có nhu cầu nhập khẩu để tái xuất. Có thể nói đây là một thuận lợi căn bản cho các doanh nghiệp nuôi trồng và chế biến thủy sản của Việt Nam. Đối với thị trường Trung Quốc khi chúng ta thâm nhập rất nhiều thuận lợi mà đặc biệt là đối với ngành thủy sản của nước ta: chúng ta có thể khai thác mối quan hệ kinh tế lâu dài của hai nước, đường biên giới chung giữa hai quốc gia, kinh nghiệm phát triển thủy sản... Vậy đâu phải thị trường thủy sản của Việt Nam chỉ giành cho Mỹ, Nhật Bản, EU. Trong những năm qua kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc ngày một tăng- năm sau cao hơn năm trước. Ngành thủy sản đã xác định Trung Quốc là thị trường tiềm năng cần khai thác của thủy sản Việt Nam cần phải phát triển. Để hiểu rõ hơn về những bước phát triển của ngành thủy sản trong thời gian qua, về thị trường Trung Quốc cũng như tiềm năng lớn của thị trường này đối với ngành thủy sản Việt Nam – Em đã chọn đề tài này để viết đề án môn học.

Trong quá trình tìm hiểu và viết đề án, có rất nhiều vấn đề em không hiểu, cũng như không biết cách giải quyết những vướng mắc. Em xin gửi lời cảm ơn của mình tới T.S Phan Tô Uyên – Người đã giúp em giải quyết những vướng mắc, hiểu rõ hơn về những vấn đề liên quan đến đề tài mà mình đã chọn và hoàn thành tốt hơn đề án môn học Kinh Tế Thương Mại.

Mục lục

Chương I: Những vấn đề cơ bản về xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc.

I. Khái quát chung về xuất khẩu hàng hóa.

1. Khái niệm về xuất khẩu.
2. Ich lợi của xuất khẩu.
3. Nhiệm vụ của xuất khẩu.

II. Hoạt động xuất khẩu của ngành thủy sản Việt Nam.

1. Nội dung của hoạt động xuất khẩu thủy sản.
2. Tổ chức quản lí hoạt động xuất khẩu thủy sản.

III. Thị trường Trung Quốc và các nhân tố ảnh hưởng tới việc xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc.

1. Thị trường Trung Quốc.
 - a. Đặc điểm về kinh tế.
 - b. Đặc điểm về chính trị.
 - c. Đặc điểm về luật pháp.
 - d. Đặc điểm về văn hóa con người.
2. Thị trường thủy sản Trung Quốc.
 - a. Tình hình khai thác và nuôi trồng thủy sản Trung Quốc.
 - b. Tình hình chế biến xuất khẩu thủy sản Trung Quốc.
 - c. Tình hình xuất nhập khẩu thủy sản Trung Quốc.
 - d. Nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng thủy sản Trung Quốc.
 - e. Hệ thống phân phối thủy sản Trung Quốc.
 - f. Quy chế quản lí nhập khẩu thủy sản vào thị trường Trung Quốc.
3. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu thủy sản vào thị trường Trung Quốc.
 - a. Những nhân tố thuận lợi.
 - b. Những nhân tố bất lợi.

Chương II: Thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

- I. Tổng quan về ngành thủy sản Việt Nam.
 1. Tình hình phát triển của ngành thủy sản Việt Nam.
 - a. Tiềm năng phát triển ngành thủy sản Việt Nam.

- b. Những đóng góp của ngành thủy sản Việt Nam trong những năm qua đối với nền kinh tế quốc dân.
- 2. Kết quả xuất khẩu ngành thủy sản Việt Nam trong những năm vừa qua.
 - a. Thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam.
 - b. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam.
 - c. Cơ cấu hàng xuất khẩu.
 - d. Giá hàng thủy sản xuất khẩu.
- I. Thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc trong thời gian qua.
 - 1. Kim ngạch xuất khẩu.
 - 2. Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu.
 - 3. Phương thức xuất khẩu.
 - 4. Khả năng cạnh tranh của hàng thủy sản.
 - 5. Hoạt động hỗ trợ của ngành thủy sản Việt Nam trong việc thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc.
 - 6. Sự tác động của cơ chế chính sách hiện tại của Việt Nam đối với xuất khẩu thủy sản vào thị trường Trung Quốc.
- II. Những kết luận rút ra qua nghiên cứu xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.
 - 1. Thành tựu đạt được.
 - 2. Những vấn đề còn tồn tại và nguyên nhân của những vấn đề đó.

Chương III: Một số biện pháp chủ yếu thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

- I. Phương hướng phát triển của ngành thủy sản Việt Nam trong thời gian tới.
- II. Biện pháp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.
 - a. Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường.
 - b. Tăng cường hoạt động xúc tiến xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc.
 - c. Biện pháp nâng cao tính cạnh tranh mặt hàng thủy sản.
 - d. Hoàn thiện phương thức xuất khẩu hàng thủy sản.
 - e. Nâng cao trình độ cho đội ngũ lao động trong ngành thủy sản.
 - f. Giải pháp hỗ trợ từ phía nhà nước đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Chương I: Những vấn đề cơ bản về xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Trung Quốc.

I. Khái quát chung về xuất khẩu hàng hóa.

1. Khái niệm về xuất khẩu.

Xuất khẩu là hoạt động đưa các hàng hóa dịch vụ từ quốc gia này sang quốc gia khác.

- Dưới góc độ kinh doanh thì xuất khẩu là bán các hàng hóa dịch vụ.
- Dưới góc độ phi kinh doanh như làm quà tặng hoặc viện trợ không hoàn lại thì hoạt động đó lại là việc lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ qua biên giới quốc gia.

Có hai hình thức xuất khẩu: Xuất khẩu trực tiếp và xuất khẩu gián tiếp, những hình thức này sẽ được các Công ty sử dụng để làm công cụ thâm nhập thị trường quốc tế.

a. Xuất khẩu trực tiếp.

Xuất khẩu trực tiếp là hoạt động bán hàng trực tiếp của một công ty cho các khách hàng của mình ở thị trường nước ngoài.

Để thâm nhập thị trường quốc tế thông qua xuất khẩu trực tiếp các Công ty thường sử dụng hai hình thức.

- Đại diện bán hàng: Là hình thức bán hàng không mang danh nghĩa của mình mà lấy danh nghĩa của người ủy thác nhằm nhận lương và một phần hoa hồng trên cơ sở giá trị hàng hóa bán được. Trên thực tế, đại diện bán hàng hoạt động như là nhân viên bán hàng của Công ty ở thị trường nước ngoài. Công ty sẽ ký hợp đồng trực tiếp với khách hàng ở thị trường nước đó.

- Đại lý phân phối: Là người mua hàng hóa của Công ty để bán theo kênh tiêu thụ ở khu vực mà công ty phân định. Công ty không chế phạm vi phân phối, kênh phân phối ở thị trường nước ngoài. Đại lý phân phối chấp nhận toàn bộ rủi ro liên quan đến việc bán hàng hóa ở thị trường nước đã phân định và thu lợi nhuận thông qua chênh lệch giữa giá mua và giá bán.

b. Xuất khẩu gián tiếp: Là hình thức bán hàng hóa, dịch vụ của Công ty ra nước ngoài thông qua trung gian (thông qua người thứ ba).

Các trung gian mua bán chủ yếu của kinh doanh xuất khẩu là đại lý, Công ty quản lý xuất nhập khẩu, Công ty kinh doanh xuất nhập khẩu. Các trung gian mua bán hàng hóa này không chiếm hữu hàng hóa của công ty nhưng trợ giúp Công ty xuất khẩu hàng hóa sang thị trường nước ngoài.

- Đại lý (Agent): Là các cá nhân hay tổ chức đại diện cho nhà xuất khẩu thực hiện một hay một số hoạt động nào đó ở thị trường nước ngoài.

Đại lý chỉ thực hiện một công việc nào đó để nhận thù lao. Đại lý không chiếm hữu và sở hữu hàng hóa. Đại lý là người thiết lập quan hệ hợp đồng giữa công ty và khách hàng ở thị trường nước ngoài.

- Công ty quản lý xuất khẩu (Export Management Company): Là các công ty nhận ủy thác và quản lý công tác xuất khẩu hàng hóa.

Công ty quản lý xuất nhập khẩu hàng hóa là hoạt động trên danh nghĩa của công ty xuất khẩu nên là nhà xuất khẩu gián tiếp. Công ty quản lý xuất khẩu đơn thuần làm các thủ tục xuất khẩu và thu phí xuất khẩu. Bản chất của công ty xuất khẩu là làm các dịch vụ quản lý và thu được một khoản thù lao nhất định từ các hoạt động đó.

- Công ty kinh doanh xuất khẩu (Export Trading Company): Là Công ty hoạt động như nhà phân phối độc lập có chức năng kết nối các khách hàng ngoài nước với các công ty trong nước để đưa hàng hóa ra nước ngoài tiêu thụ.

Ngoài việc thực hiện các hoạt động liên quan trực tiếp đến xuất khẩu. Các công ty này còn cung ứng các dịch vụ xuất nhập khẩu và thương mại đối lưu. Thiết lập và mở rộng các kênh phân phối, tài trợ cho các dự án thương mại và đầu tư, thậm chí trực tiếp thực hiện sản xuất để hỗ trợ một công đoạn nào đó cho các sản phẩm (ví dụ: bao gói, in ấn...).

Bản chất của công ty kinh doanh xuất nhập khẩu là thực hiện các dịch vụ xuất nhập khẩu nhằm kết nối các khách hàng nước ngoài với công ty xuất khẩu. Tuy nhiên, các công ty kinh doanh dịch vụ xuất khẩu này có nhiều vốn, mối quan hệ và cơ sở vật chất tốt nên có thể làm các dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu của công ty xuất khẩu. Công ty kinh doanh xuất khẩu có kinh nghiệm chuyên sâu về thị trường nước ngoài, có các chuyên gia chuyên làm dịch vụ xuất khẩu. Các công ty kinh doanh xuất khẩu có nguồn thu từ các dịch vụ xuất

khẩu và tự bỏ chi phí cho hoạt động của mình. Các công ty này có thể cung cấp các chuyên gia xuất khẩu cho các công ty xuất khẩu.

- *Đại lí vận tải*: Là các Công ty thực hiện dịch vụ thuê vận chuyển và những hoạt động có liên quan đến xuất nhập khẩu hàng hóa như khai báo hải quan, áp biểu thuế quan, thực hiện giao nhận và chuyên chở bảo hiểm.

Các đại lí vận tải cũng thực hiện các nghiệp vụ xuất khẩu và phát triển nhiều loại hình dịch vụ giao nhận hàng hóa đến tận tay người nhận. Khi các công ty xuất khẩu thông qua các đại lí vận tải hay các công ty chuyên phát hàng thì các đại lí và các công ty đó cũng làm các dịch vụ xuất nhập khẩu liên quan đến hàng hóa đó. Bản chất của các đại lí vận tải hoạt động như các công ty kinh doanh dịch vụ giao nhận vận chuyển và dịch vụ xuất nhập khẩu, thậm chí cả dịch vụ bao gói hàng hóa cho phù hợp với phương thức vận chuyển, mua bảo hiểm hàng hóa cho hoạt động của họ.

2. ích lợi của xuất khẩu.

a. *Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước.*

Công nghiệp hóa đất nước theo những bước đi thích hợp là tất yếu để khắc phục tình trạng nghèo và chậm phát triển ở nước ta. Để công nghiệp hóa đất nước trong một thời gian ngắn đòi hỏi phải có một số vốn rất lớn để nhập khẩu máy móc và thiết bị công nghệ tiên tiến.

Nguồn vốn để nhập khẩu có thể được hình thành từ các nguồn như : Đầu tư nước ngoài, vay, viện trợ, thu hút từ hoạt động du lịch, dịch vụ thu ngoại tệ, xuất khẩu sức lao động...

Các nguồn vốn như đầu tư nước ngoài, vay, viện trợ... tuy quan trọng nhưng rồi cũng phải trả bằng cách này hay cách khác ở thời kỳ sau này. Nguồn vốn quan trọng để nhập khẩu cho đất nước là xuất khẩu. Xuất khẩu quyết định quy mô và tốc độ tăng trưởng của nhập khẩu.

ở nước ta thời kỳ 1986- 1990 nguồn thu về xuất khẩu đảm bảo trên 55% nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu. Tương tự thời kỳ 1991 – 1995 và 1996 – 2000 là 75.3% và 84.5%. Trong tương lai nguồn vốn bên ngoài sẽ tăng lên, nhưng mọi cơ hội đầu tư và vay nợ của nước ngoài và các tổ chức quốc tế chỉ thuận lợi kinh các chủ đầu tư và người cho vay thấy được khả năng xuất khẩu – nguồn vốn duy nhất để trả nợ thành hiện thực.

b. *Xuất khẩu đóng góp vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển.*

Cơ cấu sản xuất và tiêu dùng trên thế giới đã và đang thay đổi vô cùng mạnh mẽ. Đó là thành quả của cuộc cách mạng khoa học công nghệ hiện đại. Sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong quá trình công nghiệp hóa phù hợp với xu hướng phát triển của kinh tế thế giới là tất yếu đối với nước ta.

Có hai cách nhìn nhận về tác động của xuất khẩu đối với sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

- Một là: Xuất khẩu chỉ là việc tiêu thụ những sản phẩm thừa do cung vượt quá nhu cầu nội địa. Trong trường hợp nền kinh tế còn lạc hậu như nước ta sản xuất về cơ bản còn chưa đủ tiêu dùng. Nếu chỉ thụ động về sự “ thừa ra ” của sản xuất thì xuất khẩu vẫn cứ nhỏ bé tăng trưởng chậm chạp sản xuất và sự thay đổi cơ cấu kinh tế sẽ rất chậm chạp.

- Hai là: Coi thị trường mà đặc biệt là thị trường thế giới là hướng quan trọng để tổ chức sản xuất. Quan điểm thứ hai chính là xuất phát từ nhu cầu thị trường thế giới để tổ chức sản xuất. Điều đó có tác động tích cực đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển, sự tác động này đến sản xuất thể hiện ở:

+ Xuất khẩu tạo điều kiện cho các ngành khác có cơ hội để phát triển thuận lợi: Chẳng hạn khi phát triển ngành dệt may xuất khẩu sẽ tạo cơ hội cho việc phát triển ngành sản xuất nguyên liệu như bông hay thuốc nhuộm. Sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến thực

phẩm xuất khẩu, dầu thực vật, chè... có thể kéo theo sự phát triển của ngành công nghiệp chế tạo thiết bị phục vụ cho nó.

Xuất khẩu tạo khả năng mở rộng thị trường tiêu thụ, góp phần cho sản xuất phát triển và ổn định.

Xuất khẩu tạo điều kiện mở rộng khả năng cung cấp đầu vào cho sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất trong nước.

Xuất khẩu tạo ra nhiều tiền đề kinh tế – kỹ thuật nhằm cải tạo và nâng cao năng lực sản xuất trong nước. Điều này muốn nói đến xuất khẩu là phương tiện quan trọng tạo ra vốn và kỹ thuật, công nghệ từ thế giới bên ngoài vào Việt Nam, nhằm hiện đại hóa nền kinh tế đất nước – Tạo ra một năng lực sản xuất mới.

Thông qua xuất khẩu, hàng hóa của ta sẽ tham gia vào cuộc cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá cả và chất lượng. Cuộc cạnh tranh này đòi hỏi chúng ta phải tổ chức lại sản xuất và hình thành cơ cấu sản xuất luôn thích nghi được với thị trường.

Xuất khẩu còn đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới và hoàn thiện công việc quản trị sản xuất – kinh doanh, thúc đẩy sản xuất và mở rộng thị trường.

c. Xuất khẩu có tác động tích cực đến giải quyết công ăn việc làm và cải thiện đời sống nhân dân.

Tác động của xuất khẩu đến đời sống bao gồm nhiều mặt. Trước hết sản xuất hàng xuất khẩu là nơi thu hút hàng triệu lao động vào làm việc – có thu nhập không thấp. Xuất khẩu còn tạo ra nguồn vốn để nhập khẩu vật phẩm tiêu dùng thiết yếu phục vụ cuộc sống và đáp ứng ngày một phong phú hơn nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

d. Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của nước ta.

Xuất khẩu và quan hệ kinh tế đối ngoại có tác động qua lại phụ thuộc lẫn nhau. Có thể hoạt động xuất khẩu có sớm hơn hoạt động kinh tế đối ngoại khác và tạo điều kiện thúc đẩy các quan hệ này phát triển. Chẳng hạn xuất khẩu và công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu thúc đẩy quan hệ tín dụng, đầu tư và mở rộng vận tải quốc tế. Mặt khác chính các quan hệ kinh tế đối ngoại trên lại tạo tiền đề cho mở rộng xuất khẩu.

