

Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam

PGS. TS. NGUYỄN XUÂN MINH*

TH.S. TRẦN QUỐC TRUNG**

Sự mất cân đối trong cơ cấu thị trường xuất khẩu là một trong những nhược điểm căn bản của ngành chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam, với khoảng 60% tổng kim ngạch xuất khẩu tập trung vào 3 thị trường Liên minh châu Âu (EU), Mỹ, và Nhật Bản. Trong bối cảnh các thị trường xuất khẩu thủy sản truyền thống đang chịu ảnh hưởng nặng nề từ khủng hoảng kinh tế, thiên-tai và các rào cản kỹ thuật đối với thủy sản có xu hướng gia tăng, việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu là vấn đề cấp thiết để tiếp tục phát triển bền vững ngành chế biến và xuất khẩu thủy sản. Hệ các giải pháp ổn định và đa dạng hóa thị trường cần được thực hiện đồng bộ giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp thủy sản và cả hộ nuôi trồng bao gồm những giải pháp tác động đến chất lượng thủy sản đầu vào, kiểm soát hàm lượng hóa chất, kháng sinh trong thủy sản xuất khẩu, đa dạng hóa sản phẩm và thâm nhập những thị trường xuất khẩu mới.

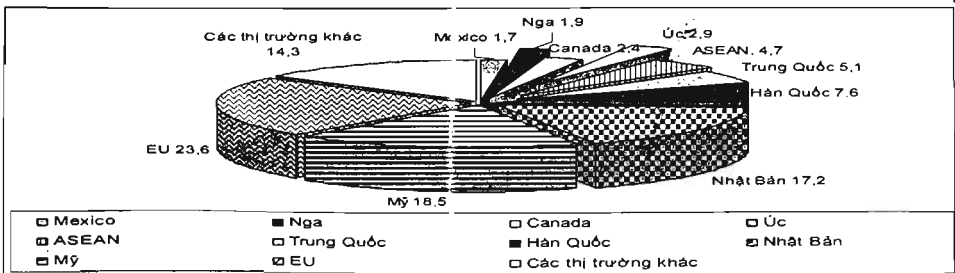
1. Thị trường xuất khẩu của thủy sản Việt Nam trong những năm qua

Trong những năm qua, ngành chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã có những bước phát triển đáng kể với dấu mốc đạt 5 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu năm 2010 và 5,5 tỷ

USD vào năm 2011 trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động bất lợi. Bên cạnh những thành tựu đã đạt được, ngành xuất khẩu thủy sản Việt Nam thời gian tới sẽ vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn từ những thị trường xuất khẩu truyền thống.

Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam, giai đoạn 2009 - 2011

Đơn vị: %



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam.

*, **. Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II, Thành phố Hồ Chí Minh

Trong giai đoạn 2009 - 2011, ba thị trường xuất khẩu lớn nhất là EU, Mỹ và Nhật Bản chiếm đến gần 60% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam, trong đó thị trường EU chiếm 23,6%; kế đến là Mỹ với 18,5% và Nhật Bản chiếm 17,2%. Thực trạng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu tập trung quá nhiều vào các thị trường EU, Mỹ và Nhật Bản đang là điểm yếu đối với ngành xuất khẩu thủy sản Việt Nam khi xu hướng gia tăng áp dụng rào cản kỹ thuật và các biện pháp phòng vệ thương mại tại các thị trường này luôn là mối đe dọa thường trực.

Trong năm 2011, hệ thống cảnh báo chất lượng thủy sản của Nhật Bản đã phát hiện 57 lô hàng xuất khẩu từ Việt Nam có hàm lượng kháng sinh Enrofloxacin cao hơn tiêu chuẩn quy định (10ppb). Những vi phạm liên tiếp xảy ra tại thị trường Nhật Bản trong hai năm vừa qua đã làm giảm sút niềm tin vào thủy sản xuất khẩu của Việt Nam từ các thị trường khác. Đầu năm 2012, Cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Mỹ (FDA) đã gửi thông báo đến các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam về việc tăng cường kiểm soát hàm lượng kháng sinh đối với thủy sản Việt Nam và quy trách nhiệm cụ thể cho nhà nhập khẩu (Kiên Cường, 2012).

