

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
KHOA KINH TẾ

---*---

ĐẶNG VĂN PHẨM

*NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA MẶT HÀNG THUỶ SẢN
XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH
TẾ QUỐC TẾ*

Chuyên ngành : Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế

Mã số : 5.02.12

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: TS. Khu Thị Tuyết Mai
Khoa Kinh tế, ĐHQG Hà Nội

Hà nội - 2006

Lời mở đầu

1. Tính cấp thiết của đề tài

Nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hoá là yêu cầu then chốt đối với mọi doanh nghiệp khi tham gia vào kinh tế thị trường vì hàng hoá có sức cạnh tranh cao sẽ tạo nền tảng vững chắc cho quá trình phát triển doanh nghiệp và giúp doanh nghiệp tăng khả năng mở rộng quy mô sản xuất. Đặc biệt trong điều kiện toàn cầu hoá hiện nay nhiều nước có cùng lợi thế và cơ hội sản xuất cùng một loại sản phẩm với chất lượng và giá thành khác nhau, thì việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho mặt hàng xuất khẩu càng trở thành vấn đề cấp thiết cho mọi quốc gia khi muốn giành được thị phần trên thị trường thế giới.

Cũng như nhiều nước đang phát triển khác, ở Việt Nam, giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hoá, ngành nông nghiệp đóng vai trò vô cùng quan trọng trong phát triển kinh tế nói chung và trong hoạt động xuất khẩu góp phần tăng nguồn ngoại tệ nói riêng. Các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu chiếm kim ngạch rất lớn. Ngành thủy sản của Việt Nam là ngành có vị trí quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân, nó không chỉ góp phần tạo công ăn việc làm cho một số lượng lớn lao động, thúc đẩy phát triển kinh tế đất nước. Chỉ tính riêng mặt hàng thủy sản hàng năm xuất khẩu đạt trên 2 tỉ USD chiếm khoảng 10% tổng kim ngạch xuất khẩu. Mặt hàng thủy sản xuất khẩu năm 2005 ước đạt 2,8 tỉ USD chỉ đứng sau dầu thô và hàng dệt may và được đứng trong câu lạc bộ những sản phẩm xuất khẩu trên 1 tỉ USD. Lợi thế cạnh tranh của mặt hàng thủy sản của Việt Nam khá cao, được xếp vào danh sách những mặt hàng có khả năng cạnh tranh của Việt Nam. Tuy nhiên trong bối cảnh toàn cầu hoá thương mại thì sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn. Bởi vậy, việc duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu là rất cấp thiết. Xuất phát từ yêu cầu đó, qua một thời gian tìm hiểu tôi chọn đề tài cho luận văn tốt nghiệp của mình là: *“Nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”*

2. Tình hình nghiên cứu:

Trong nước hiện nay có một số công trình nghiên cứu đề cập đến lĩnh vực thủy sản như: Hồ sơ mặt hàng thủy sản - Viện Nghiên cứu Thương mại; Triển vọng xuất

khẩu nông, lâm, thủy sản sang thị trường Nhật Bản-Đề tài khoa học cấp Bộ, năm 2003 - Viện Nghiên cứu Thương mại; Báo cáo nghiên cứu nhóm hàng thủy sản năm 2004 - Viện Nghiên cứu Thương mại; Đề tài cấp nhà nước “Một số giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu mặt hàng nông lâm thủy sản đến năm 2010”-Viện Nghiên cứu Thương mại; Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công nghệ Marketing xuất khẩu để mở rộng thị trường và mặt hàng xuất khẩu ở nước ta giai đoạn 2001 - 2010, Bộ Thương mại - Chủ biên TS Nguyễn Hữu Khoa, Năm 2002; Tham luận “Đánh giá vai trò và vị trí của xuất khẩu thủy sản trong nền kinh tế quốc dân” - Phạm Quang Vinh, Vụ trưởng Vụ Thống kê Nông, lâm nghiệp và Thủy sản, Tổng cục Thống kê; Ngành thủy sản Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế - Nguyễn Ngọc Mạnh, Trưởng phòng ASEAN, Viện Nghiên cứu châu á -TBD; Đánh giá những mặt thuận lợi và khó khăn trong sản xuất và xuất khẩu thủy sản của Việt Nam hiện nay và những vấn đề đặt ra cần giải quyết - PGS.TS. Tô Xuân Dân, Viện trưởng - Viện Kinh tế xã hội - Hà Nội; Đánh giá các chính sách của Nhà nước đối với sản xuất và xuất khẩu thủy sản của Việt Nam-Trần Thị Miêng, Vụ trưởng Vụ Kế hoạch tài chính, Bộ Thủy sản; Một số giải pháp nhằm đạt mục tiêu hội nhập kinh tế quốc tế của ngành thủy sản Việt Nam- Dương Tử Cương, Cục trưởng Cục Quản lý Chất lượng, an toàn vệ sinh và Thú y, Thủy sản - Bộ Thủy sản... và một số các tài liệu hội thảo chuyên đề, các bài báo trên các phương tiện thông tin đại chúng. Các công trình nghiên cứu và các tham luận trên mấy chỉ đề cập đến vấn đề sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam. Tuy nhiên chưa có công trình nào đi sâu nghiên cứu năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu, bởi vậy cần phải có nghiên cứu bổ xung về vấn đề này.

3. Mục đích nghiên cứu:

Đánh giá năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, tìm ra những điểm mạnh, điểm yếu của sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Trên cơ sở đó đưa ra những giải pháp góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu:

- Năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam

Phạm vi nghiên cứu: Hoạt động sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thuỷ sản của Việt Nam từ năm 2000 trở lại đây.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau: phương pháp phân tích tổng hợp, phương pháp so sánh; đặc biệt đã sử dụng một số phương pháp phân tích theo mô hình như phương pháp SWOT, mô hình kim cương của Micheal Porter .

6. Dự kiến những đóng góp của luận văn:

- Hệ thống hoá một số vấn đề lý luận chung về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh
- Làm rõ năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam qua các tiêu chí và mô hình
- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

7. Bố cục của luận văn:

Luận văn chia làm 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề chung về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Chương 2: Đánh giá năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam

Chương 3: Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

CHƯƠNG 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SẢN PHẨM

1.1. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Trong phần này, tác giả trình bày một số khái niệm về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm; phân loại năng lực cạnh tranh của sản phẩm theo cấp độ và một số chỉ tiêu dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Từ cách nhìn nhận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của một số nhà kinh tế học tiêu biểu qua các thời kỳ như Adam Smith, John Maurice Clack... Tác giả đã trình bày những khái niệm chung nhất đã được các nhà kinh tế đúc kết lại về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Phân loại năng lực cạnh tranh theo cấp độ có ý quan trọng, giúp cho các doanh nghiệp bắt nắm được năng lực cạnh tranh sản phẩm của mình trên các phạm vi khác nhau. Vì vậy trong luận văn đã trình bày rõ khái niệm sức cạnh tranh xét từ phạm vi quốc gia, và khái niệm về sức cạnh tranh xét từ phạm vi của ngành/công ty.