3. Nhiệm vụ của xuất khẩu.

Xuất phát từ mục tiêu chung của xuất khẩu là xuất khẩu để nhập khẩu đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế. Nhu cầu của nền kinh tế đa dạng: phục vụ cho công nghiệp hóa đất nước, cho tiêu dùng, cho xuất khẩu và tạo thêm công ăn việc làm.

Xuất khẩu là để nhập khẩu do đó thị trường xuất khẩu phải gắn với thị trường nhập khẩu. Phải xuất phát từ nhu cầu của thị trường để xác định phương hướng tổ chức nguồn nhập khẩu hàng thích hợp.

Để thực hiện tốt mục tiêu trên, hoạt động xuất khẩu cần hướng vào thực hiện các mục tiêu sau:

- Phải ra sức khai thác có hiệu quả mọi nguồn lực của đất nước (đất đai, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở vật chất, nâng cao năng lực sản xuất hàng hóa xuất khẩu để tăng nhanh khối lượng và kim ngạch xuất khẩu.

- Tạo ra những mặt hàng (nhóm hàng) xuất khẩu chủ lực đáp ứng những đòi hỏi của thị trường thế giới và của khách hàng về chất lượng và số lượng có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao.

II. Hoạt động xuất khẩu thủy sản của ngành thủy sản Việt Nam.

1. Nội dung của hoạt động xuất khẩu thủy sản.

- Tiến hành nghiên cứu thị trường xuất khẩu thủy sản: Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản tiến hành nghiên cứu thị trường mà mình có ý định thâm nhập. Nghiên cứu, phân tích mọi mặt của thị trường: Kinh tế, chính trị, văn hóa, thị hiếu tiêu dùng về mặt hàng thủy sản.

- Tiến hành lựa chọn mặt hàng xuất khẩu phù hợp với thị trường mà doanh nghiệp muốn thâm nhập vì mỗi thị trường có đặc điểm riêng về nhu cầu sản phẩm – Thực hiện cung cấp sản phẩm thủy sản theo nhu cầu của thị trường.
- Lựa chọn bạn hàng kinh doanh.
- Lựa chọn phương thức giao dịch.
- Tiến hành đàm phán và ký kết hợp đồng.
- Thực hiện hợp đồng xuất khẩu, giao hàng và thanh toán.

2. Tổ chức quản lý hoạt động xuất khẩu thủy sản.

Hiện nay thủy sản đang là một ngành mũi nhọn của kinh tế đất nước. Chúng ta đã xác định rõ vai trò của ngành thủy sản trong nền kinh tế quốc dân. Nó được coi như là sự tổng hợp của bộ phận công nghiệp và nông nghiệp – có vai trò trong quá trình tái sản xuất mở rộng.

Ngành thủy sản đang tiến hành xây dựng một bộ máy tinh giảm gọn nhẹ nhưng đạt hiệu quả cao với hệ thống cơ chế chính sách ngày càng hoàn thiện để tái tạo một mặt bằng thông thoáng từ trung ương tới địa phương, đưa công tác quản lý nhà nước đi vào chiều sâu, phù hợp với kinh tế thị trường, tăng khả năng hội nhập của ngành.

Đối với hoạt động xuất khẩu, ngành thủy sản tiến hành quản lý thông qua luật thủy sản mới ban hành – Tiến hành ổn định môi trường kinh doanh thủy sản, tạo hành lang pháp lý cho hoạt động đầu tư kinh doanh, kiểm soát hoạt động kinh doanh từ khai thác, nuôi trồng đến chế biến thương mại. Tiếp tục thực hiện một cách đồng bộ các Luật như Luật doanh nghiệp, Luật đầu tư nước ngoài, Luật thương mại...

III. Thị trường Trung Quốc và các nhân tố ảnh hưởng tới việc xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc.

1. Thị trường Trung Quốc.

a. Đặc điểm về kinh tế.

Trung quốc đang hoàn thiện hệ thống thể chế kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa. Trung quốc là một nước lớn có nhiều khu vực hành chính có những đặc điểm rất khác nhau về tiềm năng và nhu cầu, mỗi khu vực có thế mạnh riêng. Trung quốc là thành viên của WTO và nhiều tổ chức quốc tế.

Trung Quốc ưu tiên phát triển các đặc khu kinh tế và sau này các đặc khu kinh tế được phát triển thành những trung tâm thương mại lớn, các cơ sở gia công xuất khẩu tiên tiến, những khu sinh hoạt có chất lượng cao với đầy đủ tiện nghi phục vụ, những trung tâm thông tin quốc tế lớn.

Trung Quốc tiến hành mở cửa các cửa khẩu kinh tế. Trung Quốc rất chú trọng đến việc phát triển các hoạt động biên mậu. Chính phủ Trung Quốc tiến hành đổi mới bộ máy tổ chức ngoại thương ngày càng gọn nhẹ, giảm bớt rườm rà trong thủ tục hành chính, giúp cho hoạt động xuất khẩu thuận lợi. Tiến hành đưa quyền tự chủ kinh doanh xuống địa phương và thực hiện chế độ khoán ngoại thương.

Tiến hành cải cách thể chế kế hoạch ngoại thương từ chế độ hai chiều sang chế độ một chiều là chính. Chính phủ thực hiện chế độ buông lỏng quan hệ tài vụ ngoại thương, tách rời sự bó buộc tài chính giữa trung ương với địa phương. Trung Quốc thực hiện chế độ phân phối lại lợi nhuận ngoại thương với biện pháp khoán rộng, đưa mức khoán thu ngoại tệ xuất khẩu cho toàn bộ doanh nghiệp ngoại thương các cấp, các loại hình nộp lợi nhuận và ngoại tệ theo hệ số cơ bản, đồng thời khoán doanh số cho các xí nghiệp.

b. Đặc điểm về chính trị.

Trung Quốc là nước đi theo thể chế kinh tế xã hội chủ nghĩa. Thực hiện lý thuyết 3 nhân tố: Lý luận chủ nghĩa Mác – Lê nin, Tư tưởng Mao Trạch Đông, đường lối Đặng Tiểu Bình.

Trung Quốc thực hiện chủ trương đa phương hóa, đa dạng hóa các mối quan hệ kinh tế đối ngoại và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Tham gia vào rất nhiều các tổ chức kinh tế – chính trị trên thế giới, ngày càng mở rộng và khẳng định vai trò của một nước đông dân nhất trên thế giới.

c. Đặc điểm và luật pháp.

Trung Quốc sử dụng công cụ về thuế, chính sách trợ cấp xuất khẩu, hỗ trợ về tài chính, chính sách tỷ giá hối đoái, hỗ trợ xúc tiến thương mại. Đối với công cụ thuế, Trung Quốc áp dụng như là một ông cụ để bảo hộ sản xuất trong nước.

d. Đặc điểm về văn hóa con người.

Người tiêu dùng Trung Quốc ưa những sản phẩm nhập ngoại có công nghệ cao, mặc dù người Trung Quốc rất coi trọng hàng xuất trong nước. Hàng nhập khẩu vẫn được ưa thích hơn và họ vẫn chọn mua hàng nhập khẩu nếu có khả năng, nhất là những mặt hàng có công nghệ cao.

Nhu cầu của thị trường Trung Quốc khá đa dạng và được xem là thị trường khá dễ tính do các tầng lớp dân cư khác nhau, có thu nhập khác nhau. Đây là thị trường đặc trưng bởi sự tồn tại của các loại hàng hóa có quy cách và chất lượng khác nhau xa đến mức mà giá cả chênh lệch nhau hàng chục thậm chí hàng trăm lần.

Các doanh nhân Trung Quốc thì thích làm “ biên mậu ” vì theo hình thức này họ được hoàn thuế giá trị gia tăng tới 50%.

2. Thị trường thủy sản Trung Quốc.

a. Tình hình khai thác và nuôi trồng thủy sản Trung Quốc.

Sau khi cải cách mở cửa trong vòng 20 năm, từ 1979 – 1999 giá trị sản xuất của ngành hải sản trung quốc bình quân mỗi năm tăng 22,25%. Năm 1979 giá trị sản xuất của ngành hải sản chỉ chiếm 0,7% GDP nhưng đến năm 1999 đã tăng lên đến 2,4% bao gồm cả hải sản đánh bắt và nuôi trồng. Tổng sản lượng hải sản của Trung Quốc năm 1999 là hơn 40 triệu tấn đứng đầu thế giới.

Nằm ở khu vực Đông Nam á, với hơn 18.000 km tiếp giáp với biển thái bình dương và hơn 500 hòn đảo lớn nhỏ: Trung Quốc là nước có tiềm năng phát triển thủy sản hiện đại nhất nhì thế giới. Bên cạnh đó lại là một nước đông dân nhất thế giới, Trung Quốc không thể không lấy phát triển thủy sản làm chỗ dựa cho hàng tỷ con người. Trong vòng 10 năm qua nhờ đầu tư có trọng điểm – Trung Quốc đã chiếm gần 30% tổng sản lượng khai thác và nuôi trồng thủy sản toàn cầu. Trở thành nước nuôi trồng thủy sản lớn nhất thế giới.

Hơn nữa trong chiến lược phát triển nghề cá của mình Trung Quốc đã khẳng định chiến lược phát triển “ đi ra bên ngoài ”. Trung Quốc đã ký nhiều hiệp định hợp tác về nghề cá với các nước. Chẳng hạn theo hiệp định nghề cá đã ký với Myanmar nước này cho phép tàu đánh cá của Trung Quốc vào khai thác trong vùng biển của Myanmar. Phương châm của Trung Quốc là: Lúc đầu họ đóng góp cho đối tác, giúp đỡ đối tác rồi về sau thực hiện hai bên cùng có lợi. Họ cho rằng mục tiêu của ngành thủy sản Trung Quốc là không những phải bảo vệ và sử dụng hợp lý tài nguyên mà phải còn thông qua sự hợp tác bình đẳng cùng có lợi, mở ra việc sử dụng tài nguyên nghề cá của các nước khác và công hải.

*Sản lượng thủy sản Trung Quốc giai đoạn 1990 – 2000.
(ĐVT : 1000 tấn)*

Năm	Sản lượng	Trong đó	
		Khai thác	Nuôi trồng
1990	14.602	6.650	7.952

1991	19.620	7.360	12.260
1992	19.625	8.310	11.315
1993	24.261	9.280	14.981
1994	27.957	10.860	17.097
1995	32.567	12.550	20.017
1996	36.377	14.170	22.207
1997	39.739	15.710	24.029
1998	44.301	17.230	27.071
1999	47.284	17.240	30.044
2000	41.520	16.980	24.540

Nguồn: FAO, Report, FAO Rome 7/ 2002.

Để bảo vệ nguồn lợi hải sản Trung Quốc đã thực hiện theo kế hoạch là mức tăng trưởng sản lượng khai thác bằng 0. Mặc dù là quốc gia khai thác hải sản số 1 thế giới nhưng nước này đã không tăng sản lượng từ năm 2000.

ở Trung Quốc chính phủ thi hành lệnh cấm khai thác hải sản tại khu vực biển Đông mặc dù khu vực này là ngư trường khai thác hải sản rất quan trọng của Trung Quốc, tập trung ở các tỉnh Quảng Đông, Quảng Tây và Hải Nam, sản lượng khai thác hàng năm chiếm 1/3 sản lượng khai thác toàn quốc. Để bảo vệ nguồn lợi hải sản Chính Phủ nước này còn tiến hành ngưng khai thác ở từng vùng biển vào từng thời gian thích hợp trong năm.

a. Tình hình chế biến xuất khẩu thủy sản Trung Quốc.

Trung Quốc đang nổi lên như thị trường thủy sản lớn nhất châu á, vừa nhập để tiêu thụ trong nước, vừa để tái xuất. Tuy phát triển thủy sản nhanh chóng nhưng Trung Quốc vẫn chưa đảm bảo được nhu cầu về cá mà vẫn phải nhập khẩu vì dân đông và mức tiêu dùng bình quân cao hơn so với thế giới. Năm 1999 Trung Quốc nhập khẩu 1,35 triệu tấn thủy sản và xu hướng nhập khẩu thủy sản Trung Quốc vẫn tiếp tục gia tăng. Để cân đối Trung Quốc rất quan tâm đến việc phát triển xuất khẩu thủy sản.

Nhưng chất lượng hải sản Trung Quốc thì lại có vấn đề (lượng vi sinh vật hoặc lượng thuốc kháng sinh vượt mức qui định) nên khi xuất khẩu thường bị nước ngoài từ chối nhận hàng. Một số xí nghiệp chế biến hải sản tuy đã được cấp giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) nhưng sản phẩm xuất khẩu của họ vẫn không phù hợp với yêu cầu của nước nhập khẩu bởi vì tiêu chuẩn nhập khẩu hải sản của những nước đó (Nhật bản, Hàn Quốc, Mỹ, EU) đều tương đối cao.

Theo các chuyên gia nguyên nhân chủ yếu của tình trạng này là do môi trường nuôi bắt hải sản. Cụ thể là nước bẩn sinh hoạt ở các thành phố, nước bẩn công nghiệp đã làm cho các vùng nước cận hải bị ô nhiễm. Qua xét nghiệm người ta phát hiện trong nước biển ở những vùng cận hải Trung Quốc thường có chất đạm vô cơ và phốt phát hoạt tính. Hơn nữa trong nước biển ở vùng vịnh và vùng cận hải Trung Quốc còn nhiều sinh vật có hại. Ngoài ra trong quá trình nuôi hải sản thức ăn dùng cho tôm, cá chất bẩn do tôm, cá bài tiết ra, các loại thuốc hóa học cũng làm cho các vùng nước nuôi hải sản bị ô nhiễm. Theo đánh giá sơ bộ, mỗi tuần động vật nhuyễn thể thường thải ra 6 – 8 tấn chất bẩn.

ở nhiều nơi tại Trung Quốc, các hộ nuôi cá lồng, vì muốn tranh thủ sử dụng nhiều mặt nước, đã bố trí lồng cá dày đặc và số lượng cá nuôi trong lồng cũng nhiều, khiến cho mặt

nước bị ô nhiễm nghiêm trọng, chất lượng nước kém. Khi một lồng cá có bệnh thì rất dễ truyền sang lồng khác. Việc nuôi thủy sản trong lồng với mật độ cao, cũng làm cho sự lưu thông dòng chảy ở những vùng nước nuôi thủy sản bị ảnh hưởng khiến cho môi trường nuôi trồng hải sản càng bị ô nhiễm, tuần hoàn năng lượng bị cản trở, tốc độ sinh trưởng của hải sản chậm và hải sản sinh bệnh.

Việc đánh bắt hải sản quá mức cũng là nguyên nhân ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế biển vì nó làm thay đổi cơ cấu chủng loại hải sản, phá hoại hệ thống sinh thái, số lượng sinh vật không thuộc đối tượng đánh bắt tăng nhanh.

b. Tình hình xuất nhập khẩu thủy sản Trung Quốc.

Theo tài liệu của FAO, từ năm 1995 đến năm 1997 nhu cầu thế giới về thủy sản tăng 14 triệu tấn, nhưng từ năm 1997 sản lượng đánh bắt hải sản không tăng nữa. Trong tương lai, biển là nguồn cung cấp thực phẩm chủ yếu cho nhân loại và ngành nuôi hải sản là ngành quan trọng. Toàn cầu hóa kinh tế thế giới và tự do hóa thương mại là xu thế tất yếu của quá trình phát triển kinh tế thế giới. Sau khi gia nhập WTO Trung Quốc phải thực hiện những quy định của tổ chức này đồng thời tham gia xây dựng những quy tắc mới về mua bán thủy sản quốc tế, phát huy hơn nữa vai trò tích cực của mình trong việc phát triển kinh tế thế giới. Rồi đây những tranh chấp về thương mại liên quan đến các quy tắc của WTO và tiêu chuẩn về phương pháp chế biến và sản xuất PPM, sẽ càng thêm gay gắt. Tháng 7/1997 EU căn cứ vào báo cáo của tổ chức y tế thế giới quyết định cấm nhập khẩu cá quạt của Trung Quốc. Sản lượng cá quạt của Trung quốc chiếm 80% tăng sản lượng cá quạt của thế giới. Việc làm này của EU đã gây thiệt hại cho cho các nhà nhập khẩu và tiêu dùng châu âu. Mặc dù những lí do mà EU đưa ra chưa xác đáng, nhưng lúc đó Trung quốc chưa ra nhập WTO nên vấn đề đã không được giải quyết một cách đúng đắn. Qua nhiều lần bàn bạc mãi đến năm 1999, EU mới cử đoàn điều tra sang Trung Quốc và sau đó mới khôi phục việc nhập khẩu lại cá quạt từ Trung Quốc. Điều đó chứng tỏ, mặc dù tiêu chuẩn PPM chưa thật hợp lí, nhưng nó đã được các nước phát triển thừa nhận nên Trung Quốc vẫn phải coi trọng.