Trong thời gian tới, nếu Quốc hội Mỹ thông qua định nghĩa "catfish" bao gồm cả dòng Pangasius thì cá tra, cá basa Việt Nam muốn xuất khẩu vào Mỹ phải có chứng nhận kỹ thuật theo quy trình sản xuất, chế biến cũng như chế độ kiểm tra chất lượng phải tương đương tiêu chuẩn hiện hành của Bộ Nông nghiệp Mỹ đang áp dụng; cụ thể, cá da trơn phải được nuôi trong các ao, hồ nước nông và nước giếng khoan. Việc đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường Mỹ sẽ làm thay đổi hoàn toàn điều kiện nuôi trồng cá tra, cá basa; sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sẽ suy giảm đáng kể năng lực cạnh tranh trên thị trường khi phải tăng giá bán để bù đắp sự gia tăng chi phí sản xuất.

Đối với thị trường EU, quy định về ngăn chặn hoạt động đánh bắt cá bất hợp pháp, không báo cáo và không được quản lý (IUU) đã được áp dụng từ ngày 01/01/2010 cùng với cuộc khủng hoảng nợ công đang diễn ra tại nhiều nền kinh tế trong khu vực chắc chắn sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động xuất khẩu thủy sản sang thị trường này trong thời gian tới (European Union, 2008).

Như vậy, với nhiều rào cản kỹ thuật có xu hướng ngày càng được siết chặt và những biến động bất lợi của kinh tế thế giới, vấn đề duy trì kim ngạch ổn định các thị trường xuất khẩu truyền thống, tích cực đẩy mạnh đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam là cần thiết.

2. Giải pháp ổn định và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới

2.1. Đảm bảo chất lượng thủy sản xuất khẩu

Về phía nhà nước

Tăng cường hỗ trợ ngân sách cho ngư dân và các doanh nghiệp cải thiện phương tiện và phương thức đánh bắt theo hướng hiện đại hóa; nâng cao hiệu quả khai thác, đa dạng hóa ngư trường và loại hình đánh bắt theo mùa, trong đó khuyến khích ngư dân chú trọng phát triển các loại hình đánh bắt chuyên có tổ chức, phân công theo đoàn trong phạm vi xa bờ theo hướng hiện đại hóa nhằm ổn định năng suất và gia tăng hiệu quả trong đánh bắt hải sản để đảm bảo nguồn cung thủy sản cho doanh nghiệp xuất khẩu thực hiện hợp đồng với đối tác nước ngoài.

Khuyến khích tư nhân đầu tư xây dựng các trung tâm lai tạo giống và cung ứng giống chất lượng cao, kháng bệnh, nhà máy thức ăn công nghiệp, trung tâm đào tạo kỹ thuật nuôi trồng... nhằm tạo nguồn nguyên liệu sạch đáp ứng quy định của các thị trường xuất khẩu về truy xuất nguồn gốc thủy sản.

Quy hoạch và hỗ trợ di dời các trại sản xuất nhỏ lẻ vào các khu sản xuất giống tập trung để quản lý tốt chất lượng con giống và bảo vệ tốt môi trường vùng nuôi; đồng thời, triển khai và hoàn thiện mô hình nuôi an toàn, nuôi thủy sản thân thiện môi trường theo tiêu chuẩn nuôi trồng thủy sản (GAP) và tiến tới phổ cập tiêu chuẩn GAP đối với các hộ nuôi cung cấp nguyên liệu cho xuất khẩu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của thủy sản Việt Nam trên các thị trường xuất khẩu.

Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, bao gồm đội ngũ thuyền trưởng và thuyền viên đáp ứng yêu cầu phát triển đội tàu, đặc biệt là đào tạo các phương pháp khai thác theo hướng bền vững nhằm bảo vệ nguồn lợi thủy sản, duy trì nguồn thủy sản đánh bắt hàng năm ổn định cung cấp cho nhu cầu tiêu thụ trong nước và phục vụ xuất khẩu đồng thời đáp ứng tiêu chí truy xuất nguồn gốc và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất và xuất khẩu thủy sản.

Tăng cường hỗ trợ người nuôi trồng về kỹ thuật để đầu tư mở rộng diện tích nuôi ao hầm trong khu vực thổ cư và chú trọng phát triển các loại hình nuôi có nhiều tiềm năng sản xuất quy mô lớn, chất lượng sản phẩm đồng nhất như nuôi công nghiệp bán công nghiệp trên khu vực bãi bồi và nuôi tập trung tại các vùng trũng tiến đến nuôi công nghiệp, nuôi bè,... phổ biến cho ngư dân cách thức bảo quản nguyên liệu thích hợp, đồng thời giúp ngư dân tiếp cận với công nghệ mới trong bảo quản thủy sản nguyên liệu sau thu hoạch để sản phẩm thủy sản có chất lượng ổn định ở tất cả các lô hàng.

Ủy ban nhân dân các tỉnh nên tổ chức các cuộc gặp mặt, tiếp xúc hàng năm với cộng đồng doanh nghiệp có nhập khẩu thủy sản của Việt Nam tại các thị trường xuất khẩu truyền thống (EU, Nhật Bản, Mỹ) để giới thiệu tiềm năng, sự

phát triển của hoạt động đánh bắt, nuôi trồng, chế biến thủy sản và chính sách ưu đãi của chính quyền tỉnh đối với ngành thủy sản, đồng thời quảng bá thương hiệu thủy sản địa phương và các sản phẩm thủy sản hiện có.

Về phía các doanh nghiệp xuất khẩu

Lựa chọn và hình thành hệ thống đại lý chuyên cung ứng thủy sản nguyên liệu lớn, đáng tin cậy, thiết lập mối quan hệ làm ăn lâu dài, tạo lòng tin, uy tín trong mua bán để có được nguồn cung ứng ổn định về khối lượng với giá cả hợp lý, chất lượng đảm bảo, đặc biệt là trong giai đoạn khan hiếm nguyên liệu. Trong quá trình lựa chọn đối tác, doanh nghiệp nên ưu tiên lựa chọn các đại lý hoặc người cung ứng nguyên liệu có cơ sở lưu trữ, các phương tiện chuyên chở nguyên liệu hiện đại, phương pháp bảo quản tốt nhằm đảm bảo chất lượng cho nguyên liệu.

- Ký hợp đồng bao tiêu thủy sản với người nuôi tại các vùng nuôi trồng thủy sản sau khi doanh nghiệp đã khảo sát điều kiện tự nhiên, kỹ thuật nuôi trồng, sự hỗ trợ của chính quyền địa phương và tập quán làm ăn của người nuôi. Giá cả và khối lượng sản phẩm được thống nhất ngay từ đầu vụ theo thỏa thuận của hai bên. Hàng năm, doanh nghiệp nghiên cứu và dự báo nhu cầu thị trường, tình hình biến động giá cả để cân đối nhu cầu nguyên liệu thủy sản và giá cả để đặt hàng cho người nuôi. Trên cơ sở hợp đồng, doanh nghiệp cung ứng trước cho người nuôi vốn ban đầu, con giống, thức ăn, các hóa chất vệ sinh môi trường nuôi, thuốc phòng và trị bệnh thủy sản đã được doanh nghiệp lựa chọn kỹ càng theo quy định của các thị trường xuất khẩu. Đặc biệt, nguồn vốn ban đầu do doanh nghiệp cấp cho người nuôi không nên tính lãi để khuyến khích người nuôi hợp tác tốt. Trong trường hợp bất khả kháng xảy ra như thiên tai, dịch bệnh bất ngờ thì doanh nghiệp nên hỗ trợ

một phần thiệt hại cho người nuôi; đồng thời, hỗ trợ người dân địa phương trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ trực tiếp cho vùng nuôi trồng.