Để nhận biết một sản phẩm là có năng lực cạnh tranh hay không nhất thiết phải có những tiêu chí để đánh giá. Có rất nhiều tiêu chí được dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm, nhưng tác giả đã lựa chọn bốn tiêu chí đó là: Lợi thế so sánh hiển thị (RCA); hệ số khả năng cạnh tranh sản phẩm từ chất lượng và giá cả; chỉ số lợi thế so sánh dựa trên chi phí đầu vào (RFC); chỉ số cạnh tranh quốc tế từ chi phí đơn vị.

1.2. Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của sản phẩm trong thương mại quốc tế

Các yếu tố ảnh hưởng đến sức cạnh tranh sản phẩm trong thương mại quốc tế bao hàm các yếu tố từ phạm vi doanh nghiệp, ngành công nghiệp đến phạm vi quốc gia. Nhìn chung, các yếu tố ảnh hưởng tới sức cạnh tranh sản phẩm trong thương mại quốc tế có thể được tập hợp thành 4 nhóm cơ bản sau:

- Các yếu tố thuộc về lợi thế so sánh
- Các yếu tố thuộc về khả năng tăng trưởng kinh tế đất nước
- Các yếu tố thuộc về môi trường kinh tế của doanh nghiệp
- Các yếu tố thuộc về hoạt động doanh nghiệp

1.3. Một số mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh

Khác với phân sử dụng các tiêu chí để đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Tác giả nhận thấy việc sử dụng các mô hình để đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm có ý nghĩa rất quan trọng do đó tác giả đã tách thành một mục riêng. Trong phần này tác giả sử dụng hai mô hình để đánh giá đó là: mô hình SWOT và mô hình kim cương của Micheal Porter.

CHƯƠNG 2

ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA MẶT HÀNG THUỶ SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Từ việc trình bày tổng quan hoạt động sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam và thế giới, tác giả đi đến đánh giá năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam .

2.1. Tổng quan về hoạt động sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam và thế giới

2.1.1, Hoạt động sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản của thế giới

Tình hình sản xuất

Trong hai thập kỷ gần đây, nhịp độ tăng sản lượng thủy sản thế giới có xu hướng giảm dần, từ 3,3%/năm ở thập kỷ 80, thì sang thập kỷ 90, con số này chỉ là 2,7%/năm. Trung Quốc, Peru, Nhật Bản, Chile, Ấn Độ, Mỹ, Indônêxia, Nga, Thái Lan là các nước chiếm tỷ trọng lớn trong sản lượng thủy sản thế giới. Trong giai đoạn 1991-1995 sản lượng của các nước này chỉ chiếm 55,5% nhưng đến giai đoạn 1996-2002 đã chiếm gần 65,7% tổng sản lượng thủy sản thế giới. Tỷ trọng thủy sản khai thác trong tổng sản lượng đã giảm từ 78,1% (năm 1996) xuống còn 70,1% (năm 2002), trong đó sản lượng thủy sản khai thác nước ngọt chỉ chiếm dưới 10%. Thủy sản nuôi trồng có tốc độ tăng trung bình 9% trong giai đoạn 1970-2000, trong khi tốc độ tăng thủy sản đánh bắt chỉ đạt 1,4%. Trong sản lượng nuôi trồng, tỷ trọng sản lượng nước ngọt chiếm trên 50%, nhưng có xu hướng giảm từ 59,6% (năm 1996) xuống còn 56,4% (năm 2001).

Tình hình xuất khẩu

Khối lượng xuất khẩu thủy sản toàn thế giới năm 2002 đạt 50,03 triệu tấn; trong đó, xuất khẩu của các nước phát triển là 22,28 triệu tấn, chiếm 44,55%; xuất khẩu của các nước đang phát triển là 27,74 triệu tấn, chiếm 55,45% tổng lượng xuất khẩu thủy sản thế giới. Những nhóm mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính là tôm, cá phi lê, cá ngừ, nhuyễn thể, bột cá, cá hộp, cua biển, tôm hùm, surimi (chiếm tới 63%).

Trung Quốc là nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới. Năm 2002 Trung Quốc xuất khẩu thủy sản đạt trị giá 4,48 tỷ USD. Tiếp đến là Thái Lan 3,68 tỷ USD, Na Uy 3,57 tỷ USD, các nước sau đó là Mỹ, Canada, Đan Mạch

2.1.2. Tình hình sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam

Tình hình sản xuất

Sản lượng thủy sản khai thác tăng từ 843,1 ngàn tấn năm 1992 lên 1.856,6 ngàn tấn năm 2003 (tăng hơn 2 lần). Trong đó, sản lượng khai thác biển có xu hướng tăng nhanh hơn so với sản lượng khai thác nội địa. Sản lượng khai thác nội địa bị sụt giảm mạnh trong giai đoạn từ năm 2001 đến nay chủ yếu do diện tích mặt nước được chuyển mạnh sang nuôi trồng thủy sản. Sản lượng khai thác biển ngày càng chiếm phần lớn trong sản lượng thủy sản khai thác. Năm 1995 sản lượng khai thác biển chiếm 82,8% và sản lượng khai thác nội địa chiếm 17,2%. Đến năm 2003 tỷ lệ khai thác biển tăng lên 88,7% và tỷ lệ khai thác nội địa giảm xuống 11,3%.

Theo số liệu thống kê, sản lượng thủy sản nuôi trồng đã tăng từ 172,9 ngàn tấn (1992) lên 998,3 ngàn tấn (2003), đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 18,9%/năm, cao gấp 3 lần so với tốc độ tăng trưởng 6,3%/năm của sản lượng thủy sản khai thác. Tuy nhiên, qui mô nuôi trồng thủy sản còn rất nhỏ bé. Bình quân mỗi hộ nuôi trồng cá thể có chưa tới 2 lao động, bình quân mỗi tập thể nuôi trồng có 12 lao động. Đa số người nuôi trồng thủy sản phải làm thêm việc khác để tăng thu nhập, chỉ có 49% số người nuôi trồng thủy sản có thu nhập từ nuôi trồng thủy sản chiếm trên 75% tổng thu nhập.

