

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

◆ TRẦN QUỐC TRUNG

(Tiếp theo số 7/2011)

2. Giải pháp đẩy mạnh XK thủy sản Việt Nam sang thị trường Trung Đông

* Về phía Chính phủ

a. Thúc đẩy quan hệ thương mại thủy sản Việt Nam - Trung Đông

- Mở các vòng đàm phán hiệp định thương mại tự do với các nước Trung Đông; đặc biệt, tranh thủ đàm phán và ký kết hiệp định thương mại tự do đa phương với Hội đồng Vùng Vịnh (gồm 6 quốc gia) để tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam, trong đó có thủy sản, được hưởng thuế suất thuế ưu đãi đặc biệt khi XK vào thị trường rộng lớn này nhằm cạnh tranh với các DN của Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia, Indonesia (các nước này đã khởi động đàm phán với các nước Trung Đông từ 1 - 2 năm trước).

- Xúc tiến đàm phán các hiệp định thương mại hàng không với các nước trong khu vực Trung Đông để tạo điều kiện vận chuyển hàng thủy sản tươi sống XK. Hiện nay, Việt Nam XK thủy sản tươi sống sang Trung Đông không đáng kể một phần là do chưa có



đường bay thẳng giữa Việt Nam và các nước Trung Đông. Đối tác đầu tiên Việt Nam nên thực hiện đàm phán và ký kết hiệp định thương mại hàng không là UAE; đây là thị trường cửa ngõ của khu vực Trung Đông, là trung tâm kinh tế, đầu mối giao thông và thương mại của các nước Ả-rập. Hàng hóa khi NK vào UAE thường được các thương nhân phân phối đi các nước khác trong khu vực.

- Dựa trên mối quan hệ về đầu tư, thương mại đang phát triển giữa Việt Nam và các nước Trung Đông, Chính phủ nên xúc tiến đàm phán và tiến tới ký kết các văn bản công nhận kết quả kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm đối với thủy sản XK của

Việt Nam, tạo điều kiện cho thủy sản Việt Nam giảm thời gian tiếp cận thị trường, chuẩn hóa về chất lượng và tránh được các rào cản về kỹ thuật hiện có tại thị trường Trung Đông. Việc đàm phán nên bắt đầu từ các nước đối tác thương mại thủy sản lớn của Việt Nam trong Hội đồng Vùng Vịnh (GCC) là UAE và Ả-rập Xê-út, để từ đó thuyết phục các nước thành viên khác trong Hội đồng công nhận chất lượng thủy sản Việt Nam và tiếp theo là các nước còn lại trong khu vực này.

b. Hoàn thiện và phát triển chính sách tín dụng XK

- Chính phủ cần sửa đổi điều kiện được vay vốn tín dụng XK đối với nhà NK

 nước ngoài để phát triển hình thức tín dụng XK này theo hướng chỉ cần DN được ngân hàng thương mại có uy tín bảo lãnh thì được Ngân hàng Phát triển Việt Nam cho vay.

- Nhanh chóng thúc đẩy thí điểm nghiệp vụ tín dụng XK của nhà nước và rút kinh nghiệm để triển khai rộng rãi, giúp DN XK thủy sản mạnh dạn thâm nhập và mở rộng thị trường XK sang các thị trường mới và ở xa như khu vực Trung Đông. Để làm được điều này, Ngân hàng Phát triển Việt Nam cần triển khai xây dựng cơ sở dữ liệu về nhà NK, hệ thống đại lý tác nghiệp ở nước ngoài để cung cấp các dịch vụ thu nợ, thu thập thông tin thị trường; xây dựng cơ chế tính phí bảo hiểm và bù đắp thiệt hại hợp lý, phù hợp với cam kết quốc tế. Bên cạnh đó, ngân hàng tiếp tục nghiên cứu, cử các đoàn công tác đi học hỏi kinh nghiệm của các quốc gia đã thành công trong triển khai thực hiện chính sách tín dụng XK để đa dạng hóa các loại hình nghiệp vụ tín dụng XK, tập trung vào nghiệp vụ bao thanh toán, chiết khấu hối phiếu, cho vay và bảo hiểm tín dụng XK.

c. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến XK thủy sản

- Tiến hành nghiên cứu thị trường thủy sản tổng thể các nước trong khu vực Trung Đông và mua thông tin báo cáo thị trường từ các Cty nghiên cứu thị trường có uy tín để cung cấp thông tin cho DN XK thủy sản. Việc nghiên cứu thị trường rộng lớn như Trung Đông là rất tốn kém và khó khăn do rào cản về ngôn ngữ và tính phức tạp của việc tiến hành các khâu trong

quá trình khảo sát, xử lý số liệu; do đó, DN XK thủy sản của Việt Nam không thể tiến hành độc lập.

- Hỗ trợ VASEP tổ chức cho DN tham gia Hội chợ thực phẩm Dubai tổ chức hằng năm; đồng thời đầu tư kinh phí gia tăng diện tích gian hàng của các DN thủy sản Việt Nam tại Hội chợ Thực phẩm Vùng Vịnh nhằm quảng bá hình ảnh của thủy sản Việt Nam và tạo cơ hội cho DN Việt Nam tìm kiếm khách hàng.

- Hỗ trợ DN mở văn phòng đại diện hoặc chi nhánh, gian hàng trưng bày sản phẩm thủy sản tại một số thị trường XK chủ lực tại Trung Đông để giới thiệu cơ cấu mặt hàng XK đến với các thương nhân và người dân Trung Đông. Hiện nay, mới chỉ có 1 gian hàng trưng bày về thủy sản Việt Nam được xây dựng ở Dubai (UAE); vì vậy, trong thời gian tới Chính phủ cần giúp DN thành lập nhiều hơn nữa các gian hàng trưng bày tại UAE và các thị trường khác như: Ả-rập Xê-út, I-xra-en.

- củng cố và phát triển hệ thống cơ quan thương vụ tại thị trường Trung Đông để tạo cầu nối cung cấp thông tin, tư vấn cho DN về thông tin thị trường, giúp DN tìm kiếm khách hàng, xác minh đối tác nhằm hạn chế rủi ro trong XK.

*** Về phía DN XK thủy sản**

a. Khắc phục hạn chế về quy mô DN để mở rộng thị trường

Thực trạng đa số các DN XK thủy sản có quy mô vừa, nhỏ có thuận lợi là DN có thể thích nghi tốt với những thay đổi của thị

trường; tuy nhiên đây cũng là trở lực khi các DN muốn thâm nhập thị trường mới. Để khắc phục nhược điểm này, các DN vừa và nhỏ nên thực hiện các biện pháp sau:

- Tận dụng chính sách bảo hiểm tín dụng XK của nhà nước để bảo hiểm những rủi ro DN không sẵn sàng chấp nhận khi thâm nhập thị trường Trung Đông.

- Liên kết với các DN vừa và nhỏ XK các mặt hàng nông lâm thủy sản, thực phẩm không phải là đối thủ cạnh tranh trực tiếp để góp kinh phí mua thông tin thị trường từ các Cty nghiên cứu thị trường có uy tín như: Nielsen, IMS Health Inc, Kantar Group để tham khảo hoặc tổ chức nghiên cứu thị trường chung để tiết kiệm chi phí.

- Gia nhập các hiệp hội ngành hàng, hiệp hội DN vừa và nhỏ ở các địa phương để tận dụng chính sách ưu đãi của nhà nước đối với các hiệp hội, đồng thời có cơ hội giao lưu, tiếp xúc với các DN khác để học hỏi kinh nghiệm, nắm bắt thông tin về thị trường Trung Đông.

b. Đa dạng hóa mặt hàng XK sang thị trường Trung Đông

- Nghiên cứu tập quán ẩm thực của người dân các nước Trung Đông để chế biến thử một số món ăn thủy sản đóng hộp phù hợp với thị hiếu tiêu dùng của người dân và giới thiệu hàng mẫu cho các siêu thị tại UAE, Saudi Arabi, I-xra-en để thăm dò phản ứng của thị trường. Nếu thị trường có phản ứng tốt, DN sẽ tiến hành sản xuất đại trà và thâm nhập thị trường trên diện rộng.



