

Đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất

◆ **TRẦN QUỐC TRUNG**

Cơ sở 2 Trường ĐH

Ngoại thương tại TP. HCM

Trong bối cảnh thủy sản Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn do chính sách bảo hộ, các rào cản phi thuế và sự cạnh tranh gay gắt tại các thị trường XK thủy sản truyền thống (Hoa Kỳ, EU) thì việc đẩy mạnh XK sang các thị trường mới là thật sự cần thiết. Thị trường Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE) là thị trường có nhu cầu cao về thủy sản NK, không chỉ tiêu thụ trong nước mà còn tái xuất sang các quốc gia lân cận. Kim ngạch XK của Việt Nam vào UAE thời gian qua đã tăng lên đáng kể, tuy nhiên vẫn còn chiếm tỷ trọng nhỏ trong thương mại thủy sản giữa hai nước. Đẩy mạnh XK thủy sản Việt Nam vào thị trường UAE giúp cho ngành thủy sản đa dạng hóa được thị trường XK, làm tiền đề để thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường thủy sản các nước Trung Đông.

UAE - thị trường đầy tiềm năng cho thủy sản XK

Với diện tích đất liền khoảng 83.600 km², diện tích ao hồ, sông suối hầu như không đáng kể và đường bờ biển dài 1.318 km; ngành đánh bắt và nuôi trồng thủy sản của UAE không thể đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ thủy sản rất phong phú và



Chế biến tôm XK

đa dạng trong cả năm của người dân trong nước; đặc biệt là vào mùa hè, khi hoạt động đánh bắt cá bị chính quyền nghiêm cấm nhằm duy trì nguồn lợi thủy sản trên biển. Hằng năm, khối lượng thủy sản được NK chiếm khoảng 75% tổng khối lượng thủy sản được mua bán trên thị trường này, ngành đánh bắt thủy sản nội địa chỉ đáp ứng được 25%. Từ năm 2004 đến năm 2008, khối lượng thủy sản NK vào thị trường UAE đã tăng lên hơn 10 lần, từ 8,6 triệu tấn (2004) lên đến 87,5 triệu tấn (2008). Nhu cầu NK thủy sản của UAE được dự báo vẫn tiếp tục tăng mạnh trong thời gian tới bởi sự tác động của các yếu tố sau:

Thứ nhất, thu nhập bình quân đầu người của người dân UAE ở mức cao và nền kinh tế tiếp tục tăng trưởng tốt. Năm 2009, thu nhập bình quân đầu

người của UAE tính theo ngang giá sức mua là 41.800 USD, xếp 17 trên thế giới. Mặc dù thu nhập bình quân đầu người năm 2009 giảm 3.400 USD so với năm 2008 do tác động của khủng hoảng kinh tế, nhưng trong năm 2010, kinh tế UAE được dự báo sẽ phục hồi và tăng trưởng khá trong những năm tiếp theo nhờ sự tăng trưởng của kim ngạch XK và sự phát triển của các ngành dịch vụ cao cấp. Thu nhập bình quân đầu người cao và ngày càng tăng sẽ thúc đẩy người dân UAE tiêu dùng nhiều hơn các loại thực phẩm đắt tiền trong đó có thủy sản.

Thứ hai, ngành dịch vụ du lịch với hệ thống nhà hàng, khách sạn cao cấp tại UAE đang phát triển nhanh chóng. Hiện nay, chỉ tính riêng tại Dubai đã có 305 khách sạn và dự kiến sẽ có thêm 200

☞ khách sạn nữa trong vòng 5 năm tới, còn tại Abu Dhabi trong năm 2010 sẽ có 20 khách sạn được hoàn thành và đi vào hoạt động. Hầu hết các khách sạn năm sao tại UAE đều có nhà hàng phục vụ các món ăn hải sản kể bên để đáp ứng nhu cầu ẩm thực của khách lưu trú.

Thứ ba, tốc độ tăng dân số ở mức cao, trên 3,5%/năm và lượng người nhập cư vào UAE ngày càng đông (chiếm trên 85% lực lượng lao động) do nhu cầu sử dụng lao động trong các ngành kinh tế tăng lên cũng làm cho nhu cầu tiêu thụ thực phẩm tại thị trường này gia tăng nhanh chóng.

Thứ tư, tốc độ tăng trưởng về kim ngạch NK thủy sản của các thị trường khác trong khu vực Trung Đông như: Ixraen, Giooc-da-ni, Cô-oét, Ba-ren, Ca-ta... đang ở mức cao. Với vai trò là cửa ngõ của khu vực, UAE là trạm trung chuyển hàng hóa NK vào thị trường các nước Trung Đông, nhu cầu thủy sản ở các nước lân cận tăng nhanh sẽ thúc đẩy sự gia tăng khối lượng thủy sản NK để tái xuất của các DN UAE.