Xuất nhập khẩu Trung Quốc giai đoạn 1995 – 2000.

Năm	Xuất khẩu		Nhập khẩu	
	Sản lượng (Triệu tấn)	Giá trị (Tỷ USD)	Sản lượng (triệu tấn)	Giá trị (Tỷ USD)
1995	0,739	0,329	1,340	0,96
1996	0,802	0,305	1,387	1,20
1997	0,922	0,314	1,513	1,21
1998	1,003	2,810	1,141	1,02
1999	1,348	3,140	1,309	1,29
2000	1,534	3,830	2,520	1,85

Nguồn: Song Shuyi – Chủ tịch Kingdom. Group – Hội thảo quốc tế về thủy sản.

Sau khi ra nhập WTO, Trung quốc sẽ không còn bị phân biệt đối xử, những rào cản hành chính mà một số nước dựng lên trong quan hệ thương mại với Trung Quốc sẽ bị dỡ bỏ, chi phí trong việc mua bán thủy sản sẽ giảm bớt. Trung quốc sẽ có điều kiện nhập khẩu kỹ thuật nuôi, bắt và chế biến thủy sản tiên tiến của nước ngoài, nâng cao năng suất lao động trong ngành thủy sản, tăng cường năng lực cạnh tranh.

b. *Nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng thủy sản Trung Quốc.*

Với 1,3 tỷ dân, có nhu cầu đa dạng về các mặt hàng thủy sản như tôm, cá tươi sống, vi bóng cá, bào ngư, trai ngọc, hải sâm, bông thùa, mực khô. Đặc biệt là cá ướp muối được tiêu thụ rất mạnh ở các tỉnh giáp biên giới.

Trung Quốc có nhu cầu nhập khẩu lớn vì thị trường này vừa nhập để tiêu dùng trong nước, vừa nhập để tái xuất. Các thành phố lớn có nhu cầu nhập khẩu nhiều tôm hùm, tôm sú, cá ngừ, mực... đi theo chính sách nhập để tái xuất Trung Quốc có nhu cầu nhập nhiều nguyên liệu thô.

d. *Quy chế quản lý xuất nhập khẩu thủy sản Trung Quốc.*

Trung Quốc mới đây đã đưa ra một loạt các quy định mới, áp dụng từ 30/6 về ghi nhãn, bao gói và chứng nhận về kiểm kê hàng hóa, kiểm dịch (Nhãn phải ghi rõ tên thông thường, phương thức khai thác, hàng nhập khẩu sẽ bị trả lại hoặc tiêu hủy nếu không trùng khớp với giấy chứng nhận) gây nhiều khó khăn đối với việc xuất khẩu hàng thủy sản của ta nhất là với hàng tiểu ngạch.

Theo hiệp định khung đã ký kết về khu vực mậu dịch tự do Asean – Trung quốc từ 1/7/2003 nước này sẽ hạ mức thuế nhập khẩu các mặt hàng thủy sản thuộc chương 3. Đối với hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc, Trung Quốc sẽ thực hiện việc cắt giảm thuế quan khoảng 25% so với trước đây.

3. *Những nhân tố ảnh hưởng tới việc xuất khẩu thủy sản vào thị trường Trung Quốc.*

a. *Những nhân tố thuận lợi.*

- Về đặc điểm thị trường Trung quốc: Trung quốc là một thị trường lớn, dân số chiếm 1/5 dân số thế giới. Đây là một thị trường đầy tiềm năng cho xuất khẩu thủy sản Việt nam. Kinh tế Trung quốc đang trên đà tăng trưởng mạnh. Nhu cầu về thủy sản của Trung Quốc tăng cao với chất lượng từ thấp lên đến cao. Theo dõi mấy năm gần đây các nhà quan sát thị trường cho thấy trong bữa ăn của người Trung quốc đang nghiêng về tiêu dùng hải sản, mức tiêu dùng bình quân đầu người năm 1998 là 18 kg, năm 2000 là 23 kg, năm 2001 lên khoảng 25- 30 kg. Đây chính là một cánh cửa mở rộng cho thủy sản Việt nam thâm nhập dễ hơn vào thị trường Trung quốc. Tầng lớp giàu đòi hỏi hải sản phải có “chất lượng cao” bởi họ thích hàng nhập khẩu hơn hàng sản xuất trong nước. Còn lại đa số người dân trung quốc có thu nhập trung bình lại chỉ cần hàng thủy sản ở mức bình dân, hoàn toàn không khắt khe về chất lượng sản phẩm, họ thích ăn hàng khô muối. Đặc biệt là vài tỉnh giáp biên giới có mặt hàng cá ướp muối có hương vị đặc biệt mà chỉ có người trung quốc ưa dùng.

Nắm bắt được nhu cầu ấy, nhanh chóng sản xuất những mặt hàng thích ứng cho tong đối tượng tiêu dùng thâm nhập sâu hơn nữa thị trường Trung quốc, do vậy mà giá trị hàng thủy sản Việt Nam vào Trung quốc trong những năm gần đây luôn đạt mức tăng năm sau cao hơn năm trước.

- Về vị trí địa lí: Việt Nam là nước có chung biên giới với Trung quốc nên có quan hệ buôn bán từ lâu đời, việc nắm bắt và hiểu đặc tính và nhu cầu của người Trung quốc trở nên dễ dàng hơn. Việt nam có thể vận chuyển thủy sản cả đường bộ và đường biển với thời gian và quãng đường ngắn.

Việt nam có nhiều cửa khẩu kinh tế với trung quốc như : Tân thanh (Lạng sơn), Móng cái (Quảng ninh)... mà đặc biệt đối với ngành thủy sản thì cửa khẩu Móng cái là một cửa khẩu quan trọng: thứ nhất đây là một cửa khẩu mà hàng hóa lưu chuyển với tốc độ lớn, thứ hai Quảng ninh là một tỉnh có tiềm năng thủy sản đứng thứ hai trong vùng đồng bằng Sông Hồng. Sản lượng thủy sản của vùng đạt được 25.000 – 30.000 tấn/ năm, trong

đó 80% từ khai thác. Quảng ninh là một thị trường thủy sản sôi động, thủy sản khai thác được tập trung để xuất khẩu, cả chính ngạch, tiểu ngạch và lậu qua biên giới, hàng năm thu về 38 – 40 triệu USD. Điều thuận lợi nữa là khi giao lưu buôn bán nếu một nước có cảng biển thì chi phí thấp hơn so với những nước không có cảng biển- Việt nam lại có cảng Hải phòng gần Trung Quốc.

- Về quan hệ kinh tế: Tháng 11/2002 các nước Asean và Trung Quốc đã ký kết với nhau hiệp định khung về hợp tác kinh tế toàn diện giữa Asean – Trung quốc vào năm 2010 theo đó “ Chương trình thu hoạch sớm ” đã được ký kết. Theo tiến trình này kể từ ngày 1/1/2004 Việt nam và Trung quốc sẽ cắt giảm thuế nhập khẩu với lộ trình cắt giảm kéo dài dần dần đến năm 2008. Hầu hết các mặt hàng tham gia vào chương trình này là các mặt hàng nông sản, rau quả, thủy sản. Từ năm 2002 hàng hóa xuất khẩu từ Việt nam vào Trung Quốc sẽ được hưởng ưu đãi cụ thể thuế suất trung bình giảm 25% so với trước đây. Tháng 3/2002 phía Trung quốc đã chính thức thông báo cho Bộ Thương Mại Việt Nam về việc Trung Quốc cho hưởng ưu đãi tối huệ quốc (MFN) đối với thuế suất hàng nhập khẩu vào Trung quốc theo chuẩn mực của tổ chức thương mại thế giới (WTO).

c. Những nhân tố bất lợi.

Về phía Trung Quốc:

Đúng trước chất lượng thủy sản của mình còn kém nên Trung Quốc cần có một thời gian quá độ. Mấy năm nay bộ nông nghiệp Trung Quốc đã có những quy định về bảo vệ tài nguyên thủy sản, nhưng chưa có hệ thống pháp luật hoàn chỉnh về xuất nhập khẩu thủy sản.

Trong vòng 5 năm (2001- 2005) nhu cầu tiêu dùng thủy sản của Trung Quốc có thể vượt EU nhưng chỉ đứng sau Mỹ và Nhật. Đây là những cơ hội lớn cho ngành thủy sản nước ta. Tuy nhiên cũng phải thấy thị trường này không phải là không có những trở ngại. Theo các doanh nghiệp Việt Nam cho biết trở ngại lớn nhất trong việc giao thương với Trung Quốc hiện nay là đàm phán, buôn bán. Người Trung Quốc có thói quen mặc cả rất nhiều do vậy “ giá chót ” thực tế mới là giá khởi điểm để đàm phán, điều này đòi hỏi các chuyên viên đàm phán của ta phải rất nhẫn nại, phải xác định được đối tác có phải là người quyết định cuối cùng không.

Trung Quốc quản ngoại tệ rất chặt nên số lượng các công ty Việt Nam được phép thanh toán bằng USD rất hạn chế và hầu hết là Trung Quốc chưa thực hiện phổ biến theo thông lệ quốc tế bằng L/ C. Xét về mức độ an toàn trong thương mại thì việc thanh toán theo đường biển có nhiều rủi ro. Hơn nữa mức thuế đánh vào mặt hàng hải sản nhập khẩu thường cao hơn thị trường Mỹ, Nhật và các nước châu á khác.

Trở ngại là vậy nhưng không phải là không có các cách để vượt qua. Vấn đề là nghiên cứu kỹ các đối tác, hiểu biết cận kề môi trường kinh doanh tìm phương thức ứng xử hợp lý sẽ giành thắng lợi. Việc chiếm lĩnh thị trường Trung Quốc phải tốn nhiều công sức, thời gian để tìm các đối tác đáng tin cậy cho doanh nghiệp, nên doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đang có nhiều nỗ lực trong việc tiếp cận, lựa chọn những công ty, tập đoàn lớn có đủ uy tín và năng lực thương mại để thiết lập quan hệ mua bán lâu dài.

Về phía Việt Nam:

Đối với chúng ta trở ngại lớn nhất là thủ tục hải quan tại các khu vực cửa khẩu. Cho đến nay chúng ta vẫn còn lúng túng về quy chế và chính sách, không thông thoáng linh hoạt như phía Trung Quốc. Trung Quốc không quan tâm để chính ngạch và tiểu ngạch, miễn có lợi là làm. Họ sẵn sàng đưa cơ chế vào chỗ khó khăn, ví dụ hàng hóa qua cửa khẩu Bắc Luân chịu thuế 100% thì qua bằng đường sông chỉ 50%.

Mặc dù QĐ 53 dù có tạo cơ chế thông thoáng nhưng lại không có văn bản hướng dẫn, nên hàng nào sang được Trung Quốc thì sang có khi còn bị giam giữ bất chợt. Việc thông quan của ta còn nhiều hạn chế, trong khi Trung Quốc xuất hàng đi bất kể chỗ nào đi được.

Chính sách thuế của ta còn lúng củng do điều hành, nên có lúc phía Trung Quốc ép giá do hàng bị ứ, khiến cho phía doanh nghiệp Việt Nam tự phá giá của nhau.

Chương II: Thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

1. Tổng quan về thủy sản Việt Nam.

1. Tình hình phát triển của ngành thủy sản Việt Nam.

a. Tiềm năng của ngành thủy sản Việt Nam.

**** Tiềm năng về tài nguyên:***

+ ***Điều kiện tự nhiên:*** Việt nam có bờ biển dài 3260 km, 12 đầm, phá, 112 cửa sông, lạch, trong đó 47 cửa có độ từ 1,6 – 3,0 m để đưa tàu cá có công suất 140cv ra vào khi có thủy triều. Hệ thống 4000 hòn đảo, đặc biệt 2 quần đảo hoàng sa và Trường sa có thể xây dựng được các cơ sở hạ tầng khai thác xa bờ, nuôi trồng thủy sản và bảo vệ an ninh tổ quốc.

Biển Việt nam bao gồm: (1) vùng nội thủy và lãnh hải rộng 226000 km², (2) vùng biển đặc quyền kinh tế rộng 1000.000 km². Có nhiều vũng, vịnh kín gió cho tàu thuyền trú đậu và để nuôi hải sản. Các đảo Bạch long vĩ, Lý sơn, Phú quý, Côn đảo, Phú quốc, Hòn khoai, Thổ chu... thuộc những ngư trường lớn rất thuận lợi cho khai thác hải sản.

Căn cứ vào đặc điểm địa hình và khí tượng thủy văn, có thể chia vùng biển và giải ven biển thành 3 vùng: Vùng vịnh bắc bộ, Vùng biển miền trung, Vùng biển nam bộ.

Vùng Vịnh bắc bộ:

- Được xác định từ vĩ tuyến 17⁰N trở lên với diện tích 88.675 km² (phần biển của Việt nam ở phía tây kinh tuyến 108⁰ 03' 13"), vùng vịnh bắc bộ tiếp nhận phù sa của hệ thống sông Hồng, sông Thái Bình và các sông bắc trung bộ, bao bọc 3 phía bằng đất liền, có thềm lục địa phẳng hơi lòng chảo, đáy là bùn cát, độ sâu dưới 10m, rất thuận tiện cho nghề khai thác bằng lưới kéo.

- Vịnh chịu ảnh hưởng mạnh của gió mùa đông bắc. Khi có gió mùa đông bắc, nhiệt độ không khí và nước biển hạ thấp, biển thường có sóng lớn cá chuyển ra khơi xa nhưng tàu thuyền lại không ra khơi được. Từ tháng 6 – 10 thường có bão và áp thấp nhiệt đới, ảnh hưởng xấu đến nuôi trồng thủy sản và khai thác hải sản. Số ngày ra khơi bình quân hàng năm chỉ đạt khoảng 240 ngày.

- Chế độ thủy triều: nhật triều thuận nhất với biên độ 3.2 – 3.6 m. thủy triều lên đưa nước biển lấn sâu vào các cửa sông tạo nên hệ nước lợ với hệ sinh thái đa dạng, giàu dinh dưỡng, nguồn nước cũng được thay đổi thường xuyên rất thuận lợi cho nuôi thủy sản nước mặn, lợ.

- Tính chất gió mùa: Gió mùa đông bắc từ tháng 10 – tháng 3 làm thời tiết khô, lạnh ảnh hưởng đến nuôi trồng thủy sản. Trong thời gian giao chuyển giữa gió đông bắc và gió tây nam thì gió êm (Gió yếu), thuận lợi cho khai thác đặc biệt là nghề lưới vây và mảnh.

Vùng biển miền trung.

- Đặc điểm: Thềm lục địa vùng biển miền trung là hẹp và dốc, chất đáy là bùn cát trộn lẫn vỏ sò, sâu đột ngột (cách bờ 30 – 50 hải lí đã có độ sâu 600 – 700 m), do đó không thuận lợi cho nghề khai thác cá đáy. Những nghề khai thác cá nổi như mảnh chà, mảnh đèn, lưới rê... là nghề truyền thống của ngư dân.

- Chế độ thủy triều: Có cả nhật triều và bán nhật triều không đều. ở ninh thuận và bình thuận chỉ có chế độ bán nhật triều, biên độ kỳ nước cường từ 1.2 – 2.2 m, kỳ nước kém từ 0.5 – 1.0 m.

- Vùng này nhiều đầm phá có thể tận dụng mặt nước để nuôi hủy sản mặn, lợ dạng lồng, bè rất tốt. Sông thường ngắn và đổ ra biển với tốc độ khá lớn.

- Chịu ảnh hưởng của nhiều cơn bão hoặc áp thấp nhiệt đới hàng năm. Mưa, gió, lũ lớn nhiều khi tràn vào đất liền, cửa sông gây ngập úng, phá vỡ các cống đập của các ao đầm nuôi tôm. Tuy nhiên nước mưa thoát nhanh, nước biển tràn vào 4- 5 ngày sau mưa bão nên độ mặn của nước biển khá ổn định thuận lợi cho nuôi tôm và trồng rau câu.

- Bờ biển nhiều bãi cát dài độ mặn của nước biển rất cao, thuận lợi cho nuôi luân trùng làm thức ăn cho ấu trùng tôm.

- Vùng biển có nhiều rạn san hô, là một trong những hệ sinh thái có năng suất sinh học cao nhất, ngoài ra có nhiều loại tôm, cua có giá trị kinh tế cao.

ở vùng này có những bãi biển tốt ở Nam phú quý, nam Côn Đảo. Nguyên nhân tạo thành những ngư trường này là do hai dòng hải lưu nóng lạnh kết hợp với các dòng chảy tạo nên các vùng nước trôi ở ngoài khơi, các nguồn thức ăn sơ cấp từ đáy biển được đẩy nên vùng nước trên mặt thu hút các đàn cá nổi quần tụ. Thời gian ra khơi có nhiều giống, bão nên chỉ khoảng 240 ngày/năm

Vùng biển Nam Bộ:

- Thềm lục địa ở đây ít dốc, đáy bùn cát, độ sâu trung bình dưới 10 m, rất thuận lợi cho nghề lưới kéo.