- Nếu DN có đủ điều kiện về vốn, công nghệ có thể hợp tác với các Cty chế biến thực phẩm hàng đầu tại thị trường Trung Đông để thành lập liên doanh hợp tác nghiên cứu, phát triển công nghệ và thành lập nhà máy sản xuất các sản phẩm thủy sản chế biến tại Việt Nam; trong đó ưu tiên đưa các mặt hàng thủy sản mới vào danh mục sản phẩm để giới thiệu với người tiêu dùng Trung Đông. Việc hợp tác này vừa giúp DN XK Việt Nam tận dụng được sự am hiểu về thị trường của đối tác, học tập được công nghệ chế biến thủy sản theo phong cách Trung Đông, tận dụng được kênh phân phối sẵn có của đối tác trên thị trường XK, đa dạng hóa được sản phẩm XK.

- Tận dụng các mối quan hệ thương mại hiện có để đẩy mạnh giới thiệu hàng thủy sản tươi sống của Việt Nam đối với các đối tác NK của DN, các siêu thị thực phẩm, hệ thống nhà

hàng, khách sạn lớn, thương nhân bán sỉ tại Trung Đông nhằm gia tăng kim ngạch XK.

c. Tăng cường hoạt động chiêu thị hướng vào thị trường Trung Đông

- Quảng bá hình ảnh thủy sản của DN nên nhấn mạnh sản phẩm thủy sản là thực phẩm rất phù hợp với văn hóa ẩm thực của đạo Hồi trên các phương tiện thông tin đại chúng tại thị trường mục tiêu. Trên bao bì sản phẩm DN nên thể hiện cách chế biến các món ăn có thể sử dụng sản phẩm để giúp người tiêu dùng hình thành thói quen ẩm thực.

- Chủ động tham gia các diễn đàn, sàn giao dịch điện tử tại Trung Đông, liên kết website DN với website các bạn hàng NK thủy sản của DN tại Trung Đông để tạo niềm tin cho khách hàng và quảng bá DN đến nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng.

- Tranh thủ các hội thảo, hội nghị đầu tư giữa cộng đồng DN

Việt Nam và Trung Đông. DN có thể tiếp cận các nhà đầu tư, thương nhân Trung Đông và cung cấp cho họ các ấn phẩm quảng cáo (đĩa CD, sách báo, tạp chí) của DN để thông qua các doanh nhân này giới thiệu thông tin DN đến những doanh nhân khác chưa có dịp đến Việt Nam khảo sát thị trường. Bên cạnh đó, DN XK thủy sản nên tích cực tham gia hội chợ thủy sản được tổ chức hàng năm tại các nước Trung Đông: Hội chợ thực phẩm Vùng Vịnh. Hội chợ thủy sản Dubai. Hội chợ thủy sản châu Á...

d. Nắm bắt và thích nghi với tập quán kinh doanh và thị hiếu của người tiêu dùng Trung Đông

Các DN nên có kế hoạch đào tạo tiếng Ả-rập cho nhân viên để thuận tiện trong liên lạc, giao tiếp với các đối tác Trung Đông bởi vì các thương nhân Trung Đông thường ưa thích dùng tiếng Ả-rập hơn là tiếng Anh khi giao dịch. Mặt khác, DN thủy sản nên liên kết với các DN XK gạo, chè, gia vị và các DN XK các hàng hóa khác vào thị trường Trung Đông để trao đổi thông tin thị trường, tranh thủ sự giới thiệu qua lại lẫn nhau giữa các DN để tiếp cận khách hàng mới. Tuy nhiên, để làm được điều này, các DN cần tôn trọng đối tác, giữ uy tín trong kinh doanh để không làm mất uy tín của người giới thiệu. Đồng thời, DN nên cung cấp thông tin về DN cho thương vụ và liên lạc thường xuyên với mạng lưới thương vụ để nhờ họ giới thiệu với đối tác NK khi đối tác NK có nhu cầu ■