Thứ năm, thị trường UAE có một hệ thống thuế quan ở mức rất thấp đối với thực phẩm NK, trong đó có thủy sản. Mặt hàng cá sống và cá tươi hoặc ướp lạnh (mã HS 0301 và 0302) hoàn toàn được miễn thuế NK, các mặt hàng thủy sản NK còn lại đều chịu mức thuế quan chỉ 5%.

Tình hình XK thủy sản của Việt Nam vào thị trường UAE

Trước năm 2007, thị trường UAE và khu vực Trung Đông nói chung chưa được các DN XK

thủy sản quan tâm trong chiến lược phát triển thị trường XK vì đây là thị trường xa, tiềm ẩn nhiều rủi ro và hoạt động xúc tiến thương mại không được tổ chức nhiều. Từ 2007, khi Trung Đông được xem là một trong những giải pháp để đa dạng hóa thị trường XK và UAE được xác định là một trong những thị trường trọng điểm của khu vực, thị thương mại thủy sản giữa Việt Nam và UAE cũng bắt đầu tăng mạnh. Khối lượng và kim ngạch XK thủy sản Việt Nam vào thị trường UAE năm 2007 tăng gấp đôi so với năm 2006 và trong những năm tiếp theo con số này tiếp tục được duy trì ở mức 7 - 9 triệu tấn/năm, với kim ngạch 26 - 27 triệu USD. Tuy vậy, kim ngạch XK thủy sản Việt Nam vào thị trường UAE 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 UAE. (Xem bảng)

hàng chính là phi-lê cá (chủ yếu là cá tra, cá basa), chiếm 90% kim ngạch XK; 10% còn lại là tôm và mực. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến sự kém đa dạng trong cơ cấu mặt hàng XK của Việt Nam vào thị trường UAE đó là, giữa Việt Nam và UAE chưa có đường vận tải biển và hàng không trực tiếp làm cho cước phí vận tải cao, thời gian giao hàng lâu hơn, làm cho năng lực cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam bị giảm đi đáng kể so với các nước XK có đường vận tải trực tiếp như Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc...

Giải pháp đẩy mạnh XK thủy sản Việt Nam vào thị trường UAE

Đối với Chính phủ:

Một là, xúc tiến đàm phán và ký kết hiệp định hợp tác về vận tải đường biển và đường hàng không, tạo điều kiện để mở các tuyến đường vận tải trực tiếp từ Việt Nam sang UAE nhằm giúp các DN XK thủy sản giảm chi

Kim ngạch XK thủy sản Việt Nam vào thị trường UAE 2004 - 2009

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Kim ngạch XK thủy sản của Việt Nam vào UAE (triệu USD)	1,27	3,67	13,57	26,59	27,39	26,29
Tỷ trọng trong tổng kim ngạch NK thủy sản của UAE (%)	0,90	3,08	6,47	10,37	9,20	9,57
Tỷ trọng trong tổng kim ngạch XK thủy sản của Việt Nam (%)	0,05	0,13	0,40	0,71	0,61	0,62

*Số liệu ước tính:

Nguồn: Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc

Cơ cấu mặt hàng thủy sản NK vào thị trường UAE khá đa dạng: tôm đông lạnh chiếm từ 30 - 40% tổng kim ngạch NK; các mặt hàng cá tươi, đông lạnh, và phi-lê mỗi loại chiếm 10 - 15%; thủy sản được chế biến khoảng 15%. Tuy nhiên, Việt Nam chỉ XK sang thị trường UAE ba mặt

phí vận tải và thời gian giao hàng, năng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Hai là, tổ chức phát triển mạng lưới thương vụ để nghiên cứu thị trường, cung cấp thông tin cho DN XK thủy sản thương xuyên về tình hình cung cầu, giá cả và các quy định về thủ tục hải

quan, vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng thủy sản NK tại UAE để DN nắm bắt kịp thời.

Ba là, tăng cường đầu tư kinh phí tổ chức xúc tiến thương mại thủy sản sang thị trường UAE để làm bước đệm thâm nhập thị trường khu vực Trung Đông; tạo điều kiện cho các DN XK thủy sản vào thị trường UAE tiếp cận được nguồn vốn tín dụng XK để dâng hơn để những DN này mạnh dạn XK vào thị trường mới.

Đối với DN:

Thứ nhất, kiểm soát nghiêm ngặt quy trình chế biến, vận chuyển và bảo quản thủy sản phù hợp với các tiêu chí về vệ sinh thực phẩm theo tín ngưỡng của đạo Hồi để thủy sản XK của DN được chứng nhận HALAL. Chứng nhận HALAL giúp cho người tiêu dùng Ả Rập yên tâm khi mua các sản phẩm thủy sản vì các sản phẩm này đã thỏa mãn niềm tin tôn giáo của họ.

