

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM *sang thị trường Trung Đông*

◆ TRẦN QUỐC TRUNG

Thị trường Trung Đông với 15 quốc gia và vùng lãnh thổ được xem là thị trường NK rộng thủy sản với 80% tổng khối lượng thủy sản tiêu thụ phải NK do ngành đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản khu vực này hầu như không phát triển. Nhu cầu thủy sản tại thị trường các nước Trung Đông đang có xu hướng gia tăng mạnh mẽ cùng với sự phát triển của ngành dịch vụ du lịch và đời sống người dân ngày càng được nâng cao. Nhận thức được tầm quan trọng của thị trường Trung Đông trong chiến lược đa dạng hóa thị trường XK, năm 2008 được Chính phủ xác định là năm trọng điểm trong thúc đẩy các quan hệ hợp tác thương mại đầu tư với Trung Đông, thể hiện qua Đề án "Thúc đẩy quan hệ Việt Nam - Trung Đông giai đoạn 2008 - 2015"; trong đó thủy sản được xác định là một trong những mặt hàng chú lực XK vào thị trường này. Kim ngạch XK thủy sản của Việt Nam vào Trung Đông thời gian qua đã tăng lên đáng kể, tuy nhiên vẫn còn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch XK thủy sản hằng năm của Việt Nam (khoảng 3% tổng kim ngạch XK thủy sản) và chiếm chưa đến 10% trong tổng kim ngạch NK thủy sản của Trung Đông. Vì vậy, việc đẩy mạnh XK thủy sản Việt



Nam sang thị trường Trung Đông trong thời gian tới sẽ góp phần thực hiện thành công chiến lược đa dạng hóa được thị trường XK, hạn chế rủi ro và tạo điều kiện để ngành thủy sản Việt Nam tiếp tục gia tăng kim ngạch XK; đưa Việt Nam trở thành một trong 3 quốc gia XK thủy sản hàng đầu thế giới.

1. Một số yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động XK thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Đông giai đoạn 2006 - 2010

a. Tín dụng XK

Biện pháp cho vay XK đã tạo điều kiện cho DN XK Việt Nam vay vốn; tuy nhiên, Ngân hàng Phát triển Việt Nam chưa có liên kết với các ngân hàng nước ngoài để triển khai hoạt động hỗ trợ DN XK thủy sản sang các thị trường mới như thị trường Trung

Đông. Hình thức cho DN nước ngoài vay vốn không phát triển, bởi điều kiện để được cho vay là phải được ngân hàng trung ương nước NK bảo lãnh. Nếu DN NK nào đáp ứng được điều kiện này thì có rất nhiều sự lựa chọn về nơi vay vốn.

Để XK thủy sản vào những thị trường mới, đặc biệt là thị trường Trung Đông, DN cần được bảo hiểm những tổn thất từ những rủi ro có thể phát sinh để DN mạnh dạn tiếp cận thị trường; đây là một nghiệp vụ rất phổ biến ở các nước phát triển; tuy nhiên, cho đến cuối năm 2010 chính sách bảo hiểm tín dụng XK vẫn chưa được thực hiện rộng rãi mà chỉ mới bắt đầu thực hiện thí điểm.

b. Xúc tiến thương mại thủy sản

Đến giữa năm 2010, Việt Nam đã mở 5 Thương vụ tại các

nước Cô-oét, I-ran, Thổ Nhĩ Kỳ, UAE, I-rắc. Các thương vụ này đã bước đầu cung cấp thông tin thị trường và tư vấn cho DN XK thủy sản Việt Nam thông qua cổng giao tiếp điện tử của Bộ Công Thương. Mặc dù vậy, thông tin thương vụ cung cấp vẫn còn manh mún và không đều đặn; chưa hướng dẫn cụ thể cho DN tìm kiếm khách hàng và am hiểu quy định của pháp luật, tập quán kinh doanh tại các quốc gia Trung Đông.

Về hội chợ, từ năm 2008, Hiệp hội Chế biến và XK Thủy sản Việt Nam (VASEP) được giao chủ trì hoạt động xúc tiến XK thủy sản tại thị trường Trung Đông thông qua hội chợ Thực phẩm Vùng Vịnh 2010 tổ chức tại Dubai. Chi phí thuê gian hàng được cấp từ kinh phí xúc tiến thương mại quốc gia.

Bảng 1. Diện tích gian hàng của VASEP tại Hội chợ Thực phẩm Vùng Vịnh

	2008	2009	2010
Số DN tham gia	18	14	20
Diện tích gian hàng (m ²)	36	20	60

(Nguồn: VASEP. Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia 2008, 2009, 2010)

Bảng 1 cho thấy diện tích gian hàng đã được mở rộng trong hội chợ năm 2010 (tăng gấp 3 lần năm 2009); tuy nhiên, số DN tham gia hội chợ vẫn còn ít (20 DN) chứng tỏ DN XK thủy sản Việt Nam chưa quan tâm nhiều đến thị trường Trung Đông.

b. Quy định của thị trường Trung Đông

+ Thuế đánh vào thủy sản NK

Thuế suất thuế NK (MFN) đối với hàng thủy sản NK ở các nước trong khu vực Trung Đông rất khác nhau. Tại UAE, Ô-man,

Ả-rập Xê-út thuế quan đánh vào các mặt hàng thủy sản hầu hết là 0%; trong khi đó tại Thổ Nhĩ Kỳ và I-xra-en, thuế suất thuế NK đối với hàng lương thực thực phẩm nói chung, trong đó có thủy sản lên đến 30%; ở Si-ri từ 10% đến 20% tùy theo mặt hàng.

biệt là các nước có thuế suất cao như Thổ Nhĩ Kỳ, I-xra-en để tạo điều kiện cho hàng XK của nước mình được hưởng mức thuế suất ưu đãi hơn. Trong khi đó, Việt Nam chưa mở các vòng đàm phán khu vực mậu dịch tự do với các nước Trung Đông.