- Nhiệt độ ổn định rất ít bão vì vậy có thể khai thác trên biển quanh năm.

- Chế độ thủy triều: có sự khác biệt giữa biển phía tây và biển phía đông, Biển phía đông có thủy triều thất thường chủ yếu là bán nhật triều, biên độ 2.5 – 3.0 m. Vùng vịnh thái lan có chế độ nhật triều lớn được tận dụng để thay nước ở các đầm nuôi tôm.

- Vùng biển nam bộ là ngư trường chính của nghề cá nước ta.

+ *Đặc điểm môi trường và tiềm năng nguồn lợi.*

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

Môi trường nước mặn xa bờ.

- Là vùng nước ngoài khơi thuộc vùng đặc quyền kinh tế. Vùng biển tiếp giáp với Thái Bình Dương ở phía Đông và phía Nam, đồng thời tiếp giáp với 2 lục địa âu - á nên chế độ khí hậu vừa mang tính chất biển vừa mang tính chất lục địa. Ngoài khơi lại có 3 trung tâm điển hình: Trũng bắc Hoàng Sa, trũng á kinh tuyến kéo dài từ ngang đà nẵng về phía nam, trũng Palawan. Vùng lòng chảo nước sâu nằm ở trung tâm biển đông. Vùng quần đảo Trường Sa và Hoàng sa. Tất cả các vùng trên tạo nên một lợi thế cho ngành

thủy sản nước ta có thể mạnh trong khai thác. Bởi vậy thủy sản Việt nam phải có hướng đầu tư về tàu thuyền để khai thác có hiệu quả hơn nữa nguồn tài nguyên này.

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

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

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

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

Môi trường nước mặn gần bờ:

Là vùng sinh thái quan trọng nhất đối với các loài thủy sinh vật vì có nguồn thức ăn cao nhất do các cửa sông lạch đem phù sa và các loại chất vô cơ, hữu cơ hòa tan làm thức ăn tốt cho các loài sinh vật bậc thấp để rồi chúng trở thành thức ăn cho tôm cá. ở vùng Đông nam bộ và tây Nam Bộ có sản lượng khai thác cao nhất, có khả năng đạt 67% tổng sản lượng khai thác của cả nước.

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

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

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

Theo số liệu dự báo về nguồn lợi thì nếu tính cả hai môi trường nước mặn, trữ lượng tổng cộng là 4.180.000 tấn, có thể cho phép khai thác 1,6 – 1,7 triệu tấn hải sản/ năm, trong đó cá đáy 856.000 tấn (51,5%), cá nổi nhỏ 684.000 tấn (41,2%), cá nổi đại dương 120.000 – 150.000 tấn (7,3%). Sản lượng hải sản cho phép khai thác trên tổng vùng biển là: Vịnh bắc bộ 16,3%, biển Trung bộ 14,3%, vùng gò nổi 0,15%, biển Đông nam Bộ 49,7%, cá nổi đại dương 7,35%.

Môi trường nước lợ:

Là vùng nước cửa sông, ven biển và rừng ngập mặn, đầm phá, nơi có sự pha trộn nước biển và nước ngọt từ các dòng sông đổ ra. Phụ thuộc vào mùa (mùa mưa, mùa khô) và thủy triều, nồng độ muối của môi trường nước lợ luôn thay đổi, điều đó thích hợp với những loài sinh vật thủy sinh có khả năng thích nghi, trong đó có nhiều loại thủy sản có

giá trị kinh tế cao như tôm he, tôm nướng, tôm tảo, cá đối, cá vược, cá tráp, cá tra, cua biển, rau câu.

Tổng diện tích tiềm năng nước lợ trên toàn quốc là 621.009 ha, bao gồm 84.652 ha ở các tỉnh phía bắc, 39.745 ha ở các tỉnh bắc trung bộ, 33.622 ha ở các tỉnh nam trung bộ, 25510 ha ở các tỉnh Đông nam bộ và 437.480 ha ở các tỉnh Tây nam bộ.

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

Theo ước tính, có khoảng 390.000 ha mặt nước lợ có thể nuôi trồng thủy sản, trong đó có 290.440 ha đang được sử dụng nuôi quảng canh. Các đối tượng nuôi vùng nước lợ là tôm, vẹm, sò, cua, rong câu, cá rô phi... Tôm là loại thủy sản được quan tâm nhất, đặc biệt là tôm sú, kể đến là tôm he, tôm bạc thẻ và tôm nướng. Diện tích nuôi tôm năm 1998 đạt 255.000 ha, chiếm 39% tiềm năng nuôi trồng thủy sản vùng triều.

Môi trường nước ngọt:

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

Nuôi cá ao hồ nước ngọt là nghề nuôi truyền thống gắn với các hộ gia đình. Theo thống kê chưa đầy đủ, tới năm 1998 đã có 82.700 ha diện tích ao hồ đã được để nuôi trồng thủy sản, chiếm 70% tiềm năng ao hồ nhỏ và tập trung ở Đồng bằng Sông Hồng, Đồng bằng sông Cửu Long.

Nuôi thủy sản ruộng trũng cũng là nghề nuôi lâu đời, trở thành tập quán ở nhiều địa phương mà hình thức nuôi phổ biến là 1 vụ lúa + 1 vụ tôm/cá hoặc vừa cấy lúa vừa nuôi tôm cá. Đến nay diện tích ruộng trũng đưa vào nuôi trồng thủy sản đạt năng suất 154 – 200 kg/ ha, chiếm 19,5% trên tổng diện tích. Nuôi cá lồng bè trên sông và hồ chứa là dạng nuôi công nghiệp trên các loại mặt nước lớn như hồ, sông. ở phía bắc và miền Trung chủ yếu nuôi cá trắm cỏ, quy mô lồng nuôi khoảng 12- 24 m³, năng suất 450 – 600 kg/lồng. ở phía nam nuôi cá basa, lóc, bống tượng là chính, quy mô lồng nuôi 100 – 150 m³/bè năng suất bình quân 15 – 20 tấn/bè. Hiện nay, toàn quốc có khoảng 16.000 lồng nuôi cá, trong đó 12.000 lồng nuôi cá ở sông. Đã sử dụng 98.980 ha hồ nuôi, tuy nhiên không có giống thả bổ xung, năng suất bình quân chỉ đạt 9 – 12 kg/ ha.

+ Các vùng kinh tế thủy sản:

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

Vùng đồng bằng Sông Hồng: Trong vùng có tiềm năng thủy sản bao gồm 10 tỉnh mà đặc biệt trong đó là Hải Phòng và Quảng Ninh. Sản lượng thủy sản năm 2001: 213.184 tấn (8,75% sản lượng thủy sản của cả nước). Riêng về xuất khẩu, những năm gần đây đạt khoảng 80 – 85 triệu USD. Nếu tính cả các doanh nghiệp trung ương đóng trong vùng thì sản lượng đạt khoảng 90 – 95 triệu USD.

Trung tâm của vùng là Hải Phòng có sản lượng thủy sản cao nhất, những năm gần đây đạt trên 40 ngàn tấn/ năm, có 3 nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu, nhiều cơ sở chế biến nội địa, giá trị xuất khẩu những năm gần đây đạt khoảng 20 – 25 triệu USD. Đây cũng là đầu mối thu gom và đưa hàng đi các nơi: Xuất khẩu bằng đường biển, chuyển lên Hà Nội, tới Quảng Ninh, sang Trung Quốc.

Quảng Ninh là tỉnh có tiềm năng thứ hai trong vùng. Sản lượng thủy sản 25.000 – 30.000 tấn/ năm. Đây là một thị trường thủy sản sôi động vì hàng thủy sản được tập trung để xuất khẩu, cả chính ngạch và tiểu ngạch và lậu qua biên giới Việt Trung, hàng năm thu về 38- 40 triệu USD.

Hà Nội là trung tâm tiêu thụ nội địa, với mức dân thường trú và khách vãng lai khoảng trên 5 triệu người, Hà Nội thường xuyên tiêu thụ 100.000 tấn thủy sản/ năm.

Vùng Bắc Trung Bộ: Bao gồm các tỉnh từ Thanh hóa đến Thừa Thiên Huế. Sản lượng thủy sản trong vùng không lớn: khoảng 175.000 tấn (bằng 7,2% so với cả nước). Sản lượng khai thác gấp 4 lần sản lượng nuôi trồng. Xuất khẩu được 80 – 90 triệu USD/ năm (5% so với cả nước). Trọng điểm kinh tế của vùng là Thanh hóa, Nghệ an, Thừa Thiên Huế. Thanh hóa có sản lượng 52.000 tấn (29% so với toàn vùng), trong đó khai thác chiếm tới 70%. Có sản lượng lớn nhất, thanh hóa đã từng đạt kim ngạch xuất khẩu cao nhất vùng: 8,5 triệu USD (năm 1997), nay đứng hàng thứ hai: 20 triệu USD. Nghệ an có sản lượng đứng thứ ba: 42.000 tấn, xuất khẩu được 12- 14 triệu USD. Điểm đặc biệt của nghệ an là có cả đường biển và đường sông thông thương ra quốc tế. Thừa thiên huế có sản lượng 16.600 tấn, xuất khẩu được 10 – 12 triệu USD. Có nhu cầu tiêu thụ thủy sản ngày một tăng vì là một điểm sáng trong bản đồ du lịch Việt Nam.

Vùng duyên hải Nam Trung Bộ: Bao gồm 7 tỉnh từ Quảng Nam, Đà Nẵng đến Bình Thuận. Sản lượng thủy sản khoảng hơn 300.000 tấn (21,1% so với sản lượng của toàn ngành) trong đó khai thác là chủ yếu, nuôi trồng chỉ đạt khoảng 20.000 tấn. Xuất khẩu thủy sản hàng năm đạt 240 – 250 triệu USD, nếu tính cả doanh nghiệp trung ương trong vùng thì lên tới 260 – 270 triệu USD.

Trung tâm kinh tế của vùng là Đà Nẵng, Khánh hòa, Bình thuận. Đà Nẵng có dân số hơn 2 triệu người, tiêu thụ khoảng 40.000 tấn thủy sản /năm. Sản lượng thủy sản hàng năm đạt 30 ngàn tấn, có khu công nghiệp chế biến với 12 nhà máy đông lạnh, xuất khẩu được 30 – 35 triệu USD/ năm. Khánh hòa có sản lượng đứng thứ hai trong vùng: 65 ngàn tấn, tại đây có tới 18 nhà máy đông lạnh, xuất khẩu hàng năm đạt 120 – 130 triệu USD. Bình thuận có sản lượng cao nhất: gần 132.000 tấn, có 5 nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu, hàng năm đạt 30 – 35 triệu USD. Ngoài xuất khẩu và tiêu thụ tại chỗ thì thủy sản vùng này được chuyển lên TP. Hồ Chí Minh, lên Tây Nguyên và tới vùng Đông Nam Bộ.

Vùng Đông Nam Bộ: Bao gồm 6 tỉnh là TP Hồ Chí Minh , Bà Rịa – Vũng Tàu... Sản lượng thủy sản trong vùng ít, khoảng 215 ngàn tấn (8,9% so với cả nước). Là đầu mối xuất khẩu thủy sản lớn, mỗi năm khoảng 230 – 240 triệu USD.

Trọng điểm kinh tế của vùng là Bà Rịa – Vũng Tàu, nơi có sản lượng khá cao: 140.000 tấn (73,2% so với cả vùng) và có 10 nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu , mỗi năm thu xấp xỉ 60 – 65 triệu USD. TP Hồ Chí Minh là trung tâm công nghệ chế biến thủy sản, tiêu thụ và xuất khẩu thủy sản. Hàng năm, TP Hồ Chí Minh thu hút từ các tỉnh khác 300.000 tấn thủy sản để cung cấp cho nhu cầu tại chỗ và để xuất khẩu. Theo số liệu chưa đầy đủ TP Hồ Chí Minh có 46 nhà máy chế biến thủy sản với tổng công suất 240 tấn/

ngày (bằng 30% tổng công suất cấp đông của toàn ngành). Hàng năm các doanh nghiệp ở TP Hồ Chí Minh xuất khẩu đạt trên 160 triệu USD, các doanh nghiệp thuộc bộ Thủy Sản đạt 110 – 120 triệu USD. Các cơ sở chế biến nước mắm tại đây cũng sản xuất được 18 triệu lít mỗi năm, ngoài rạcòn sản xuất bột cá đạt 700 tấn/ năm.

Vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long: Bao gồm 12 tỉnh, trong đó có 7 tỉnh ven biển- là vùng thủy sản trọng tâm của cả nước. Sản lượng hàng năm của vùng đạt 1200 ngàn tấn (53% so với cả nước), trong đó khai thác đạt 830 ngàn tấn, chiếm 48% so với tổng sản lượng khai thác cả nước. Về xuất khẩu hàng năm vùng đạt khoảng 52% - 53% tổng giá trị xuất khẩu của toàn ngành (920 – 930 triệu USD năm 1999). Trong vùng đã hình thành hệ thống các xí nghiệp chế biến xuất khẩu.

Miền núi và trung du bắc bộ: Gồm 12 tỉnh, không có thế mạnh về thủy sản, nuôi chỉ đạt 62,9 tấn/ năm. Thế mạnh của vùng là nuôi thủy sản ở hồ chứa, nuôi cá nước chảy.

Tây nguyên: Bao gồm 4 tỉnh, thế mạnh của vùng là nuôi cá hồ chứa, tận dụng sông suối đầu nguồn để kết hợp nuôi thủy sản với lâm nghiệp và du lịch.

** Tiềm năng con người:*

Việt Nam thuộc những nước đông dân trên thế giới. Có khoảng 75% dân số sống ở nông thôn, trong đó dân cư sống ở ven biển có nhịp độ tăng trưởng cao hơn so với bình quân chung của cả nước (khoảng 2,2%).

Dân cư Việt Nam nói chung là trẻ đó là một lợi thế. Đặc biệt với dân cư vùng ven biển, do tỷ lệ sinh đẻ cao, đời sống thấp kém, tuổi thọ không cao nên tỷ trọng sức trẻ trong ngành thủy sản ngày một lớn. Tuy nhiên hiện nay lợi thế này vẫn chưa phát huy tốt vì trình độ văn hóa cũng như trình độ chuyên môn của lực lượng lao động này còn thấp. Số hộ và số nhân khẩu lao động trong ngành thủy sản vẫn tăng đều qua các năm.

Sự biến động dân số và lao động trong ngành thủy sản Việt Nam giai đoạn 1995 – 2000.

Số hộ TS	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Nhân khẩu (Ngàn người)	267.941	282.098	293.464	301.925	337.640	339.613
Lao động (Ngàn người)	462,9	509,8	558,4	659,2	719,4	659,2

Nguồn: Niên giám thống kê và số liệu từ báo cáo của ngành thủy sản.

Như vậy với trạng thái dân số như trên Việt Nam có khả năng cung cấp đủ sức lao động dồi dào cho mọi ngành sản xuất của nền kinh tế quốc dân, trong đó có thủy sản để đẩy mạnh sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của ngành thủy sản tạo ra.

b. Những đóng góp của ngành thủy sản Việt Nam trong những năm qua đối với nền kinh tế quốc dân.

** Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành qua các năm:*

Nếu tính từ thập niên 90 cho tới nay, ngành thủy sản vẫn tiếp bước không ngừng, nhìn chung sản lượng tăng đều qua các năm. Đặc biệt trong lĩnh vực nuôi trồng có mức tăng trưởng cao hơn so với đánh bắt là phù hợp chung với tình hình sản xuất của nghề cá

thế giới vì một khi nguồn tài nguyên biển ngày càng cạn kiệt thì nuôi trồng là hướng đi được khuyến cáo đầu tư phát triển.

Sản lượng thủy sản Việt nam giai đoạn 1991 – 2001.

Năm	Tổng số	Trong đó	
		Khai thác	Nuôi trồng
1990	890,6	728,5	162,1
1991	969,2	801,1	168,1
1992	1.016,0	843,1	172,9
1993	1.100,0	911,9	188,1
1994	1.456,0	1.120,9	344,1
1995	1.584,4	1.195,3	389,1
1996	1.701,0	1.287,0	423,0
1997	1.730,4	1.315,8	414,6
1998	1.728,0	1.357,0	425,8
1999	2.006,8	1.526,0	480,8
2000	1.150,5	1.660,9	589,6
2001	2.434,6	1.724,7	709,9

Nguồn: Niên giám thống kê năm 2001.