Như vậy, doanh nghiệp đã tạo ra được quy trình sản xuất thủy sản khép kín từ đầu vào đến đầu ra theo yêu cầu của doanh nghiệp, ở đó doanh nghiệp kiểm soát tốt đầu vào và đầu ra sản phẩm, đáp ứng được yêu cầu về truy xuất nguồn gốc thủy sản nuôi trồng để phát triển kinh doanh xuất khẩu bền vững. Người nuôi được hưởng nhiều lợi ích từ việc hợp tác với doanh nghiệp nên không dễ dàng phá vỡ hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Hàng năm, doanh nghiệp nên chủ động mời các đối tác hiện có tham quan cơ sở vật chất, vùng nuôi và quy trình chế biến thủy sản của doanh nghiệp để tạo niềm tin cho khách hàng về chất lượng sản phẩm và cách thức điều hành kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời, doanh nghiệp cần duy trì thường xuyên hoạt động đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm tại tất cả các khâu trong quá trình sản xuất, xuất khẩu để sẵn sàng phục vụ các đợt kiểm tra định kỳ hoặc đột xuất của đối tác nhập khẩu hoặc các tổ chức, cơ quan giám định được đối tác ủy quyền.

Xác định một số khách hàng nhập khẩu để tiến hành đàm phán, ký kết các văn bản thỏa thuận là đối tác kinh doanh chiến lược để dành cho nhau những ưu đãi về chất lượng, giá cả sản phẩm, thời gian giao hàng... nhằm từng bước thâm nhập sâu hơn vào mạng lưới phân phối sản phẩm thủy sản tại thị trường nước ngoài và xây dựng thương hiệu thủy sản cho doanh nghiệp.

Tích cực đầu tư nghiên cứu thị trường và tiến hành thăm dò thâm nhập các kênh bán lẻ tại thị trường nước ngoài thông qua các nhà hàng, cửa hàng thực phẩm, chấp nhận lợi nhuận thấp

đổi với các khách hàng này để xây dựng thương hiệu tại nước ngoài.

2.2. Tăng cường kiểm soát hóa chất, kháng sinh trong sản phẩm

Về phía nhà nước

Tổ chức các chương trình tập huấn cho các cơ sở sản xuất giống tại các địa phương ít nhất mỗi quý một đợt để cung cấp thông tin, hỗ trợ về kỹ thuật cho các cơ sở; đồng thời tạo điều kiện để các chủ cơ sở gặp nhau trao đổi kinh nghiệm sản xuất.

Tổ chức tập huấn thực địa hàng tháng cho các hộ nuôi thủy sản về kỹ thuật nuôi trồng, các loại hóa chất, kháng sinh bị cấm, liều lượng và cách dùng các loại thuốc chữa bệnh phổ biến cho thủy sản.

Biên soạn tài liệu danh mục hóa chất, kháng sinh bị cấm tại các thị trường xuất khẩu kèm theo liệt kê các loại thuốc chữa bệnh có chứa các loại hóa chất, kháng sinh này và danh mục các loại thuốc chữa bệnh cho thủy sản được sử dụng. Tài liệu này được cập nhật thường xuyên khi có quy định mới của các thị trường xuất khẩu và bước đầu cung cấp miễn phí cho các doanh nghiệp, người nuôi trồng thủy sản.

Hàng năm, thành lập các đoàn kiểm tra liên ngành để thực hiện kiểm tra hàng quý để kiểm tra toàn bộ các cơ sở sản xuất giống, các cơ sở kinh doanh giống thủy sản, hàng tháng kiểm tra đột xuất một số cơ sở bất kỳ; kiên quyết xử lý nghiêm các cơ sở cung cấp giống không có hồ sơ chứng từ, không đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng con giống theo quy định.