Thứ hai, thường xuyên liên lạc với các đại sứ quán, tham tán thương mại ở UAE giúp đánh giá tình hình kinh doanh của đối tác, đặc biệt là các đối tác mới giao dịch lần đầu để nắm bắt thông tin về khách hàng nhằm giảm thiểu những rủi ro về giao hàng, thanh toán khi XK.

Thứ ba, liên kết trao đổi thông tin với các DN XK gạo, chè, gia vị và các DN có XK hàng hóa vào thị trường UAE để hợp tác cùng nhau tìm hiểu thị trường, tìm kiếm đối tác NK. Một đặc điểm quan trọng trong văn hóa kinh doanh ở UAE, đó là mối quan hệ cá nhân rất được coi trọng, sự giới thiệu qua lại lẫn nhau giữa các DN bạn hàng để tìm kiếm đối tác kinh doanh thường được doanh nhân Ả Rập tin tưởng và sẵn sàng thiết lập quan hệ làm ăn lâu dài.

Thứ tư, tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, các hội chợ triển lãm thủy sản

tại UAE theo hướng quảng bá hình ảnh thủy sản Việt Nam phù hợp với các môn ăn và văn hóa đạo Hồi. Người tiêu dùng Hồi giáo khi đã chấp nhận một hàng hóa nào đó thì rất ít khi thay đổi thói quen tiêu dùng của mình.

Thứ năm, hợp tác với nhau để trao đổi thông tin thị trường, tránh tình trạng cạnh tranh gay gắt về giá cả. Tình trạng cạnh tranh về giá để giành khách hàng ở các thị trường mới trong thời gian qua giữa các DN diễn ra khá phổ biến, dẫn đến tình trạng thủy sản Việt Nam bị nhà NK nước ngoài ép giá; một số DN cũng đã không giữ uy tín về chất lượng thủy sản XK để thu lợi nhuận khi giá quá bán quá thấp. Vì vậy, các DN không nên sử dụng giá cả làm phương tiện cạnh tranh duy nhất, hạ giá quá mức gây thiệt hại cho DN mình và các DN khác, gây ảnh hưởng đến thương hiệu thủy sản Việt Nam trên thị trường mới ■

ASEAN CÓ THỂ...

(Tiếp theo trang 24)

Các đối tác như Trung Quốc, Australia, New Zealand, Nhật Bản đã giúp đỡ chúng ta tìm ra những giải pháp để huy động nguồn lực và giúp đỡ các thành viên mới như nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng. Chúng ta đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ từ các đối tác và các nhà tài trợ.

PV: Điều gì làm nên sự khác biệt tại Hội nghị lần này?

TTK Surin Pitsuwan: Sự khác biệt là thời điểm. Năm ngoài chúng ta đang ở giữa cuộc khủng hoảng mặc dù không phải chịu tác động nhiều lắm. Tuy vậy, ASEAN phải có sự phối hợp chặt chẽ và phải kêu gọi sự hòa

nhập hiệu quả hơn giữa các thành viên. Đây cũng là năm đầu tiên chúng ta thực hiện FTA với các đối tác chính là Ấn Độ, Australia, Trung Quốc, New Zealand.

ASEAN đang trong giai đoạn tự hòa nhập mình và thích ứng với cơ hội này, do vậy các ngành phải tìm cách thích ứng bằng cách tự cải tổ để có thể cạnh tranh. Tôi nhận thấy các thành viên trong ASEAN đều đang tự điều chỉnh mình rất tốt với những cam kết và quyết tâm mạnh mẽ để đảm bảo cam kết với các thị trường lớn.

Đây cũng là thời điểm chúng ta cởi mở sự đối thoại với các đối tác lớn. Họ đang sẵn sàng giúp đỡ ASEAN để đảm bảo tất cả các thành viên đều được hưởng lợi từ FTA.

Trong lĩnh vực du lịch, ASEAN hy vọng sẽ có sự nỗ lực lớn để đảm bảo sự hợp tác và hòa nhập giữa các đối tác lớn với Hiệp định FTA. Đây là những thời điểm quan trọng cho ASEAN và cho cả Đông Á. Thế giới đang kỳ vọng Đông Á sẽ có thể đóng góp vào sự tăng trưởng ổn định của nền kinh tế toàn cầu và tôi cho rằng Đông Á gồm cả ASEAN đang thích ứng tốt với sự kỳ vọng này.

PV: Ông đánh giá thế nào về vai trò Chủ tịch của Việt Nam?

TTK Surin Pitsuwan: Việt Nam đang làm rất tốt vai trò Chủ tịch của mình. Tất cả các thành viên đều rất hài lòng với những gì Việt Nam thực hiện cho tới bây giờ.

PV: Trân trọng cảm ơn ông!

HANH-CHI