Tình hình xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tăng từ 307,7 triệu USD (năm 1992) lên 2,1996 tỷ USD (năm 2003) và 2,4 tỷ USD (năm 2004), với tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu trung bình hàng năm trong giai đoạn 1992-2003 là 20,4%. Nếu so sánh với các mặt hàng xuất khẩu khác của Việt Nam thì từ nhiều năm nay thủy sản luôn duy trì ở vị trí thứ 3 (xét theo trị giá kim ngạch xuất khẩu), sau dầu thô và hàng dệt may. Thủy sản chiếm tỷ trọng từ 8,2-13,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước giai đoạn 1992-2003 và là một mặt hàng xuất khẩu góp phần rất lớn vào tăng trưởng GDP của đất nước.

Năm 2001, xuất khẩu tôm đạt 775 triệu USD, chỉ còn chiếm 43,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản (so với 77% cách đây 15 năm). Trong khi đó, cách đây

18 năm Việt Nam hầu như chưa xuất khẩu cá, nhưng đến nay cá đã đứng vị trí thứ 2 sau tôm, tăng từ 11,4% (năm 1998) lên 20,6% (năm 2003) trong tổng kim ngạch thủy sản xuất khẩu. Các sản phẩm cá được xuất khẩu hiện nay bao gồm: Theo môi trường sống có cá biển, cá nước lợ, cá nước ngọt dưới các dạng; theo dạng sản phẩm chế biến có cá tươi, cá đông lạnh, cá khô; theo qui cách sản phẩm có cá nguyên con, cá phi lê, cá khúc...Bên cạnh đó, tỷ trọng các mặt hàng thủy sản khác cũng tăng từ 15,3% (năm 1998) lên 22,9% (năm 2003).

Cùng với việc đa dạng hóa sản phẩm thủy sản xuất khẩu, Việt Nam đã đạt được những thành tích rất đáng khích lệ trong việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Đến nay thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt ở khoảng trên 70 nước của thế giới.

2.2. Phân tích năng lực cạnh tranh mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam

2.2.1. Phân tích năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản theo các tiêu chí

Lợi thế so sánh hiển thị (RCA)

Với $RCA > 2,5$ thì sản phẩm được coi là có khả năng cạnh tranh cao. Đánh giá theo chỉ tiêu này thì mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam có khả năng cạnh tranh rất cao (RCA luôn lớn hơn 12 trong các năm gần đây). Sở dĩ hàng thủy sản của Việt Nam có khả năng cạnh tranh cao là do tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam chiếm tỉ lệ cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam.

So với các quốc gia xuất khẩu mạnh mặt hàng thủy sản thì hệ số RCA của Việt Nam luôn đứng thứ nhất qua các năm. Đây là một điều rất đáng mừng cho các công ty chế biến thủy sản xuất khẩu nói riêng, cho ngành thủy sản và cho cả quốc gia nói chung.

Hệ số khả năng cạnh tranh sản phẩm từ chất lượng và giá cả

Chất lượng mặt hàng thủy sản xuất khẩu trong thời gian qua đã tiến bộ rất lớn, song vấn đề dư lượng kháng sinh và tình trạng nhiễm khuẩn do tiêm chích tạp chất và ngâm hoá chất vẫn đang tiềm ẩn có thể gây ra rủi ro, thiệt hại cho xuất khẩu. Việt Nam hiện nay không còn bị EU áp dụng biện pháp kiểm tra 100% các lô hàng thủy sản xuất khẩu, song vẫn có thể bị áp dụng trở lại nếu Việt Nam kiểm tra giám sát an toàn vệ sinh thực phẩm không chặt chẽ. Vì vậy, việc thực hiện nghiêm ngặt các biện pháp bảo đảm chất lượng, an toàn vệ sinh thủy sản từ tàu thuyền, ao nuôi đến chế biến

xuất khẩu, việc thực hiện truy suất nguồn gốc sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của các thị trường là yêu cầu đang đặt ra.

Nhìn chung, khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay được đánh giá là khá tốt cả về giá cả và chất lượng. Tuy nhiên, để tăng hiệu quả xuất khẩu, các doanh nghiệp cần tiến tới một mức có lợi hơn, tức là mức giá cao hơn, trên thị trường xuất khẩu. Như vậy, vấn đề đặt ra là làm thế nào để tiếp tục giữ và nâng cao năng lực cạnh tranh trong điều kiện cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu thủy sản ngày càng gay gắt.

2.2.2. Đánh giá năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản theo mô hình kim cương của Micheal Porter

Điều kiện các yếu tố đầu vào

Nguồn lợi thủy sản của Việt Nam rất phong phú và đa dạng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác thủy sản. Do đó giá thủy sản nguyên liệu dùng cho chế biến thấp. Khối lượng nguyên liệu thủy sản dành cho toàn ngành chế biến tăng mạnh hàng năm và chiếm tỷ lệ ngày càng cao hơn trong tổng sản lượng thủy sản. Năm 1998 có 824.000 tấn thủy sản được cung cấp cho ngành chế biến, chiếm gần 50% tổng sản lượng thủy sản, các con số đó của năm 2001 là 1.296.000 tấn và 57%, của năm 2003 là 1.598.000 tấn và 59%. Khối lượng thủy sản khai thác cao hơn khối lượng thủy sản nuôi trồng trong tổng khối lượng thủy sản dành cho chế biến, nhưng khoảng cách đó ngày càng thu hẹp lại. Năm 1998 có 609 ngàn tấn thủy sản khai thác và 215 ngàn tấn thủy sản nuôi trồng dành cho chế biến, còn các con số đó của năm 2003 là 960 ngàn tấn và 638 ngàn tấn. Tuy nhiên, trong chế biến thủy sản xuất khẩu (chủ yếu được thực hiện ở các cơ sở công nghiệp) khối lượng nguyên liệu từ nuôi trồng cao hơn (từ 54 - 57%) còn từ khai thác thấp hơn (từ 43 - 46%).