Xây dựng đội ngũ cộng tác viên từ nguồn cán bộ thôn, ấp có tham gia nuôi thủy sản thường xuyên cung cấp thông tin cho các chi cục quản lý chất lượng nông lâm, thủy sản về tình hình chấp hành quy định về kháng sinh,

hóa chất và các hành vi vi phạm; đồng thời phân công một tổ ít nhất 03 cán bộ công chức thường xuyên theo dõi, thu nhận thông tin về việc phát hiện độc tố sinh học biển hoặc các hóa chất, kháng sinh bị cấm trong thủy sản xuất khẩu để nhanh chóng tiến hành kiểm nghiệm, truy xuất nguồn gốc và khoanh vùng kịp thời để ngăn chặn thiệt hại.

Về phía doanh nghiệp xuất khẩu

Đối với các loài thủy sản doanh nghiệp chưa chủ động được về nguồn nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu, doanh nghiệp cần tiến hành lựa chọn các hộ nuôi có nguồn lao động dồi dào, có kinh nghiệm lâu năm và trình độ tiếp thu kỹ thuật tốt để ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với người nuôi theo phương thức doanh nghiệp đầu tư thức ăn, chế phẩm sinh học trong quá trình nuôi, cử cán bộ kỹ thuật phụ trách các hộ theo vùng nuôi để tư vấn về kỹ thuật nuôi trồng và thu mua thủy sản thương phẩm theo giá thị trường tại thời điểm thu hoạch. Khi đến vụ thu hoạch, doanh nghiệp cử cán bộ kỹ thuật xuống tận nơi kiểm tra lại lần cuối cùng về dư lượng kháng sinh, hóa chất trong sản phẩm trước khi tiến hành thu hoạch. Tại ngày thu hoạch, doanh nghiệp bố trí cán bộ hướng dẫn nông dân cách thức thu hoạch và bảo quản sản phẩm hoặc đưa đội ngũ công nhân chuyên thu hoạch đến vùng nuôi để tiến hành thu hoạch và sẵn sàng phương tiện vận tải để chờ nguyên liệu về nhà máy chế biến.

Thực hiện triệt để công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong khâu chế biến: công nhân ở bộ phận sơ chế và tinh chế cần được phân biệt bằng trang phục khác màu để thuận tiện trong quản lý; công nhân khi tham gia quy trình chế biến thủy sản ở mọi khâu phải mang găng tay 100% và tuân thủ chặt chẽ kỷ luật lao động.

Nếu doanh nghiệp có khả năng về tài chính nên đầu tư xây dựng phòng kiểm nghiệm chất lượng thủy sản với những thiết bị để có thể kiểm tra và phát hiện các chỉ tiêu kháng sinh, hóa chất bị cấm như: chloramphenicol, tetracycline, nitrofurantoin, sulfamid, fluoroquinolon... và tất cả các chỉ tiêu vi sinh để chủ động và tiết kiệm chi phí kiểm nghiệm về lâu dài.

Trong bối cảnh các rào cản kỹ thuật và tình hình kinh tế tại các thị trường xuất khẩu chủ yếu đang diễn biến theo hướng bất lợi cho hoạt động xuất khẩu thủy sản Việt Nam thì việc duy trì và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu là cần thiết để thủy sản tiếp tục thâm nhập sâu hơn vào thị trường thế giới. Để duy trì và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thủy sản được thành công, nhà nước và doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu thủy sản cần thực hiện đồng bộ những giải pháp về đảm bảo chất lượng thủy sản xuất khẩu tiếp cận và thâm nhập thị trường xuất khẩu mới, tăng cường kiểm soát hóa chất, kháng sinh trong sản phẩm trong đó nhà nước là người hỗ trợ, tạo điều kiện để doanh nghiệp triển khai thuận lợi.