Làm phép so sánh, có thể thấy tốc độ tăng sản lượng thủy sản bình quân hàng năm ở giai đoạn 1990 – 2001 là 4,94%. Sản lượng thủy sản Việt Nam năm 2002 ước đạt 2.410.900 tấn, tăng 5,4% so với năm 2001.

Cùng với việc gia tăng sản lượng qua các năm, kim ngạch xuất khẩu thủy sản cũng tăng lên nhanh chóng. Bình quân hàng năm ở giai đoạn 1991 – 1995 tăng được 28%, ở giai đoạn 1995 – 1998 là 18,7% và giai đoạn 1998 – 2001 là 28,5%. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu thủy sản như vậy tăng nhanh hơn so với tốc độ tăng trưởng của toàn ngành. Năm 2002, xuất khẩu thủy sản đạt 2.014 triệu USD, tăng 13,3% so với năm 2001, ba tháng đầu năm 2003 xuất khẩu đạt 434,5 triệu USD tăng 41,1% so với cùng kỳ năm 2002.

Theo thống kê của Bộ Thủy Sản, trong năm 2003 vừa qua hàng thủy sản của Việt Nam đã xuất sang 75 nước và vùng lãnh thổ, trong đó nổi lên là 4 thị trường chính là Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, EU- chiếm tới 3 kim ngạch xuất khẩu thủy sản toàn quốc.

Năm 2003 ngành thủy sản đã thực hiện được mục tiêu đề ra, giữ ổn định, bền vững của xuất khẩu thủy sản. Thực hiện được một phần của kế hoạch 5 năm phát triển xuất khẩu thủy sản 2001 – 2005. Góp phần vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành thủy sản nói riêng và cơ cấu trong nông nghiệp nói chung. Đã giải quyết được một phần vấn đề thị trường.

Xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 1991 – 2003.

Năm	Kim ngạch xuất khẩu (Triệu USD)	Tốc độ tăng trưởng (%)
1991	285,4	
1992	307,3	101,7
1993	427,2	139,1
1994	551,2	129,0
1995	621,4	112,7
1996	696,5	112,1
1997	776,4	111,5
1998	858,7	110,6
1999	971,0	113,1
2000	1.475,0	159,9
2001	1.777,6	120,5
2002	2.014,0	133,3
2003	2.240,0	111,2

Nguồn: Bộ thủy sản và Tổng cục thống kê.

Từ đây nếu tính mức giá trị xuất khẩu bình quân cho một lao động trong ngành thủy sản thì chỉ tiêu này cũng đều tăng.

Xuất khẩu thủy sản tính bình quân trên 1 lao động.

	1995	1998	1999	2000	2001
Kim ngạch XK (triệu USD)	621,4	858,7	973,6	1.478,5	1.777,6
Lao động (nghìn người)	462,9	602,4	659,2	719,4	791,3
Kim ngạch XK/ 1 LĐ (USD)	1.342,4	1.425,5	1.476,9	2.005,2	2.246,4

Nguồn: Niên giám thống kê 2001 và báo cáo của Bộ thủy sản.

Đối với ngân sách nhà nước hàng năm ngành thủy sản đã đóng góp một phần đáng kể: năm 1999 là 1076 tỷ đồng, năm 2000 là 1280 tỷ đồng và năm 2002 là 1400 tỷ đồng, năm 2003 là 1525 tỷ đồng.

Ngoài lợi ích kinh tế, Ngành thủy sản còn có đóng góp to lớn đối với xã hội, đó là giải quyết công ăn việc làm cho hàng triệu lao động ở cả ba lĩnh vực khai thác, nuôi trồng và chế biến. Thực tế cho thấy những năm gần đây lao động thủy sản vẫn liên tục gia tăng đặc biệt trong hai lĩnh vực nuôi trồng và chế biến.

Tốc độ tăng trưởng lao động trong ngành thủy sản Việt Nam 1990 – 2000.

Năm	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Tổng số LĐ (N. Người)	286,3	319,6	350,9	382,0	421,3	462,9	509,8	558,4	602,4	659,2	719,4
Tốc độ tăng trưởng (%)	100,0	105,8	108,3	108,8	102,8	109,8	110,1	109,5	107,8	109,4	109,1

(Nguồn: Số liệu thống kê nông – lâm nghiệp thủy sản Việt nam 1975 – 2000 và niên giám thống kê 2000.)

Nhờ phát triển thủy sản, đời sống của các hộ gia đình ngày một khá lên, một tỷ lệ không nhỏ đã đổi đời trở nên giàu có. Theo số liệu điều tra của Bộ thủy sản thì ở nông thôn, số hộ làm thủy sản có thu nhập cao hơn hẳn so với số hộ không làm thủy sản :

Chênh lệch thu nhập giữa hộ có làm thủy sản và không làm thủy sản tại ba vùng.

Thu nhập bình quân 1 hộ	Hộ có làm thủy sản	Hộ không làm thủy sản	Chênh lệch
Miền bắc	2.273.000	1.550.000	723.000
Miền Trung	1.470.000	1.208.000	262.000
Miền nam	3.140.000	2.075.000	1.065.000

Nguồn: Bộ thủy sản.

2. Kết quả xuất khẩu của Việt nam trong những năm vừa qua.

a. Thị trường xuất khẩu của thủy sản Việt Nam.

Trước đây thủy sản Việt nam với một lượng ít ỏi, chất lượng thấp, chỉ có một lối nhỏ ra thị trường thế giới, đó là mối quan hệ với thị trường Hồng Kông và Singapore.

Hiện nay hàng thủy sản Việt nam đã có mặt ở hơn 60 nước và vùng lãnh thổ, trong đó có những thị trường lớn và khó tính như EU và Mỹ. Từng bước thủy sản Việt Nam đã tạo được một chỗ đứng vững chắc trên thị trường Nhật Bản và các nước trong khu vực. Từ đó giảm bớt những khó khăn khi có biến động trên những thị trường này. Tới nay, có tới trên 30% tỷ trọng hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam đi vào thị trường Mỹ. Khoảng trên 20% đi vào thị trường Nhật Bản. Phần còn lại (khoảng 40%) phân bố tại các thị trường Châu á và khối EU.

- Về thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã xác định 4 thị trường chính là Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc - Hồng Kông:

+ Thị trường Mỹ: Đây là một thị trường có sức mua lớn với những đặc sản có giá trị càng cao càng dễ bán, nhưng phải đạt tiêu chuẩn HACCP và phải đảm bảo các điều kiện đã cam kết. Năm 1999, hàng thủy sản vào thị trường Mỹ mới chỉ đạt 130 triệu USD, năm 2000 lên 310 triệu USD, tăng 2,32 lần, năm 2001 là 500 triệu USD tăng so với năm 1999 là 3,85 lần và năm 2002 là 600 triệu USD tăng so với năm 1999 là 4,62 lần. Thị trường Mỹ từ năm 2001 – 2002 chiếm ngôi đầu bảng với tỷ trọng chiếm khoảng 32% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản hàng năm của Việt Nam. Năm 2003 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ tăng 26,64% so với năm 2002 và chiếm tỷ trọng khoảng 38% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản.

+ Thị trường Nhật Bản: Hai mươi năm qua Nhật Bản vẫn là thị trường nhập khẩu thủy sản với khối lượng lớn từ Việt Nam, bởi vậy đã có 150 doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu thủy sản sang thị trường này. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Nhật Bản năm 1999 đạt 353 triệu USD, năm 2000 đạt 469 triệu USD, năm 2001 đạt 471 triệu USD, năm 2002 đạt 500 triệu USD, chiếm tỷ trọng 27%. Năm 2003 xuất khẩu vào

thị trường này tăng 6% so với năm 2002 và chiếm tỷ trọng 26,4% kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

+ Thị trường EU có 15 thành viên với 337 triệu dân. GDP hơn 9.000 tỷ USD/năm, tiêu thụ mạnh các mặt hàng thủy sản có chất lượng cao. Hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU những năm 90 xếp vào danh sách II, đến năm 2000 đưa lên danh sách I. Thị trường EU không phải là đồng nhất mà là của những nước khác biệt, trên thực tế các nhóm dân cư, các vùng địa lý có những nét đặc trưng ẩm thực khác nhau. Do đó kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này chỉ ổn định trong khoảng 80 – 100 triệu USD. Năm 2003 xuất khẩu vào EU tăng 60% nhưng chỉ chiếm tỷ trọng trên 5,5%

Bảng 1. Cơ cấu xuất khẩu thủy sản Việt nam phân bố theo thị trường(%)

Thị trường	1997	2000	2001	2002
Nhật Bản	50	33	26	27
EU	10	7	6	3
Mỹ	5	21	28	32
Trung quốc	14	20	18	15
Các nước khác	21	19	22	23
Tổng	100	100	100	100

Nguồn: Bộ Thủy Sản.

Trung Quốc và Hồng Kông là hai thị trường có nhiều tiềm năng. Do vị trí gần Việt Nam, nhu cầu tiêu dùng thủy sản lớn và đang tăng nhanh với nhiều chủng loại sản phẩm đa dạng, từ các sản phẩm có giá trị rất cao như các loài cá sống cho đến các loại sản phẩm thấp như cá khô. Những nước này không đòi hỏi cao về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm như EU, Mỹ. Việc Trung Quốc ra nhập WTO cũng tạo điều kiện cho hàng thủy sản của ta đi nhanh vào thị trường này do Việt Nam được hưởng thuế suất như thành viên của WTO. Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận, song giá thường thấp và bị ép giá quá nặng nên nhiều khi có khách hàng, có hàng mà các doanh nghiệp Việt Nam vẫn không thể bán được hàng. Hơn nữa Thái Lan, Hồng Kông, Singapore, Đài Loan có công nghệ chế biến khác cao nên họ chỉ có ý định nhập thủy sản ở dạng nguyên liệu hoặc sơ chế nên tỷ trọng hàng tinh chế ở khu vực này còn thấp.

Đối với một số thị trường như Indonesia, Philippines (và thêm cả bắc phi) khối lượng và kim ngạch thủy sản của ta còn thấp, các mặt hàng không đa dạng. Nguyên nhân là do khả năng cung cấp và nhu cầu tiêu thụ của Việt Nam và các nước này tương đối giống nhau.

Các nước châu á là thị trường rất quan trọng, chiếm gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu của ta. Tuy nhiên ở những thị trường này còn tồn tại một nghịch lí là mặc dù không xa về mặt địa lý nhưng khả năng bán sản phẩm thủy sản Việt Nam ở đây còn yếu. Nếu chịu khó đi sâu tìm tòi khách hàng là các nhà phân phối cho thị trường bản địa thì việc nâng cao tỷ trọng các sản phẩm giá trị gia tăng, các sản phẩm chế biến đóng gói nhỏ bán ở các siêu thị không phải là quá khó khăn.

Nghiên cứu về thị trường xuất khẩu thủy sản cho thấy hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam đều cùng lúc xuất qua nhiều thị trường, nhất là Mỹ, Nhật, EU, sau đó là thị trường Trung Quốc, chỉ có một số ít các doanh nghiệp chuyên xuất sang thị trường khác: Kết quả khảo sát 132 doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản cho thấy.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của một số doanh nghiệp được chọn khảo sát.

Thị trường	Mỹ	Nhật	EU	Cả ba thị trường	Trung Quốc	Các thị trường khác
Số doanh nghiệp	125	128	130	125	35	28
Tỷ trọng (%)	94,7	96,9	98,4	94,7	26,5	21,2

b. Kim ngạch xuất thủy sản Việt nam

Hàng thủy sản của Việt Nam đã có mặt ở trên 60 quốc gia và FAO xếp thứ 15 trong các cường quốc xuất khẩu thủy sản, là nhà xuất khẩu tôm đứng vị trí thứ 3 vào thị trường Nhật Bản, đứng thứ 5 vào thị trường Mỹ. Năm 2002 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn: quý I chỉ đạt 323,218 triệu USD, tương đương 90,88% so với cùng kỳ năm 2001. Sáu tháng đầu năm kim ngạch đạt 816 triệu USD, tương đương 98% so với cùng kỳ năm 2001. Năm 2003 kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã hoàn thành vượt mức theo kế hoạch đề ra: giá trị đạt 2,24 tỷ USD.

Năm	Giá trị kim ngạch XK thủy sản Việt Nam (triệu USD)	Tốc độ tăng trưởng
1991	285	6,3
1992	307,5	7,89
1993	427,2	38,93
1994	551	28,98
1995	621,4	12,78
1996	697	12,17
1997	728	12,2
1998	858,6	9,72
1999	971	14,80
2000	1.475	1,68
2001	1.75	19,3

Nguồn: Bộ thương mại.

c. Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu.

- Năm 2001 về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu trong 6 tháng đầu năm: thủy sản khác 40,1%, cá các loại 28,28%. Tôm đông lạnh chiếm 20,85%. Mực đông lạnh 5,62%. Số liệu ước thực hiện 7 tháng như sau: thủy sản khác 39,41%, cá các loại 28,26%. Tôm đông lạnh chiếm 20,82%, Mực đông chiếm 20,82%.

Các mặt hàng thủy sản xuất khẩu (1996- 2001).

Năm	Cá đông lạnh	Mực đông lạnh	Tôm đông lạnh	Mực khô	Thủy sản khác
1996	29,7	20,2	51,1	5,9	15,2
1997	81,0	40,0	68,2	6,4	41,4
1998	69,7	60,8	431,2	9,4	59,8
1999	89,9	73,9	225,6	11,6	83,6
2000	127,9	89,7	301,5	19,8	117,4

2001	141,3	100,1	398,7	21,5	168,3
------	-------	-------	-------	------	-------

Nguồn: Bộ thủy sản.

d. Giá hàng thủy sản xuất khẩu.

Nhìn chung thấp chỉ bằng 70% mức giá sản phẩm cùng loại của Thái Lan và Indonesia nhưng vẫn không cạnh tranh nổi với hàng của các nước xuất khẩu khác. Tuy Việt Nam có nhiều lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu: tài nguyên thủy sản phong phú, điều kiện khí hậu đất đai thuận lợi, giá lao động rẻ... nhưng trình độ khoa học và công nghệ thấp, cơ sở hạ tầng yếu kém và thiếu kinh nghiệm trong quản lý khiến cho lợi thế so sánh trong xuất khẩu thủy sản giảm sút nhiều và không đạt được hiệu quả mong muốn vì giá thấp.

Xu hướng tăng giá quốc tế hàng thủy sản trong thời gian tới vẫn tiếp tục do khả năng cung không thỏa mãn cầu, do tăng chi phí và tăng giá lao động, thay đổi cơ cấu dạng sản phẩm thủy sản theo hướng tăng tỷ trọng hàng thủy sản ăn liền và các hàng thủy sản cao cấp khác... Từ nhận định này, xét trên các đặc thù xuất khẩu của Việt nam về cơ cấu dạng sản phẩm xuất khẩu, về giá xuất khẩu so với giá cả trung bình của thế giới và về các tương quan khác cho thấy ta có thể cải thiện giá xuất khẩu của hàng thủy sản từ mức thấp hiện nay và nâng mức giá trung bình hàng xuất khẩu hàng thủy sản lên tối thiểu bằng 75%- 85% mức giá xuất khẩu thủy sản của các nước trong khu vực. Tuy nhiên, việc tăng giá sản phẩm ở đây vẫn phải đảm bảo hàng thủy sản Việt nam có sức cạnh tranh để chiếm lĩnh thị trường quốc tế khi chúng ta muốn tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản hàng năm 20%. Vì vậy, trong chiến lược về giá cả việc áp dụng chiến lược tăng giá hay giảm giá đi liền với những giải pháp khác nhau về sản xuất, chế biến và có quan hệ mật thiết với dạng sản phẩm xuất khẩu, nhu cầu thị hiếu của thị trường nhập khẩu. Chẳng hạn, đối với những thủy sản xuất khẩu phổ biến, muốn tăng số lượng xuất khẩu thì việc phấn đấu để có giá cả thấp vẫn có tính cạnh tranh mạnh nhất, trong khi đối với những loại thủy sản cao cấp và quý hiếm chưa chắc giá cả thấp đã là hay vì đặc điểm tâm lý của người tiêu thụ thuộc phân thị trường này thì giá cả cao lại làm tăng giá trị của người tiêu thụ chúng(!).

Yếu tố quyết định để nâng mức giá xuất khẩu thủy sản của Việt nam thời gian tới là thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu. Việc nâng tỷ trọng hàng chế biến sâu như đồ hộp thủy sản và thủy sản ăn liền trong tổng hàng xuất khẩu thủy sản, cũng như việc áp dụng thành tựu khoa học kỹ thuật mới để có khả năng xuất khẩu các loại thủy sản sống giá trị cao... là hướng lâu dài; còn dạng sản phẩm sơ chế khó có thể tăng giá, trừ phi cung cấp không đáp ứng được nhu cầu.

1.Thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung quốc Trong thời gian qua.