Các ngành hỗ trợ có liên quan (công nghiệp chế biến)

Trang thiết bị chế biến và công nghệ chế biến là một trong những nhân tố quan trọng có ảnh hưởng quyết định đến chất lượng mặt hàng thủy sản xuất khẩu. Việc chế biến thủy sản ngoài mục đích khắc phục nhược điểm dễ bị ôi, hỏng, khó bảo quản và khó vận chuyển đi xa còn có tác dụng làm phong phú thêm các sản phẩm từ thủy sản. Nghề chế biến thủy sản ở Việt Nam đã có từ rất lâu đời. Các phương pháp chế biến thủy sản truyền thống, như: chế biến nước mắm; phơi, sấy, hun khói để được thủy sản

khô như cá khô, tôm khô, mực khô; cá hun khói;... Nhiều dạng sản phẩm rất được người dân trong nước ưa dùng, như: nước mắm, mắm tôm, mực khô và cá khô. Trong đó, tôm khô và mực khô đang góp phần làm tăng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Một vài năm trước đây, mặc dù trang thiết bị cơ bản của các xí nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam đã tương đương với các nước trong khu vực, nhưng do thiếu vốn nên nhiều xí nghiệp đầu tư thường không đồng bộ, những trang thiết bị phụ trợ thường bị cắt giảm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm. Hiện nay, cùng với việc triển khai thực hiện dự án "Hỗ trợ nâng cấp hàng thủy sản Việt Nam đạt chất lượng và yêu cầu thị trường quốc tế" và thành lập Trung tâm Kiểm tra Chất lượng Thủy sản, các xí nghiệp chế biến đã có nhiều chuyển biến mạnh mẽ trong việc cải tạo nhà xưởng, nâng cấp điều kiện sản xuất, bố trí lại mặt bằng và đổi mới công nghệ hướng đến thị trường thế giới.

Các điều kiện về cầu

Sản lượng thủy sản trong nước được cung ứng cho tiêu dùng trực tiếp của dân cư và làm nguyên liệu cho các cơ sở chế biến. Trong những năm vừa qua, tỷ lệ tiêu dùng trực tiếp của dân cư đang có xu hướng giảm xuống, ngược lại tỷ lệ tiêu thụ của các cơ sở chế biến (từ các cơ sở hộ cá thể đến các cơ sở công nghiệp) tăng lên. Trung bình mỗi cơ sở chế biến phải mua 706,8 tấn nguyên liệu mỗi năm. Con số này tương đương với sản phẩm thủy sản do 147,3 ngư dân hay người nuôi trồng thủy sản sản xuất trong 1 năm hoặc 235 chuyến đi khai thác của ngư dân cập bến. Như vậy, phát triển lĩnh vực chế biến góp phần rất quan trọng vào việc phát triển khai thác và nuôi trồng.

Hiện nay, ở nước ta, các nguồn cung cấp thủy sản cho tiêu dùng trực tiếp của dân cư bao gồm: trực tiếp từ sản lượng đánh bắt và nuôi trồng, một phần từ các cơ sở chế biến trong nước và một phần từ nhập khẩu. Nếu qui tất cả các loại thủy sản tiêu thụ trong nước thành thủy sản tươi sống, thì mức tiêu thụ của dân cư Việt Nam tăng từ 1,3 triệu tấn (1998) lên 1,44 triệu tấn (2000), 1,56 triệu tấn (2001) và 1,77 triệu tấn (2003). Tương đương với mức tiêu thụ bình quân đầu người tăng từ 17,0 kg (1998) lên 19 kg (2000), 20 kg (2001) và 22 kg (2003). Mức tăng tiêu thụ thủy sản của dân cư trong nước là kết quả tất yếu của quá trình tăng thu nhập bình quân đầu người và quá trình gia tăng sản lượng thủy sản khai thác, nuôi trồng.

Trên thị trường nội địa, nếu xét quá trình vận động thủy sản từ người sản xuất và nơi nhập khẩu tới người tiêu dùng thì phương thức cung ứng được chia ra cung ứng

trực tiếp và cung ứng gián tiếp. Trong đó, cung ứng gián tiếp chiếm phần lớn, còn cung ứng trực tiếp từ người sản xuất tới người tiêu dùng khá nhỏ. Cụ thể là có tới 90% sản lượng hải sản khai thác được bán cho người bán buôn; 57% sản lượng thủy sản khai thác nội địa được bán cho người bán buôn và người bán lẻ; trong sản lượng nuôi trồng có 52% được bán cho người bán buôn và 33% bán trực tiếp cho các cơ sở chế biến; thủy sản nhập khẩu chủ yếu được bán qua hệ thống siêu thị và cửa hàng thủy sản tại các thành phố lớn, tuy nhiên khối lượng thủy sản nhập khẩu chỉ bằng 2,8% tổng khối lượng thủy sản tiêu thụ của dân cư trong nước.

Chiến lược doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức và môi trường cạnh tranh

Hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đều tập trung nhiều vào nghiên cứu thị trường, thực hiện công tác Marketing và có các chiến lược để tăng cường khả năng xuất khẩu của mình. Tuy nhiên hoạt động nghiên cứu thị trường của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vẫn chưa thực sự được đầu tư một cách thích đáng so với thế mạnh của ngành thủy sản. Các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam thường quan tâm nhiều hơn đến các thị trường mới và bỏ qua những thị trường truyền thống, điều này có lẽ là một sai lầm bởi khi đã vào được thị trường rồi thì càng cần phải nghiên cứu thị trường đó sâu hơn để củng cố vững chắc vị thế của mình. Hầu hết các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu của Việt Nam chưa có chiến lược đào tạo đội ngũ cán bộ xuất nhập khẩu cũng như là đào tạo nâng cao tay nghề, kỹ năng cho các công nhân làm việc trong các nhà máy chế biến, mặt khác, lương các doanh nghiệp trả cho công nhân chế biến tương đối thấp, chỉ ở mức bình quân 800.000^d/công nhân, bởi vậy không khuyến khích được khả năng sáng tạo của người công nhân cũng như không giữ chân họ được lâu cho nên lực lượng công nhân này có sự biến động rất lớn. Vẫn còn tình trạng nhiều doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu thuê công nhân làm theo mùa vụ, không thực hiện đóng bảo hiểm xã hội cho người lao động.

Chính sách của Chính phủ

Trong thời kỳ “Đổi mới”, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, cơ chế khuyến khích phát triển sản xuất và xuất khẩu thủy sản phù hợp với đặc thù của ngành khai thác tài nguyên nhóm I. Có thể nói rằng, cùng với những nỗ lực của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu thủy sản, Chính phủ có vai trò hết sức quan trọng trong hoạt động sản xuất, xuất khẩu ở nước ta trong những năm vừa qua.