2.3. Đa dạng hóa sản phẩm thủy sản xuất khẩu

Về phía nhà nước

Tổ chức các hội thảo, chương trình tọa đàm, trao đổi kinh nghiệm và tham quan thực tế cho doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản có cơ hội học tập kinh nghiệm, chuyển giao công nghệ chế biến thủy sản trong quá trình đa dạng sản phẩm.

Đặt hàng các đề tài nghiên cứu khoa học thực hiện nghiên cứu để chế biến các sản phẩm thủy sản giá trị gia tăng trước hết tập trung vào các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam là cá tra, tôm, nghêu để phục vụ xuất khẩu phù hợp với thị hiếu, đặc điểm của các thị trường

mục tiêu sau đó chuyển giao công nghệ cho một số doanh nghiệp triển khai thí điểm, nếu thành công sẽ triển khai đại trà, tiến tới hình thành bộ tiêu chuẩn và nhận diện thương hiệu cho sản phẩm giá trị gia tăng.

Về phía doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản

Tận dụng các chính sách ưu đãi của nhà nước về kỹ thuật, tài chính, chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện chế biến thử nghiệm một hoặc một vài sản phẩm giá trị gia tăng để giới thiệu với đối tác nhập khẩu là bạn hàng hiện tại. Ban đầu doanh nghiệp có thể thực hiện tổ chức xuất khẩu thử nghiệm các mặt hàng mới này thông qua hình thức thương lượng với đối tác để bán kèm vào các sản phẩm hiện tại với giá ưu đãi. Sau bước thử nghiệm, nếu thị trường cho phản hồi tốt thì doanh nghiệp bắt đầu đầu tư trên quy mô lớn để mở rộng sản xuất cho các mặt hàng này.

Xây dựng mối quan hệ với cộng đồng người Việt Nam tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu để xây dựng hệ thống đại lý phân phối sản phẩm, cửa hàng trưng bày, thực hiện marketing lan truyền thông qua đó giới thiệu các sản phẩm thủy sản hiện có và các sản phẩm giá trị gia tăng đến người tiêu dùng nước ngoài, hướng đến kênh phân phối trực tiếp tại thị trường xuất khẩu.

2.4. Tiếp cận và thâm nhập thị trường xuất khẩu mới

Về phía nhà nước

Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản về kinh phí và liên lạc với các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu để nhờ hỗ trợ, tư vấn cho doanh nghiệp thủ tục mở văn phòng đại diện hoặc chi nhánh, gian hàng trưng bày sản phẩm thủy sản tại các thị trường này. Ban đầu, nhà nước có thể hỗ trợ kinh phí mở một gian hàng trưng bày sản

phẩm thủy sản chung cho các doanh nghiệp tại một số thị trường có tiềm năng lớn như: Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (Trung Đông), tại Ai Cập (Bắc Phi). Gian hàng này giới thiệu hàng xuất khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đến với các thương nhân và người dân nước sở tại; sau đó, nếu doanh nghiệp có điều kiện phát triển sẽ tự mình mở thêm các hình thức hiện diện thương mại khác.

Cùng cố và phát triển hệ thống cơ quan thương vụ tại các thị trường xuất khẩu để tạo cầu nối cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp về thông tin thị trường, giúp doanh nghiệp tìm kiếm khách hàng, xác minh đối tác nhằm hạn chế rủi ro trong xuất khẩu. Hiện nay, hoạt động của thương vụ chưa phát huy được tối đa vai trò hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin trong kinh doanh; thông tin của thương vụ đưa ra còn chung chung, thiếu tính cập nhật và chưa có tính hệ thống.

Hàng năm, Ủy ban Nhân dân các tỉnh tự tổ chức hoặc phối hợp với nhau theo vùng để tổ chức chương trình gặp gỡ, tham quan thực địa tình hình nuôi trồng, chế biến thủy sản với khách mời là các đại diện hiệp hội các nhà bán lẻ, lãnh đạo doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ thực phẩm lớn, đại diện hiệp hội người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu tiềm năng.

Xây dựng và duy trì sàn giao dịch điện tử cho các mặt hàng xuất khẩu, trong đó có thủy sản và đầu tư kinh phí quảng bá tại thị trường xuất khẩu. Đề mô hình sàn giao dịch được xây dựng phù hợp với chức năng và hoạt động hiệu quả, cơ quan quản lý cần lấy ý kiến doanh nghiệp xuất khẩu và khảo sát các mô hình đã thành công.

Về phía doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản

Phát triển trang web của doanh nghiệp có đầy đủ thông tin bằng tiếng Việt, tiếng Anh,

tiếng Pháp, tiếng Hoa và tiếng Ả rập với các tính năng cần thiết cho hoạt động kinh doanh để phát triển loại hình kinh doanh xuất khẩu trực tuyến và chủ động tham gia các diễn đàn, sàn giao dịch điện tử tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu, liên kết website doanh nghiệp với website các bạn hàng nhập khẩu thủy sản của doanh nghiệp tại các thị trường này để tạo niềm tin cho khách hàng và quảng bá doanh nghiệp đến nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng.

Liên lạc với mạng lưới thương vụ tại các thị trường xuất khẩu mục tiêu để nhờ sự hỗ trợ của thương vụ trong việc xác minh thông tin của đối tác nhập khẩu nhằm tránh các rủi ro về thanh toán và bất cân xứng thông tin trong quá trình tiếp cận thị trường mới. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên cung cấp thông tin về doanh nghiệp cho thương vụ và duy trì thông tin để nhờ thương vụ giới thiệu với đối tác nhập khẩu khi đối tác nhập khẩu có nhu cầu.

Định hướng thâm nhập các thị trường mục tiêu theo hướng thích nghi hóa sản phẩm

của doanh nghiệp với phong tục ẩm thực của thị trường xuất khẩu; đặc biệt là thị trường các nước Bắc Phi và Trung Đông có nền văn hóa khác biệt và rất mới mẻ đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Để làm được điều này, doanh nghiệp có thể thực hiện nghiên cứu thị trường, mua thông tin thị trường hoặc thậm chí thuê đầu bếp, chuyên gia ẩm thực người bản xứ để họ hỗ trợ nghiên cứu, phát triển các sản phẩm mới và quảng bá sản phẩm theo định hướng phù hợp với tập quán ẩm thực của thị trường xuất khẩu.

Liên kết với các doanh nghiệp xuất khẩu gạo, chè, gia vị và các doanh nghiệp xuất khẩu các hàng hóa khác vào thị trường xuất khẩu mục tiêu để trao đổi thông tin thị trường, tranh thủ sự giới thiệu qua lại lẫn nhau giữa các doanh nghiệp để tiếp cận khách hàng mới. Tuy nhiên, để làm được điều này, các doanh nghiệp cần tôn trọng đối tác, giữ uy tín trong kinh doanh để không làm mất uy tín của người giới thiệu♦

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công Thương, *Quyết định số 6583/QĐ-BCT ban hành Chương trình hành động của Bộ Công thương thực hiện Đề án thúc đẩy quan hệ Việt Nam - Trung Đông của Chính phủ giai đoạn 2008 - 2015*.
2. Kiên Cường: *Xuất khẩu thủy sản nguy cơ mất thị trường lớn*, <http://thuysanvietnam.com.vn>; Cập nhật lúc: 01:32 PM, 10/02/2012.
3. Quang Ngọc (2010): *Nuôi thủy sản phía Nam chủ yếu thất bại từ con giống*, Tạp chí Nông nghiệp Việt Nam, 08/08.
4. European Union, *EC Regulation 1005/2008 to Prevent, Deter and Eliminate Illegal, Unreported and Unregulated Fishing*.