1. Kim ngạch xuất khẩu.

- Sự mở rộng nhanh chóng của thị trường thủy sản Trung quốc – một thị trường đầy tiềm năng (năm 1996 Trung quốc đã nhập khẩu khoảng 150 triệu USD hàng thủy sản, mức tăng nhập khẩu trung bình trong những năm qua đạt khoảng 24%). Kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc năm 1999 là 99 triệu USD, năm 2000 là 213 triệu USD, năm 2001 là 279 triệu USD, năm 2002 đạt 314 triệu USD chiếm 15,7%.

- Năm 2003 trái với kỳ vọng của nhiều người, xuất khẩu sang Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Kông giảm mạnh chưa từng thấy. Tương ứng với ba thị trường trên là - 71,5%,-23%, - 41,1% và chỉ chiếm 9,9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu so với năm 2002.Tỷ trọng xuất khẩu vào thị trường này giảm từ 16,25% năm 2002 xuống còn xấp xỉ 7% năm 2003.Tuy năm 2003 xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào Trung Quốc giảm mạnh nhưng giá trị hàng thủy sản Việt Nam vào Trung Quốc những năm gần đây luôn đạt ở mức năm sau cao hơn năm trước.

- Về số lượng các doanh nghiệp đặt chân thâm nhập vào thị trường Trung Quốc cũng ngày càng tăng. Nếu năm 1998 mới có 52 doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc thì đến năm 2000 &2001 thì con số đó là 90, đứng đầu là các công ty thủy đặc sản. Công ty xuất khẩu thủy sản II – Quảng ninh và các công ty xuất khẩu thủy sản ở các tỉnh phía bắc gần gũi với Trung Quốc. Đến năm 2003 số lượng doanh nghiệp mở rộng khai thác thị trường này đã tăng lên đáng kể.

3. Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu.

Các ngành hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu chia làm 3 nhóm: Loại đang có khả năng cạnh tranh cao, loại có thể cạnh tranh được và loại ít có khả năng cạnh tranh.

- Trong nhóm đầu gồm tôm, nhuyễn thể chân đầu, nhuyễn thể hai mảnh vỏ, cua, ghẹ, cá đáy, cá nước ngọt thịt trắng ít xương và các sản phẩm dân tộc truyền thống như nước mắm, bánh phồng tôm.

- Nhóm ngành thứ hai hiện Việt Nam vẫn chưa có ưu thế cạnh tranh nhưng trong tương lai có thể phát triển xuất khẩu được nếu có công nghệ khai thác và chế biến tốt. Đi đầu trong nhóm này là cá ngừ, đặc biệt là cá ngừ vây vàng và cá ngừ mắt to.

- ở nhóm cuối bao gồm các loại cá biển nhỏ như cá thu, cá hồng, cá má bạc, cá nục... khả năng cạnh tranh kém vì kích cỡ nhỏ dễ bị coi là cá tạp. Ngoài ra nhuyễn thể hai mảnh vỏ như cua, ốc, sò cũng thuộc loại này.

Trong cơ cấu mặt hàng tuy có sự đa dạng hóa sản phẩm nhưng hiện nay tôm vẫn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, có sức cạnh tranh cao nhất. Tôm nuôi ngày càng đóng vai trò quan trọng trong tổng giá trị hàng thủy sản xuất khẩu . Tỷ trọng các loại nhuyễn thể trong hàng thủy sản ngày một gia tăng.

Tỷ trọng của các loại hàng khô thấp dần, tỷ trọng các mặt hàng đông lạnh, sơ chế tuy có giảm nhưng vẫn còn chiếm tỷ lệ cao.Nguyên nhân là do nhiều nhà buôn lớn nhập khẩu hàng sơ chế giá thấp để dự trữ, tái chế theo tập quán ẩm thực của từng nước.Tỷ trọng hàng chế biến tinh, tươi sống gói nhỏ, ăn liền ngày một gia tăng vì các nhà máy chế biến đã bắt mạnh được với thị trường và chịu khó đầu tư mua sắm các dây chuyền cấp đông hiện đại. Giá bán cao của các mặt hàng này đã góp phần kích thích các nhà sản xuất.

Trong tương lai đứng trước điều kiện cạnh tranh gay gắt trên thị trường thủy sản thế giới, ngành thủy sản Việt Nam phải cải tiến công nghệ chế biến, mở rộng hơn nữa chủng loại hàng, nâng cao tỷ trọng các mặt hàng thủy sản chế biến tinh, chất lượng cao trong cơ cấu hàng xuất

Các mặt hàng	1997	2000	2001	2002
Tôm đông lạnh	54	45	44	47
Cá đông lạnh	14	16	17	18
Mực, bạch tuộc	15	7	7	7
Hàng khô	8	13	11	8
Hải Sản khác	9	19	21	20
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0

Cơ cấu sản lượng các nhóm sản phẩm thủy sản Việt Nam xuất khẩu.

Nguồn: Bộ Thủy Sản

3. Phương thức xuất khẩu.

Hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc theo 3 con đường: chính ngạch, tiểu ngạch và lậu qua biên giới Việt – Trung. Chúng ta chưa khai thác mạnh xuất khẩu bằng chính ngạch.

Hiện nay chúng ta thường sử dụng phương thức xuất khẩu qua trung gian môi giới và các trung tâm tái xuất. Chưa sử dụng hình thức đại lý bán ở thị trường này. Chưa tận dụng được cơ hội thị trường để đẩy mạnh xuất khẩu. Trong thời gian tới chúng ta phải tiến hành cải tiến công nghệ, nâng cao sức cạnh tranh của hàng thủy sản nước ta, qua đó có điều kiện tốt hơn để tiến hành cải thiện phương thức xuất khẩu, từ phương thức xuất khẩu gián tiếp qua trung gian tiến tới phương thức xuất khẩu trực tiếp.

Đối với thị trường Trung Quốc chúng ta có thể tiến hành xuất khẩu theo hình thức tạm xuất tái nhập, thông qua hình thức này chúng ta có thể quảng bá thương hiệu cho hàng thủy sản của ta tại thị trường Trung Quốc.

4. Khả năng cạnh tranh hàng thủy sản xuất khẩu.

Hàng thủy sản Trung Quốc trong thời gian gần đây có vấn đề về vệ sinh an toàn thực phẩm nên nhu cầu nhập khẩu ở thị trường này tăng. Đối với thị trường này chúng ta có khả năng cạnh tranh về giá và chất lượng mà đặc biệt là cạnh tranh về giá.

Tuy nhiên đối với mặt hàng thủy sản có ưu thế của nước ta là các sản phẩm chế biến từ tôm thì thủy sản nước ta gặp phải khó khăn khi cạnh tranh về giá. Giá thành của Việt Nam cao hơn của Trung Quốc. Giá tôm trung bình của Việt Nam là 50 – 60 nghìn đồng/ kg, trong khi giá của Trung Quốc là 2,4 USD.

5. Hoạt động hỗ trợ của ngành thủy sản Việt Nam Trong việc thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc.

- Miễn giảm thuế sản xuất và xuất khẩu: 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 trong thời gian qua tương đối cao. Tuy nhiên ngày nay lợi thế cạnh tranh đó đã giảm đi nhiều vì chi phí tàu thuyền ngày càng cao, giá lao động cũng tăng lên theo thời gian, trong khi máy móc chế biến trong điều kiện còn quá lạc hậu so với trình độ chung của khu vực. Vì vậy để tăng cường sức cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất và chế biến thủy sản cần có chính sách thuế thỏa đáng. Việc nhà nước không đánh thuế xuất khẩu hàng thủy sản từ 15/2/1998 để các doanh nghiệp sản xuất hàng thủy sản có thể tăng cường năng lực cạnh tranh về mặt giá cả là hợp lý và đúng thời điểm. Việc áp dụng linh hoạt các chính sách thuế có tác động tích cực đối với việc tăng cường sức

cạnh tranh xuất khẩu của hàng thủy sản Việt Nam, khuyến khích mở rộng thị trường xuất khẩu và đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu.

- Tăng cường hoạt động tài trợ cho xuất khẩu: Xác định vấn đề tài trợ bao trùm toàn bộ các biện pháp tài chính, tạo điều kiện cho xuất khẩu hàng thủy sản. Thực hiện phương châm này tạo ra một trong những yếu tố quyết định sự thành công của hoạt động xuất khẩu thủy sản theo hướng tăng cả chất và lượng.

Nhu cầu tài trợ bao gồm:

+ Tài trợ trước khi giao hàng: Vấn đề đảm bảo đầu vào cho sản xuất và chế biến hàng xuất khẩu, như mua nguyên liệu và máy móc thiết bị phụ tùng cần thiết là rất quan trọng. Do đặc điểm của hàng thủy sản là sản xuất nguyên liệu có tính thời vụ cao và nhiều nguyên liệu cần thiết cho chế biến lại phải nhập khẩu... dẫn đến trong thời điểm mùa vụ lượng vốn lưu chuyển tương đối lớn, nhiều khi doanh nghiệp không thể đáp ứng mà cần có sự trợ giúp của hệ thống tài chính để bảo đảm hoạt động hiệu quả.

+ Tài trợ trong khi giao hàng: Thông thường, 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 hay thanh toán (giảm giá hay thỏa thuận một thời hạn thanh toán chậm – tín dụng thương mại) do đó phát sinh nhu cầu tín dụng trong giao hàng và kéo theo là cần có sự vào cuộc của hệ thống ngân hàng, tài chính.

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

+ Lập quỹ hỗ trợ sản xuất – xuất khẩu: Có nhiều ý kiến cho rằng hiện nay hàng thủy sản của Việt Nam vẫn có lợi thế so sánh tương đối để phát triển, đặc biệt với hình thức nuôi tôm bán thâm canh có lợi thế rất lớn vì vậy chưa cần thiết phải lập ra một quỹ hỗ trợ sản xuất và xuất khẩu hàng thủy sản, nhất là khi chúng ta đang rất hạn hẹp về mặt kinh phí và có nhiều ngành công nghiệp khác cần hỗ trợ cấp bách hơn. Tuy nhiên nhiều diễn biến cho thấy đã đến lúc chúng ta cần thiết phải thành lập quỹ này.

Thứ nhất: Do những đặc thù của hàng thủy sản thuộc nhóm hàng mà nguồn cung phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện thiên nhiên, có tính chất thời vụ, rủi ro rất lớn và giá cả biến động thất thường, nên thành lập quỹ này để ổn định giá cho các nhà sản xuất và xuất khẩu thủy sản.

Thứ hai: Lợi thế so sánh của xuất khẩu hàng thủy sản đã giảm lớn khi mà nguồn thủy sản ven bờ đã bị cạn kiệt, chi phí tàu thuyền cho khai thác hải sản đã tăng hơn 100% so với cách đây 10 năm, cơ sở hạ tầng nghề cá còn quá yếu kém và lạc hậu...

Thứ ba, quỹ hỗ trợ cho xuất khẩu thủy sản không chỉ có tác dụng trong sản xuất và chế biến hàng thủy sản xuất khẩu mà còn là những trợ giúp cần thiết để các doanh nghiệp muốn đổi mới trang thiết bị nâng cao mức độ chế biến, cải thiện chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, hỗ trợ xâm nhập một thị trường mới hay phát triển một sản phẩm mới.

6. Sự tác động của cơ chế, chính sách hiện tại của Việt Nam đối với xuất khẩu thủy sản vào Trung Quốc.

- Với mục tiêu CNH- HĐH đất nước đặc biệt chú trọng trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn. Ngành thủy sản đã được xác định là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước với mục tiêu hướng mạnh về xuất khẩu, như vậy ngành đã nhận được sự hỗ trợ cũng như nhiều chính sách ưu đãi khác từ phía nhà nước.

- Đối với hoạt động nuôi trồng và đánh bắt: Thông qua hệ thống ngân hàng nông nghiệp, nhà nước cho ngư dân vay vốn với lãi suất ưu đãi, hỗ trợ ngư dân trong bao tiêu sản phẩm.

- Cùng với việc đầu tư cho nghiên cứu khoa học kỹ thuật phục vụ cho sản xuất và chế biến, nhà nước còn khuyến khích cho ngư dân chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ làm muối, lúa sang nuôi trồng một số loại thủy sản có giá trị.

- Về hoạt động chế biến xuất khẩu: Hiện nay hàng xuất khẩu của ta chỉ phải chịu mức thuế 0%, đây là một lợi thế rất lớn với hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của ngành thủy sản nói riêng. Những năm gần đây, nhà nước đã có nhiều sửa đổi bổ xung quan trọng trong chính sách, pháp luật, cơ chế quản lí... nhằm thu hút vốn đầu tư của nước ngoài, đẩy mạnh sự phát triển của ngành.

Nhà nước chú trọng đến các chính sách ưu đãi, khuyến khích đặc biệt là các chính sách liên quan đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong nông nghiệp, chính sách khuyến khích đầu tư, tạo sự thông thoáng cho doanh nghiệp. Góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam.

III. Những kết luận rút ra qua nghiên cứu xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

1. Thành tựu đạt được.

Trong thời gian qua xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc liên tục gia tăng năm sau cao hơn năm trước. Tuy nhiên do yếu tố khách quan nên kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong năm 2003 giảm mạnh đáng kể: tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam giảm từ 16,25% năm 2002 xuống còn xấp xỉ 7% . Tuy nhiên mức tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này trong những năm gần đây luôn đạt được mức tăng trưởng cao.

Sản phẩm thủy sản của Việt Nam ngày càng thâm nhập sâu rộng hơn vào thị trường Trung Quốc do yếu tố giá cả, chất lượng, ngày càng hoàn thiện hơn phương thức xúc tiến thương mại.

Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu cũng được mở rộng, khả năng cạnh tranh tăng lên, đặc biệt chúng ta có ưu thế trong cạnh tranh ở thị trường giáp biên giới Việt Trung. Nhu cầu tiêu dùng hàng thủy sản ở đây chúng ta có khả năng đáp ứng tốt nhất.

3. Những vấn đề còn tồn tại và nguyên nhân của những vấn đề đó.

Mặc dù thị trường Trung Quốc đang là tiềm năng chớ xuất khẩu thủy sản của nước ta nhưng hiện tại chúng ta vẫn còn có những khó khăn khi thâm nhập vào thị trường này.

Trong năm 2003 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này giảm mạnh - đó là do yếu tố khách quan từ dịch Sars. Nhưng không phải chúng ta lấy điều đó để biện minh cho những tồn tại, kém phát triển của chúng ta đối với thị trường láng giềng này.

Vấn đề chủ yếu của chúng ta hiện nay, mặc dù Trung Quốc là thị trường giáp biên với chúng ta nhưng những vấn đề luật pháp của Trung Quốc liên quan đến cơ chế quản lí xuất nhập khẩu nói chung và cho mặt hàng thủy sản vào thị trường này nói riêng chúng ta chưa nắm bắt rõ. Nguyên nhân chính là Trung Quốc gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới và khu vực, hệ thống luật pháp, cũng như biểu thuế quan áp dụng luôn phải thay đổi cho phù hợp với yêu cầu hội nhập, yêu cầu của các tổ chức. Còn các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam lại không kịp thời cập nhật thông tin về hệ thống luật pháp thuế quan của Trung Quốc đang từng ngày thay đổi.

Chúng ta chưa thực sự quan tâm đúng mức trong hoạt động xúc tiến thương mại đối với thị trường này, quá chú trọng vào những thị trường nổi tiếng khó tính để thông qua đó khẳng định thương hiệu hàng thủy sản Việt Nam.

Cơ chế điều hành tại cửa khẩu của chúng ta còn lúng túng, không tạo được thông thoáng cho các doanh nghiệp xuất khẩu của ta, gây ra tình trạng có hàng, có khách mà không bán được, các doanh nghiệp trong nước thì lại ép giá của nhau.

Đối với các chuyên gia đàm phán, ký kết hợp đồng của chúng ta lại chưa đủ kiên nhẫn trong đàm phán với các nhà nhập khẩu Trung Quốc. Chưa nắm bắt được đặc tính của người Trung Quốc để tạo lợi thế trong đàm phán.