2.2.3. Phân tích SWOT của mặt hàng thuỷ sản

Điểm mạnh

Thủy sản là mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có lợi thế so sánh về tài nguyên với nguồn lực dồi dào và đa dạng về chủng loại, là một trong những nhóm hàng có khả năng cạnh tranh xuất khẩu do chi phí nội địa thấp. Tiềm năng về lao động trong ngành thủy sản khá dồi dào, có sức khỏe, có giáo dục, thông minh, có truyền thống lao động cần cù, có thể tiếp thu nhanh chóng và áp dụng sáng tạo khoa học tiên tiến. Giá cả sức lao động nghề cá ở Việt Nam còn tương đối thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Sản xuất và xuất khẩu thủy sản, một ngành kinh tế mũi nhọn là một trong những hướng ưu tiên phát triển của Chính phủ Việt Nam. Với chính sách phát triển giống thủy sản và thay đổi cơ cấu giống thủy sản, bước đầu năng suất nuôi trồng thủy sản đã đem lại hiệu quả. Việt Nam hoàn toàn có khả năng để phát triển, nuôi trồng các loại thủy sản có chất lượng cao với khối lượng lớn, giá thành nguyên liệu thấp. Với mức thuế suất xuất khẩu các sản phẩm thủy sản của Việt Nam là 0% (từ ngày 15/2/1998), giá thành sản phẩm xuất khẩu thấp sẽ làm tăng khả năng cạnh của hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường thế giới. Bên cạnh các doanh nghiệp Nhà nước, nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác đã tham gia sản xuất chế biến xuất khẩu thủy sản và đã có kinh nghiệm trong hoạt động này.

Điểm yếu

Vấn đề cung ứng nguyên liệu thủy sản cho chế biến còn thiếu ổn định và chất lượng nguyên liệu chưa cao do vẫn còn dựa nhiều vào đánh bắt tự nhiên và nuôi trồng theo phương pháp quảng canh. Công nghệ chế biến chưa tương xứng với năng lực sản xuất. Việc thay đổi cơ cấu giống thủy sản theo hướng chất lượng cao đang ở trong giai đoạn đầu của quá trình thực hiện và tốc độ chuyển đổi chậm so với yêu cầu. Cơ sở hạ tầng nghề cá còn nhiều yếu kém, hệ thống kho tàng bến bãi và phương tiện vận chuyển còn thiếu và yếu dẫn đến chi phí gia tăng làm tăng giá thành sản phẩm. Công tác bảo quản sau thu hoạch chưa được đảm bảo do thiếu trang thiết bị bảo quản lạnh, thiếu kho lạnh chuyên dùng nên tổn thất ở khâu này khá lớn cả về số lượng và chất lượng làm cho giá nguyên liệu tương đối cao. Điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm tại các doanh nghiệp chế biến thủy sản chưa được đảm bảo. Vấn đề bao gói các sản phẩm thủy sản chưa đáp ứng được yêu cầu đa dạng hoá sản thủy sản trên thị trường, mới bước đầu đáp ứng yêu cầu thị trường nhưng chưa thật sự kích thích thị hiếu tiêu dùng

cả trong và ngoài nước. Khả năng giao dịch, đàm phán, tiếp cận thị trường của các doanh nghiệp và ngư dân ngành thủy sản Việt Nam với khách hàng nước ngoài thấp, điều kiện tiếp cận các thông tin thị trường và công nghệ còn yếu.

Cơ hội

Nhu cầu tiêu thụ thủy sản thế giới là rất lớn, xu hướng tiêu dùng thủy sản thay thế thịt gia cầm đang ngày càng phát triển và hiện nay trên thị trường cung không đủ cầu. Các thị trường tiêu thụ thủy sản chủ yếu của Việt Nam như: Hoa kỳ, Trung quốc, Nhật bản, EU...đang có nhu cầu cao và đa dạng về các sản phẩm thủy sản mà Việt Nam có khả năng nuôi trồng, đánh bắt, chế biến và xuất khẩu với khối lượng lớn như: Cá,tôm, nhuyễn thể hai mảnh... do lượng người tiêu thụ lớn và sở thích đa dạng. Thị trường Trung Quốc, các nước ASEAN và châu á với nhu cầu chất lượng thủy sản ở mức thấp và đa dạng là cơ hội cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở VN. Giá thủy sản thế giới vẫn có xu hướng gia tăng do cung không đủ cầu và giá thành sản xuất, chế biến tăng do giá lao động và chi phí khai thác nguyên liệu tăng. Các nhà ĐTNN luôn mong muốn tìm kiếm cơ hội đầu tư vào sản xuất, chế biến và xuất khẩu thủy sản ở các nước đang phát triển có khả năng cung ứng nguyên liệu lớn, ổn định và đa dạng. Đây là cơ hội tiếp nhận vốn và công nghệ hiện đại để đổi mới ngành thủy sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Những quy định khắt khe về tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm (HACCP) và hệ thống chất lượng tương đương của các nước Mỹ, Nhật, EU, các quy định có liên quan đến môi trường sinh thái...một mặt là các rào cản phi thuế quan đáng ngại song mặt khác, nó như yếu tố kích thích tạo cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu thủy sản Việt Nam “sự đột phá” để cải tiến kỹ thuật, đổi mới công nghệ, hiện đại hoá thiết bị nhằm tạo ra các sản phẩm được thị trường các nước phát triển chấp nhận.

Thách thức

Thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đang phải cạnh tranh khốc liệt trên thị trường thế giới; chịu sự can thiệp mạnh mẽ của Chính phủ các nước thông qua thuế quan, hàng rào phi thuế quan và các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, hệ thống quy định về môi trường sinh thái; năng lực hoạt động marketing xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam vẫn ở mức thấp, hệ thống thông tin thị trường vừa thiếu, vừa yếu và khó có thể cải thiện trong ngắn hạn; tỷ trọng các sản phẩm thủy sản có hàm lượng chế biến và chế biến sâu mới đạt ở mức thấp; nguồn nhân

lực phục vụ sản xuất, xuất khẩu thủy sản ở Việt Nam nhiều về số lượng nhưng năng lực và trình độ chưa cao, chưa có khả năng ứng xử nhanh nhạy trước những biến động của thị trường.