Bảng 2. Thuế suất MFN đối với thủy sản NK tại Trung Đông

Quốc gia	Ca-ta	UAE	I-xra-en	Li-băng	Ô-man	Ả-rập Xê-út
Thuế suất	5%	0%	30%	5 - 10%	0%	0%

Quốc gia	Ba-ranh	I-rắc	Y-ê-men	I-ran	Si-ri	Thổ Nhĩ Kỳ
Thuế suất	5%	5%	15%	10%	10 - 20%	30%

(Nguồn: Biểu thuế NK các nước Trung Đông)

Mặc dù mức thuế NK của các quốc gia là khác nhau, 6 quốc gia trong Hội đồng Hợp tác các quốc gia Vùng Vịnh (GCC) gồm: Ả-rập Xê-út, Ca-ta, UAE, Ô-man, Ba-ranh và Cô-oét đã thống nhất miễn trừ thuế NK cho gần 400 loại hàng hóa NK trong nội bộ các quốc gia thành viên, trong đó có thủy sản. Đây là

động lực thúc đẩy các thương nhân khu vực này NK thủy sản vào các quốc gia trong khối có mức thuế NK 0% như UAE và Ả-rập Xê-út rồi sau đó phân phối đi các nước thành viên để tránh thuế NK. Vì vậy, các DN Việt Nam nên có định hướng XK hợp lý để tránh thuế NK.

Các quốc gia XK thủy sản vào Trung Đông (Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia, Indonesia) đang xúc tiến đàm phán ký kết hiệp định khu vực mậu dịch tự do với các nước Trung Đông; đặc

+ Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm

Vì lý do tôn giáo, đối với thực phẩm NK, các nước Vùng Vịnh thường yêu cầu phải được chứng nhận HALAL, tức là chứng nhận sản phẩm được chế biến, sản xuất theo đúng yêu cầu của kinh Qur'an và luật Shari'ah của người Hồi giáo thì hàng mới được thông quan; tuy nhiên, đối với thủy sản NK, chứng nhận HALAL là không bắt buộc. Mặc dù vậy, người Hồi giáo luôn ưu tiên lựa chọn mua những sản phẩm có dấu HALAL.

Tương tự, ở I-xra-en, quốc gia có trên 75% người dân theo đạo Do Thái, thịt NK phải được chứng chỉ Kosher - phù hợp với tiêu chuẩn thực phẩm của Do Thái giáo. Chứng chỉ này cũng không bắt buộc đối với thủy sản NK; tuy nhiên, người dân ưu tiên mua thủy sản Kosher và rất nhiều nhà hàng, nhà phân phối thực phẩm từ chối nguồn cung cấp không được chứng nhận Kosher.

Hiện nay, tại Việt Nam



☞ có gần 90% nhà máy chế biến thủy sản XK đạt chứng nhận HACCP, gần 100 DN XK thủy sản có chứng chỉ HALAL. Nếu DN đã đạt tiêu chuẩn HACCP thì việc đạt được chứng chỉ HALAL và Kosher là rất dễ dàng vì quy trình chế biến đã đảm bảo vệ sinh và hoàn toàn phù hợp với các quy tắc tôn giáo. Mặt khác, thị trường Trung Đông là thị trường XK được hưởng đến như là một phương án đa dạng hóa thị trường sau khi các DN đã XK sang các thị trường yêu cầu cao về vệ sinh an toàn thực phẩm như Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU nên thủy sản XK của các DN này hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu của các nước Trung Đông.

c. Năng lực cạnh tranh của DN XK thủy sản Việt Nam

Cơ cấu DN XK thủy sản theo quy mô tập trung vào DN vừa và nhỏ có thuận lợi là DN nhanh chóng thích nghi với thay đổi

của thị trường nhưng khả năng mở rộng thị phần, chấp nhận rủi ro; đặc biệt là khả năng thâm nhập thị trường mới của các DN loại này không mạnh mẽ.

Nghiên cứu thị trường đang là một trong những khâu hạn chế nhất của các DN trong hoạt động marketing XK thủy sản. DN không có đầy đủ thông tin về thị trường Trung Đông, một thị trường mới và cách xa về mặt địa lý nên không sẵn sàng mạo hiểm để tiếp cận thị trường.

Về phương tiện vận tải để chuyên chở thủy sản XK sang thị trường Trung Đông, hầu hết thủy sản XK vào khu vực này đều được vận chuyển vận tải chủ yếu là tàu chợ; lý do là khối lượng hàng XK vào thị trường này không nhiều nên không thể đi tàu chuyên, hàng XK chủ yếu là hàng đông lạnh nên việc vận chuyển theo đường hàng không là không cần thiết.

Sự liên kết của các DN XK

thủy sản hiện nay chủ yếu được thể hiện thông qua các hoạt động của Hiệp hội Chế biến và XK thủy sản Việt Nam (VASEP) với vai trò là tổ chức hỗ trợ về thông tin, xúc tiến thương mại, tập huấn kiến thức cho các DN thành viên. Hoạt động kinh doanh XK của các DN vẫn mang tính độc lập cao, các DN XK thủy sản Việt Nam chưa liên kết với nhau ở các khâu: sản xuất, chế biến và đặc biệt là XK. Mỗi DN tự tìm kiếm khách hàng, giữ thông tin khách hàng, tự tìm nguồn cung thủy sản và chế biến, tự đàm phán và ấn định giá XK. Vì vậy, 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 ép giá; một số DN cũng đã không giữ uy tín về chất lượng thủy sản XK khi giá bán quá thấp.

(Còn nữa)