Chương III: Một số biện pháp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

I. Phương hướng phát triển ngành thủy sản Việt Nam trong thời gian sắp tới.

Theo dự báo của các chuyên gia kinh tế - thương mại, thị trường thủy sản thế giới nếu mở rộng với tốc độ 5%/năm, do kết hợp cả tăng số lượng và giá cả xuất khẩu, thì có khả năng đạt 65 tỷ USD vào năm 2000 và trên 85 tỷ vào năm 2005. Lúc đó, thị phần của Việt Nam nếu vẫn duy trì là 1,5% sản lượng xuất khẩu của thế giới như vào những năm 1996 – 1997 thì ta có khả năng cung cấp ra thị trường thế giới khoảng 1 tỷ USD vào năm 2005, có nghĩa tỷ lệ tăng xuất khẩu hàng năm- lấy mốc là 550 triệu USD vào năm 1995 – sẽ là 13% thời kỳ 2000- 2005. Còn nếu chúng ta nâng được giá trị thị phần 2% sản lượng xuất khẩu của thế giới thì kim ngạch xuất khẩu tương ứng sẽ là 1,3 tỷ USD vào năm 2000 và 1,6 – 1,7 tỷ USD vào năm 2005, có nghĩa tốc độ tăng xuất khẩu trung bình hàng năm của thời kỳ 1995 – 2000 là 18% - 19% và của thời kỳ 2000- 2005 là 5%- 6%. Từ những nhận định dự báo này, một chương trình xuất khẩu thủy sản tới năm 2005 đã được Chính phủ thông qua vào cuối tháng 12/1998 và được các ngành chức năng phân tích và thực hiện.

1. Định hướng về khai thác hải sản.

Xuất phát từ thực trạng khai thác hải sản trong những năm qua có tính đến yêu cầu phát triển bền vững, trong những năm tới của ngành thủy sản Việt Nam định hướng khai thác hải sản được xây dựng dựa trên các quan điểm sau:

- Khai thác hải sản phải gắn với bảo vệ môi trường và tái tạo nguồn tài nguyên sinh thái biển.

- Khai thác hải sản phải đạt hiệu quả kinh tế cao, nhờ đảm bảo tính đồng bộ trong chuỗi mắt xích tìm kiếm ngư trường tàu thuyền và thủy thủ, dịch vụ hậu cần trên biển và cảng cá.

- Khai thác hải sản gắn liền với chế biến và nuôi trồng.

- Khai thác gắn liền với nhiệm vụ bảo vệ vùng biển, an ninh của tổ quốc đồng thời phải đảm bảo tính an toàn cho ngư dân trước thiên tai, địch họa và nạn cướp biển.

2. Định hướng phát triển nuôi trồng thủy sản.

- Phát triển nuôi trồng thủy sản phải gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ và tái tạo nguồn lợi thủy sản. Phong chống dịch bệnh cho các đối tượng nuôi mà động lực thúc đẩy là nuôi công nghiệp và bán công nghiệp.

- Phát triển nuôi trồng thủy sản gắn với phát triển kinh tế xã hội của các vùng, các địa phương, góp phần chuyển đổi kinh tế nông nghiệp, tạo công ăn việc làm và cải thiện đời sống cho nhân dân lao động.

- Tăng cường sử dụng hợp lý có hiệu quả các loài mặt nước nhờ tận dụng có đồng bộ các chính sách và biện pháp quản lý cơ cấu sử dụng mặt nước, đối tượng nuôi trồng và công nghệ nuôi trồng.

- Khuyến khích mọi thành phần kinh tế hợp tác, kinh tế gia đình, doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào nuôi trồng thủy sản và nâng cao năng suất nuôi trồng tạo ra nhiều vùng cung cấp nguyên liệu lớn, ổn định cho chế biến xuất khẩu và tiêu thụ nội địa.

- Phát triển công nghệ sinh học rút ngắn khoảng cách về trình độ công nghệ đặc biệt là công nghệ sản xuất giống, thức ăn và phòng trừ dịch bệnh.

Để thực hiện chiến lược phát triển ngành thủy sản Việt Nam đến năm 2010, mục tiêu của lĩnh vực nuôi trồng được xác định.

Mục tiêu phát triển nuôi trồng thủy sản giai đoạn 2001 – 2005.

	2001	2005	2010
1. Diện tích nuôi(ha)	887.500	1.200.000	1.300.000
Trong đó			
Nước mặn, lợ	478.800	700.000	75.000
Nước ngọt	408.700	500.000	550.000
2. Sản lượng (tấn)	884.100	1.150.000	2.000.000
Trong đó			
Cá nước ngọt	42.100	600.000	870.000
Tôm	155.000	225.000	420.000
Cá biển	2.635	38.000	200.000
Nhuễn thể	108.554	185.000	380.000
Sản phẩm khác	196.911	102.000	130.000

Nguồn: Quy hoạch tổng thể của hệ thống thủy sản và báo cáo bổ xung điều chỉnh kế hoạch 5 năm 2001 – 2005.

Về đối tượng nuôi sẽ tập trung vào 5 nhóm chính là tôm (sú, càng xanh, hùm, họ tôm he...) cá biển, cá nước ngọt, nhuyễn thể và rong tảo.

2. Tiếp tục đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.

Thực tế thị trường hàng xuất khẩu thủy sản thế giới, xét trên tổng thể là một thị trường còn có khả năng mở rộng và luôn có xu hướng cung chưa đáp ứng nổi cầu. Theo dự báo trong thời gian trung hạn tới trọng tâm nhập khẩu thủy sản của thế giới vẫn tập trung vào Nhật bản, Bắc mỹ và EU. Đặc biệt là EU với khả năng mở rộng liên minh thành 30 nước vào đầu thế kỷ XXI so với 15 nước hiện nay sẽ là thị trường tiêu thị thủy sản lớn nhất thế giới. Nhưng xét về cục diện thị trường nhập khẩu thủy sản của Việt Nam thì thực tế nhập khẩu lớn nhất hiện tại là thị trường Nhật bản (40%- 45% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản), thị trường các nước Asean (10%), Đài loan (15% - 20%), Trung Quốc ...

Từ giữa những năm 1997 trở về trước người ta đã coi khu vực Đông và Đông Nam á là thị trường thịnh vượng vào đầu thế kỷ XXI và nhiều dự đoán xuất khẩu thủy sản vào đây hết sức thuận lợi, vì sức tăng của nhu cầu nhập khẩu lớn, do tăng thu nhập khiến cho các nhà nhập khẩu sẵn sàng trả mức giá hấp dẫn. Trong khi đó thực tế thị trường Nhật Bản đã ở mức bão hòa. Hơn nữa xuất khẩu thủy sản của Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào sự cạnh tranh của các nước xuất khẩu khác trong vùng đặc biệt là từ Thái Lan, Indonesia, Ấn Độ và Trung Quốc trong xuất khẩu tôm, mực.

Tuy nhiên khả năng hội nhập của Việt Nam vào Asean, APEC, AFTA... sẽ mở ra những cơ hội hợp tác và những thuận lợi cho việc tăng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào trong khu vực. Đó là chưa kể tới sự mở rộng nhanh chóng của thị trường thủy sản Trung Quốc – Một thị trường láng giềng tiềm năng. Vì vậy trong thời gian trung hạn tới Đông á và Đông nam á vẫn là thị trường trọng điểm xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam.

Với EU và Bắc Mỹ, trở ngại lớn nhất khi thủy sản Việt Nam thâm nhập vào thị trường này là việc đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm theo tiêu chuẩn HACCP. Sau khi hiệp

định thương mại Việt Mỹ được ký kết- xuất khẩu thủy sản của Việt Nam cũng được cải thiện rất nhiều. Dự đoán tỷ trọng xuất khẩu sang EU, Mỹ năm 2005 có thể sẽ đạt mức 35%- 40% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước. Ngoài ra cần chú ý đến những thị trường truyền thống cũ của Việt Nam ở Đông Âu, Trung Đông, Bắc Phi và các thị trường khác, tuy không lớn nhưng có thể có cơ hội tốt cho xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam nhờ vòà hàng rào mậu dịch và chất lượng không quá khắt khe.

3. Phát triển thêm nhiều mặt hàng thủy sản mới.

Trong cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu thế giới hiện nay, khoảng 75% là dạng sản phẩm cá tươi, ướp đông, đông lạnh(riêng giáp xác và nhuyễn thể chiếm 33% - 35%), sản phẩm đồ hộp thủy sản hơn 15% còn ở dạng khô, muối, hun khói chiếm hơn 5%, dầu cá và bột cá cộng lại xấp xỉ 5%. Còn cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua, khoảng hơn 90% là dạng sản phẩm tươi, ướp đông, đông lạnh (riêng giáp xác và nhuyễn thể là 80% - 85%). Sự mất cân đối về cơ cấu dạng sản phẩm xuất khẩu của ta một mặt phản ánh thế so sánh của Việt Nam trong xuất khẩu thủy sản, và mặt khác phản ánh sự yếu kém của công nghệ chế biến thủy sản nước nhà, nhưng đây cũng là tiềm năng để đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu nhằm tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới. Cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam cần có sự phù hợp tương đối với cơ cấu xuất khẩu thủy sản thế giới: tăng hơn nữa tỷ trọng xuất khẩu đồ hộp, tăng tỷ trọng cá và tăng tỷ trọng trong cơ cấu hàng thủy sản tươi, ướp đông, đông lạnh và giảm tỷ trọng hàng đông lạnh sơ chế.

Chuyển hướng cơ cấu sản phẩm có ý nghĩa rất lớn trong việc tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam vì hai lí do cơ bản: Khối lượng xuất khẩu tăng và giá tăng, khả năng tăng kim ngạch từ đây là rất lớn. Mức giá xuất khẩu trung bình là 6,67 USD/kg. 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, có thể đưa được mức giá xuất khẩu trung bình lên bằng 80% mức giá của Thái Lan chẳng hạn, thì với khối lượng xuất khẩu đó sẽ đem về cho nước nhà 479,332 triệu USD. Mục tiêu của chúng ta là nâng tỷ trọng hàng chế biến sâu trong cơ cấu thủy sản xuất khẩu (các dạng đồ hộp tôm, cá ngừ hay sashimi) đưa tỷ lệ này lên 25% - 30% từ 12% - 13%, 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 thời kỳ khó khăn của khu vực hiện nay.

4. Tăng giá thủy sản xuất khẩu trong điều kiện đảm bảo cạnh tranh.

Xu hướng tăng giá quốc tế hàng thủy sản trong thời gian tới vẫn tiếp tục tăng do cung không thỏa mãn cầu, do tăng chi phí khai thác, tăng giá lao động, thay đổi cơ cấu dạng sản phẩm thủy sản theo hướng tăng tỷ trọng hàng thủy sản ăn liền và các hàng thủy sản cao cấp khác... Từ nhận định này xét trên đặc thù xuất khẩu của Việt Nam về cơ cấu dạng sản phẩm xuất khẩu, về mức giá so với giá cả trung bình của thế giới và về các tương quan khác, cho thấy ta có thể cải thiện giá xuất khẩu thủy sản từ mức thấp hiện nay và nâng lên mức trung bình, tối thiểu bằng 75% - 85% mức giá xuất khẩu sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực. Tuy nhiên, việc tăng giá sản phẩm ở đây vẫn phải đảm bảo hàng thủy sản Việt Nam có sức cạnh tranh để chiếm lĩnh thị trường quốc tế mà khi chúng ta muốn tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản hàng năm 20%. Vì vậy trong chiến lược về giá cả, việc áp dụng tăng giá hay giảm giá đi liền với những giải pháp khác nhau về sản xuất, chế biến và có quan hệ mật thiết với dạng sản phẩm xuất khẩu, nhu cầu thị hiếu của thị trường nhập khẩu.

Yếu tố quyết định để nâng được giá hàng thủy sản Việt Nam trong thời gian tới sẽ là thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu. Việc nâng tỷ trọng hàng chế biến sâu như đồ hộp thủy sản hay thủy sản ăn liền trong tổng hàng xuất khẩu thủy sản, cũng như việc áp dụng thành tựu khoa học kỹ thuật mới để có khả năng xuất khẩu cá loại thủy sản sống có giá trị cao... là hướng đi lâu dài, còn dạng sản phẩm sơ chế khó có thể nói tới việc tăng giá, trừ phi cung cấp không đáp ứng nổi cầu.

- Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải lấy chỉ tiêu chất lượng an toàn là yếu tố hàng đầu. Chính điều này quyết định khả năng duy trì lâu dài thị trường thủy sản Việt Nam. Thu nhập ngày càng cao, người tiêu dùng càng đòi hỏi chất lượng và mức độ an toàn khi sử dụng bất cứ một mặt hàng thực phẩm nào. Trong khi đó hơn bất cứ một sản phẩm nào khác, thủy sản là mặt hàng rất dễ bị tác động của các yếu tố bên ngoài làm giảm chất lượng sản phẩm.

- Chế biến và xuất khẩu thủy sản phải ngày càng hướng tới mở rộng mặt hàng, mở rộng thị trường nhằm đa dạng hóa các mặt hàng, đa phương hóa các bạn hàng.

- Chế biến và xuất khẩu thủy sản phải gắn với khai thác và nuôi trồng thủy sản, trong đó lấy phát triển nuôi trồng làm nòng cốt.

- Chế biến và xuất khẩu thủy sản ở Việt Nam đòi hỏi một sự hỗ trợ lớn từ phía nhà nước.

- Không xem nhẹ thị trường trong nước và thị trường này có tiềm năng để phát triển trong tương lai.

II. Biên pháp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

1. Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường.

Trung Quốc là một thị trường tiềm năng lớn để thủy sản nước ta bước chân vào. Hiện tại đây là thị trường mà nước ta mới bắt đầu đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản – và vấn đề đặt ra là chúng ta phải hiểu rõ về thị trường này để tránh những rủi ro trong kinh doanh- mà đây là điều hay xảy ra.

Nghiên cứu thị trường Trung Quốc.

- *Thứ nhất:* Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải nghiên cứu về nhu cầu, thị hiếu của người Trung Quốc để lựa chọn mặt hàng chiến lược cho xuất khẩu. Lựa chọn được mặt hàng mà thị trường này cần đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu phải có một quá trình nghiên cứu, phân tích một cách có hệ thống về nhu cầu thị trường từ đó giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu chủ động trong quá trình sản xuất – kinh doanh.

- *Thứ hai:* Khi đã lựa chọn được mặt hàng thủy sản mà thị trường Trung Quốc có nhu cầu. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải tiến hành phân đoạn thị trường vì đây là một thị trường rộng lớn nhu cầu tiêu dùng thủy sản ở mỗi vùng tương đối khác nhau: ví dụ với thị trường Tây Nam Trung Quốc thì nhu cầu đặc biệt là các loại cá ướp muối với hương vị đặc biệt, nhưng với thị trường trung tâm như Bắc Kinh, Thượng Hải... nơi mà kinh tế khá phát triển, thu nhập của người dân cao thì nhu cầu lại là những loại thủy sản đặc sản như thủy sản ăn liền, cá tươi sống, đồ hộp... Qua đó các doanh nghiệp phân tích các yếu tố vĩ mô, vĩ mô và khả năng của mình để tiến hành phân phối sản phẩm cho từng đoạn thị trường mà doanh nghiệp có khả năng nhất.

- *Thứ ba:* Lựa chọn bạn hàng, căn cứ vào khả năng tài chính, thanh toán của bạn hàng, phương thức, phương tiện thanh toán. Lựa chọn theo phương thức đôi bên cùng có lợi. Đối với ngành thủy sản Việt Nam quan hệ buôn bán với Trung Quốc trong những năm gần đây có xu hướng gia tăng tương đối mạnh. Những bạn hàng cũ và đồng thời bạn hàng mới cũng gia tăng, nên đòi hỏi các doanh nghiệp phải lưu tâm đến những mối quan hệ cũ. Còn đối với những bạn hàng mới thì doanh nghiệp phải nghiên cứu tìm hiểu về mọi mặt: địa điểm kinh doanh, tên pháp nhân thương mại, lĩnh vực hoạt động kinh doanh, khả năng tài chính... để hiểu rõ hơn bạn hàng mới, tránh rủi ro trong kinh doanh.

- *Thứ tư:* đó là lựa chọn phương thức giao dịch, đây là những cách thức mà doanh nghiệp sử dụng để thực hiện các mục tiêu và kế hoạch kinh doanh của mình. Tùy vào khả năng của mình và của bạn hàng mà lựa chọn phương thức giao dịch khác nhau: giao dịch thông thường, giao dịch qua trung gian, giao dịch thông qua hội chợ hay triển lãm.

- *Thứ năm:* Đàm phán và ký kết hợp đồng.

Đây là khâu quan trọng trong quá trình kinh doanh. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia vào ký kết hợp đồng với bạn hàng Trung Quốc luôn gặp phải sự mặc cả, giá chót mới là mức giá khởi điểm. Đòi hỏi các doanh nghiệp của ta khi tham gia ký kết phải kiên trì, hiểu rõ tâm lý đối tác, diễn biến của cuộc đàm phán. Có thể sử dụng các phương thức đàm phán qua thư tín, điện tín, trực tiếp. Sau đó tiến hành ký kết hợp đồng xuất khẩu:

- + Điều kiện tên hàng.
- + Điều kiện số lượng.
- + Điều kiện về quy cách phẩm chất hàng hóa.
- + Điều kiện về giá cả.
- + Điều kiện về bao bì, đóng gói, ký mã hiệu.
- + Điều kiện về cơ sở giao hàng.
- + Điều kiện về thời gian, địa điểm, phương tiện giao hàng.
- + Điều kiện về thanh toán.
- + Điều kiện về bảo hành (nếu có).
- + Điều kiện về khiếu nại, trọng tài.
- + Điều kiện về các trường hợp bất khả kháng.
- + Chữ ký của các bên.