2.2.4. Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh của sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam

Trên đây tác giả đã phân tích năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam theo các tiêu chí. Mỗi tiêu chí đều nhìn nhận năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu dưới một góc độ cụ thể. Tựu chung lại của các phương pháp đánh giá trên thể hiện những nét chung nhất về năng lực cạnh tranh của mặt hàng thủy sản xuất khẩu. Những nét chung đó là: Việt Nam có nhiều tiềm năng sản xuất hàng thủy, hải sản có khối lượng lớn và đa dạng do đó đã tạo ra nguồn nguyên liệu dồi dào cho các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu, nguyên liệu đầu vào giá rẻ đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu giảm được chi phí và có nhiều cơ hội cạnh tranh về giá so với các đối thủ trong khu vực; lao động Việt Nam nói chung, lao động của ngành thủy sản nói riêng đều cần cù, khéo léo, tiếp thu công nghệ nhanh; chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam khá cao, sản phẩm đa dạng, nhất là những sản phẩm có giá trị gia tăng cao đang ngày càng đáp ứng nhu cầu của thị trường; công nghệ chế biến thủy sản của Việt Nam đã tiếp cận được trình độ công nghệ của khu vực và một số nước tiên tiến trên thế giới; các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu của Việt Nam ngày càng có nhiều kinh nghiệm và cơ hội trên thương trường, nhất là trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế;

CHƯƠNG 3

CÁC GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA MẶT HÀNG THỦY SẢN XUẤT KHẨU TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

3.1. Nhóm giải pháp về phía Nhà nước

3.1.1. Chính sách về tổ chức, quản lý xuất khẩu thủy sản

Việc Nhà nước thống nhất tổ chức, quản lý xuất nhập khẩu thủy sản vừa dễ kiểm soát từ trên xuống, vừa tránh được lũng đoạn thị trường. Nhà nước kết hợp quản

lý theo ngành và theo vùng lãnh thổ trên nguyên tắc phát triển và trên phạm vi cả nước tạo điều kiện thuận lợi đối với từng đối tượng quản lý, trên cơ sở đó có thể dự kiến một phương thức quản lý tối ưu đối với ngành thuỷ sản với tư cách là một ngành kinh tế mũi nhọn.

3.1.2. Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia

Khả năng cạnh tranh của hàng hoá, dịch vụ không thể tách rời khả năng cạnh tranh quốc gia, đặc biệt đối với mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu. Năm 2003, Việt Nam được Diễn đàn kinh tế thế giới xếp thứ 60/102 nước xếp hạng về năng lực cạnh tranh quốc gia, so với vị trí 65/80 năm 2002 thì thứ hạng năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam bị suy giảm

Sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam đang phải cạnh tranh gay gắt trên thị trường thế giới. Vì vậy việc nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia có vai trò rất to lớn. Để nâng cao được năng lực cạnh tranh quốc gia nhà nước cần phải có những chính sách nhằm nâng cao hơn nữa vị trí xếp hạng các chỉ tiêu như chỉ tiêu ngoài pháp luật khi đi vay tín dụng; mức độ vận dụng kế toán và kiểm toán; chỉ tiêu ngoài pháp luật trong ký hợp đồng có chỉ tiêu ngân sách; mức độ cởi mở của hệ thống hải quan; mức độ sáng tỏ và ổn định của quy định pháp luật.

3.1.3. Chính sách huy động vốn

Để tiếp tục phát triển, ngành thuỷ sản cần thực hiện các chính sách thu hút vốn trong và ngoài nước để đảm bảo phân bổ vốn cho nhu cầu phát triển bằng cách: xây dựng ngân hàng cổ phần thuỷ sản; xây dựng hệ thống các quỹ tín dụng nghề cá tại các vùng nuôi trồng và khai thác thuỷ sản trọng điểm; khuyến khích thu hút nguồn vốn FDI thông qua các hình thức liên doanh, 100% vốn nước ngoài vào phát triển ngành thuỷ sản; Mặt khác, Nhà nước cần quản lý chặt chẽ các nguồn vốn và thực hiện việc phân bổ có hiệu quả.

3.1.4. Chính sách thuế

Trong điều kiện ngày nay khi lợi thế cạnh tranh của hàng thuỷ sản đã giảm nhiều do các chi phí như giá lao động, chi phí tàu thuyền, đầu tư máy móc thiết bị mỗi ngày càng tăng và nguồn vốn đầu tư nước ngoài vào ngành thuỷ sản ngày càng giảm, Nhà nước cần có những chính sách thuế hợp lý để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành thuỷ sản. Cụ thể là: Nhà nước điều chỉnh và áp dụng thuế suất thuế nhập khẩu nguyên

liệu; giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thủy sản nói chung và nhất là các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản; các chính sách ưu đãi về thuế sử dụng đất cho nuôi trồng thủy sản đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; tăng mức thuế suất thuế tài nguyên đối với khai thác thủy sản gần bờ, để hạn chế hoạt động khai thác, đảm bảo nguồn tài nguyên thủy sản đang bị cạn kiệt và bảo vệ môi trường. Đồng thời, giảm mức thuế suất thuế tài nguyên đối với khai thác thủy sản xa bờ để khuyến khích ngư dân và doanh nghiệp tăng nhanh sản lượng và lợi nhuận khai thác.

3.1.5. Chính sách trợ cấp

Trong hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng (SCM), và Hiệp định nông sản (AoA) các dạng hỗ trợ của nhà nước thuộc về hộp màu xanh đều được WTO chấp nhận như: Các hỗ trợ về cơ sở hạ tầng, nghiên cứu, đào tạo, khuyến ngư, kiểm dịch, giám định, dịch vụ xúc tiến, tiếp thị nhằm phát triển thị trường. Vì đây là những hỗ trợ không gây thiệt hại cho các nước thành viên và không bóp méo thương mại.

Thực tế các hỗ trợ tài chính của nhà nước trong những năm qua cho thủy sản chủ yếu tập trung vào đầu tư cơ sở hạ tầng như: cảng cá, khu neo đậu trú bão, đầu tư cho thủy lợi nhằm phát triển nuôi thủy sản, trại giống quốc gia, phục vụ cho nghiên cứu và bảo tồn, khuyến ngư, đào tạo, bảo vệ nguồn lợi thủy sản... nhưng tổng mức hỗ trợ này còn quá nhỏ bé so với nhu cầu. Tất cả các khoản hỗ trợ và tín dụng này của Việt Nam so với tổng mức tài trợ của EU đều quá nhỏ bé và đều phù hợp với quy định của WTO.

