

ISRAEL - Thị trường xuất khẩu tiềm năng cho thủy sản Việt Nam

TRẦN QUỐC TRUNG

**Cơ sở 2 Đại học Ngoại thương
(TP. Hồ Chí Minh)**

Thủy sản NK là nguồn cung chủ yếu cho thị trường Israel

Israel có tổng diện tích lãnh thổ là 22.072 trong đó đất liền chiếm đến 98% (21.642 km²) còn lại chỉ có 2% là diện tích mặt nước (430 km²) chủ yếu để phục vụ tưới tiêu cho nông nghiệp nên ngành nuôi trồng thủy sản nước ngọt ở quốc gia này hầu như không phát triển. Mặt khác, tình trạng an ninh ven bờ Địa Trung Hải dọc theo dải Gaza và đường bờ biển trải dài 273 km của Israel trong thời gian qua luôn bất ổn, đã hạn chế sự phát triển của ngành đánh bắt và nuôi trồng thủy sản ở Israel cũng như khai thác các nguồn lợi khác trên biển. Với

những khó khăn về điều kiện tự nhiên và an ninh trong khu vực, lượng thủy sản đánh bắt của Israel không thể đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng nội địa mà chủ yếu dựa vào thủy sản đông lạnh và thủy sản chế biến NK. Hằng năm, khối lượng thủy sản NK chiếm trên 70% tổng lượng cung thủy sản trên thị trường nội địa và không ngừng tăng trong 5 năm qua. (Xem bảng 1). Từ năm 2004 đến 2008, kim ngạch NK thủy sản của Israel tăng 1,5 lần, từ 103 triệu USD lên 156 triệu USD.

Theo Báo cáo Thống kê tình hình tiêu dùng thực phẩm của Cục thống kê Trung ương Israel, phi-lê cá là mặt hàng được ưa chuộng nhất trong các mặt hàng thủy sản, chiếm hơn 50% khối lượng thủy sản được tiêu thụ hằng năm. Toàn bộ khối lượng phi-lê cá được tiêu thụ tại thị

trường Israel đều được NK từ nước ngoài. Vì vậy, đây là mặt hàng NK chủ yếu chiếm đến trên 50% kim ngạch NK thủy sản của Israel, đặc biệt trong giai đoạn 2006 - 2008 con số này lên đến trên 75%. Thủy sản tươi sống và đông lạnh (trừ phi-lê cá) chiếm khoảng 30% khối lượng thủy sản được tiêu thụ nhưng kim ngạch NK không cao, chủ yếu được cung cấp bởi các DN đánh bắt và nuôi trồng thủy sản trong nước. Hiện nay, Na Uy, Kenya và Trung Quốc là ba nước cung cấp thủy sản chủ yếu cho thị trường Israel với hơn 50% lượng thủy sản NK.

Nhu cầu của thị trường Israel về thủy sản NK có xu hướng gia tăng

Trong khi khối lượng và tỷ trọng thủy sản được đánh bắt và nuôi trồng trong nước vẫn liên tục giảm, thủy sản NK vào thị trường Israel trong năm 2009, theo số liệu ước tính là xấp xỉ 53 triệu tấn, tăng 1,6 lần so với năm 2005. Trong thời gian tới, nhu cầu về thủy sản NK của thị trường này sẽ còn tiếp tục tăng mạnh bởi các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, nền kinh tế Israel đã bắt đầu

Bảng 1. Các nguồn cung thủy sản trên thị trường Israel

Năm		2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Đánh bắt trong nước	Khối lượng (MT)	14.174	13.772	14.829	12.233	11.357	11.795
	Tỷ trọng (%)	29,94	28,99	27,33	22,91	19,77	18,21
NK	Khối lượng (MT)	33.169	33.735	39.434	41.171	46.076	52.987
	Tỷ trọng (%)	70,06	71,01	72,67	77,09	80,23	81,79
Tổng cung	Khối lượng (MT)	47.343	47.507	54.263	53.404	57.433	64.782
	Tỷ trọng (%)	100	100	100	100	100	100

*Số liệu ước tính

Nguồn: Báo cáo Cân đối thực phẩm, Cục Thống kê Trung ương Israel các năm 2005, 2007, 2009.

phục hồi sau thời kỳ khủng hoảng. Theo Ngân hàng Trung ương Israel, tốc độ tăng trưởng GDP năm 2010 được dự báo là 2,5% do kim ngạch XK của Israel sẽ tăng trưởng mạnh trở lại. Trong năm 2009, khi nền kinh tế Israel lâm vào khủng hoảng với tốc độ tăng trưởng 0%, nhu cầu tiêu thụ thủy sản của người dân vẫn tiếp tục gia tăng so với năm 2008.

