

Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU

ThS. VŨ ANH TUẤN

Khoa Thương mại quốc tế - Trường Đại học Thương mại

Hiện nay, Liên minh châu Âu (EU) vẫn đang trong vòng xoáy khủng hoảng kinh tế nên nhu cầu nhập khẩu thủy sản giảm. Cùng với những yêu cầu nghiêm ngặt với thực phẩm nhập khẩu của thị trường này, đã tác động không nhỏ đến hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Bài viết phân tích thực trạng và kiến nghị một số giải pháp mang tính gợi mở, nhằm đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU trong giai đoạn hiện nay.

THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG EU

Từ năm 2006, EU đã lần lượt vượt Mỹ và Nhật Bản thành nhà nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam. Từ chỗ chỉ chiếm 5,7% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2003, đến năm 2012 đã chiếm đến 18,5%. Xét về giá trị, thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam chiếm 2,8% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản của EU.

Có thể thấy rằng, EU là một thị trường quan trọng trong giải quyết đầu ra cho

thủy sản Việt Nam. Trong nhóm 10 nước tiêu thụ thủy sản lớn nhất của Việt Nam thì EU có đến 5 quốc gia, là: Đức, Tây Ban Nha, Hà Lan, Italia và Bỉ.

- Đối với nhóm sản phẩm cá: Giai đoạn 2003 - 2008 đánh dấu những bước thâm nhập rất thành công của phi lê cá tra vào Bỉ, Hà Lan, Đức và Tây Ban Nha. Sau khi đạt mức đỉnh cao vào năm 2008, xuất khẩu cá tra vào EU lại liên tục giảm trong hai năm 2009, 2010. Tây Ban Nha và Đức là hai thị trường tiêu thụ nhiều nhất đều giảm mạnh nhập khẩu từ Việt Nam. Tuy nhiên, theo nguồn Seafoodsource, nhiều nhà nhập khẩu của EU lại đang lo lắng trước khả năng có thể thiếu nguồn cung cấp cá tra giá rẻ từ Việt Nam. Năm 2011, sản lượng cá nguyên liệu của Việt Nam chỉ ở mức 1 triệu tấn. Tổng sản lượng nuôi cá tra năm 2013 được dự báo sẽ giảm

BẢNG 1: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM SANG EU

Đơn vị: triệu USD

Năm	2008	2009	2010	2011	2012	4 tháng đầu 2013
Kim ngạch	1.144,462	1.096,317	1.353,156	1.324,912	1.135,315	279,468

BẢNG 2: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM VÀO MỘT SỐ NƯỚC THÀNH VIÊN EU

Thị trường	Giá trị xuất khẩu (đơn vị: triệu USD)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Đức	207,6	211,308	209,975	245,547	201,7
Tây Ban Nha	157,2	153,041	167,664	163,766	132,027
Italia	156,2	114,777	135,386	187,824	149,889
Hà Lan	140,9	117,067	131,608	158,681	134,923

Nguồn: VASEP (theo số liệu Hải quan Việt Nam)



manh xuống dưới 1 triệu tấn, giá trị xuất khẩu cũng giảm còn 1,5- 1,6 tỷ USD. Trong quý 1/2013, xuất khẩu cá tra giảm 7,6% và tôm đông lạnh giảm gần 8%.

- *Đối với nhóm sản phẩm giáp xác:* Giai đoạn 2008 - 2010, nhóm sản phẩm giáp xác xuất khẩu của Việt Nam sang EU liên tục có mức tăng trưởng trên 10%/năm về giá trị, đặc biệt hàng tôm xuất khẩu liên tục có mức tăng trưởng khoảng 20%/năm. Các nước nhập khẩu nhiều nhất là: Đức, Anh, Bỉ và Pháp. Tuy nhiên, đến năm 2012, giá trị xuất khẩu tôm đã giảm do dịch bệnh và Hội chứng tôm chết sớm (EMS), chi phí sản xuất và giá nguyên liệu tăng cao, áp lực cạnh tranh từ các nước đối thủ. Mặc dù đã tìm ra nguyên nhân của EMS là do vi khuẩn *Vibrio*, nhưng trong quý 1/2013 diện tích nuôi tôm ở 7 tỉnh trọng điểm Đồng bằng sông Cửu Long, như: Tiền Giang, Bến Tre, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau và Kiên Giang đã bị giảm và thiệt hại đáng kể, đặc biệt là tôm sú, dẫn đến nguồn nguyên liệu bị thiếu hụt.

Cua ghe cũng là một mặt hàng được người tiêu dùng EU quan tâm. Việt Nam chủ yếu cung cấp sản phẩm cua ghe thanh trùng đóng hộp. Sản phẩm này năm 2012 giảm còn 66,2% so với năm 2011, trong khi nhóm sản phẩm cua ghe chế biến khác (mã HS 16) lại tăng khá mạnh từ 5% lên 27,5%. Điều này cho thấy nhu cầu mặt hàng này của người châu Âu đang có chút thay đổi.

- *Đối với sản phẩm nhuyễn thể:* Người tiêu dùng EU khá ưa chuộng các sản phẩm nhuyễn thể của Việt Nam, như: mực, bạch tuộc, nghêu, sò... Dù xuất khẩu nhuyễn thể sang EU cũng vướng phải quy định truy xuất nguồn gốc thủy sản đánh bắt (IUU) như các mặt hàng thủy sản khác, tuy nhiên, từ năm 2010, EU đã vượt qua Hàn Quốc trở thành thị trường tiêu thụ nhuyễn thể lớn nhất của Việt Nam. Tính đến hết tháng 11/2012 EU chiếm gần 68% tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng này, đạt 48,603 triệu USD.

Điểm qua thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường EU có thể đánh giá như sau:

Thuận lợi

EU là thị trường lớn, và nhiều tiềm năng. Mặc dù có sự kiểm tra chặt chẽ của cơ quan quản lý thực phẩm EU, bằng hàng loạt những quy định, nhưng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này vẫn tăng trưởng, đưa thủy sản lên vị trí dẫn đầu trong số các thực phẩm xuất khẩu vào EU.

Hiện nay, thuế bình quân gia quyền của EU áp dụng với hàng nhập khẩu từ Việt Nam là 7%, riêng hàng thủy sản là 10,8%. Do đó, khi Hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam - EU khi được thực hiện sẽ mở ra nhiều cơ hội thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào thị trường tiềm năng cho Việt Nam, nhất là trong việc cạnh tranh với các đối thủ khác.

Ngành công nghiệp chế biến thủy sản của Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, đáp ứng tiêu chuẩn ngày càng cao của những nước nhập khẩu. Hiện nay, Việt Nam có 567 nhà máy chế biến thủy sản (quy mô công nghiệp), đáp ứng các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm (HACCP, GMP, SSOP), trên 400 nhà máy đông lạnh, công suất 7.500 tấn/ngày. Tính đến hết tháng 5/2013 Việt Nam có 103 trại nuôi cá tra, với khoảng 2.805 ha, đạt tiêu chuẩn thủy sản bền vững (chiếm 40% tổng diện tích nuôi cá tra). Đây là những tiền đề cơ bản nhằm đáp ứng ngày càng cao về những tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa thủy sản của Việt Nam, trong đó có cá tra khi vào thị trường EU.

Khó khăn

Nhu cầu nhập khẩu thủy sản tại thị trường EU có dấu hiệu sụt giảm do suy thoái kinh tế. Năm 2012, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU giảm so với năm 2011, trong đó: tôm giảm mạnh nhất (24,5%), chỉ đạt 311 triệu USD; cá tra giảm 19%, 426 triệu USD; mực, bạch tuộc giảm 19%, 100 triệu USD. Riêng cá ngừ Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU vẫn tăng trưởng tốt (43%), với khoảng 114 triệu USD. Trong quý 1/2013 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU đã sụt giảm 9%.

Các hàng rào kỹ thuật đang được các quốc gia phát triển, trong đó có EU sử dụng cùng với nhiều thay đổi chính sách nhằm giảm nhập siêu, bảo hộ sản xuất trong nước.

Nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về các quy định xuất khẩu còn hạn chế. Thực tế là nhiều doanh nghiệp chưa thực sự nắm rõ các quy định liên quan đến nhập khẩu thủy sản của EU, chưa coi trọng việc liên doanh, liên kết với nhau để nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, vai trò của các Hiệp hội còn khá mờ nhạt.

Công nghệ chế biến còn hạn chế, nên thủy sản xuất khẩu Việt Nam vào EU vẫn chủ yếu dưới dạng thô, sơ chế, những mặt hàng chế biến sâu có giá trị gia tăng còn ít.

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế thế giới và suy giảm kinh tế trong nước, nhiều doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam đang gặp rất nhiều khó khăn, như: đơn đặt hàng thấp, thiếu vốn, chi phí sản xuất tăng... Hiện chỉ có khoảng 30% số nhà máy chế biến thủy sản hoạt động được 70% công suất trở lên, 30% còn lại hoạt động chưa đến 50% công suất, 20% hoạt động chưa đến 30% công suất, 20% còn lại gần như không hoạt động. Thông tin trên được VASEP đưa ra tại Hội nghị liên ngành, tháng 4/2013, để bàn giải pháp cứu ngành chế biến thủy sản, nhất là đối với cá tra.

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

Để thúc đẩy xuất khẩu hàng thủy sản sang thị trường EU, tác giả xin đưa ra một số kiến nghị sau:

Đối với Nhà nước

- Hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản. Do hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cho nên tiềm lực cũng như sức cạnh tranh là không cao. Nhà nước nên hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vay vốn với lãi suất thấp, đơn giản hoá thủ tục vay vốn và các yêu cầu thế chấp khi vay vốn.

- Nhà nước cần hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản trong việc thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường.

- Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu hàng thủy sản của Việt Nam. Nhà nước cần giúp xây dựng thương hiệu cho một số mặt hàng chủ đạo, cho phép các mặt hàng này được đăng ký sử dụng tên thương hiệu quốc gia. Thiết lập hệ thống giám sát, cảnh báo dịch bệnh thủy sản, triển khai đề án mã hoá truy xuất nguồn gốc, hoàn thiện hệ thống văn bản liên quan đến quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm.

Đối với doanh nghiệp

(1) *Thâm nhập các kênh phân phối của EU.* Các kênh phân phối của thị trường

EU là hết sức phức tạp. Hàng hoá của Việt Nam muốn thâm nhập sâu hơn vào thị trường EU thì phải qua các kênh phân phối này, do đó các doanh nghiệp phải có các biện pháp thích hợp để thâm nhập.

(2) *Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.* Với các doanh nghiệp, việc này cần được thực hiện trong suốt quá trình sản xuất, từ nuôi trồng cho đến chế biến thủy sản. Khi nuôi trồng thủy sản, phải thực hiện các quy định về liều lượng thuốc kháng sinh, bảo quản thủy sản không sử dụng những loại thuốc cấm. Còn về quá trình chế biến sản phẩm, phải thực hiện nghiêm chỉnh theo quy định. Các hoá chất, chất phụ gia bảo quản dùng trong quy trình chế biến phải được Nhà nước cho phép, đảm bảo không gây hại cho người sử dụng...

(3) *Tăng cường đầu tư và hoàn thiện bộ máy quản lý ở cấp doanh nghiệp.* Điều này sẽ giúp cho doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Tăng cường đầu tư mở rộng sản xuất để đảm bảo luôn đáp ứng kịp thời các nhu cầu của khách hàng, cũng như không bị lạc hậu về công nghệ. Có như vậy mới đảm bảo cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam phát triển bền vững, có khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần trên thị trường EU.

(4) *Các doanh nghiệp xuất khẩu phải tiến hành xây dựng, nâng cao và phát triển thương hiệu.* Người dân EU có mức thu nhập cao trên thế giới, do đó khả năng thanh toán, nhu cầu của họ là rất cao. Đối lại thì họ cũng yêu cầu các mặt hàng phải có chất lượng, đảm bảo an toàn và đặc biệt phải có thương hiệu. Xây dựng được thương hiệu sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam tiêu thụ sản phẩm dễ dàng hơn và thu hút nhiều khách hàng hơn trên thị trường EU.

(5) *Đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử.* Thương mại điện tử mang lại những lợi ích vô cùng lớn cho doanh nghiệp. Nó giúp doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản giảm được chi phí trong kính doanh, nâng cao sức cạnh tranh cũng như góp phần xây dựng uy tín, đẳng cấp doanh nghiệp.

(6) *Nâng cao trình độ cho cán bộ và công nhân chế biến.* Để thắng được đối thủ trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc có được công nghệ tiên tiến vẫn chưa đủ, cần có một đội ngũ các nhà quản lý có trình độ, công nhân lành nghề. Chính vì vậy, doanh nghiệp cần tổ chức các khoá đào tạo cho các nhà quản lý cũng như người lao động, giúp họ nâng cao khả năng ứng biến, xử lý các tình huống xảy ra, đảm bảo cho việc hoạt động cũng như xuất khẩu của doanh nghiệp luôn được diễn ra theo kế hoạch. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Chí Thành (2002). *Thị trường EU và khả năng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội
2. Nguyễn Văn Nam (2005). *Thị trường xuất nhập khẩu thủy sản*, Nxb Thống kê, Hà Nội
3. Vũ Chí Lộc (2004). *Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Châu Âu*, Nxb Lý luận chính trị