3.1.6. Chính sách và chủ trương tham gia vào cộng đồng thương mại quốc tế

Những năm vừa qua Nhà nước ta đã có chủ trương đúng đắn, với phương châm đa dạng hoá và đa phương hoá quan hệ thương mại. Thể hiện là Việt Nam đã từng bước gắn hoạt động ngoại thương với cộng đồng thương mại quốc tế. Tham gia AFTA, gia nhập WTO, các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu thủy sản Việt Nam có cơ hội tiếp thu sự tiến bộ khoa học công nghệ trên thế giới vào hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình. Những bước tiến nhảy vọt trong khoa học công nghệ sản xuất, chế biến các mặt hàng thủy sản đã tạo cho các doanh nghiệp của ngành này có thể nhanh chóng nâng cao năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã bao bì, đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam có thể vượt qua những rào cản về

kỹ thuật, về vệ sinh an toàn thực phẩm, về môi trường của các nước nhập khẩu thủy sản lớn như Mỹ, EU... để thâm nhập, giữ vững và mở rộng thị phần, đạt giá trị xuất khẩu cao trên thị trường các nước này.

3.2. Nhóm giải pháp về phía doanh nghiệp sản xuất thủy sản xuất khẩu

3.2.1. Đổi mới bộ máy tổ chức và sắp xếp lại các doanh nghiệp thủy sản

Để hoạt động có hiệu quả, các doanh nghiệp cần tiến hành cổ phần hoá. Kinh nghiệm từ các công ty cổ phần hoá cho thấy, những công ty thực hiện cổ phần hoá tốt hầu hết đều làm ăn có hiệu quả, thu nhập của lao động tăng, doanh số và lợi nhuận đều tăng.

Trong điều kiện hiện nay, khi tham gia thị trường khu vực và quốc tế, để nâng cao năng lực cạnh tranh trước các đối tác là các tập đoàn, doanh nghiệp lớn trên thế giới, sự nhỏ bé về quy mô sản xuất, sự yếu kém về quy mô đầu tư là những bất lợi không nhỏ. Vì vậy, hoạt động liên kết các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu thủy sản thành các doanh nghiệp có quy mô sản xuất lớn, quy mô về vốn đầu tư lớn sẽ là cơ sở để tăng sức mạnh và khả năng cạnh tranh với các đối tác là các doanh nghiệp, các tập đoàn lớn trên thế giới.

3.2.2. Chính sách nghiên cứu và triển khai

Trong vài năm gần đây, vấn đề xây dựng thương hiệu đã được nhắc đến khá nhiều ở nước ta và được xem như vấn đề cần thiết của các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Xây dựng và phát triển thương hiệu là vấn đề bao gồm nhiều hoạt động đa dạng và lâu dài ở phạm vi doanh nghiệp, xuất phát từ điều kiện thực tế hiện nay, những biện pháp chủ yếu nhằm xây dựng và phát triển thương hiệu trong các doanh nghiệp Việt Nam, bao gồm: nâng cao nhận thức trong doanh nghiệp về sự cần thiết và tác dụng của việc tạo lập thương hiệu của mình; các doanh nghiệp cần dành một khoản chi phí thích hợp cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.

3.2.3. Đầu tư cho khoa học công nghệ chế biến mặt hàng thủy sản

Khoa học kỹ thuật có ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động, thông thường nó làm tăng năng suất lao động và giảm chi phí sản xuất trên một đơn vị sản phẩm. Để nâng cao khả năng cạnh tranh, các doanh nghiệp thủy sản cần thiết phải đổi mới khoa học công nghệ. Cho đến nay, hầu hết các doanh nghiệp sản xuất, chế biến,

xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã đưa khoa học công nghệ mới, hiện đại vào hoạt động của mình. Kết quả là năng suất lao động ngành thủy sản tăng nhanh, các sản phẩm thủy sản ngày càng đạt chất lượng cao, đa dạng về chủng loại, phong phú về mẫu mã và các hình thức bao gói.

3.2.4. Đào tạo nguồn nhân lực cho công tác quản lý hoạt động sản xuất và xuất khẩu thủy sản

Yếu tố con người có ảnh hưởng quyết định đến chất lượng sản phẩm và giảm được chi phí sản xuất một cách hợp lý. Bởi lẽ con người là trung tâm của mọi sự phát triển, vì thế chất lượng của sản phẩm như thế nào, chất lượng của hoạt động sản xuất, kinh doanh thế nào là do con người quyết định. Trong quá trình đào tạo nên thực hiện cả trong và ngoài nước, một số tàu đánh bắt khơi xa có thể thuê chuyên gia đánh cá giỏi ở các nước đến hướng dẫn và chuyển giao nghiệp vụ khai thác và sử dụng các thiết bị đi biển. Đối với các doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản, thực hiện đào tạo đủ lực lượng để bố trí hoàn thiện hệ thống khuyến ngư trong các vùng trọng điểm nguyên liệu; nâng cao chất lượng cán bộ kỹ thuật làm công tác giống để cung cấp giống có chất lượng cao cho nuôi trồng thủy sản.

3.2.5. Thành lập trung tâm thông tin chuyên cung cấp thông tin về thị trường thủy sản các nước và khu vực

Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam rất thiếu thông tin về thị trường thủy sản thế giới, cũng như thiếu hiểu biết về pháp luật. Do đó, các doanh nghiệp đã gặp nhiều khó khăn trong việc xuất khẩu thủy sản sang các thị trường. Các doanh nghiệp bị ép giá, bị kiện bán phá giá một cách vô lý vẫn xảy ra thường xuyên, kết quả là các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam chịu hậu quả do mức thuế nhập khẩu tăng và nhiều rào cản vô hình khác. Nguyên nhân của sự việc trên là do sự kém hiểu biết về pháp luật và thiếu thông tin về thị trường xuất khẩu.

Bởi vậy, để khắc phục những hạn chế trên, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cần thiết phải xây dựng hệ thống thông tin một cách có hiệu quả từ nhiều kênh khác nhau như: thu thập tại bàn, từ Internet, từ các thương vụ, cử đại diện ra nước ngoài... Làm tốt công tác dự báo về cung, cầu, giá cả phục vụ cho các doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường quốc tế. Tìm hiểu kỹ về luật Xuất nhập khẩu của nước dự định xuất khẩu đến. Để làm tốt việc này, các doanh nghiệp cần đầu tư một khoản kinh

phí nhất định để lập văn phòng đại diện hoặc ít ra cũng phải cử người đi khảo sát và tìm hiểu kỹ về luật pháp và thị trường của nước bạn.

Các doanh nghiệp nên có trang Web riêng để quảng bá sản phẩm của mình. Đây là cách quảng bá rẻ tiền nhất nhưng phạm vi quảng bá lại lớn nhất, trang web này phải được thiết kế sao cho thật hấp dẫn đối với những người truy cập internet.