Thứ hai, tỷ lệ chi tiêu cho thực phẩm trong tổng thu nhập của các hộ gia đình tại Israel tăng lên. Theo Báo cáo thị trường thực phẩm của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ phát hành ngày 23/11/2009, trong năm 2008 mỗi hộ gia đình Israel đã chi tiêu trung bình 7.100 USD cho nhu cầu thực phẩm, tăng 1,9% so với năm 2007. Sự gia tăng chi tiêu này sẽ làm cho nhu cầu tiêu dùng thủy sản, một mặt hàng thực phẩm cao cấp tại Israel tăng lên đáng kể.

Thứ ba, thói quen ăn uống bên ngoài của người dân Israel trở nên phổ biến hơn. Số liệu từ các cuộc điều tra về thu nhập và chi tiêu của các hộ gia đình

Israel được Cục thống kê Trung ương Israel công bố năm 2004, 2007, 2008 cho thấy, tỷ lệ chi tiêu cho ăn uống bên ngoài trên tổng chi tiêu của các hộ gia đình tăng từ 1,9% (2004) lên 2,4% (2007). Riêng năm 2007, tổng số tiền dành cho ăn uống bên ngoài của người dân Israel là 2,7 tỷ USD. Thói quen ăn uống bên ngoài phổ biến sẽ là nhân tố thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ thủy sản tại các nhà hàng, quán ăn tăng lên trong thời gian tới.

Thứ tư, thuế giá trị gia tăng sẽ được giảm trở lại vào đầu năm 2011. Từ tháng 7/2009 thuế suất thuế giá trị gia tăng đối với hàng tiêu dùng và thực phẩm được Chính phủ Israel điều chỉnh tăng từ 15,5% lên 16,5%, đây chỉ là sự điều chỉnh mang tính tạm thời. Đầu năm 2011, thuế suất thuế giá trị gia tăng sẽ giảm trở lại mức 15,5% và điều này sẽ kích thích người dân chi tiêu cho thực phẩm nhiều hơn.

Tình hình XK thủy sản Việt Nam sang thị trường Israel trong thời gian qua

Israel là một trong 4 thị

trường NK thủy sản lớn nhất Trung Đông, có mức sống dân cư và nhu cầu tiêu thụ thủy sản cao trong khu vực. Trước năm 2008, kim ngạch XK thủy sản Việt Nam vào thị trường Israel chỉ ở mức 6 - 7 triệu USD mỗi năm, thị trường này không được các DN XK thủy sản và các cơ quan xúc tiến thương mại quan tâm nhiều. Trong hai năm trở lại đây, đặc biệt năm 2008 được xem là "Năm Trung Đông", các mặt hàng XK của Việt Nam trong đó có thủy sản được khuyến khích XK sang khu vực này. Vì vậy, từ năm 2008, XK thủy sản Việt Nam sang thị trường Israel tăng trưởng mạnh mẽ với kim ngạch XK gần như gấp đôi những năm trước đó. Tuy vậy, kim ngạch XK của thủy sản Việt Nam vào Israel vẫn còn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch XK thủy sản hằng năm của Việt Nam và chiếm chưa đến 10% trong tổng kim ngạch NK thủy sản của Israel. (Xem bảng 2). Mặt hàng XK chủ yếu của Việt Nam sang thị trường này là phi-lê cá, tôm và mực.

Những điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh XK thủy sản Việt Nam thị trường Israel

Hiện nay, DN XK thủy sản Việt Nam đang có cơ hội thuận lợi để đẩy mạnh XK sang thị trường Israel, bởi vì:

Một là, quan hệ hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Israel đang có những chuyển biến tích cực. Hai bên đã ký kết các văn bản quan trọng nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại song phương như: Hiệp định Thương mại; Hiệp định hợp tác vận tải hàng không và đang xúc tiến ký kết

(Xem tiếp trang 33)

Bảng 2. KN XK thủy sản Việt Nam sang Israel giai 2004 - 2009

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Kim ngạch XK thủy sản Việt Nam vào Israel (triệu USD)	6,09	7,14	7,32	6,48	12,36	12,98
Tỷ trọng trong tổng kim ngạch NK thủy sản của Israel (%)	5,90	6,28	6,49	5,06	7,92	8,32
Tỷ trọng trong tổng kim ngạch XK thủy sản của Việt Nam (%)	0,25	0,26	0,22	0,17	0,27	0,31

*Số liệu ước tính

Nguồn: Tổng hợp từ Số liệu của Cơ quan Thống kê Liên Hiệp Quốc, Báo cáo Kết quả thực hiện kế hoạch tháng 12 năm 2009 ngành Nông nghiệp và PTNT của Bộ Nông Nghiệp và PTNT.

1 lần/năm. Thuế NK thủy sản được áp dụng trung bình từ 10 - 30%, trong đó hầu hết các sản phẩm cá đông lạnh và Philé có mức thuế NK 10%, các loài giáp xác và nhuyễn thể 2 mảnh vỏ ở dạng tươi, khô, ướp lạnh, ướp muối và hun khói có mức thuế 20%, các loại thủy sản chế biến khác có thuế 30%.

Trong lúc này, những khó khăn do khủng hoảng kinh tế thế giới vẫn còn, đồng Won vẫn đang tiếp tục mất giá nên các DN Hàn Quốc đang gặp khó khăn trong việc huy động vốn để đầu tư ra nước ngoài, đồng thời cũng có khó khăn trong các giao dịch thương mại. Các DN Hàn Quốc đang nghe ngóng tình hình, chờ tỷ giá đồng Won/USD biến động theo hướng nào. Tuy nhiên, so với nhiều thị trường

nước ngoài mà các DN Hàn Quốc đang có quan hệ làm ăn thì Việt Nam vẫn được xem là "điểm đến" của các nhà DN Hàn Quốc trong thời gian tới. Về phía các DN Việt Nam, triển vọng XK một số chủng loại hàng hoá vào thị trường Hàn Quốc vẫn thuận lợi, nhất là một số mặt hàng như : bún, ghé, tũ, kệ TV, kệ sách, bún trà, bún ăn... Trong thời gian qua, nhìn chung năng lực cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường Hàn Quốc còn yếu, nên các DN XK Việt Nam thường bị thua thiệt. Việc sử dụng những phương thức giao dịch linh hoạt trong thương mại sẽ rất hữu ích trong thời gian tới. Các DN nên xem xét sử dụng phương thức đại lý bán hàng là các công ty Hàn Quốc thuộc Hiệp hội các

nhà NK Hàn Quốc, bởi vì có tới 90% các hoạt động NK hàng hoá vào Hàn Quốc do Hiệp hội này đảm nhiệm. Việc sử dụng đại lý sở tại trong thực tiễn thời gian qua đã chứng tỏ có lợi thế hơn nhiều so với các phương thức kinh doanh thông thường lâu nay.

Nhìn chung, các DN Hàn Quốc đều là qui mô nhỏ và vừa, nên họ thường đặt mua những lô hàng nhỏ, thực tế này rất phù hợp với thói quen và năng lực của các DN Việt Nam. Các DN cần quan tâm nhiều đến thị hiếu và khẩu vị của người tiêu dùng, nhất là đối với nhóm hàng thực phẩm. Khẩu tiếp thị và quảng bá sản phẩm cũng rất quan trọng, DN cần nghiên cứu kỹ và làm tốt sẽ hỗ trợ tích cực cho kinh doanh ■

ISRAEL - ...

(Tiếp theo trang 30)

Hiệp định hợp tác vận tải đường biển. Khi các Hiệp định này được thực thi hoàn chỉnh, các DN XK thủy sản của Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận thị trường, giảm được chi phí và thời gian vận chuyển nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm của mình.

Hai là, trong thời gian qua, nhiều DN XK thủy sản Việt Nam đã thâm nhập thành công hoặc gia tăng đáng kể kim ngạch XK vào Israel; thậm chí thị trường Israel đang dần trở thành thị trường XK thủy sản chủ lực của một số DN. Đây là những tiền đề quan trọng để các DN XK thủy sản Việt Nam mạnh dạn đẩy

mạnh XK vào thị trường tiềm năng này.

Ba là, người dân Israel có thói quen mua thực phẩm tại các siêu thị lớn, kênh phân phối mà các DN thủy sản Việt Nam vẫn thường sử dụng khi XK hàng hóa sang các thị trường ở xa. Theo Báo cáo hằng năm thị trường thực phẩm của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ, phát hành ngày 23/11/2009, tỷ lệ dân cư Israel mua thực phẩm tại siêu thị là 66%, cao hơn rất nhiều so với mức 11% tại các nước Ảrập.

Bốn là, thủy sản Việt Nam hoàn toàn phù hợp với tiêu chuẩn thực phẩm được tiêu dùng tại thị trường Israel. Người tiêu dùng Israel rất quan tâm đến chất lượng thủy sản và sẵn sàng trả giá cao để có được thực phẩm đạt yêu cầu, có tới 70% người dân chỉ mua thủy sản

được chứng nhận "Kosher"¹. Thủy sản XK của DN Việt Nam hầu hết đều đáp ứng tiêu chuẩn HACCP, và có thể lấy được chứng chỉ Kosher để dàng để XK vào Israel.

Mặc dù, thủy sản Việt Nam đang có nhiều thuận lợi để XK vào thị trường Israel, tuy nhiên, để thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường thành công các DN XK cần giữ uy tín về chất lượng thủy sản XK, thời gian giao hàng để hợp tác làm ăn lâu dài, tránh tình trạng giành giật khách hàng, cạnh tranh với nhau về giá, khiến cho đối tác NK ép giá gây thiệt hại cho DN mình và các DN khác ■

¹ Kosher có nghĩa là đúng đắn, có thể chấp nhận. Thực phẩm Kosher là những thực phẩm tuân theo luật lệ của đạo Do Thái.