2. Tăng cường hoạt động xúc tiến xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc.

Xúc tiến thương mại là vấn đề khó khăn phức tạp. Thời gian qua có khá nhiều chương trình, dự án về xúc tiến thương mại xuất khẩu, trong đó có xúc tiến thương mại xuất khẩu thủy sản. Hoạt động xúc tiến thương mại xuất khẩu thủy sản nhằm hỗ trợ, tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội mua bán thủy sản, cung ứng dịch vụ cho khách hàng. Xúc tiến thương mại là lĩnh vực hoạt động rộng lớn, phức tạp của Marketing đòi hỏi phải xem xét ở những góc độ khác nhau. Xúc tiến thương mại thủy sản có vai trò to lớn góp phần tích cực vào thực hiện chính sách mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế của ngành thủy sản.

Đối với hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản sang thị trường Trung Quốc trước tiên các doanh nghiệp xuất khẩu phải tiếp cận những thông tin cụ thể về thị trường, khách hàng Trung Quốc, nắm bắt luật pháp, chính sách thương mại quốc tế của Trung Quốc. Tăng cường quan hệ với bạn hàng kết hợp với nắm thêm thông tin về đối thủ cạnh tranh và tình hình cạnh tranh trên thị trường Trung Quốc.

Xúc tiến thương mại xuất khẩu thủy sản đòi hỏi các doanh nghiệp không chỉ hiểu rõ ở tầm vĩ mô về thị trường Trung Quốc: đặc điểm về kinh tế, chính trị, luật pháp, nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng Trung Quốc đòi hỏi đối với hàng thủy sản. Và đối với ngành thủy sản Trung Quốc nói riêng thì đó là thực trạng nuôi trồng đánh bắt, hệ thống phân phối, tình hình chế biến xuất nhập khẩu thủy sản Trung Quốc để xác định mặt hàng và khả năng thâm nhập của mình vào thị trường này. Hơn nữa còn đòi hỏi các doanh nghiệp của ta phải hiểu rõ về bạn hàng trực tiếp làm ăn với mình- tránh tình trạng làm ăn với một công ty ma của nước bạn.

Bộ thủy sản phải là người bạn đồng hành cùng các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản trong kinh doanh xuất khẩu như cung cấp thông tin cho doanh nghiệp về thị trường, tổ chức các đoàn tham quan khảo sát của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam muốn làm ăn với thị trường Trung Quốc. Tổ chức hội nghị, hội thảo, hướng dẫn các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam tham gia hội chợ triển lãm trong nước và thị trường Trung Quốc... thông qua đó ký được nhiều hợp đồng xuất khẩu thủy sản sang thị trường này. Hướng dẫn và tư vấn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam áp dụng hệ thống quản lý chất lượng (ISO 9000, ISO 14000) để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải nâng cao hơn nữa công tác xúc tiến thương mại, tham gia kinh doanh trên thị trường quốc tế các doanh nghiệp cần tăng cường hơn nữa ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh. Tăng cường sử dụng Internet,

đăng ký tên miền quốc tế để tiến hành quảng cáo và tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng nước ngoài mà đặc biệt với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam muốn tham gia vào thị trường Trung Quốc thì đó là người tiêu dùng Trung Quốc.

Doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản phải tham gia hội chợ quốc tế, giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp, tên doanh nghiệp, giới thiệu sản phẩm tạo mối quan hệ làm ăn với các đối tác Trung Quốc. Tìm hình thức quảng cáo hàng hóa phù hợp với thông lệ, tập quán của thị trường Trung Quốc.

3. Biện pháp nâng cao tính cạnh tranh mặt hàng thủy sản.

Nâng cao tính cạnh tranh của hàng thủy sản đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao khả năng cạnh tranh về giá cả, chất lượng, chủng loại.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh về giá: Đây là công cụ có tính cạnh tranh mạnh nhất hiện tại của thủy sản Việt Nam. Chúng ta phải cố gắng hạ giá thành sản phẩm: giảm chi phí tạo ra nguyên liệu, giảm tổn thất sau khi thu hoạch và chuẩn hóa các chi phí liên quan tới quá trình xuất khẩu hàng hóa.

- Cạnh tranh về chất lượng: Chúng ta phải có những giải pháp về công nghệ đồng thời đi đôi với nâng cấp điều kiện sản xuất, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm theo đúng quy định của ngành cũng như các tiêu chuẩn quốc tế. Xây dựng chế độ giám sát kiểm tra thường xuyên. Các doanh nghiệp phải đặt mục tiêu cấp bách thực hiện chương trình quản lý chất lượng theo GMP, SSOP và HACCP.

- Cạnh tranh về chủng loại: Hiện tại các sản phẩm chế biến thủy sản của Việt Nam kém đa dạng về chủng loại. Nên với một thị trường có nhu cầu đa dạng về chủng loại sản phẩm thủy sản như Trung Quốc thì chúng ta phải có chiến lược mở rộng hơn nữa danh mục chủng loại hàng xuất khẩu để tăng khả năng cạnh tranh.

Có các giải pháp về công nghệ đối với từng lĩnh vực:

+ *Đối với lĩnh vực khai thác:*

- Tiến hành lựa chọn, xác định công nghệ khai thác có hiệu quả, tập trung vào các nghề khai thác cá nổi di cư, cá đáy, nhuyễn thể ở độ sâu 20 – 30 m.

- Nghiên cứu ứng dụng hoặc nhập khẩu công nghệ từ nước ngoài, bao gồm kỹ thuật sử dụng ánh sáng và trà rạo để tập trung cá trong nghề kéo lưới vây, nghề câu vàng khai thác ở độ sâu và lồng bẫy, lưới kéo cá tầng đáy có độ sâu 50 – 200m và một số mẫu lưới khác có hiệu quả, các loại máy thử lưới rê và dây câu.

- Nâng cấp năng lực nghiên cứu công nghệ khai thác cho viện nghiên cứu hải sản ở hải phòng.

- Xây dựng các trung tâm phát triển nghề cá xa bờ ở Vũng Tàu.

+ *Đối với lĩnh vực nuôi trồng:*

- Trên cơ sở đặc điểm sinh thái và tiềm năng của từng vùng địa lý, từng mặt nước, phải xác định các đối tượng nuôi, công nghệ nuôi, quy mô nuôi phù hợp theo hướng đảm bảo năng suất và hiệu quả kinh tế lâu dài.

- Đẩy mạnh nuôi bán thâm canh và thâm canh các đối tượng có giá trị xuất khẩu như tôm sú, tôm càng xanh, cá lóc, cá basa... các loài nhuyễn thể và một số loài cá biển khác.

- Đưa nhanh tiến bộ khoa học của thế giới vào từng khu vực áp dụng thí điểm rồi triển khai trên diện rộng. Hoàn thiện công nghệ hiện có đồng thời du nhập thêm những công nghệ mới về giống nuôi, thức ăn, xử lý...

- Tăng cường đầu tư đồng bộ để hiện đại hóa hệ thống cơ sở nghiên cứu nuôi trồng của ngành.

Đối với lĩnh vực chế biến:

- Đầu tư nâng cấp, xây dựng các doanh nghiệp chế biến với công nghệ tiên tiến.

- Xây dựng, ban hành và triển khai áp dụng các tiêu chuẩn Nhà nước và tiêu chuẩn ngành về điều kiện sản xuất và vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Quy hoạch, đầu tư xây dựng hệ thống kho lạnh và phát triển dịch vụ kho lạnh trong cả nước với công nghệ thiết bị tiên tiến.

- Nâng cấp chất lượng nguyên liệu hải sản, giảm giá đầu vào bằng cách trang bị hệ thống sơ chế và bảo quản ngay trên tàu.

- Tăng cường mở rộng chủng loại và khối lượng chế biến các mặt hàng có giá trị gia tăng. Khuyến khích các doanh nghiệp nhập khẩu công nghệ cao từ các nước phát triển, bí quyết công nghệ, thuê chuyên gia giỏi nước ngoài và đầu tư nghiên cứu ứng dụng các công nghệ mới.

- Đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và năng lực nghiên cứu, tư vấn cho các doanh nghiệp thực hiện đa dạng hóa các mặt hàng.

- Tăng cường hoàn thiện năng lực hoạt động của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền về kiểm tra và chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm.

4. Hoàn thiện phương thức xuất khẩu hàng thủy sản.

Chúng ta xuất khẩu trực tiếp vào thị trường chính không nhiều, chủ yếu là xuất khẩu qua trung gian môi giới và các trung tâm tái xuất. Xuất khẩu chủ yếu theo điều kiện FOB, chưa có khả năng bán hàng theo điều kiện CIF và các điều kiện khác cao hơn. Buộc chúng ta phải hoàn thiện hơn nữa phương thức xuất khẩu để nâng cao khả năng cạnh tranh.

Giải quyết tốt và tạo điều kiện thông quan cho các doanh nghiệp tại các khu vực cửa khẩu.

Mở rộng các phương thức xuất khẩu, hiện tại có thể áp dụng hình thức tam nhập, tái xuất để xúc tiến cho hoạt động xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc.

5. Nâng cao trình độ cho đội ngũ lao động trong ngành thủy sản.

Tập trung đào tạo nguồn nhân lực có trình độ khoa học kỹ thuật, có kỹ năng và ý thức kỷ luật cao cho mọi lĩnh vực của ngành:

- Đội ngũ cán bộ quản lý giỏi kiến thức, giỏi chuyên môn xã hội để có thể quản lý ngành phát triển bền vững.

- Đội ngũ các nhà quản lý doanh nghiệp giỏi để có một tập thể có trách nhiệm cao, năng động và hiểu biết chuyên môn sâu, có khả năng làm ra lợi nhuận trước mắt và lâu dài.

- Đội ngũ cán bộ khoa học có khả năng nghiên cứu, tiếp thu và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, công nghệ tiên tiến của thế giới trong mọi lĩnh vực.

- Đội ngũ thanh tra, kiểm soát viên trong mọi lĩnh vực từ bảo vệ nguồn lợi đến vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Đội ngũ cán bộ công nhân giỏi để đáp ứng những yêu cầu chuyên môn ngày một cao.

Tiến hành củng cố và nâng cấp hệ thống trường đào tạo của ngành thủy sản :

- Tập trung đào tạo công nhân kỹ thuật lành nghề, lồng ghép các chương trình đào tạo về nông nghiệp và phát triển nông thôn.

- Tăng cường mở rộng hình thức đào tạo trong và ngoài nước, cán bộ nghiên cứu và cán bộ Marketing. Quan tâm tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, các lớp tập huấn cho cán bộ quản lý và các doanh nghiệp về luật lệ và các chính sách kinh tế, thương mại của các nước và quốc tế. Hình thành các trung tâm đào tạo nghề cho người lao động nghề cá theo từng địa phương, lãnh thổ, chủ yếu ở các tỉnh trọng điểm nghề cá với quy mô vừa và nhỏ.

- Mở rộng các hình thức liên kết, hợp tác kinh tế quốc tế để tìm kiếm dự giúp đỡ của các nước để đào tạo cán bộ đại học, sau đại học ở các nước có nghề cá phát triển như Na uy, Nhật Bản, Trung Quốc, Liên Bang Nga... Hoặc thuê các chuyên gia nước ngoài trực tiếp đến Việt Nam giảng dạy. Đồng thời tổ chức các chuyến tham quan, tìm hiểu thị trường, học tập kinh nghiệm phát triển nghề cá của cá nước trên thế giới.

6. Giải pháp hỗ trợ từ phía nhà nước đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Nhà nước tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản chỉ phải chịu mức thuế suất 0%.
- Mở ra chính sách về tài chính tín dụng, tạo vốn cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong điều kiện cạnh tranh. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào mọi khâu của quá trình sản xuất kinh doanh.
- Xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa nhà nước và các tổ chức liên kết để giải quyết những tranh chấp thương mại và đàm phán để khắc phục các hàng rào phi thuế quan cản trở hoạt động thương mại.
- Tổ chức các đoàn đi công tác khảo sát và nghiên cứu thị trường, hiểu rõ hơn về nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng của từng thị trường, hình thành hệ thống thông tin có ích cung cấp cho các doanh nghiệp xuất khẩu, tránh những rủi ro trong kinh doanh.
- Đầu tư nâng cấp các cơ sở trường học đào tạo trong ngành thủy sản, nâng cao trình độ cho đội ngũ lao động trong ngành.
- Thúc đẩy hợp tác kinh tế kỹ thuật với nước ngoài trong sản xuất và chế biến hàng thủy sản xuất khẩu, đẩy nhanh tiến độ hội nhập kinh tế thế giới, tạo điều kiện áp dụng những ưu đãi về thuế quan, cũng như tránh những rào cản thương mại khác.
- Tạo điều kiện áp dụng linh hoạt các ưu đãi về tài chính tín dụng cho các doanh nghiệp xuất khẩu, khuyến khích xuất khẩu hàng thủy sản: như miễn giảm thuế đối với sản xuất và xuất khẩu hàng thủy sản, thực hiện chính sách tài trợ xuất khẩu và thành lập quỹ hỗ trợ sản xuất – xuất khẩu thủy sản.

Kết luận

Qua nghiên cứu về thị trường Trung Quốc và biện pháp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của nước ta sang thị trường này, em thấy Trung Quốc là một thị trường đầy tiềm năng mà ngành thủy sản Việt Nam có thể khai thác và mở rộng. Đứng trước yêu cầu phát triển của ngành kinh tế mũi nhọn đất nước, đòi hỏi chúng ta phải có những biện pháp chính sách thông thoáng giúp cho ngành thủy sản phát triển cân đối vững chắc trong điều kiện cạnh tranh.

Ngành thủy sản nước ta có nhiều tiềm năng để phát triển trong tương lai, chúng ta cần phải đầu tư hơn nữa vào các quá trình sản xuất:

Trong lĩnh vực khai thác cần đầu tư về các loại phương tiện đánh bắt và lựa chọn hình thức đánh bắt đạt hiệu quả cao.

Trong lĩnh vực nuôi trồng cần áp dụng khoa học công nghệ nâng cao năng suất, chất lượng.

Trong lĩnh vực chế biến cần đầu tư công nghệ chế biến tiên tiến, mở rộng danh mục các sản phẩm chế biến chất lượng cao, thực hiện các quy định về quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế.

Trong lĩnh vực xuất khẩu tiến hành các hoạt động xúc tiến nâng cao uy tín của người tiêu dùng đối với các sản phẩm của Việt Nam. Giữ vững thị trường truyền thống, đồng thời thâm nhập những thị trường mới.

Nhà nước và ngành thủy sản cần phải có những biện pháp tối ưu để phát triển cho ngành thủy sản nước ta. Đối với thị trường Trung Quốc nói riêng, chúng ta phải có những phương thức, biện pháp khai thác hơn nữa thị trường này vì trong tương lai đây là thị trường được đánh giá là thị trường tiêu dùng thủy sản lớn của thế giới. Với lợi thế là một quốc gia láng giềng với Trung Quốc chúng ta nên khai thác tốt hơn thị trường này đảm bảo mở rộng hơn nữa ngành thủy sản của chúng ta trong tương lai.

Tuy nhiên trong quá trình viết đề án em không tránh khỏi những sai sót do hiểu biết còn nông cạn của mình. Em mong thầy cô xem xét sửa chữa và bổ xung những yếu điểm để em có thể hiểu rõ hơn về đề tài này.

Em xin chân thành cảm ơn thầy cô.

Hà nội ngày 20/4/2004.

Sinh viên: Phạm Thị Thu Hằng

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Tạp chí thương mại .*
2. *Thời báo kinh tế Việt Nam.*
3. *Tạp chí thủy sản.*
4. *Tạp chí giá cả và thị trường.*
5. *Tạp chí ngoại thương.*
6. *Tạp chí nghiên cứu Trung Quốc.*
7. *Tạp chí nghiên cứu quốc tế.*
8. *Tạp chí kinh tế phát triển.*

9. *Giáo Trình Kinh Doanh quốc tế (PGS- T.S Nguyễn Thị Hương)*.
10. *Phát triển thủy sản Việt Nam – Những luận cứ và thực tiễn (PGS – T.S Hoàng Thị Chinh)*.
11. *Giáo trình Kinh tế Thương Mại (PGS. TS Đặng Đình Đào, PGS. TS Hoàng Đức Thân.)*
12. *Các trang Web:*
 - *<http://www.Laocai.gov.vn>*.
 - *<http://www.Fistenet.com.vn>*.
 - *<http://www.Vitrapet.com.vn>*.