3.2.6. Đổi mới hệ thống phân phối và đa dạng hoá phương thức bán hàng trên thị trường thế giới

Nâng cấp công tác thông tin về thị trường thế giới và các cơ chế chính sách thương mại của các nước. Làm tốt công tác dự báo nhu cầu và diễn biến thị trường cho doanh nghiệp và người sản xuất. Đa dạng hoá thị trường, không lệ thuộc quá nhiều vào một số thị trường. Không chỉ quan tâm phát triển thị trường xuất khẩu, mà cả thị trường trong nước. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị, hướng dẫn tiêu dùng; tham gia các hội chợ trong và ngoài nước để quảng bá sản phẩm và tìm đối tác kinh doanh. Các doanh nghiệp chế biến thuỷ sản tích cực và chủ động đầu tư đổi mới công nghệ, sửa chữa, cải tạo nâng cấp hiện đại hoá điều kiện sản xuất để áp dụng quản lý chất lượng theo hệ thống HACCP. Các doanh nghiệp nên tập trung vào phát triển các mặt hàng mới có hàm lượng công nghệ cao và nâng tỷ trọng mặt hàng có giá trị cao lên 17 - 20% vào năm 2010.

3.2.7. Đẩy mạnh hoạt động marketing để mở rộng thị trường xuất khẩu

Các doanh nghiệp phải xây dựng bộ phận marketing bao gồm các cán bộ có trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm trong nghiên cứu tình hình từng thị trường cụ thể. Phải đầu tư nghiên cứu tiếp tục mở rộng các thị trường trọng điểm EU, Nhật Bản, Mỹ... Khi thuỷ sản của Việt Nam đã có vị trí vững chắc tại các thị trường này thì việc mở rộng và phát triển thương mại thuỷ sản tại các thị trường khác sẽ không quá khó khăn. Cần phải xây dựng hệ thống thông tin một cách có hiệu quả từ nhiều kênh khác nhau như: thu thập tại bàn, từ Internet, từ các thương vụ, cử đại diện ra nước ngoài... Làm tốt công tác dự báo về cung, cầu, giá cả phục vụ cho các doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường quốc tế. Đa dạng hoá thị trường tránh việc lệ thuộc quá nhiều vào một thị trường, phòng ngừa những rủi ro có thể xảy ra. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị hướng dẫn tiêu dùng, tích cực tham gia vào các hội chợ quốc tế nhằm quảng bá sản phẩm ký kết được nhiều hợp đồng kinh doanh.

3.2.8. Tăng cường sự hỗ trợ của hiệp hội thuỷ sản

Đối với ngành thuỷ sản, Hiệp hội Chế biến xuất khẩu thuỷ sản được thành lập năm 1998 và tập hợp được hơn 100 doanh nghiệp chiếm trên 90% giá trị xuất khẩu thuỷ sản của cả nước. Hiệp hội đã tổ chức tốt công tác thông tin thị trường, giới thiệu khách hàng cho các doanh nghiệp, tổ chức các hoạt động XTTM. Hiệp hội đã phối hợp chặt chẽ với các tổ chức TPOs khác để thành lập văn phòng đại diện tại những thị trường chính là Nhật, Mỹ, EU và Trung quốc làm đầu mối thương mại và xúc tiến xuất khẩu.

KẾT LUẬN

Kế hoạch xuất khẩu thuỷ sản do Bộ Thuỷ sản đặt ra là kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản năm 2005 đạt 2,5 tỷ USD, nhưng 11 tháng đầu năm xuất khẩu thuỷ sản đã đạt con số 2,63 tỷ USD và ước đến cuối năm đạt 2,8 tỷ USD vượt 12% so với kế hoạch. Ngành thuỷ sản đang ngày càng phát triển và thực sự đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn với lợi thế tài nguyên thuỷ sản đa dạng, phong phú; diện tích mặt nước có thể nuôi trồng thuỷ sản tương đối lớn; khí hậu phù hợp cho nuôi trồng; nhân dân Việt Nam cần cù, sáng tạo và thông minh. Mặt khác, qua hơn 20 năm được phép xuất khẩu trực tiếp, từ các nhà quản lý đến các doanh nghiệp đã tích lũy được một số kinh nghiệm và trên thực tế đã đạt được một số thành tựu quan trọng trong tiến trình hội nhập với kinh tế thuỷ sản thế giới. Tuy nhiên với yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng quyết liệt, những kinh nghiệm mà Ngành thuỷ sản đã có, những thành tựu mà Ngành đã đạt được, chưa phải đã hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu hội nhập trên qui mô toàn cầu.

Trong những năm tiếp theo, nền kinh tế nước ta tiếp tục hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới một cách sâu hơn, rộng hơn. Vì thế, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và của các doanh nghiệp chế biến thuỷ sản xuất khẩu nói riêng trong giai đoạn hiện nay có ý nghĩa vô cùng quan trọng, bởi vì nó quyết định đến sự thành công hay thất bại của nền kinh tế trong quá trình hội nhập. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu, các doanh nghiệp thuỷ sản - nhân tố trực tiếp tham gia và chịu tác động của tiến trình hội nhập, phải nỗ lực vươn lên bằng chính sức mình. Các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao trình độ quản lý kinh doanh, chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động tài chính. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng phải luôn luôn cải tiến và nâng cao chất

lượng sản phẩm bằng cách đầu tư thích đáng cho nghiên cứu và phát triển công nghệ, đặc biệt là phát triển và ứng dụng những công nghệ mới.

Việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu nếu chỉ dựa vào bản thân các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản là không đủ, mà cần phải có sự hỗ trợ rất lớn từ phía nhà nước. Bằng các giải pháp vĩ mô, nhà nước phải tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh cho mọi thành phần kinh tế; phát triển các thị trường đặc biệt là thị trường tài chính và thị trường lao động. Đồng thời, phải cải cách thủ tục hành chính và nâng cấp cơ sở hạ tầng nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh.

Có thể nói, các doanh nghiệp Việt Nam chế biến thuỷ sản xuất khẩu đã trưởng thành nhất định trong cạnh tranh. Nếu được sự hỗ trợ tốt từ phía nhà nước thì chắc chắn các doanh nghiệp sẽ đủ sức đương đầu trước những thách thức, nắm lấy thời vận mới, vươn lên giành thắng lợi mới, góp phần đưa nước ta tiến mạnh trên con đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước.