MỤC LỤC

Danh mục các chữ viết tắt iv
Danh mục bảng biểu v
Danh mục hình vẽ, đồ thị vii
MỞ ĐẦU 1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN 13
1.1. Chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản 13
1.1.1. Chuỗi cung ứng 13
1.1.2. Khái niệm chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản 17
1.2. Khái quát về giá trị gia tăng (GTGT) và nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản 21
1.2.1. Khái niệm giá trị gia tăng 21
1.2.2. Khái niệm giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu 21
1.2.3. Nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 22
1.2.4. Phương pháp xác định giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 24
1.2.5. Các tiêu chí đánh giá nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 26
1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản 29
1.3.1 Các yếu tố thuộc Doanh nghiệp 29
1.3.2 Các yếu tố thuộc Nhà nước 41
1.3.3 Các yếu tố thuộc Hiệp hội 44
1.4. Kinh nghiệm của một số nước về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản. 45
1.4.1. Kinh nghiệm của Na Uy về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 45
1.4.2. Kinh nghiệm của Thái Lan về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 47
1.4.3. Kinh nghiệm của Ấn Độ về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 49
1.4.4. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản 51
Kết luận chương 1 53

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN VIỆT NAM 54
2.1. Tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian qua 54
2.1.1. Thực trạng sản xuất nuôi trồng của thủy sản Việt Nam 54
2.1.2. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 54
2.1.3. Cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam 56
2.2. Đánh giá thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam qua kết quả khảo sát thực tế 59
2.2.1. Các yếu tố thuộc doanh nghiệp ảnh hưởng đến giá trị gia tăng 59
2.2.2. Các yếu tố thuộc nhà nước ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp 82
2.2.3. Các yếu tố thuộc Hiệp hội ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp 90
2.3. Thực trạng nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam 92
2.3.1. Giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn 92
2.3.2. Đánh giá nâng cao GTGT qua các chỉ tiêu 103
2.4. Đánh giá chung về thực trạng nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam 107
2.4.1. Những kết quả đạt được 107
2.4.2. Những vấn đề tồn tại 108
2.4.3. Nguyên nhân của các tồn tại 110
Kết luận chương 2 113
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN VIỆT NAM 114
3.1. Cơ hội và thách thức trong xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới 114
3.1.1. Cơ hội xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới 114
3.1.2. Thách thức trong xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới 115
3.2. Quan điểm nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam 118
3.3. Định hướng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam 119
3.3.1 Khâu nuôi trồng thủy sản 119
3.3.2 Khâu chế biến và thương mại thủy sản 120

3.4. Một số giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.....120
3.4.1 Giải pháp đối với Doanh nghiệp 120
3.4.2 Giải pháp của Nhà nước hỗ trợ cho doanh nghiệp nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.....136
3.4.3 Giải pháp của Hiệp hội hỗ trợ cho doanh nghiệp nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản 148
KẾT LUẬN 151
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....153
PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Tên viết tắt	Nghĩa Tiếng Anh	Nghĩa tiếng Việt
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ANOVA	Analysis of variance	Phân tích phương sai
BNN&PTNT		Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn
ĐBSCL		Đồng bằng sông Cửu Long
EFA		Phân tích nhân tố khám phá
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
EEZ	Exclusive economic zone	Đặc quyền kinh tế
ITC	International Trade Centre	Trung tâm thương mại thế giới
GTGT		Giá trị gia tăng
KMO	Kaiser – Meyer – Olkin measure of sampling adequancy	Kaiser - Meyer - Olkin biện pháp lấy mẫu đầy đủ
NTTS		Nuôi trồng thủy sản
NSEC		Hội đồng Xuất Khẩu Thủy Sản
OLS	Ordinal Least Square	Phương pháp bình phương nhỏ nhất thông thường
TPP	Trans-Pacific Partnership	Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương
VASEP	Viet Nam Association of Seafood Exporters and Producers	Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam
VCUFTA		Hiệp định Thương mại tư do giữa Việt Nam và Liên minh Hải quan (gồm Nga, Belarus và Kazakhstan)
WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng số	Tên bảng	Trang
Bảng 2.1	Sản lượng thủy sản Việt Nam từ năm 2010 đến 2016	54
Bảng 2.2	Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016	55
Bảng 2.3	Kim ngạch theo cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016	56
Bảng 2.4	Kim ngạch theo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016	57
Bảng 2.5	Giá bán thức ăn giống cá da trơn bố mẹ giai đoạn 2010-2016	60
Bảng 2.6	Đánh giá các yếu tố đầu vào nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống	61
Bảng 2.7	Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống	63
Bảng 2.8	Giá bán cá da trơn giống giai đoạn 2010-2016	65
Bảng 2.9	Đánh giá các yếu tố đầu ra nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống	66
Bảng 2.10	Giá bán thức ăn cá da trơn giai đoạn 2010-2016	68
Bảng 2.11	Đánh giá các yếu tố đầu vào nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng	69
Bảng 2.12	Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng	71
Bảng 2.13	Giá bán cá da trơn nguyên liệu giai đoạn 2010-2016	72
Bảng 2.14	Giá xuất khẩu sản phẩm phi lê cá da trơn giai đoạn 2010-2016	73
Bảng 2.15	Đánh giá các yếu tố nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng	75
Bảng 2.16	Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu	77
Bảng 2.17	Giá xuất khẩu sản phẩm phi lê cá da trơn giai đoạn 2010-2016	79
Bảng 2.18	Đánh giá các yếu tố đầu ra nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu	81
Bảng 2.19	Đánh giá các yếu tố chiến lược phát triển nâng cao GTGT thuộc Nhà nước	84
Bảng 2.20	Đánh giá các yếu tố về quy hoạch nâng cao GTGT thuộc	85

	Nhà nước	
Bảng 2.21	Đánh giá các yếu tố về chính sách kiểm soát nâng cao GTGT thuộc Nhà nước	87
Bảng 2.22	Đánh giá các yếu tố hỗ trợ nâng cao GTGT thuộc Nhà nước	90
Bảng 2.23	Đánh giá các yếu tố nâng cao GTGT thuộc Hiệp hội	92
Bảng 2.24	Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp sản xuất giống trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	94
Bảng 2.25	Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	97
Bảng 2.26	Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	100

DANH MỤC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình số	Tên hình	Trang
Hình 1.1	Chuỗi cung ứng điển hình	13
Hình 1.2	Chuỗi cung ứng đơn giản	15
Hình 1.3	Chuỗi cung ứng mở rộng	16
Hình 1.4	Chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản	18
Hình 1.5	"Dây chuyền giá trị"theo Michael Porter	22
Hình 2.1	Kim ngạch theo cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016	57
Hình 2.2	Thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2016	58
Hình 2.3	GTGT của doanh nghiệp sản xuất giống trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	95
Hình 2.4	GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	96
Hình 2.5	GTGT của doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016	101
Hình 2.6	GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu giai đoạn 2010-2016	101
Hình 2.7	GTGT trên lao động của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016	103
Hình 2.8	Tốc độ tăng (%) GTGT trên năng suất lao động các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016	104
Hình 2.9	GTGT trên vốn của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016	105
Hình 2.10	Tốc độ tăng (%) GTGT trên năng suất vốn các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016	105
Hình 2.11	GTGT trên giá bán của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016	106
Hình 2.12	Tốc độ tăng(%) GTGT trên giá bán của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016	107

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Trong hơn thập kỷ qua, ngành thủy sản nước ta đã trải qua nhiều thăng trầm đáng chú ý. Từ một lĩnh vực là chưa chú trọng phát triển và còn ở quy mô tự phát nhỏ lẻ, ngành thủy sản từng bước vươn lên phát triển một cách mạnh mẽ và hiện nay đang là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước; hội nhập sâu, rộng và đạt được những thành công khá ấn tượng với nền kinh tế, đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia mạnh về thủy sản.

Chế biến xuất khẩu ngành thủy sản là lĩnh vực phát triển rất nhanh, Việt Nam đã tiếp cận với trình độ công nghệ và quản lý tiên tiến của khu vực và thế giới trong một số lĩnh vực chế biến thủy sản. Sản phẩm thủy sản xuất khẩu đảm bảo chất lượng và có tính cạnh tranh, tạo dựng được uy tín trên thị trường thế giới. Ngành thủy sản được xem là ngành hàng hội nhập thương trường quốc tế từ rất sớm, mang về nhiều ngoại tệ cho đất nước.

Năm 2014, thủy sản tiếp tục là nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực, có tốc độ tăng trưởng cao trong mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu của cả nước. Giá trị xuất khẩu thủy sản cả năm đạt 7.836,037 triệu USD tăng 16,5% so với năm 2013. Năm 2013 giá trị xuất khẩu thủy sản đạt 6.724,7 triệu USD tăng 9,6% so với năm 2012. Năm 2012 đạt 6.132,33 triệu USD, tăng 3% so với năm 2011. Năm 2011 giá trị xuất khẩu thủy sản đạt 6.117,9 triệu USD, tăng 21,5% so với năm 2010. Năm 2010 giá trị xuất khẩu thủy sản đạt 5.033,73 triệu USD, tăng 18,4% so với năm 2009 (Tổng cục Thủy sản).

Nhìn chung, ngành thuỷ sản Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng thủy sản thiết yếu và có thế mạnh đang ngày càng rộng mở, khối lượng hàng hóa tiêu thụ cũng như giá trị sản phẩm đang ngày một tăng cao. Tuy nhiên, không chỉ chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn đối với người tiêu dùng và môi trường trở thành những vấn đề quan trọng đối với sản xuất và kinh doanh xuất khẩu thuỷ sản, mà các vấn đề liên quan đến quản lý chuỗi cung ứng và phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nhằm tăng giá trị gia tăng, lợi thế cạnh tranh, tăng giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng, bình đẳng thương mại và phát triển bền vững cũng được đặc biệt quan tâm của các Ban ngành.

Nhưng phía sau những thành tích ấy vẫn phải thừa nhận một thực tế, mặc dù rất năng động nhưng ngành hàng thủy sản vẫn mới chỉ dừng lại ở phân khúc sản xuất nguyên liệu và chế biến xuất khẩu sản phẩm thô. Trong chuỗi giá trị hàng thủy sản, ý tưởng sản phẩm, thương hiệu và phân phối, những mắt xích có giá trị gia tăng cao vẫn thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài, dẫn đến giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thủy sản nước ta còn thấp và các doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả.

Hiện nay, giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam không cao, thậm chí còn rất thấp so với các doanh nghiệp trong

ngành thủy sản của các nước trong khu vực là do: *Thứ nhất,* sản xuất thủy sản thiếu bền vững, chất lượng con giống thấp, tỷ lệ sống không cao, luôn tiềm ẩn nguy cơ không đảm bảo an toàn thực phẩm; *Thứ hai,* cơ cấu sản phẩm chế biến chưa hợp lý, chủng loại hàng hóa còn đơn điệu, xuất khẩu chủ yếu ở dạng sơ chế nên giá trị gia tăng thấp; *Thứ ba,* sản phẩm có chất lượng chưa cao, thiếu tính cạnh tranh, sản phẩm xuất khẩu qua nhiều khâu trung gian, giá thường thấp hơn sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực từ 5-10%; *Thứ tư,* thị trường tiêu thụ hàng hoá thủy sản chưa được khai thác tốt, thiếu định hướng lâu dài, nhất là thị trường nội địa; *Thứ năm,* chưa tạo dựng được thương hiệu uy tín trên thị trường, ngay cả với những sản phẩm có thế mạnh. Mặc khác, các chi phí sản xuất đầu: giống, thức ăn, thuốc thủy sản và hóa chất, nguyên liệu chế biến chiếm rất cao, vì giá bán ở khâu này chính là chi phí đầu vào của công đoạn khác dẫn đến xung đột lợi ích giữa các thành viên trong chuỗi. Điều này, làm cho GTGT của các doanh nghiệp từng khâu trong chuỗi cung ứng thủy sản rất thấp, làm ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Đây là những vấn đề cần sớm được giải quyết để nâng cao giá trị giá tăng của các doanh nghiệp ở từng công đoạn trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

Xuất phát từ thực tế trên tôi chọn đề tài "***Nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam giai đoạn hiện nay"*** làm đề tài nghiên cứu nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu của hàng thủy sản Việt Nam trong giai đoạn tới.

2. Mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu

2.1 Mục tiêu nghiên cứu

Đề xuất giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu trên, luận án phải thực hiện các nhiệm vụ chính như sau:

- Hệ thống hóa những cơ sở lý luận về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Phân tích thực trạng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

- Đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp theo từng công đoạn trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

2.2 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu*: Lý luận và thực tiễn về nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam, tác giả nghiên cứu chuỗi nuôi trồng xuất khẩu thủy sản

- *Phạm vi nghiên cứu:*

+ Phạm vi về nội dung: Luận án tập trung nghiên cứu giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong từng công đoạn trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản. Sử dụng các tiêu chí đánh giá thực trạng nâng cao giá trị gia tăng và nghiên cứu các yếu tố ảnh

hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng, đánh giá những thành công, tồn tại và những nguyên nhân. Từ đó, đề xuất các giải pháp để nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong từng công đoạn trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

+ Phạm vi về không gian: Trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam bao gồm các khâu như doanh nghiệp sản xuất giống, doanh nghiệp nuôi trồng, doanh nghiệp thu gom, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Tuy nhiên, khâu trung gian (doanh nghiệp thu gom) còn ít và không đáng kể, cho nên trong luận án tác giả nghiên cứu các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản chủ yếu bao gồm: doanh nghiệp sản xuất giống, doanh nghiệp nuôi trồng và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

+ Phạm vi về thời gian: Luận án tập trung nghiên cứu nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam chủ yếu từ năm 2010 đến 2016, giải pháp đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

3. Tổng quan các nghiên cứu liên quan đến đề tài

Liên quan đến đề tài nghiên cứu chuỗi cung ứng, hiện nay đã có rất nhiều đề tài đi sâu vào lĩnh vực này như: chuỗi cung ứng hạt điều, chuỗi cung ứng rau sạch, chuỗi cung ứng hàng dệt may, chuỗi cung ứng hàng nội thất cao cấp, và chuỗi cung ứng thủy sản…. Tuy nhiên, với đề tài này tác giả nghiên cứu giá trị gia tăng chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản thì chưa có một đề tài nào nghiên cứu. Do đó, đề tài nghiên cứu nâng cao giá trị gia tăng chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản là một đề tài hoàn toàn mới. Trong quá trình nghiên cứu về đề tài này, tác giả đã tham khảo một số đề tài có liên quan đến lĩnh vực thủy sản như sau:

3.1 Tài liệu nước ngoài

- ***Các giáo trình tài liệu về chuỗi giá trị***

- "Thuyết lợi thế cạnh tranh của Michael.Porter (1985). Tác phẩm này là một lý thuyết dựa trên hoạt động (activity-based theory) của công ty. Để cạnh tranh trong bất kỳ ngành nào, các công ty phải thực hiện một loạt những hoạt động riêng rẽ như thực hiện đơn hàng, tiếp xúc khách hàng, lắp ráp sản phẩm, đào tạo nhân viên v.v… Chính các hoạt động này, vốn ở tầm nhỏ hẹp hơn các chức năng như Marketing hay R&D, mới là nơi phát sinh chi phí và tạo ra giá trị cho người mua. Chính chúng mới là các đơn vị cơ bản (basic units) của lợi thế cạnh tranh". Lợi thế cạnh tranh" đưa ra khái niệm về Chuỗi giá trị (value chain) – một khung mẫu cơ sở để suy nghĩ một cách chiến lược về các hoạt động trong một doanh nghiệp; đồng thời đánh giá chi phí và vai trò tương đối của chúng trong việc khác biệt hóa. Khác biệt giữa giá trị (mức mà người mua sẵn sàng thanh toán cho một sản phẩm hay dịch vụ) với chi phí thực hiện các hoạt động cần thiết để tạo ra sản phẩm/dịch vụ ấy sẽ quyết định mức lợi nhuận. Chuỗi giá trị giúp ta hiểu rõ các nguồn gốc của giá trị cho người mua (buyer value) đảm bảo một mức giá cao hơn cho sản phẩm, cũng như lý do tại sao sản phẩm này có thể thay thế sản phẩm khác. Do vậy trong khung phân tích của Porter chuỗi giá trị chỉ áp dụng

trong kinh doanh, kết quả là phân tích chuỗi giá trị chủ yếu nhằm hỗ trợ các quyết định quản lý và chiến lược điều hành.

- Năm 1988, Durufle và cộng sự đã áp dụng phương pháp filiére (chuỗi, mạch) nghiên cứu đánh giá chuỗi về mặt kinh tế, tài chính.

- Gereffi và Korzenniewicz (1994), Kaplinsky và Morris (1999) đã dùng khung phân tích chuỗi giá trị để tìm hiểu cách thức mà các công ty các quốc gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới và để đánh giá các yếu tố quyết định đến phân phối thu nhập toàn cầu. Cách tiếp cận theo chuỗi giá trị đã chứng minh được những ưu điểm của công cụ này trong phân tích kinh tế. Những ưu điểm mà công cụ nghiên cứu về chuỗi giá trị được nhiều tài liệu nghiên cứu phân tích rõ. Trong đó, đáng chú ý nhất là Kaplinsky, R và M. Morris (2001), *"A handbook for Value Chain Research"* đã hệ thống hóa các vấn đề về lý luận và đưa ra những quy trình áp dụng công cụ này. Theo Kaplinsky, R và M. Morris (2001), các phân tích chuỗi giá trị toàn cầu cần làm rõ các rào cản gia nhập ngành, hạn chế thương mại và phân phối thu nhập của mỗi chủ thể.

- Trong thực tiễn, cũng có nhiều nghiên cứu trên thế giới đi sâu và phân tích từng ngành theo khung phân tích chuỗi giá trị toàn cầu như Gereffi, Gary and Memedovic, Olga (2003); Raikes, P.Friis, M and Ponte, S. (2000), Peter Dicken (2003)… các ngành được đề cập đến trong các nghiên cứu này thường là các sản phẩm công nghiệp như dệt may, đồ gỗ, điện tử,… Mặc dù phạm vi của các nghiên cứu này là toàn diện, phân tích toàn bộ mối liên kết giữa các chủ thể trên phạm vi toàn cầu, tuy nhiên, các nghiên cứu này thường tập trung nghiên cứu những thay đổi trong chuỗi giá trị toàn cầu trong quá trình toàn cầu hóa hoặc vai trò của từng nước trong chuỗi giá trị toàn cầu.

- *"Strategic Supply Chain Management"* của Shoshanah Cohen & Joseph Roussel (2005) tác giả đã đưa ra các hướng dẫn tạo ra giá trị và lợi thế cạnh tranh trong từng quy trình chuỗi cung ứng cốt lõi như: hoạch định, mua hàng, sản xuất, giao hàng và thu hồi. Tác giả đã nêu lên năm nguyên tắc cốt lõi xuất phát từ những kinh nghiệm thực tiễn trong quản trị chuỗi cung ứng.

- *"Supply Chain Excellence"* của Peter Bolstorff & Robert Rosenbaum (2007) tác giả đã đưa ra những công cụ thực hành tốt nhất trong việc quản lý chuỗi cung ứng bao gồm: Thiết kế chiến lược, dòng nguyên liệu, dòng công việc và dòng thông tin để tập trung vào những thay đổi đúng đắn; Quản lý những phân tích cơ sở cạnh tranh để xác định cơ hội cải thiện cả về chi phí lẫn chất lượng dịch vụ cho doanh nghiệp; Thiết lập các thước đo chuẩn giúp quyết định sự thành công của các dự án lớn; Tối ưu hóa việc hoạch định nguồn lực của doanh nghiệp; Tối đa hóa công nghệ đang sử dụng.

- *"EBusiness & Ecommerce"* của Andreas Meier & Henrik Stormer (2009) tác giả đã đưa ra cách tiếp cận mới về các nội dung của chuỗi giá trị trong kinh doanh thương mại điện tử qua khung lý thuyết gắn liền với chuỗi giá trị gia tăng mà doanh

nghiệp có thể đem tới cho khách hàng của mình. Cách tiếp cận này giúp các doanh nghiệp có thể nhìn nhận hoạt động thương mại điện tử dưới góc độ nâng cấp hình thức kinh doanh truyền thống sang hình thức kinh doanh dựa trên các hệ thống và công cụ điện tử.

- *"Essentials of Supply Chain Management"* của Michael Hugos (2010) tác giả đã đưa ra các khái niệm cũng như phương thức hoạt động của chuỗi cung ứng; vận dụng các công nghệ tiên tiến nhằm cải thiện năng suất và tính linh hoạt của chuỗi cung ứng; khám phá các xu hướng và kỹ thuật mới như RFID và BPM; điều chỉnh chuỗi cung ứng theo nhu cầu thị trường và phát triển chuỗi cung ứng nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh.

- *"Supply Chain Management Best Practcies"* của David Blanchard (2011) tác giả đã đưa ra những vấn đề rắc rối và cung cấp những giải pháp đúng cho các nhà quản trị chuỗi cung ứng trong môi trường kinh doanh toàn cầu hiện nay. Thông qua các câu chuyện thực tế trong kinh doanh tác giả đã đưa ra những lời khuyên bổ ích, làm thế nào để xây dựng tốt các mối liên lạc và quan hệ hợp tác giữa các nhà cung ứng, khách hàng, các nhà sản xuất, các nhà phân phối và bất kỳ mối liên kết nào trong quá trình năm bước "hoạch định, thu mua, sản xuất, phân phối và thu hồi"

- ***Các bài viết:***

- "*Kenyan Exports of Nile Perch: The Impact of Food Safety Standards on an Export-Oriented Supply Chain"* của Spencer Henson and Winnie Mitullah (2004). Tác giả tập trung nghiên cứu hoạt động xuất khẩu cá và các sản phẩm thủy sản tại Kenya, đặc biệt là phân tích chuỗi cung ứng xuất khẩu cá rô sông Nile. Tuy nhiên, trong nghiên cứu này tác giả chưa đi sâu phân tích các yếu tố tác động đến nâng cao giá trị gia tăng từng khâu trong chuỗi cung ứng.

- *"Revenue Distribution Through The Seafood Value Chain"* của Eyjolfur Gudmundsson & cs. (2006) đã nghiên cứu" Phân bổ thu nhập trong chuỗi giá trị hải sản"ở bốn nước Iceland, Tanzania, Moroccan, Đan Mạch đại diện bốn loại thủy sản khác nhau cho các nước phát triển và các nước đang phát triển. Các tác giả đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu dựa trên khái niệm chuỗi giá trị của Kaplinsky, đã mô tả chuỗi giá trị cho các sản phẩm thủy sản được chọn của từng nước (cá tuyết ở Iceland, cá rô ở Tanzania, cá cơm Moroccan, cá trích ở Đan Mạch) và chi phí, giá trị gia tăng mỗi phân đoạn trong chuỗi giá trị được tính toán. Tiếp đó, xem xét trong toàn bộ chuỗi giá trị hải sản xuất khẩu, nước xuất khẩu kiểm soát bao nhiêu phần trăm và sự phân phối thu nhập được phân bổ như thế nào.

- *"The Value Chain Of Farmed African Catfish In Uganda"* của Ssebisubi Maurice Farmed (2010) Nghiên cứu này đã phân tích chi tiết các thành viên tham gia trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản ở Uganda đặc biệt là trên cá da trơn châu Phi. Tác giả phân tích ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản và các yếu tố quyết định lợi

nhuận trong chuỗi giá trị cá da trơn Châu Phi Uganda đã cho thấy sự liên kết dọc của các thành viên tham gia trong chuỗi. Các thành viên điều khiển chính về giá cả và chất lượng cá nuôi. Chuỗi giá trị cá da trơn châu Phi Uganda đã thành công lớn đến một mức độ không bị chi phối bởi các khâu trung gian, giá trị tăng cao và khả năng thương lượng của từng mắt xích trong chuỗi đạt hiệu quả cao. Các thành viên trong chuỗi giá trị có tiềm năng cho thu nhập cao hơn và thâm nhập được thị trường toàn cầu.Tác giả đã chỉ ra sự thành công của chuỗi giá trị cá da trơn Châu Phi Uganda là do có sự tác động của Chính phủ đối với ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản.

- *"The Value Chain Of Yellowfin Tuna In Sri Lanka"* của Helgi Gestsson, Ögmundur Knútsson, Gunnar Thordarson (2010). Tác giả đã nhận thấy hai cấu trúc chuỗi giá trị khác nhau trong chuỗi giá trị cá ngừ vây vàng ở Sri Lanka. Chuỗi giá trị thị trường trong nước và chuỗi giá trị thị trường xuất khẩu. Các hoạt động của chuỗi giá trị thị trường trong nước được đánh giá cao và kiểm soát chủ yếu về giá cả,về chất lượng thì ít hơn. Chuỗi giá trị thị trường xuất khẩu được đặc trưng bởi nhu cầu về chất lượng cao với giá cả cao.Tác giả đưa ra những trở ngại chính là sự thiếu hiểu biết của các thành viên trong chuỗi và không có liên kết cung cấp thông tin giữa các ngư dân và nhà xuất khẩu, cũng như sự thiếu tin tưởng giữa các thành viên trong chuỗi, từ đó đề xuất các giải pháp cải thiện chất lượng, tăng doanh thu, giảm chi phí đồng thời tăng cơ hội cho hoạt động xuất khẩu thủy sản.

- *"Value Chain Analysic Of Black Tiger Shrimp Culture In Cox'sbazar District, BangLaDesh"* của Mamunul Quader (2012). Tác giả phân tích chuỗi giá trị của tôm sú trong Cox, huyện Äôsbazar, BangLaDesh có bốn thành viên chính trực tiếp tham gia sản xuất, xuất khẩu tôm và đóng góp vào giá trị kinh tế. Tác giả phân tích sự phân bổ doanh thu, chi phí, giá trị gia tăng và lợi nhuận của các thành viên tham gia trong chuỗi..

Như vậy, có thể thấy trong số những công trình nghiên cứu nêu trên, có những công trình tập trung nghiên cứu về một hoặc một số khía cạnh của chuỗi giá trị thủy sản, chuỗi cung ứng giá trị thủy sản; cũng có những nghiên cứu về vấn đề chi phí, và phân phối thu nhập trong từng mắt xích của chuỗi cung ứng thủy sản, để đánh giá được nhiều yếu tố quan trọng tác động đến giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam là chưa có đề tài nào nghiên cứu sâu.

3.2 Tài liệu trong nước

- ***Các luận án tiến sĩ, sách tham khảo:***

- "*Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam. Kinh nghiệm tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu hàng nông sản*". PGS.TS.Đinh Văn Thành. Viện Nghiên Cứu Thương Mại (NXB Công Thương năm 2010). Tác giả đưa ra chuỗi giá trị mặt hàng nông sản của Việt Nam, các yếu tố tác động đến sự phát triển của chuỗi giá trị toàn cầu. Tác giả phân tích những nguyên nhân chủ yếu của tình trạng nông sản của Việt

Nam khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu như việc cung cấp đầu vào là nông sản thô, giá trị gia tăng đối với hàng nông sản có giá trị thấp. Từ đó tác giả đưa ra một số kinh nghiệm tham gia của các nước vào chuỗi giá trị toàn cầu mặt hàng nông sản và rút ra bài học cho Việt Nam nhằm tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam.

- *"Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành chế biến thủy sản Việt Nam"* luận án tiến sĩ của tác giả Bùi Đức Tuân (2010). Luận án đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành chế biến thủy sản Việt Nam, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của toàn ngành chế biến thủy sản Việt Nam, từ đó tác giả đề xuất các chính sách và giải pháp thiết thực nhằm xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững cho ngành chế biến thủy sản Việt Nam.

- *"Nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu"* luận án tiến sĩ của tác giả Lê Huy Khôi (2011), tác giả đã đưa ra quan điểm định hướng trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê Việt Nam trong chuỗi cà phê toàn cầu từ đó đưa ra các đề xuất giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê.

- *"Quản lý chất lượng chuỗi cung thực phẩm thủy sản: cải tiến chất lượng chuỗi tôm – triển vọng của các công ty thủy sản ở ĐBSCL, Việt Nam"* luận án tiến sĩ của tác giả Võ Thị Thanh Lộc (2006). Tác giả đã đưa ra những quan điểm quản lý chất lượng chuỗi cung, thông qua phương pháp tiếp cận kỹ thuật quản lý. Từ đó đề xuất các giải pháp cung cấp một quá trình nâng cao chất lượng cho các công ty thủy sản và các biện pháp tiềm năng để tiếp tục cải thiện an toàn sản phẩm và chất lượng trong chuỗi.

- *"Nghiên cứu chuỗi cung sản phẩm tôm nuôi ở tỉnh Quảng Nam"* luận án tiến sĩ của tác giả Lê Văn Thu (2015). Luận án đã đi sâu đánh giá mức độ tác động theo hướng tích cực lẫn tiêu cực của từng nhân tố đến quá trình hoạt động của chuỗi cung sản phẩm tôm nuôi ở tỉnh Quảng Nam.Từ đó đưa ra các đề xuất một số giải pháp chủ yếu để hoàn thiện nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế và khả năng cạnh tranh của sản phẩm tôm nuôi.

- ***Các đề tài nghiên cứu các cấp:***

- *"Phân tích cấu trúc thị trường và kênh Marketing, trường hợp cá da trơn, cá basa tại Đồng bằng sông Cửu Long"* của tác giả Thái Văn Đại, Lưu Tiến Thuận, Lưu Thanh Đức Hải trong tác phẩm *"Cơ sở cho phát triển doanh nghiệp vừa & nhỏ và nông hộ ở Đồng bằng sông Cửu Long"*,(2008). Đề tài nghiên cứu, phân tích về cách thức phân phối cá da trơn, cá basa từ người sản xuất đến người tiêu dùng và đánh giá giá trị tăng thêm của các tác nhân tham gia trong kênh Marketing. .

- *"Công nghiệp hóa ngành nuôi và chế biến cá da trơn, ba sa ở ĐBSCL – Xu hướng tất yếu"* của tác giả Huỳnh Văn (2009). Đề tài này đã phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ cá da trơn, cá ba sa hiện nay tại Đồng bằng sông Cửu Long và yêu cầu

của thị trường xuất khẩu. Đề tài này cho thấy vấn đề công nghiệp hóa ngành nuôi và chế biến cá da trơn, cá ba sa ở Đồng bằng sông Cửu Long là thực sự cần thiết và cấp bách hiện nay đối với ngành cá da trơn, cá ba sa của Việt Nam.

- *"Phân tích giá trị tôm sú (Penaneus monodon) ở Đồng bằng sông Cửu Long"* của tác giả TS. Lê Xuân Sinh (2011). Đề tài phân tích trên cơ sở các yếu tố đầu vào, các tác nhân chính của chuỗi và các nhóm hỗ trợ chuỗi, nêu lên sự phân phối lợi ích - chi phí. Người nuôi góp phần lớn vào giá trị gia tăng và cũng được hưởng một tỷ lệ đáng kể trong giá trị gia tăng.

- *"Phân tích chuỗi giá trị cá da trơn Đồng bằng sông Cửu Long",* là công trình nghiên cứu nằm trong" Dự án phân tích chuỗi giá trị cá vùng Mê Kông"với sự tài trợ của nước ngoài, nhằm đánh giá thực trạng sản xuất kinh doanh và chính sách can thiệp để đảm bảo phát triển bền vững. Nghiên cứu đã đánh giá lợi nhuận và chuỗi thu nhập phân bổ chưa hợp lý giữa các tác nhân trong chuỗi, chủ yếu tập trung vào công ty chế biến. Nghiên cứu đã chỉ ra tỷ trọng lợi nhuận và thu nhập mất cân đối giữa các tác nhân trong chuỗi như trên cho thấy tính kém bền vững trong chuỗi.

3.3. Kết luận

Từ các công trình nghiên cứu trên cho thấy còn một số khoảng trống trong nghiên cứu như sau:

- Các nghiên cứu chỉ mới phân tích chuỗi giá trị cá da trơn, tôm vùng ĐBSCL qua việc đánh giá lợi nhuận và phân phối thu nhập chưa hợp lý giữa các tác nhân trong chuỗi, chủ yếu tập trung vào công ty chế biến xuất khẩu thủy sản.

- Các công trình nghiên cứu chỉ mới nghiên cứu giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê Việt Nam trong chuỗi cà phê toàn cầu.

- Thiếu nghiên cứu toàn diện và đầy đủ về nâng cao giá trị gia tăng của từng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Thiếu nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Thiếu nghiên cứu trực diện về các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản và tác động chính sách vai trò của Nhà nước và Hiệp hội đến giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

Như vậy, đề tài nghiên cứu về ***"Nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam giai đoạn hiện nay"*** của tác giả đi sâu vào nghiên cứu và phân tích giá trị gia tăng cho doanh nghiệp và nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, tác giả phân tích vấn đề nhìn nhận ở góc độ thương mại, mối quan hệ giữa các đối tượng trong toàn bộ chuỗi cung ứng là không bị trùng lặp với các đề tài khác.

4. Các câu hỏi nghiên cứu của luận án

- Khái niệm, thực chất, nội hàm về nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là gì? Cấu trúc chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản như thế nào?

- Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu là gì? Tiêu chí đánh giá nâng cao GTGT?

- Thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian qua như thế nào?

- Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu như thế nào?

- Thực trạng nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu là gì?

- Cơ hội và thách thức của hàng thủy sản Việt Nam trong thời gian tới là gì?

- Các giải pháp gì để nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu?

5. Phương pháp nghiên cứu của luận án

Để đạt mục đích đề ra, trước hết, tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn thông qua việc tham khảo các tài liệu lý thuyết và các công trình khoa học liên quan để tìm hiểu và tổng hợp những vấn đề lý luận chung về chuỗi giá trị, giá trị gia tăng trong doanh nghiệp, từ đó đưa ra khái niệm về giá trị gia tăng của doanh nghiệp và phương pháp xác định nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Đây là bước quan trọng để tác giả xác định những dữ liệu cần được thu thập và phân tích trong việc thực hiện Luận án này.

5.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

a. Đối với dữ liệu thứ cấp:

- Tác giả tiến hành thu thập các thông tin và các số liệu thống kê về kim ngạch, thị trường, cơ cấu mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam qua số liệu thống kê của VASEP, của Tổng cục Thống kê, của Tổng cục Hải quan và qua các tài liệu khác..giai đoạn từ năm 2010 đến nay, để phân tích thực trạng xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam.

- Tác giả thu thập các số liệu thống kê trên các tạp chí, các báo cáo của Tổng cục thuỷ sản, của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, của VASEP, của các tỉnh của các hội thảo…. trong giai đoạn từ năm 2010 đến nay để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam.

- Tác giả thu thập các thông tin giá bán, các chi phí sản xuất đầu vào, vốn đầu tư… thông qua các báo cáo tài chính của các doanh nghiệp giống, nuôi trồng, chế biến xuất khẩu giai đoạn từ năm 2010 đến 2016 để nghiên cứu thực trạng GTGT của doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

b. Đối với dữ liệu sơ cấp: Để bổ sung số liệu cho phần phân tích đánh giá thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt nam. Tác giả tiến hành khảo sát các Doanh nghiệp sản xuất giống, Doanh nghiệp nuôi trồng, Doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu thủy sản Việt nam.

Đồng bằng sông Cửu long là vùng trọng điểm sản xuất thủy sản và xuất khẩu thủy sản của cả nước. Diện tích nuôi trồng thủy sản các tỉnh ĐBSCL chiếm 2/3 tổng diện tích nuôi trồng cả nước. Vùng ĐBSCL chủ yếu tập trung hai chuỗi cơ bản đó là chuỗi tôm và chuỗi cá da trơn, hai chuỗi này có nhiều tính tương đồng với nhau, trong đó cá da trơn là loài thủy sản đặc hữu với diện tích nuôi trồng là 5.500 ha chiếm hơn 95% diện tích nuôi cá da trơn với sản lượng đạt 1,1 ngàn tấn, kim ngạch xuất khẩu đạt 1,8 tỷ USD đóng góp rất lớn vào kim ngạch xuất khẩu thủy sản cả nước. Vì điều kiện có hạn, nên tác giả chọn khảo sát diển hình chuỗi cá da trơn, để cung cấp thêm các thông tin kết hợp với các số liệu và dữ liệu thứ cấp, đánh giá thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt nam.

Theo kinh nghiệm các nhà nghiên cứu cho rằng, kích thước mẫu tối thiểu phải từ 100 đến 150 (Hair & cộng sự, 2006). Cũng có nhà nghiên cứu cho rằng kích thước mẫu tới hạn phải là 200 (Hoelter, 1983). Còn dựa theo nghiên cứu của Hair, Anderson, Tatham và Black (1998), kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát. Nhưng Tabachnick và Fidell (1996) đề xuất cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức là n=50 + 8*m (m: số biến nghiên cứu độc lập). Để đạt độ xác thực cao và thỏa mãn các yếu tố nêu trên, tác giả quyết định sử dụng cỡ mẫu 180.

Dựa vào các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam được trình bày trong chương 1, tác giả xây dựng bảng câu hỏi khảo sát (Phụ lục A).

Tác giả đã phát phiếu khảo sát cho 180 doanh nghiệp; trong đó có: 105 doanh nghiệp cung cấp giống (trên tổng số 230 doanh nghiệp giống, tương đương tỷ lệ 45,65%), 10 doanh nghiệp nuôi trồng (trên tổng số 20 doanh nghiệp, tương đương tỷ lệ 50%), và 65 doanh nghiệp chế biến xuất khẩu (trên tổng số 512 doanh nghiệp, tương đương tỷ lệ 12,69%). Tuy nhiên, tác giả thu về được 150 phiếu khảo sát hợp lệ và đầy đủ thông tin. Kết quả thống kê mẫu (Phụ lục B) cho thấy: Trong 150 doanh nghiệp được khảo sát, có 85 doanh nghiệp cung cấp giống (chiếm tỷ lệ 56,67%), 10 doanh nghiệp nuôi trồng (chiếm 6,67%), và 55 doanh nghiệp chế biến xuất khẩu (chiếm 36,66%).

Dữ liệu thu thập được phân tích thống kê đơn giản với sự hỗ trợ của phần mềm Microsoft Excel 2016

5.2 Phương pháp phân tích dữ liệu

a. Phương pháp so sánh

- Phân tích so sánh kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam qua các năm.

- Phân tích so sánh GTGT của doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản giai đoạn 2010-2016.

- Phân tích so sánh giá xuất khẩu cá da trơn từng năm giai đoạn 2010-2016

- Phân tích so sánh giá bán cá da trơn nguyên liệu, giá bán thức ăn thuỷ sản qua các năm giai đoạn 2010-2016

- Phân tích so sánh các chỉ tiêu GTGT trên lao động, GTGT trên vốn, GTGT trên giá bán giai đoạn 2010-2016

b. ***Phương pháp thống kê***

Luận án sử dụng phương pháp phân tích thống kê mô tả để phân tích các số liệu tổng hợp từ các nguồn tài liệu như báo cáo tài chính doanh nghiệp, cục Hải quan, Vasep, tổng cục thuỷ sản, các tập chí thuỷ sản Việt Nam,... và kết quả điều tra từ các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

Phân tích thống kê mô tả là một công cụ thống kê được sử dụng để mô tả những đặc tính cơ bản của dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu thực nghiệm qua các cách thức khác nhau. Thống kê mô tả và thống kê suy luận cùng cung cấp những tóm tắt đơn giản về mẫu và các thước đo. Thống kê tóm tắt (dưới dạng các giá trị thống kê đơn nhất để mô tả dữ liệu). Thông thường, các nhà điều tra tìm kiếm để xác định tác động nhân quả của các biến khác nhau. Nghĩa là một hoặc vài biến độc lập ảnh hưởng đến một biến phụ thuộc.

Đặc biệt, đối với dữ liệu sơ cấp, để mô tả đặc điểm về mẫu quan sát và mô tả các yếu tố, tác giả sử dụng giá trị nhỏ nhất, lớn nhất, trung bình, độ lệch chuẩn để xác định quan điểm và sự đánh giá của đối tượng được khảo sát với mỗi yếu tố.

Từ các kết quả nghiên cứu dữ liệu thứ cấp và sơ cấp, tác giả sử dụng phương pháp tổng hợp để nhìn nhận vấn đề một cách tổng quát để có thể tìm ra nguyên nhân và làm căn cứ xây dựng các hàm ý trong Chương 3.

6. Các kết quả nghiên cứu đạt được của luận án

- Hệ thống hóa được một số vấn đề lý luận về nâng cao giá tri gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- Xây dựng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước về nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- Phân tích thực trạng nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- Luận án căn cứ vào việc phân tích thực trạng, dựa trên các tồn tại và nguyên nhân nhằm đề xuất các nhóm giải pháp cụ thể về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Nhóm giải pháp cho từng loại doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản như: doanh nghiệp sản xuất giống, doanh nghiệp nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Nhóm giải pháp Nhà nước, nhóm giải pháp hiệp hội.

7. Kết cấu luận án

Ngoài phần mở đầu và kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục thì luận án được chia thành 3 chương sau:

Chương 1: Cở sở lý luận về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thuỷ sản

Chương 2: Thực trạng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thuỷ sản Việt Nam

Chương 3: Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thuỷ sản Việt Nam

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN

1.1. Chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản

1.1.1. Chuỗi cung ứng

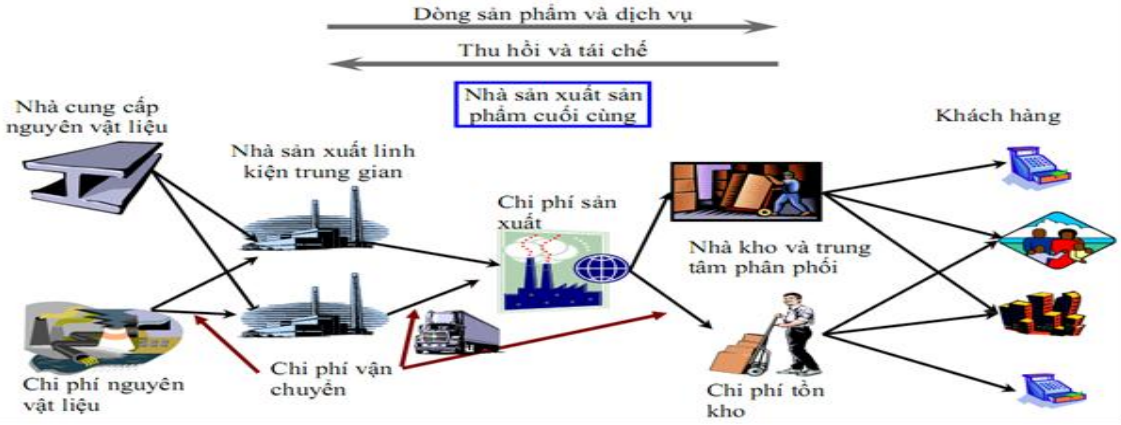
1.1.1.1. Khái niệm

Thuật ngữ chuỗi cung ứng được sử dụng khá phổ biến ở các nước công nghiệp phát triển từ những năm 50 của thế kỷ XX. Khởi đầu của việc sử dụng khái niệm chuỗi cung ứng và phương pháp phân tích chuỗi cung ứng để phân tích hệ thống nông nghiệp của các nước đang phát triển. Các công ty đã áp dụng nhiều công cụ để giảm thiểu chi phí, cải thiện năng suất, cải thiện chất lượng sản phẩm, cải thiện các thiết kế quy trình.

Trong một chuỗi cung ứng điển hình, nguyên vật liệu được mua ở một hoặc nhiều nhà cung cấp; các bộ phận được sản xuất ở một nhà máy hoặc nhiều hơn, sau đó được vận chuyển đến nhà kho để lưu trữ ở giai đoạn trung gian và cuối cùng đến nhà bán lẻ và khách hàng. Vì vậy, để giảm thiểu chi phí và cải tiến mức phục vụ, các chiến lược chuỗi cung ứng hiệu quả phải xem xét đến sự tương tác ở các cấp độ khác nhau trong chuỗi cung ứng.

Ngược lại, trên thế giới thì *"Chuỗi cung ứng là một tài sản chiến lược"*. Các công ty dẫn đầu như Wal-Mart và Dell hiểu rằng chuỗi cung ứng có thể là một sự khác biệt mang tính sống còn. Họ liên tục tìm ra những cách thức để tạo thêm giá trị và mở rộng các ranh giới của hiệu quả hoạt động. Và họ luôn phải sàng lọc chuỗi cung ứng của mình để có thể luôn đi trước một bước trong cạnh tranh. Họ biết rằng lợi thế cạnh tranh ngày hôm nay sẽ là hàng rào cản bước đối thủ vào ngày mai.

Vậy chuỗi cung ứng là gì? Tại sao các tập đoàn trên thế giới lại coi trọng nó như vậy? Ta có thể thấy rõ hơn qua sơ đồ 1.1 như sau:



Hình 1.1: Chuỗi cung ứng điển hình

(Nguồn: Micheal Hugo, 2003)

Trong hình 1.1, ta thấy có rất nhiều tổ chức tham gia vào chuỗi cung ứng như: nhà cung cấp nguyên vật liệu chính, nhà vận chuyển, nhà sản xuất trung gian, nhà sản

xuất chính, nhà phân phối và khách hàng. Như vậy, với một chuỗi cung ứng cụ thể cho một ngành hàng, ta có thể chia ra thành 3 đối tượng chính đó là: nhà cung cấp, nhà sản xuất và khách hàng. Nguồn tạo ra lợi nhuận cho toàn chuỗi đó là khách hàng cuối cùng. Do đó, mục tiêu thỏa mãn khách hàng cuối cùng là mục tiêu chung của một chuỗi cung ứng liên kết.

Hiện nay, đã có rất nhiều khái niệm về chuỗi cung ứng được nhắc đến như:

Chopra Sunil và Peter Meindl (2003), "Chuỗi cung ứng bao gồm mọi công đoạn có liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến việc đáp ứng nhu cầu khách hàng. Chuỗi cung ứng không chỉ gồm nhà sản xuất và nhà cung cấp, mà còn nhà vận chuyển, kho, người bán lẻ và bản thân khách hàng". Hay chuỗi cung ứng hiểu một cách đơn giản đó là sự kết nối các nhà cung cấp, khách hàng, nhà sản xuất và các tổ chức cung cấp dịch vụ.

Ganesham & Harrison (1995), "Chuỗi cung ứng là một chuỗi hay một tiến trình bắt đầu từ nguyên liệu thô cho tới khi sản phẩm làm ra hay dịch vụ tới tay người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi cung ứng là một mạng lưới các lựa chọn về phân phối và các phương tiện để thực hiện thu mua nguyên liệu, biến đổi các nguyên liệu này qua khâu trung gian để sản xuất ra sản phẩm, phân phối sản phẩm này tới tay người tiêu dùng".

Lee & Billington(1992), "Chuỗi cung ứng là hệ thống các công cụ để chuyển hoá nguyên liệu thô từ bán thành phẩm tới thành phẩm, chuyển tới người tiêu dùng thông qua hệ thống phân phối".

M.Porter (1990), "Chuỗi cung ứng là một quá trình chuyển đổi từ nguyên vật liệu thô cho tới sản phẩm hoàn chỉnh thông qua quá trình chế biến và phân phối tới tay khách hàng cuối cùng"

Lamber Stock & Ellram (1998), "Chuỗi cung ứng là sự liên kết giữa các doanh nghiệp nhằm đưa sản phẩm hay dịch vụ ra thị trường". Hay nói cách khác chuỗi cung ứng là sự liên kết giữa các doanh nghiệp từ khâu sản xuất đến khâu cung cấp sản phẩm ra thị trường.

Theo Christoper (2005), "Chuỗi cung ứng là một mạng lưới của các tổ chức có liên quan, thông qua các mối liên kết dòng thượng nguồn và hạ nguồn, trong các quá trình và hoạt động khác nhau nhằm tạo ra giá trị trong từng sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng".

"Chuỗi cung ứng là hệ thống bao gồm các tổ chức, con người, công nghệ, hoạt động, luồng thông tin trao đổi giữa các tổ chức về biến động thị trường, năng lực sản xuất… và các nguồn lực khác".

Như vậy, có thể nói rằng chuỗi cung ứng thực chất là sự liên kết chuỗi các hoạt động của những quá trình cung cấp hàng hóa từ khâu sản xuất đến khâu tiêu dùng. Từ các định nghĩa trên, chúng ta có thể nhận thấy nội hàm của khái niệm về chuỗi cung ứng gồm 4 nội dung sau:

Thành phần của chuỗi cung ứng bao gồm hệ thống các tổ chức, con người tham gia trực tiếp hay gián tiếp trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng, là các mắt xích đóng vai trò làm cầu nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Các tổ chức ở đây

chính là nhà cung cấp, các doanh nghiệp sản xuất, các nhà phân phối, bán lẻ và khách hàng.

Mối quan hệ đồng thời của các dòng chảy bên trong chuỗi cung ứng gồm dòng thông tin, dòng sản phẩm hay dịch vụ, dòng tài chính và dòng chuyển quyền sở hữu giữa các tác nhân.

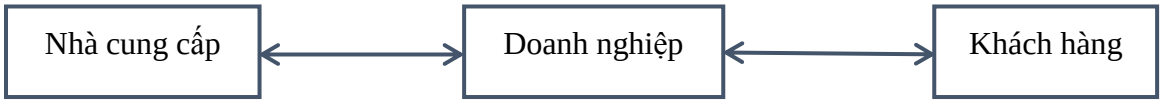
Doanh nghiệp không chỉ liên quan tới việc đưa ra thị trường sản phẩm hay dịch vụ gì, giá bao nhiêu mà còn quan tâm đến việc sản phẩm hay dịch vụ được đưa ra thị trường bằng cách nào.

Quá trình hoạt động của từng tác nhân là nhằm tạo ra giá trị gia tăng trong từng sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng.

Từ các khái niệm trên có thể thấy hầu hết các nhà kinh tế đều cho rằng chuỗi cung ứng là ***"Hệ thống các tổ chức, con người, công nghệ, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan trong việc đưa sản phẩm hay dịch vụ từ sản xuất đến người tiêu dùng. Các hoạt động của chuỗi cung ứng là quá trình tạo ra giá trị nhằm chuyển nguồn tài nguyên tự nhiên, nguyên liệu thô và các thành phần thành những sản phẩm hoàn chỉnh và tổ chức đưa sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng"***.

1.1.1.2. Cấu trúc chuỗi cung ứng và các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng

Trong hình thức giản đơn nhất, mỗi chuỗi cung ứng bao gồm một doanh nghiệp, các nhà cung cấp và khách hàng của doanh nghiệp đó. Đây là nhóm đối tượng cơ bản của một chuỗi cung ứng giản đơn.



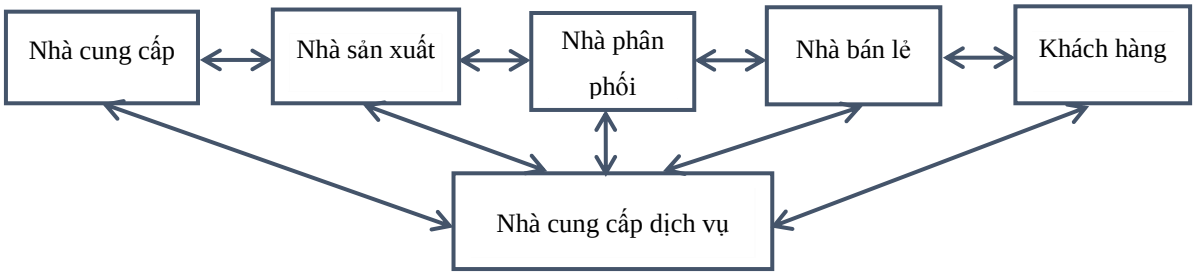
Hình 1.2: Chuỗi cung ứng đơn giản

(Nguồn: Micheal Hugos, 2003)

Với chuỗi cung ứng mở rộng, ngoài 3 thành viên trên còn có thêm 3 nhóm thành viên khác đó là nhà cung cấp của các nhà cung cấp, khách hàng của các khách hàng, và toàn bộ các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cho các công ty trong chuỗi cung ứng. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ này sẽ cung cấp dịch vụ hậu cần, tài chính, tìm hiểu thị trường, thiết kế sản phẩm và công nghệ thông tin cho các doanh nghiệp khác nhau trong chuỗi.

Các chuỗi cung ứng theo sơ đồ 1.3, đòi hỏi phải có sự kết hợp giữa các doanh nghiệp thực hiện nhiều chức năng khác nhau trong chuỗi cung ứng. Các doanh nghiệp này chính là nhà sản xuất, nhà phân phối hay nhà bán buôn, bán lẻ hàng hóa và các công ty hoặc cá nhân đóng vai trò là khách hàng, những người tiêu dùng thực sự. Các doanh nghiệp này được hỗ trợ bởi các nhà cung cấp các dịch vụ thiết yếu.

Nhà sản xuất là những đơn vị trực tiếp làm ra sản phẩm, nó có thể chuyên sản xuất nguyên vật liệu thô cũng như sản xuất những sản phẩm hoàn chỉnh. Nhà sản xuất



Hình 1.3: Chuỗi cung ứng mở rộng

(Nguồn: Micheal Hugos, 2003)

nguyên liệu thô là các công ty nuôi trồng thủy sản, các công ty khai khoáng, khai thác dầu và khí đốt,…

Nhà phân phối là các doanh nghiệp mua một khối lượng lớn hàng hóa lưu kho từ nhà sản xuất và phân phối sỉ các dòng sản phẩm đến khách hàng. Nhà phân phối giúp nhà sản xuất tránh được những tác động ảnh hưởng tiêu cực từ thị trường bằng cách lưu trữ hàng hóa và đồng thời tiến hành nhiều công tác bán hàng nhằm mục đích tìm kiếm và phục vụ khách hàng. Cùng với việc mua sản phẩm, thúc đẩy công tác bán hàng và tăng doanh thu, nhà phân phối còn đảm nhận một chức năng khác là quản lý hệ thống hàng hóa lưu kho, điều hành kho hàng, vận chuyển hàng hóa cũng như đảm nhận thêm công tác hỗ trợ khách hàng và cung cấp dịch vụ hậu mãi; môi giới sản phẩm của nhà sản xuất với khách hàng. Trong cả hai trường hợp này, nhà phân phối đóng vai trò là một đại lý liên tục nắm bắt thị hiếu, nhu cầu của khách hàng rồi đáp ứng họ với những sản phẩm sẵn có.

Nhà bán lẻ trữ hàng hóa trong kho và bán với số lượng nhỏ hơn cho khách hàng nói chung. Họ luôn theo dõi những thông tin về sở thích và nhu cầu của khách hàng mà mình phục vụ, trên cơ sở kết hợp giá cả hợp lý, sản phẩm đa dạng, phong phú, phục vụ tận tình chu đáo nhằm thu hút sự chú ý của khách hàng đến với sản phẩm của mình.

Khách hàng hay người tiêu dùng là bất kỳ một cá nhân hay một tổ chức nào thực hiện hành vi mua và sử dụng hàng hóa; họ có thể mua một sản phẩm và sau đó bán chúng cho những khách hàng khác hoặc có thể là người tiêu dùng cuối cùng của một sản phẩm, mua hàng với mục đích chỉ để sử dụng.

Nhà cung cấp dịch vụ là những cá nhân hay tổ chức cung cấp dịch vụ cho các tác nhân khác trong chuỗi. Nhà cung cấp dịch vụ chỉ tập trung vào một công việc đặc thù mà các tác nhân trong chuỗi đòi hỏi và chuyên sâu vào những kỹ năng đặc biệt để phục vụ cho công việc đó. Nhờ vậy, họ thực hiện những dịch vụ này hiệu quả hơn nhiều so với nhà cung cấp, nhà sản xuất, nhà phân phối, nhà bán lẻ hay cả người tiêu dùng tự đảm nhận với mức giá phải chăng. Đó là những công ty vận tải, dịch vụ lưu kho hàng hóa, dịch vụ tài chính, công nghệ thông tin…

Mỗi sản phẩm có nhiều chuỗi cung ứng, mỗi chuỗi cung ứng đều nhằm đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhanh nhất và giữa các chuỗi cung ứng có sự cạnh tranh với nhau. Trong thực tế, đa số các doanh nghiệp được cung cấp nguyên, vật liệu từ

nhiều nhà cung cấp khác nhau và phân phối sản phẩm thông qua một hay nhiều khách hàng khác nhau tạo nên cấu trúc mạng lưới mỗi chuỗi cung ứng sản phẩm cụ thể khác nhau, chiều dài và độ rộng chuỗi cung ứng phụ thuộc và chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố như yêu cầu của khách hàng, xu hướng chung của nền kinh tế, sự sẵn sàng của dịch vụ hậu cần, yếu tố văn hóa, tốc độ đổi mới, sự cạnh tranh, thị trường và sự sắp xếp về tài chính.

1.1.2. Khái niệm chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản

1.1.2.1. Khái niệm

Theo King và Venturini (2005) cho rằng "Quan điểm chuỗi cung ứng khuyến khích cách nhìn mang tính hệ thống rộng lớn về chuỗi tập trung nhiều vào các mối liên kết giữa các phân đoạn có tính chất kỹ thuật như là việc quản lý quá trình trong các phân đoạn". Vì vậy, chuỗi cung ứng xuất khẩu trong nông nghiệp bao gồm tất cả các khâu từ cung cấp đầu vào, sản xuất, sau thu hoạch, bảo quản, chế biến, tiếp thị, phân phối xuất khẩu, dịch vụ thực phẩm và chức năng tiêu thụ theo hướng từ "Trang trại đến nơi chuyển giao" liên tục một sản phẩm cụ thể (có thể là tiêu thụ tươi, qua chế biến hoặc từ nhà cung cấp dịch vụ thực phẩm), bao gồm cả môi trường thuận lợi bên ngoài. Những chức năng này kết nối các chuỗi cung ứng xuất khẩu, yếu tố địa lý ranh giới chính trị và thường liên quan đến một loạt các tổ chức thuộc khu vực tư nhân và công cộng. Nghiên cứu về chuỗi cung ứng xuất khẩu thực phẩm trong nông nghiệp-thực phẩm, Folkerts và Koehorst định nghĩa: Chuỗi cung ứng là một tập hợp các doanh nghiệp phụ thuộc lẫn nhau làm việc chặt chẽ với nhau để quản lý dòng chảy của hàng hóa và dịch vụ dọc theo chuỗi GTGT của sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm để nhận giá trị tốt hơn từ khách hàng ở mức chi phí thấp nhất có thể.

Theo FAO (2011) chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản: bao gồm tất cả các liên kết từ các điểm sản xuất và đưa sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng. Do đó, chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản có chứa một bộ phận thị trường hay các hệ thống tiếp thị xuất khẩu. Một hệ thống tiếp thị xuất khẩu được định nghĩa là chuỗi liên kết giữa nhà sản xuất/ nhà cung cấp và người tiêu dùng, bao gồm tất cả các cơ chế, dòng chảy, giao dịch, và dịch vụ trong đó xác định mối quan hệ lợi nhuận giữa sản xuất, cũng như cung cấp các sản phẩm vật chất. Thông qua hệ thống tiếp thị xuất khẩu hoạt động bao gồm thông tin về giá cả, tình hình thị trường, xu hướng, sở thích của người tiêu dùng,... cũng như các dòng sản phẩm vật chất, dòng tiền, tín dụng.

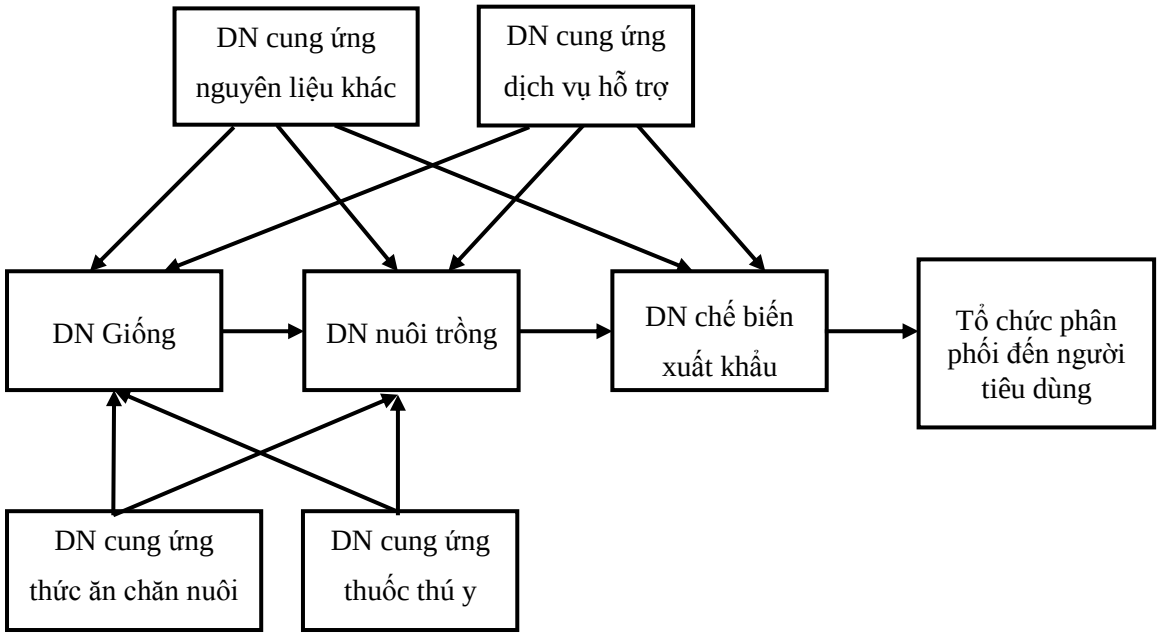
Không có một định nghĩa chính thức nào về chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, nhưng qua một vài cơ sở lý luận, có thể hiểu khái quát về chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản như sau:

"Chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là hệ thống các tổ chức, con người, công nghệ, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan trong việc đưa sản phẩm thủy sản từ khâu giống đến người tiêu dùng. Các hoạt động của chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là quá trình tạo giá trị nhằm chuyển nguồn tài nguyên nước, đất đai, con giống, thức ăn, thuốc thú y thủy sản…và các sản phẩm qua xử lý,

***chế biến hoàn chỉnh và tổ chức xuất khẩu sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng**".*

1.1.2.2. Cấu trúc và các chủ thể tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Với cấu trúc chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản hiện nay bao gồm: Doanh nghiệp giống, Doanh nghiệp nuôi trồng, Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.



Hình 1.4: Chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả)

Xác định các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, bao gồm các tác nhân tham gia dòng thượng nguồn của chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản cung cấp các yếu tố đầu vào chủ yếu như: Doanh nghiệp cung cấp giống, thức ăn cho thủy sản, thuốc thú y thủy sản, dịch vụ đầu vào, dịch vụ hỗ trợ (như dịch vụ logistics, dịch vụ tài chính, hoạt động marketing xuất khẩu). Tác nhân trung tâm chính bao gồm: khâu giống, khâu nuôi trồng, khâu chế biến và xuất khẩu. Tác nhân tham gia dòng hạ nguồn như phân phối xuất khẩu thủy sản. Mỗi tác nhân là một mắt xích, thực hiện các hoạt động trong từng công đoạn tương ứng, trên cơ sở sử dụng các yếu tố nguồn lực của mình nhằm tạo giá trị cho sản phẩm đáp ứng yêu cầu của khách hàng cuối cùng, đồng thời tạo ra giá trị gia tăng cho từng tác nhân trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- ***Doanh nghiệp giống***

Quá trình đầu tiên trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản đó là khâu giống. Khâu giống thường được ương giống tại các Trung tâm nghiên cứu sản xuất giống.

Các chi phí đầu vào để sản xuất giống bao gồm chi phí hệ thống ao nuôi trồng, máy móc thiết bị kỹ thuật công nghệ, chi phí đàn cá bố mẹ, chi phí thức ăn, chí phí thuốc TYTS được cung cấp từ các doanh nghiệp như doanh nghiệp cung cấp nguyên liệu, doanh nghiệp cung ứng thức ăn, doanh nghiệp cung ứng thuốc thú ý thủy sản, đồng thời nhận các hoạt động dịch vụ của doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ.

Trong quá trình ương, con giống được kiểm tra quản lý chất lượng chặt chẽ theo các tiêu chuẩn Global Gap, SQF 1.000, ASC, VietGap,…vì đây là tác nhân đầu tiên và rất quan trọng trong việc tạo ra giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Sau khi giống được ương sẽ cung cấp trực tiếp cho các doanh nghiệp nuôi trồng hay cung cấp con giống cho các đại lý để phân phối cho các hộ nuôi trồng nhỏ lẻ. Giá bán của doanh nghiệp giống chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng. Giá trị gia tăng được tạo ra trong doanh nghiệp giống là phần chênh lệch giữa giá bán con giống với chi phí trung gian đầu vào. Trong khâu giống này, muốn nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp thì cần tiết kiệm chi phí sản xuất đầu vào, hay tăng giá bán con giống. Do đó, phát sinh xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp giống với doanh nghiệp nuôi trồng. Tuy nhiên, dưới gốc độ phân tích nâng cao GTGT của toàn chuỗi thì nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống sẽ tác động lớn đến nâng cao GTGT của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- ***Doanh nghiệp nuôi trồng***

Doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản là tác nhân trung gian trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản.

Các yếu tố chi phí đầu vào như chi phí ao nuôi, chi phí thức ăn chế biến sẵn, thuốc thú y thủy sản, chi phí mua con giống, kỹ thuật nuôi trồng được cung cấp từ các doanh nghiệp như doanh nghiệp cung cấp nguyên liệu, doanh nghiệp cung ứng thức ăn, doanh nghiệp cung ứng thuốc thú ý thủy sản, và nhận các hoạt động dịch vụ của doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ.

Con giống là yếu tố quan trọng nhất trong khâu nuôi trồng thủy sản và là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi. Doanh nghiệp nuôi trồng mua con giống trực tiếp tại các Trung tâm sản xuất giống, được kiểm tra nghiêm ngặt về chất lượng con giống theo quy định. Trong quá trình nuôi trồng thủy sản doanh nghiệp áp dụng mô hình nuôi thâm canh theo quy trình, kỹ thuật hiện đại theo tiêu chuẩn quốc tế, kết hợp với kinh nghiệm dân gian của nghề nuôi. Doanh nghiệp nuôi thủy sản phải đạt chứng nhận nuôi trồng thủy sản theo tiêu chuẩn bền vững của Hội đồng nuôi trồng thủy sản bền vững Châu Âu (ASC).

Thủy sản sau thu hoạch sẽ được cung cấp trực tiếp cho công ty chế biến xuất khẩu. Giá bán của doanh nghiệp nuôi trồng chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Quá trình tạo ra giá trị gia tăng cao trong khâu nuôi trồng là chênh lệch giữa giá bán nguyên liệu với các chi phí trung gian đầu vào. Doanh nghiệp nuôi trồng muốn nâng cao giá trị gia tăng thì phụ thuộc nhiều vào yếu tố đầu vào như chất lượng con giống, tiết kiệm chi phí sản xuất đầu vào như chi phí thức ăn, nhiên liệu, thuốc TYTS, giảm thiểu tổn thất sau thu hoạch, tăng sản lượng sản xuất, hay tăng giá bán nguyên liệu thuỷ sản. Do đó, phát sinh xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp nuôi trồng với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Tuy nhiên, dưới gốc độ phân tích nâng cao

GTGT của toàn chuỗi thì nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng sẽ tác động lớn đến nâng cao GTGT của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- ***Doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu***

- **Khâu chế biến**

Khâu tạo ra giá trị gia tăng cao trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Đây là tác nhân làm tăng giá trị gia tăng trong chuỗi. Doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu được xây dựng gần các vùng nuôi trồng thủy sản. Doanh nghiệp chế biến thủy sản thường mua nguyên liệu từ các vùng nuôi trồng liên kết hay được cung cấp từ các doanh nghiệp nuôi trồng.

Các yếu tố chi phí sản xuất đầu vào trong khâu chế biến như chi phí đầu tư về công nghệ dây chuyền, máy móc thiết bị chế biến hiện đại, nguồn lao động có trình độ kỹ thuật cao, chi phí nguyên liệu chế biến, nhiên liệu, các chi phí này được cung cấp từ các doanh nghiệp như doanh nghiệp cung cấp nguyên liệu, doanh nghiệp cung ứng các hoạt động dịch vụ hỗ trợ.

Thủy sản sau khi trải qua quá trình chế biến thành sản phẩm thủy sản xuất khẩu như phi lê đông lạnh, sản phẩm chế biến sẵn, sản phẩm thủy sản có GTGT cao. Sản phẩm sau khi được chế biến xong sẽ được doanh nghiệp chế biến xuất khẩu trực tiếp ra các thị trường nước ngoài hay phân phối thị trường nội địa.

Quá trình tạo ra giá trị gia tăng cao trong khâu chế biến là chênh lệch giữa giá bán các sản phẩm thủy sản với các chi phí trung gian đầu vào. Doanh nghiệp chế biến muốn nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp thì cần có biện pháp tiết kiệm chi phí nguyên liệu đầu vào, liên kết chuỗi chế biến xuất khẩu thủy sản để giá cả nguyên liệu được ổn định, đa dạng hóa sản phẩm chế biến, gia tăng chế biến các sản phẩm có giá trị gia tăng cao nhằm bán với giá cao hơn. Đây là tác nhân tạo ra giá trị gia tăng lớn nhất trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

- **Khâu xuất khẩu**

Khâu xuất khẩu là khâu cuối cùng tạo ra giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Doanh nghiệp chế biến thường kết hợp khâu xuất khẩu thủy sản để đưa sản phẩm trực tiếp đến người tiêu dùng. Thông thường có hai loại hình, loại hình doanh nghiệp kết hợp vừa chế biến và xuất khẩu, loại hình doanh nghiệp mua sản phẩm thủy sản từ các công ty chế biến sau đó thay đổi mẫu mã, bao bì làm tăng giá trị gia tăng cho sản phẩm thủy sản sau đó xuất khẩu ra các thị trường nước ngoài.

Chi phí đầu vào trong khâu xuất khẩu là chi phí nguyên liệu chế biến, chi phí mua sản phẩm thủy sản thô, chi phí bao bì, các chi phí này được cung cấp từ các doanh nghiệp như doanh nghiệp cung cấp nguyên liệu, doanh nghiệp cung các hoạt động dịch vụ của doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ.

Sản phẩm thủy sản sau khi được chế biến xong sẽ được xuất khẩu trực tiếp ra các thị trường nước ngoài. Các yếu tố đầu ra như giá xuất khẩu, chi phí thăm dò thị trường xuất khẩu, chi phí logistics, chi phí marketing xuất khẩu như công tác xúc tiến

thương mại, thông tin thị trường, nhu cầu thị hiếu tiêu dùng. Giá bán của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp phân phối sản phẩm thuỷ sản. Quá trình tạo ra giá trị gia tăng cao trong khâu xuất khẩu là chênh lệch giữa giá xuất khẩu các sản phẩm thủy sản với các chi phí trung gian đầu vào. Trong khâu xuất khẩu doanh nghiệp muốn nâng cao giá trị gia tăng thì doanh nghiệp cần phải nâng cao các yếu tố đầu ra như bình ổn giá xuất khẩu, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường, mặt khác tiết kiệm chi phí trung gian đầu vào.

Do đó, phát sinh xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp chế biến xuất khẩu với doanh nghiệp phân phối sản phẩm xuất khẩu. Tuy nhiên, dưới gốc độ phân tích nâng cao GTGT của toàn chuỗi thì nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sẽ tác động lớn đến nâng cao GTGT của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản. Khâu xuất khẩu này rất quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

1.2. Khái quát về giá trị gia tăng (GTGT) và nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản

1.2.1. Khái niệm giá trị gia tăng

Có nhiều cách hiểu khác nhau về giá trị gia tăng:

Giá trị gia tăng là chỉ tiêu kinh tế tổng hợp phản ánh giá trị hàng hóa và dịch vụ mới sáng tạo ra của các hoạt động kinh tế trong một thời kỳ nhất định. Giá trị gia tăng là một bộ phận của giá trị sản xuất, bằng chênh lệch giữa giá trị sản xuất và chi phí trung gian.

Nếu nhìn từ góc độ thu nhập thì giá trị gia tăng bao gồm: Thu nhập của người lao động từ sản xuất, thuế sản xuất, khấu hao tài sản cố định dùng trong sản xuất và thặng dư sản xuất.

Dưới góc độ của người bán: Giá trị gia tăng của sản phẩm là giá trị thu được sau khi lấy giá bán trừ đi các chi phí liên quan đến quá trình bán sản phẩm đó. Sản phẩm càng có giá trị gia tăng cao thì giá trị gia tăng của sản phẩm thu được cũng sẽ cao.

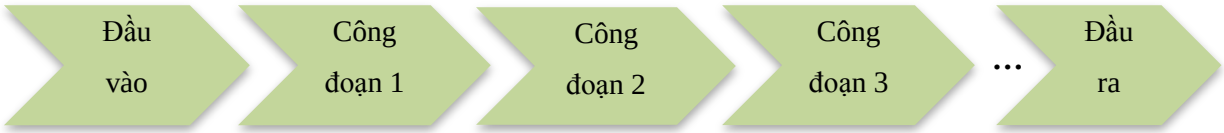
Sản phẩm giá trị gia tăng là những sản phẩm được làm từ những nguyên liệu thô, nguyên liệu có giá trị kinh tế thấp khi chế biến và phối trộn những loại nguyên liệu này với các thành phần khác… hoặc được gắn với nhãn mác, thương hiệu riêng sẽ tạo ra một sản phẩm có chất lượng tốt hơn, có giá trị kinh tế cao hơn. (Doris-Becker, 2009).

Xét trên góc độ người tiêu dùng: Giá trị gia tăng là phần chênh lệch giữa giá trị nhận được (giá trị sử dụng, giá trị nhân lực, giá trị phục vụ, giá trị thương hiệu…) và chi phí mà người tiêu dùng bỏ ra (chi phí bằng tiền, chi phí thời gian, chi phí năng lượng, chi phí tâm lý…). (Doris-Becker, 2009)

Tóm lại, Giá trị gia tăng được quan niệm là một bộ phận cấu thành của tổng giá trị sản xuất, là phần chênh lệch giữa giá trị sản xuất và chi phí trung gian.

1.2.2. Khái niệm giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu

Khái niệm về giá trị gia tăng được đề cập với mô hình "dây chuyền giá trị"(Value Chain) của Michanel Poter:



Hình 1.5: "Dây chuyền giá trị"theo Michael Porter

(Nguồn: Michael Porter, 2003)

Có thể khái quát mô hình trên như sau: từ nguyên vật liệu ở đầu vào (Input) đến mặt hàng ở đầu ra (Output) được chào mời (Offer), giá trị của sản phẩm/dịch vụ được gia tăng ở mỗi công đoạn sản xuất/chế biến. *(Michael Porter, 2003)*

Nhìn từ khía cạnh đó, nghĩa là từ khía cạnh doanh nghiệp, giá trị gia tăng tạo ra luôn luôn đi kèm với chi phí. Đơn giản mỗi công đoạn sản xuất/chế biến đòi hỏi những khoản chi phí nhất định phải thêm vào.

Nhưng nếu tổng giá trị gia tăng tạo ra bởi doanh nghiệp tương đương với tổng chi phí mà doanh nghiệp phải tốn để tạo ra sản phẩm/dịch vụ chào hàng, thì giá trị gia tăng có được bởi doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là gì?

"Giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản là giá trị gia tăng mà doanh nghiệp có được từ khoản chênh lệch giữa giá bán và chi phí trung gian đầu vào của sản phẩm/dịch vụ làm ra".

Vì thế, để tối ưu hóa giá trị gia tăng có được (nói cách khác là để đạt được lợi nhuận tối đa) doanh nghiệp vẫn thường chú trọng vào việc tác động hai yếu tố được xem là cơ bản của hoạt động kinh doanh: giá bán và chi phí trung gian đầu vào.

Trong tình hình cạnh tranh toàn cầu hóa ngày càng gay gắt, việc tác động để tăng giá đối với không ít doanh nghiệp trở nên càng lúc càng khó khăn, thì việc quản lý chi phí trung gian đầu vào được tôn lên thành nguyên tắc ưu tiên hàng đầu.

Nguyên tắc quản lý chi phí sẽ đạt hiệu quả tích cực nếu các chi phí được cắt giảm bao gồm tất cả các chi phí không những không cần thiết mà lại còn không tạo ra thêm một giá trị gia tăng nào cho doanh nghiệp.

1.2.3. Nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Mọi doanh nghiệp mong muốn có được GTGT lớn từ quá trình tạo ra sản phẩm, và ở cấp độ quốc gia cũng luôn mong muốn có những ngành hàng mà khả năng mang lại GTGT cao. Xét trên khía cạnh tổng quát nhất, nâng cao GTGT của doanh nghiệp là việc làm tăng lợi ích kinh tế, tăng tính cạnh tranh của doanh nghiệp trong quá trình sản xuất, chế biến và tiêu thụ. Quá trình nâng cao GTGT cho doanh nghiệp được thể hiện theo góc độ sau:

Một là, doanh nghiệp giảm và sử dụng hiệu quả các yếu tố đầu vào, đổi mới quá trình sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Hai là, doanh nghiệp nâng cao thu nhập từ các yếu tố sản xuất trên một khối lượng đầu vào trung gian nhất định, đồng thời giảm chi phí trung gian trên một đơn vị sản phẩm hàng hóa.

Mở rộng các công đoạn, sản xuất, chế biến (tăng thêm quy mô chi phí các nhân tố trong chuỗi giá trị sản phẩm)

Sử dụng công nghệ hiện đại, có dung lượng vốn cao trong sản xuất, chế biến sản phẩm (tăng thêm chất lượng và trình độ các nhân tố sản xuất sử dụng trong quá trình sản xuất và chế biến). Kết quả là làm cho giá trị kinh tế của sản phẩm hàng hóa từ một khối lượng đầu vào trung gian sẽ tăng lên.

Giảm chi phí trung gian của sản phẩm hàng hóa có liên quan đến việc lựa chọn, sử dụng các chi phí đầu vào trung gian thấp hơn hiệu quả sử dụng chi phí đầu vào trung gian cao.

Ba là, doanh nghiệp nâng cao năng lực sử dụng đầu vào trung gian để tạo ra được một khối lượng sản phẩm GTGT nhiều hơn.

Doanh nghiệp muốn nâng cao năng lực sử dụng đầu vào trung gian, doanh nghiệp cần lựa chọn các yếu tố đầu vào trung gian phù hợp, mở rộng năng lực sản xuất và tăng năng suất sử dụng các yếu tố đầu vào trung gian, mở rộng quy mô và nâng cao trình độ tay nghề, phát triển khoa học công nghệ kỹ thuật sản xuất.

Bốn là, doanh nghiệp tối đa hoá các hoạt động đầu ra như: tiết kiệm chi phí, đưa sản phẩm đến tay khách hàng cuối cùng.

Năm là, doanh nghiệp nâng cao năng lực tiêu thụ sản phẩm hàng hóa để tiêu thụ được khối lượng sản phẩm nhiều hơn với giá bán cao hơn. Doanh nghiệp muốn tiêu thụ được sản phẩm hàng hóa nhiều với giá bán cao, doanh nghiệp cần có khả năng thương mại, chính sách marketing phù hợp, các yếu tố thuộc về năng lực cạnh tranh sản phẩm. Đây là ý nghĩa nâng cao GTGT ngoại sinh của doanh nghiệp.

Sáu là, doanh nghiệp cần phải xây dựng thương hiệu sản phẩm, thiết kế đóng gói của riêng mình sẽ mang lại giá xuất khẩu cao.

Trong nhiều trường hợp giá trị của sản phẩm hàng hóa rất cao nhưng do mối quan hệ cung cầu trên thị trường quốc tế đối với loại hàng hóa này, thị hiếu người tiêu dùng, hoặc sự biến động không dự kiến trước của thị trường, sản phẩm hàng hóa chưa có thương hiệu nhất định, đã ảnh hưởng trực tiếp đến việc nâng cao GTGT cho doanh nghiệp. Vì vậy, yếu tố khá quan trọng là doanh nghiệp cần có tổ chức dự báo thị trường, dự báo quan hệ cung cầu, khả năng cung ứng sản phẩm, đặc biệt là phải đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu sản phẩm,… đây là những nhân tố khá quan trọng nhằm nâng cao GTGT ngoại sinh của doanh nghiệp.

Vậy nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp là nâng cao hiệu quả sản xuất, giảm chi phí trung gian đầu vào để tạo ra được một khối lượng sản phẩm GTGT cao đáp ứng nhu cầu thị trường với giá cả hợp lý.

1.2.4. Phương pháp xác định giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

1.2.4.1. Phương pháp 1: Tính trực tiếp giá trị gia tăng của doanh nghiệp

Giá trị gia tăng của doanh nghiệp được tạo nên chủ yếu từ thu nhập (hay nói cách khác là chi phí phải trả) từ các nhân tố sản xuất thực hiện ở các công đoạn sản xuất và chế biến. Như vậy cấu thành của giá trị gia tăng của doanh nghiệp (VA) bao gồm:

- Thu nhập của người sản xuất (W), bao gồm: tiền lương và các khoản có tính chất theo lương, tiền trả công lao động (bằng tiền hoặc bằng hiện vật), tiền trích bảo hiểm xã hội và các khoản phải trả khác cho người lao động.
- Thu nhập của người có đất cho thuê sử dụng vào việc sản xuất kinh doanh hàng hóa: tiền thuê đất (R).
- Thu nhập của người có tiền cho vay trong quá trình sản xuất và tiêu thụ hàng hóa: lãi suất tiền vay (In).
- Thuế kinh doanh(Ti), bao gồm thuế GTGT hàng hóa của doanh nghiệp, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế tài nguyên.
- Tiền khấu hao TSCĐ (Dp).
- Giá trị thặng dư (Pr) bao gồm: lợi nhuận thuần túy (lợi nhuận đã trừ trả lợi tức, cổ phần, lợi tức ngân hàng), lợi tức cổ phần, lợi tức tín dụng.

Như vậy giá trị gia tăng của doanh nghiệp là toàn bộ thu nhập từ các nhân tố sản xuất và chế biến, được thực hiện trong quá trình tạo ra sản phẩm hàng hóa.

Công thức tổng quát để xác định giá trị gia tăng của doanh nghiệp là:

$$\mathbf{VA = W + R + In + Dp + Ti + Pr}$$

Các yếu tố cấu thành của giá trị gia tăng của doanh nghiệp:

Cũng như giá trị sản xuất, giá trị gia tăng của doanh nghiệp có thể tính theo giá cơ bản hoặc giá người sản xuất, giá trị sản xuất tính theo giá nào thì đòi hỏi giá trị gia tăng tính theo giá đó.

Giá trị gia tăng của doanh nghiệp theo giá cơ bản bao gồm các yếu tố sau:

- *Thu nhập của người lao động* gồm tiền lương, tiền công (kể cả trả công bằng sản phẩm đối với công việc được thực hiện); các khoản bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, kinh phí công đoàn, và các khoản chi hỗ trợ khác cho người lao động tính vào chi phí sản xuất và không phải trích ra từ các quỹ độc lập của đơn vị.
- *Thuế sản xuất khác* là thuế đánh vào quá trình sản xuất của đơn vị sản xuất kinh doanh. Ở Việt Nam thuế sản xuất khác gồm: thuế môn bài, thuế môi trường, thuế tài nguyên,... và các khoản lệ phí coi như thuế (ví dụ: lệ phí trước bạ, lệ phí liên quan đến sản xuất kinh doanh,…). Trợ cấp sản xuất luôn có trong giá cơ bản. Trợ cấp sản xuất gồm có trợ cấp sản xuất khác và trợ cấp sản phẩm.
- *Khấu hao tài sản cố định* là số tiền trích khấu hao cơ bản tài sản cố định ở đơn vị phân bổ vào chi phí sản xuất kinh doanh.

- *Giá trị thặng dư /Thu nhập hỗn hợp*

+ *Giá trị thặng dư:* gồm lợi tức thuần từ hoạt động kinh doanh, lãi trả tiền vay ngân hàng, chi mua bảo hiểm tài sản.

+ *Thu nhập hỗn hợp:* chỉ tiêu này chỉ xuất hiện đối với trường hợp hộ kinh doanh cá thể do trong thực tế khó phân tách tiền lương, tiền công của chủ hộ và lao động là thành viên của hộ với giá trị thặng dư.

Theo phương pháp này giá trị gia tăng của doanh nghiệp được tính toàn bộ thu nhập từ các yếu tố sản xuất và chế biến. Phương pháp này gây khó khăn cho việc tính toán vì phải xác định toàn bộ các yếu tố thu nhập, dễ nhầm lẫn trong việc tính toán, nên thường ít sử dụng trong việc tính toán giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

1.2.4.2. Phương pháp 2 : Xác định giá trị gia tăng thông qua giá trị đầu ra và chi phí trung gian.

Theo phương pháp này, giá trị gia tăng của doanh nghiệp được xác định trên cơ sở giá trị đầu ra (tổng giá trị sản xuất) và giá trị đầu vào trung gian (giá trị trung gian), được tính như sau:

$$\mathbf{VA = (GO - IC)}$$

Trong đó :

VA là giá trị gia tăng của doanh nghiệp

GO là tổng giá trị sản xuất, được tính theo tổng doanh thu theo giá thực tế mà các đơn vị sản xuất bán cho các cơ sở thương mại,

IC là tổng chi phí trung gian được tính theo giá thực tế mà các đơn vị sản xuất mua vào.

Trên thực tế, phương pháp này được sử dụng nhiều khi tính giá trị gia tăng của doanh nghiệp chủ yếu được dựa trên hai yếu tố đó là giá trị đầu ra (giá bán) và chi phí trung gian đầu vào. Về mặt tính toán thì phương pháp này dễ dàng xác định các chỉ tiêu như giá trị đầu ra và chi phí trung gian đầu vào. Vì vậy, trong bài luận án này tác giả đã sử dụng phương pháp này để đánh giá giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

Giá trị sản xuất (GO) theo giá thực tế (hiện hành): được tính theo một số phương pháp sau:

- ***Phương pháp tính trực tiếp từ sản lượng sản phẩm***

Phương pháp này được áp dụng cho tính GO của ngành nông nghiệp. Công thức tính như sau:

$$GO = \sum_{i=1}^{n} (Q_i x \overline{P_i})$$

Trong đó:

GO: Giá trị sản xuất

Qi: Sản lượng sản phẩm i

$\overline{P_i}$ **:** Đơn giá sản xuất bình quân của sản phẩm i (ở đây, đơn giá không bao gồm thuế sản phẩm nhưng bao gồm trợ cấp sản xuất)

n: Số lượng sản phẩm

i: Sản phẩm thứ i

- ***Phương pháp tính từ các yếu tố chi phí sản xuất***

Đây là cách tính có thể áp dụng cho hầu hết các ngành hoạt động. Tuy nhiên, để áp dụng được cách tính này cần có được thông tin về chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và trợ cấp sản xuất (nếu có)

GO	**=**	**Tổng chi phí sản xuất**	**+ Lợi nhuận**	**+**	**Trợ cấp sản xuất (nếu có)**

Chi phí trung gian (IC):

- ***Xác định IC thông qua GO và hệ số IC/GO***

Chi phí trung gian là một bộ phận cấu thành của giá trị sản xuất (GO), bao gồm toàn bộ chi phí về sản phẩm vật chất và dịch vụ cho sản xuất được hạch toán vào giá thành sản phẩm, Chi phí trung gian phải là kết quả sản xuất do các ngành sản xuất ra hoặc nhập khẩu từ nước ngoài.

Công thức:

Chi phí trung gian (IC)	**=**	**Giá trị sản xuất (GO)**	**X**	**Hệ số IC/GO**

Chi phí trung gian luôn được tính theo giá người mua, nghĩa là bao gồm cả phí vận tải và thương mại và các loại chi phí khác do đơn vị sản xuất chi trả để đưa nguyên, nhiên liệu vào sản xuất.

Trong thực tế, theo cách tính trên thì rất khó khi xác định hệ số IC/GO. Vì vậy người ta thường tính IC theo phương pháp tính trực tiếp.

- ***Xác định IC theo phương pháp trực tiếp***

Cấu thành của chi phí trung gian trong giá trị sản phẩm thủy sản như: nguyên vật liệu chính (con giống, cá giống, cá nguyên liệu), vật liệu phụ (thức ăn, thuốc thú y thủy sản), chi phí xử lý ao nuôi, bao bì, nhiên liệu, năng lượng, và các chi phí khác.

1.2.5. Các chỉ tiêu đánh giá nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản cần được nhìn nhận dưới hình thức các thước đo chỉ số kinh tế, có thể lượng hóa, và có thể được thể hiện bằng các chỉ tiêu định lượng. Các chỉ tiêu định lượng chính là các thước đo để đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

Có nhiều chỉ tiêu có thể được sử dụng để đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp, bao gồm các chỉ tiêu đo lường năng suất lao động, năng suất vốn, Các chỉ tiêu này thường được sử dụng để đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

1.2.5.1. Tốc độ tăng giá trị gia tăng của doanh nghiệp

Chỉ tiêu tốc độ tăng GTGT là chỉ tiêu được đo bằng GTGT của năm thực tế trừ đi GTGT năm kế hoạch chia cho GTGT năm kế hoạch nhân cho 100%.

Tốc độ tăng GTGT được tính như sau:

$$\mathbf{I_{VA} = (VA - VA_0) / VA_0 * 100\%}$$

Trong đó: $\mathbf{I_{VA}}$ là tốc độ tăng GTGT

VA là GTGT năm thực tế

$\mathbf{VA_0}$ là GTGT năm kế hoạch

Chỉ tiêu tốc độ tăng GTGT phản ánh toàn diện về chiều sâu của quá trình sản xuất kinh doanh, chỉ có tăng trưởng kinh tế nhờ vào tăng GTGT mới là sự tăng trưởng có tính ổn định và bền vững

Chỉ tiêu tốc độ tăng GTGT cũng chính là sự phản ánh tiến bộ về khoa học và công nghệ, thể hiện kết quả của việc cải tiến tổ chức sản xuất, đổi mới công nghệ, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, nâng cao chất lượng lao động, nâng cao năng suất vốn. Áp dụng chỉ tiêu GTGT để đánh giá hoạt động sản xuất của một doanh nghiệp, một ngành hay toàn bộ nền kinh tế quốc dân, không chỉ khuyến khích người sản xuất nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và lao động để tăng GTGT mà còn tác dụng động viên họ duy trì và mở rộng quy mô sản xuất.

1.2.5.2. Chỉ tiêu đánh giá nâng cao giá trị gia tăng theo lao động

Năng suất lao động là chỉ tiêu được đo bằng giá trị gia tăng trên một đơn vị lao động. Chỉ tiêu này phản ánh giá trị gia tăng trung bình trên một đơn vị lao động tạo ra trong một thời kỳ nhất định. Giá trị gia tăng theo lao động được tính như sau:

$$\mathbf{P_L = VA/L}$$

Trong đó: $\mathbf{P_L}$ là giá trị gia tăng theo lao động.

VA là giá trị gia tăng.

L là đơn vị lao động làm việc.

Chỉ số này phản ánh lượng của cải vật chất (giá trị gia tăng) do doanh nghiệp tạo ra trên lao động trong doanh nghiệp. Nó phản ánh lượng giá trị gia tăng phân bổ cho lao động.

Nếu chỉ số này cao chỉ ra năng suất lao động cao thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình tạo ra giá trị gia tăng.

Nếu chỉ số này thấp nghĩa là các quá trình làm việc không thuận lợi như: Chi phí nguyên vật liệu và dịch vụ mua vào cao hoặc là tăng lãng phí thời gian, nhân lực.

Chỉ tiêu này thể hiện một phần năng suất của doanh nghiệp, và như vậy nó không đầy đủ như TFP. Tuy nhiên, đây lại là một chỉ tiêu được sử dụng thường xuyên nhất để đo lường năng suất, do lao động thường được xem là yếu tố đầu vào quan trọng nhất. Năng suất lao động là một chỉ tiêu tương đối dễ tính toán khi đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp.

Tốc độ nâng cao giá trị gia tăng theo lao động

Chỉ tiêu tốc độ nâng cao GTGT theo lao động là chỉ tiêu được đo bằng GTGT theo lao động của năm thực tế trừ đi GTGT theo lao động năm kế hoạch chia cho GTGT theo lao động năm kế hoạch nhân cho 100%.

Tốc độ nâng cao GTGT theo lao động được tính như sau:

$$\mathbf{I_{PL} = (P_L - P_{L0}) / P_{L0} * 100\%}$$

Trong đó: $\mathbf{I_{PL}}$ là tốc độ nâng cao GTGT theo lao động

$\mathbf{P_L}$ là GTGT theo lao động năm thực tế

$\mathbf{P_{L0}}$ là GTGT theo lao động năm kế hoạch

1.2.5.3. Chỉ tiêu đánh giá nâng cao giá trị gia tăng trên vốn

Năng suất vốn là chỉ tiêu được đo bằng giá trị gia tăng trên một đơn vị vốn cố định. Tương tự như chỉ tiêu năng suất lao động, năng suất vốn phản ánh giá trị gia tăng trung bình trên một đơn vị vốn trong một thời kỳ nhất định. Giá trị gia tăng trên vốn được tính như sau:

$$\mathbf{P_K = VA/K}$$

Trong đó: $\mathbf{P_K}$ là GTGT trên vốn.

VA là giá trị gia tăng.

K là vốn hoạt động trong kỳ.

Chỉ tiêu này thể hiện một đồng vốn bỏ ra cho kinh doanh thì có thể đem lại được bao nhiêu giá trị gia tăng, nó phản ánh hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp. Về cơ bản, tỷ số này càng cao thì phản ánh doanh nghiệp sử dụng vốn hiệu quả và ngược lại.

Đây là chỉ tiêu dùng để đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp, nhưng thường ít sử dụng hơn so với chỉ tiêu năng suất lao động.

Có hai lý do để giải thích chỉ tiêu này ít được sử dụng (i) vốn là yếu tố đầu vào không quan trọng bằng yếu tố lao động, nhất là trong các ngành chế biến, (ii) việc đo lường đầu vào là vốn khó hơn đo lường yếu tố đầu vào là lao động. Tuy vậy, năng suất vốn là một chỉ tiêu rất có ý nghĩa khi đo lường hiệu suất của vốn được sử dụng trong quá trình sản xuất.

Tốc độ nâng cao giá trị gia tăng trên vốn

Chỉ tiêu tốc độ nâng cao GTGT trên vốn là chỉ tiêu được đo bằng GTGT trên vốn của năm thực tế trừ đi GTGT trên vốn năm kế hoạch chia cho GTGT trên vốn năm kế hoạch nhân cho 100%.

Tốc độ nâng cao GTGT trên vốn được tính như sau:

$$\mathbf{I_{PK} = (P_K - P_{K0}) / P_{K0} * 100\%}$$

Trong đó: $\mathbf{I_{PK}}$ là tốc độ nâng cao GTGT trên vốn

$\mathbf{P_K}$ là GTGT theo lao động năm thực tế

$\mathbf{P_{K0}}$ là GTGT theo lao động năm kế hoạch

1.2.5.4. Chỉ tiêu đánh nâng cao giá giá trị gia tăng trên giá bán

Chỉ tiêu này được đo bằng giá trị gia tăng trên một đơn vị giá bán. Tương tự như chỉ tiêu năng suất lao động, năng suất vốn, chỉ tiêu này phản ánh giá trị gia tăng trung bình trên một đơn vị giá bán trong một thời kỳ nhất định. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\mathbf{P_P = VA/P}$$

Trong đó: $\mathbf{P_P}$ là chỉ tiêu giá trị gia tăng trên giá bán.

VA là giá trị gia tăng.

P là giá bán trong kỳ.

Chỉ số này phản ánh lượng giá trị gia tăng do doanh nghiệp tạo ra trên giá bán của doanh nghiệp. Nó phản ánh lượng giá trị gia tăng phân bổ cho giá bán.

Nếu chỉ số giá trị gia tăng trên giá bán cao thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình tạo ra giá trị gia tăng.

Tốc độ nâng cao tăng giá trị gia tăng trên giá bán

Chỉ tiêu tốc độ nâng cao GTGT trên giá bán là chỉ tiêu được đo bằng GTGT trên giá bán của năm thực tế trừ đi GTGT trên giá bán năm kế hoạch chia cho GTGT trên giá bán năm kế hoạch nhân cho 100%.

Tốc độ nâng cao GTGT trên giá bán được tính như sau:

$$\mathbf{I_{PP} = (P_P - P_{P0}) / P_{P0} * 100\%}$$

Trong đó: $\mathbf{I_{PP}}$ là tốc độ nâng cao GTGT trên giá bán

$\mathbf{P_P}$ là GTGT theo lao động năm thực tế

$\mathbf{P_{P0}}$ là GTGT theo lao động năm kế hoạch

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản

Trên cơ sở lý luận chung về giá trị gia tăng và chuỗi cung ứng thủy sản, qua nghiên cứu thực địa của tác giả, đồng thời sử dụng phương pháp tổng hợp ý kiến chuyên gia, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. Xác định được một số yếu tố ảnh hưởng đến giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản như yếu tố thuộc doanh nghiệp; yếu tố thuộc Nhà nước; yếu tố thuộc hiệp hội.

1.3.1 Các yếu tố thuộc doanh nghiệp

Trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản có nhiều nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp như: nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp cung ứng nguyên liệu, yếu tố thuộc doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ, yếu tố thuộc doanh nghiệp cung ứng thức ăn chăn nuôi, yếu tố thuộc doanh nghiệp cung ứng thuốc thú y thủy sản. Tuy nhiên, trong phạm vi nghiên cứu luận án tác giả nghiên cứu các nhóm yếu tố chính thuộc doanh nghiệp bao gồm: nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp giống; nhóm yếu tố doanh nghiệp sản xuất nuôi trồng; nhóm yếu tố doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

a. Nhóm yếu tố doanh nghiệp giống

Khâu giống trong hoạt động của ngành thủy sản đóng vai trò rất quan trọng, nó là khâu đầu tiên trong chuỗi cung ứng xuất khẩu ngành thủy sản, nên có khả năng sẽ ảnh hưởng đến tất cả các khâu còn lại của chuỗi cung ứng. Vì vậy yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến kết quả hiệu quả kinh tế của tất cả các tác nhân khác trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu. Nhóm yếu tố thuộc khâu giống bao gồm:

- ***Yếu tố đầu vào***: bao gồm yếu tố giống bố mẹ; yếu tố thuốc thú y và dịch bệnh; yếu tố thức ăn; yếu tố vốn đầu tư

➢ *Yếu tố giống bố mẹ*, đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng, sản lượng con giống trong khâu nuôi trồng, là yếu tố chi phí trung gian đầu vào của doanh nghiệp giống.

+ Chất lượng giống bố mẹ quyết định đến quá trình ương giống, giống bố mẹ có chất lượng tốt sẽ cho ra con giống sạch, khỏe, khả năng sinh trưởng cao, đề kháng tốt chống các dịch bệnh trong quá trình ương nuôi, tỷ lệ tăng trưởng trên chi phí đầu vào lớn làm nâng cao GTGT và tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp giống.

+ Giá giống cá bố mẹ ảnh hưởng đến lợi nhuận cũng như giá trị gia tăng tạo ra của doanh nghiệp. Giống cá bố mẹ tăng kéo theo chi phí sản xuất tăng lên, làm tăng giá thành sản xuất cá giống ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận và giá trị gia tăng của doanh nghiệp giống.

Quá trình nâng cao GTGT cho doanh nghiệp giống thì cần sử dụng hiệu quả yếu tố này như quản lý tốt chất lượng, giá đàn giống bố mẹ. Chất lượng đàn bố mẹ gây ra một nguồn cung cấp giống kém đã làm ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng khi nuôi trồng, giá bán cá bố mẹ tăng cao làm tăng chi phí trung gian đầu vào, các yếu tố này làm giảm hiệu quả kinh tế trong khâu giống và ảnh hưởng đến quá trình nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong toàn chuỗi cung ứng.

➢ *Yếu tố thuốc thú y và dịch bệnh*, nghề nuôi trồng thủy sản phát triển đi kèm với đó là nhu cầu sử dụng các loại thuốc kháng sinh, phòng dịch bệnh cho thủy sản. Đây là yếu tố chi phí trung gian đầu vào của doanh nghiệp giống

+ Chất lượng thuốc kháng sinh quyết định đến chất lượng con giống và chất lượng nguyên liệu thủy sản để sản xuất sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Thuốc kháng sinh có chất lượng không tốt, không rõ nguồn gốc sẽ sinh ra môi trường nuôi trồng ô nhiễm, gây ra sản phẩm thủy sản bị dư lượng kháng sinh vượt ngưỡng, ảnh hưởng rất lớn đến đến chất lượng vệ sinh dịch tễ của hàng thủy sản xuất khẩu, ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị đầu ra của doanh nghiệp, đồng thời tác động lớn đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Giá bán thuốc thú y thuỷ sản là khoản chi phí đầu vào mà doanh nghiệp ương giống quan tâm, giá bán thuốc TYTS tăng cao ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí sản xuất và quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống.

Việc sử dụng các loại thuốc kháng sinh tuỳ tiện, không rõ nguồn gốc, không theo tiêu chuẩn kỹ thuật ương giống sẽ nảy sinh các bệnh truyền nhiễm ảnh hưởng trực tiếp đến con giống. Dịch bệnh là mối đe dọa nghiêm trọng đối với sự ổn định của thủy sản xuất khẩu, ảnh hưởng trực tiếp đến GTGT của doanh nghiệp. Chất lượng, chi phí sử dụng thuốc TYTS là yếu tố chi phí trung gian đầu vào của doanh nghiệp, nên doanh nghiệp cần phải tiết kiệm, quản lý chi phí hiệu quả để nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Yếu tố thức ăn*, Thức ăn nuôi trồng thủy sản không những tác động đến năng suất, chất lượng và hiệu quả nuôi trồng thủy sản mà còn tác động trực tiếp lợi ích kinh tế của doanh nghiệp. Đây là chi phí trung gian chiếm tỷ trọng cao trong tổng chi phí sản xuất đầu vào của doanh nghiệp giống.

+ Chất lượng của thức ăn giống bố mẹ thấp, không phù hợp là một trong các nguyên nhân dẫn đến tình trạng chất lượng con giống giảm mạnh, con giống bệnh, bị nhiễm các hóa chất bị cấm, gây ảnh hưởng lớn đến quá trình nuôi trồng và cung cấp nguyên liệu thủy sản.

+ Giá bán thức ăn thủy sản cao sẽ tác động đến chi phí sản xuất của doanh nghiệp giống tăng, chi phí này thường chiếm tỷ trọng cao trong chi phí nuôi giống. Chi phí sản xuất đầu vào tăng sẽ làm ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Khi doanh nghiệp tiết kiệm và sử dụng hiệu quả yếu tố thức ăn, như nguồn cung ứng thức ăn ổn định, đảm bảo về giá cả cũng như chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm thì chi phí đầu vào giảm, thì việc nâng cao GTGT cho doanh nghiệp đạt kết quả cao.

➢ *Yếu tố vốn đầu tư:* Tình hình tài chính là một hạn chế lớn của doanh nghiệp giống thủy sản, ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ tăng trưởng và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Vốn đầu tư bao gồm: các yếu tố chi phí đầu vào cần phải đầu tư lớn như xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật ương giống, kỹ thuật phòng trừ dịch bệnh, hệ thống lồng bè, thức ăn, đội ngũ kỹ sư chuyên gia về sản xuất giống thủy sản, các máy móc thiết bị phục vụ cho khâu ương giống. Tuy nhiên khả năng tài chính của doanh nghiệp còn hạn hẹp, do đó doanh nghiệp sẽ đi vay tại các ngân hàng, hệ thống tín dụng tư nhân với lãi suất cao, dẫn đến chi phí vay tăng làm cho chi phí sản xuất tăng theo và ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp. Vì vậy, yếu tố vốn đầu tư ảnh hưởng lớn đến việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong khâu giống.

- ***Yếu tố quá trình sản xuất:*** bao gồm kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống, hệ thống quản lý chất lượng.

➢ *Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống:* Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống có tác động rất nhiều mặt đến chất lượng con giống cũng như nguyên liệu thủy sản. Nhưng dưới góc độ lợi ích kinh tế và nâng cao GTGT của doanh nghiệp thì kỹ thuật nuôi trồng có ảnh hưởng rất lớn.

+ Chất lượng đầu ra của con giống phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố kỹ thuật công nghệ bao gồm: (i)Công nghệ kỹ thuật ương giống hiện đại dẫn đến chất lượng con giống đạt tiêu chuẩn kỹ thuật và quy chuẩn kỹ thuật làm cho việc nuôi trồng thủy sản đạt được hiệu quả cao hơn; (ii) Kiểm soát môi trường và dịch bệnh: Kiểm soát chất lượng nước phù hợp và kiểm soát dịch bệnh làm cho chất lượng đầu ra con giống khỏe, không nhiễm bệnh, tăng khả năng phát triển sản lượng cũng như chất lượng trong khâu nuôi trồng tiếp theo của chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

+ Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống không đúng là một trong các nguyên nhân quan trọng làm giảm sản lượng ương giống, chất lượng đầu ra của con giống, ảnh hưởng chất lượng nguyên liệu thủy sản, không những tác động trực tiếp đến lợi nhuận mà còn tác động trực tiếp đến gia tăng GTGT của doanh nghiệp. Đây là yếu tố rất quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong khâu sản xuất giống trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

➢ *Hệ thống quản lý chất lượng:*Việc quản lý chất lượng chặt chẽ tại khâu sản xuất giống là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng giống và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp giống

+ Hệ thống quản lý chất lượng kiểu truyền thống: Hệ thống quản lý chất lượng giống theo kiểu truyền thống áp dụng cho những cơ sở ương giống có điều kiện sản xuất đơn giản, kinh doanh giống nhỏ lẻ, hệ thống kiểm tra xét nghiệm dịch bệnh trước khi cho sinh sản và xuất trại còn lạc hậu. Điều này đã làm cho chất lượng con giống thấp, con giống bị nhiễm bệnh, quyết định nghiêm trọng đến chất lượng, năng suất, sản lượng thuỷ sản nuôi nuôi trồng. Ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho doanh nghiệp giống.

+ Hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP,…được áp dụng cho những cơ sở ương giống có điều kiện sản xuất quy mô lớn, hệ thống quản lý này giúp khai thác có hiệu quả đàn giống bố mẹ có chất lượng di truyền cao về tình trạng tăng trưởng. Áp dụng tốt hệ thống này giúp nâng cao năng lực sản xuất, năng lực quản lý chất lượng giống tại các cơ sở sản xuất giống, chất lượng giống được kiểm soát chặt chẽ đảm bảo giống tốt, sạch bệnh, cung cấp giống chất lượng cao cho các cơ sở nuôi trồng và thực hiện truy xuất nguồn gốc giống. Điều này, ảnh hưởng trực tiếp đến nâng cao GTGT cho doanh nghiệp giống nói riêng cũng như các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- ***Yếu tố đầu ra:*** chất lượng con giống; giá bán; quá trình phân phối con giống

➢ *Chất lượng con giống,* là yếu tố rất quan trọng giúp nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, đồng thời làm tăng giá trị lợi nhuận, giảm thiểu rủi ro cho người nuôi, nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

+ Chất lượng con giống suy giảm là một cản trở lớn cho sự phát triển của nghề nuôi trồng thuỷ sản. Nguồn giống chất lượng thấp sẽ dẫn đến tỷ lệ hao hụt nhiều, chi

phí nuôi tăng cao, dẫn đến dịch bệnh lan rộng làm đe doạ tới môi trường nuôi làm cho chất lượng nguyên liệu thuỷ sản giảm sút.

+ Chất lượng con giống suy giảm kéo theo nhiều hệ luỵ làm cho năng suất giảm, lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp trong khâu giống thấp, cũng như giá trị gia tăng mang lại cho các doanh nghiệp trong chuỗi không cao. Đây là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Giá bán,* là yếu tố quan trọng, là khâu cuối cùng trong việc tạo ra giá trị kinh tế và tạo ra GTGT cho doanh nghiệp giống.

+ Giá bán con giống nhằm bù đắp chi phí sản xuất và tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp, doanh nghiệp sau khi sản xuất bán được con giống với giá cao sẽ bù đắp chi phí sản xuất trong quá trình ương giống, mang lại hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp, đồng thời nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong khâu giống.

+ Giá bán con giống không ổn định, giá bán thấp đồng nghĩa với việc doanh thu tạo ra thấp không đủ bù đắp chi phí sản xuất, làm cho doanh nghiệp bị lỗ, doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả, việc tạo ra GTGT cho doanh nghiệp là rất thấp. Đây là yếu tố quan trọng quyết định đến việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

- *Quá trình phân phối con giống,* là yếu tố quan trọng trong việc giảm thiểu tổn thất sau thu hoạch trong khâu giống, quá trình phân phối tốt sẽ giúp giảm thiểu chi phí, tăng giá trị lợi nhuận và làm nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp giống.

Quá trình phân phối con giống không tốt là một cản trở cho doanh nghiệp nuôi trồng, khi phân phối con giống không được bảo quản đúng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ dẫn tới con giống chết hay yếu làm cho tỷ lệ hao hụt trong quá trình vận chuyển cũng như trong khâu nuôi trồng rất cao. Điều này làm tăng chi phí sản xuất trong khâu ương giống cũng như khâu nuôi trồng, mang lại giá trị lợi nhuận và GTGT thấp. Đây là yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

b. Nhóm yếu tố doanh nghiệp sản xuất nuôi trồng

Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế và nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong khâu sản xuất nuôi trồng thủy sản đó là:

- ***Yếu tố đầu vào*:** bao gồm yếu tố con giống; yếu tố thuốc thú y và dịch bệnh; yếu tố thức ăn; yếu tố vốn đầu tư

- *Yếu tố con giống*, đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng, sản lượng nguyên liệu thủy sản trong khâu nuôi trồng, là yếu tố chi phí trung gian đầu vào và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nuôi trồng.

+ Chất lượng con giống quyết định đến năng suất nuôi trồng, con giống có chất lượng tốt có khả năng thích nghi với môi trường nuôi, con giống sạch, khỏe, khả năng sinh trưởng cao, đề kháng tốt chống các dịch bệnh trong quá trình nuôi trồng, tỷ lệ tăng trưởng trên chi phí đầu vào lớn làm tăng GTGT và tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nuôi trồng. Chất lượng con giống ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm thủy sản.

Chất lượng con giống tốt tạo ra bước nhảy vọt trong chất lượng hàng thủy sản, có khả năng làm tăng giá trị đầu ra và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Giá bán con giống là yếu tố tác động trực tiếp đến quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng, khi mua giá con giống cao thì chi phí sản xuất đầu vào cao làm tăng giá thành khâu nuôi nguyên liệu thuỷ sản, với giá bán nguyên liệu thuỷ sản không tăng thì sẽ làm giảm GTGT của doanh nghiệp. Quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng thì yếu tố giá bán con giống là yếu tố quan trọng nhất.

Quá trình nâng cao GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng thì cần sử dụng hiệu quả yếu tố này như quản lý tốt chi phí đầu vào con giống, chi phí đầu vào lớn đã làm giảm hiệu quả kinh tế trong khâu nuôi trồng và ảnh hưởng đến GTGT của các doanh nghiệp trong toàn chuỗi cung ứng.

Yếu tố con giống quyết định sản lượng và chất lượng nuôi trồng thuỷ sản của doanh nghiệp, là nguồn cung cấp nguyên liệu sạch cho các công ty chế biến xuất khẩu thì yếu tố này được quan tâm hàng đầu. Một nguồn cung cấp giống kém chất lượng đã làm ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng khi nuôi trồng, làm giảm hiệu quả kinh tế trong khâu giống và ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp

- *Yếu tố thuốc thú y và dịch bệnh*, nghề nuôi trồng thủy sản phát triển đi kèm với đó là nhu cầu sử dụng các loại thuốc kháng sinh, phòng dịch bệnh cho thủy sản. Đây là yếu tố chi phí trung gian đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng

+ Chất lượng thuốc kháng sinh quyết định đến chất lượng con giống và chất lượng nguyên liệu thủy sản để sản xuất sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Thuốc kháng sinh có chất lượng không tốt, không rõ nguồn gốc sẽ sinh ra môi trường nuôi trồng ô nhiễm, gây ra sản phẩm thủy sản bị dư lượng kháng sinh vượt ngưỡng, ảnh hưởng rất lớn đến đến chất lượng vệ sinh dịch tễ của hàng thủy sản xuất khẩu, ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị đầu ra của doanh nghiệp, đồng thời tác động lớn đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Giá bán thuốc TYTS là chi phí sản xuất đầu vào tác động đến quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng, khi chi phí thuốc TYTS tăng cao, làm tăng chi phí sản xuất nguyên liệu thuỷ sản, giảm lợi nhuận và ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Hai yếu tố giá bán và chất lượng thuốc kháng sinh tác động trực tiếp đến quá trình nuôi trồng thuỷ sản. Quản lý sử dụng thuốc kháng sinh không tốt sẽ làm nảy sinh các bệnh truyền nhiễm ảnh hưởng trực tiếp đến con giống, đến quá trình sản xuất nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu, làm giảm chất lượng sản phẩm đầu ra, giảm nguồn cung ứng nguyên liệu thuỷ sản cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, là mối đe dọa nghiêm trọng đối với sự ổn định của ngành thủy sản xuất khẩu. Doanh nghiệp tiết kiệm và quản lý hiệu quả chi phí sử dụng thuốc TYTS trong nuôi trồng thuỷ sản thì GTGT của doanh nghiệp tăng cao. Đây là yếu tố ảnh hưởng đến quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp

- *Yếu tố thức ăn*, chi phí thức ăn chiếm tỷ trọng cao trong chi phí nuôi giống, đây

là yếu tố chi phí đầu vào trong khâu nuôi trồng thủy sản, ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành nuôi trồng thủy sản và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Chất lượng của thức ăn nuôi trồng thủy sản thấp, không phù hợp là một trong các nguyên nhân dẫn đến tình trạng chất lượng nguyên liệu thủy sản giảm mạnh, thủy sản bệnh, bị nhiễm các hóa chất bị cấm, gây ảnh hưởng lớn đến quá trình nuôi trồng và cung cấp nguyên liệu thủy sản, và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Giá bán thức ăn cho thủy sản là yếu tố tác động lớn đến chi phí sản xuất đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng, chi phí này thường chiếm tỷ trọng cao trong chi phí nuôi trồng thuỷ sản. Giá bán thức ăn cao là yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận cũng như nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp cần tiết kiệm và sử dụng hiệu quả chi phí này, nguồn cung ứng thức ăn ổn định, chất lượng và giá cả được đảm bảo, chi phí sản xuất ổn định, doanh nghiệp quản lý được chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, thì việc nâng cao GTGT cho doanh nghiệp đạt kết quả cao.

- *Yếu tố vốn đầu tư*: Tình hình tài chính là một hạn chế lớn của doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản, ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ tăng trưởng và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Vốn đầu tư bao gồm: các yếu tố chi phí đầu vào cần phải đầu tư lớn như xây dựng hệ thống lồng bè, mua thức ăn số lượng lớn, xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật nuôi trồng, kỹ thuật phòng trừ dịch bệnh, đội ngũ kỹ sư chuyên gia về nuôi trồng thủy sản, các máy móc thiết bị phục vụ cho khâu nuôi trồng. Tuy nhiên khả năng tài chính của doanh nghiệp nuôi trồng còn hạn hẹp, do đó doanh nghiệp sẽ đi vay tại các ngân hàng, hệ thống tín dụng tư nhân với lãi suất cao, dẫn đến chi phí vay tăng làm cho chi phí sản xuất tăng theo và ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp. Vì vậy, yếu tố vốn đầu tư ảnh hưởng lớn đến việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong nuôi trồng.

Lãi suất ngân hàng là yếu tố ảnh hưởng đến chi phí sản xuất, khả năng sinh lợi của doanh nghiệp. Chủ động hợp tác liên kết với các ngân hàng thương mại dành sự ưu tiên nhất định về lãi suất và hạn mức tín dụng để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản đạt hiệu quả kinh tế cao đồng thời nâng GTGT của doanh nghiệp trong khâu nuôi trồng.

- ***Yếu tố quá trình sản xuất:*** kỹ thuật công nghệ nuôi trồng, hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng.

- *Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng thủy sản* có tác động rất nhiều mặt đến chất lượng nguyên liệu thủy sản. Nhưng dưới góc độ lợi ích kinh tế và nâng cao GTGT của doanh nghiệp thì kỹ thuật nuôi trồng có ảnh hưởng rất lớn.

+ Chất lượng nguyên liệu thủy sản phụ thuộc nhiều vào yếu tố kỹ thuật công nghệ gồm: (i)Công nghệ kỹ thuật nuôi hiện đại dẫn đến chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn kỹ thuật, sản lượng nuôi trồng thủy sản tăng cao và quy chuẩn kỹ thuật làm cho việc truy xuất nguồn gốc thủy sản xuất khẩu được nhiều thuận lợi hơn; (ii) Tình trạng

ô nhiễm môi trường và dịch bệnh: Kiểm soát chất lượng nước phù hợp và kiểm soát dịch bệnh một cách chặt chẽ tạo ra nguồn nguyên liệu thủy sản sạch, nguyên liệu chất lượng cao trong việc cung cấp cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, khâu nuôi trồng thủy sản mang lại hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp và gia tăng GTGT của doanh nghiệp trong khâu này.

+ Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng không đúng là một trong các nguyên nhân quan trọng làm giảm sản lượng, chất lượng đầu ra của nguyên liệu thủy sản, không những tác động trực tiếp đến lợi nhuận mà còn tác động trực tiếp đến GTGT của doanh nghiệp. Đây là yếu tố rất quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong khâu sản xuất nuôi trồng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

➢ *Hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng:*

+ *Quản lý chất lượng nuôi trồng theo truyền thống:* Hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng theo kiểu truyền thống áp dụng cho những cơ sở nuôi trồng có điều kiện sản xuất đơn giản, kinh doanh giống nhỏ lẻ, hệ thống kiểm tra xét nghiệm dịch bệnh trước khi nuôi trồng và xuất nguyên liệu còn lạc hậu. Điều này đã làm cho chất lượng nguyên liệu thuỷ sản thấp, thuỷ sản không sạch, bị nhiễm bệnh, quyết định nghiêm trọng đến chất lượng, năng suất, sản lượng sản phẩm thuỷ sản chế biến xuất khẩu. Ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng nói riêng và các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản nói chung.

+ *Quản lý chất lượng nuôi trồng theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP*,…được áp dụng cho những cơ sở nuôi trồng có điều kiện sản xuất quy mô lớn. Hay hình thành hợp tác xã sản xuất theo GlobalGap, VietGap là một bước đi mới giúp các hộ nuôi nhỏ lẻ liên kết với doanh nghiệp sản xuất chế biến trong sản xuất. Điều này giúp các hộ nuôi nhỏ lẻ yên tâm sản xuất, doanh nghiệp cung cấp thức ăn con giống, thuốc, cơ sở hạ tầng nuôi tập trung và dễ kiểm soát. Các doanh nghiệp có nguồn nguyên liệu ổn đinh, truy xuất được nguồn gốc, chất lượng nguyên liệu thuỷ sản được kiểm soát, giảm thiểu được chi phí vận chuyển. Điều này, ảnh hưởng trực tiếp đến nâng cao GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng.

- ***Yếu tố đầu ra:*** chất lượng nguyên liệu thuỷ sản; giá bán; quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản

➢ *Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản:* là yếu tố quan trọng cho ngành chế biến xuất khẩu thuỷ sản, quản lý được chất lượng nguyên liệu thuỷ sản tốt sẽ chế biến ra những sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu có giá trị cao, có hàm lượng GTGT tăng cao, đảm bảo đúng tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm xuất khẩu và vấn đề truy xuất nguồn gốc. Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản đạt chất lượng cao sẽ mang lại giá trị kinh tế cao và tăng GTGT cho doanh nghiệp trong khâu nuôi trồng thuỷ sản, cũng như khâu chế biến xuất khẩu.

+ Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản ảnh hưởng đến năng suất, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, chất lượng nguyên liệu chế biến phụ thuộc nhiều vào chất

lượng của thức ăn, thuốc và hoá chất, môi trường ao nuôi và kỹ thuật nuôi. Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản cao sẽ là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản được đảm bảo đúng yêu cầu, quy định sẽ tạo ra được những sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu có chất lượng cao, hàm lượng GTGT trong sản phẩm cao, mang lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp khâu nuôi trồng và khâu chế biến xuất khẩu. Đây là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

- *Giá bán,* là yếu tố quan trọng quyết định tạo ra GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng.

+ Giá bán nguyên liệu thuỷ sản bù đắp chi phí sản xuất trong quá trình nuôi trồng thuỷ sản. Sau khi thu hoạch doanh nghiệp bán nguyên liệu thuỷ sản với được giá cao thì doanh nghiệp sẽ bù đắp đủ chi phí sản xuất và thu được một phần lợi nhuận, giá bán thấp không đủ bù đắp chi phí sản xuất doanh nghiệp sẽ bị lỗ thì GTGT tạo ra cho doanh nghiệp là rất thấp.

+ Giá bán nguyên liệu thuỷ sản không ổn định sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tái sản xuất và hoạt động sản xuất kinh doanh nghiệp nuôi trồng. Hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp nuôi trồng là giá bán, giá đầu ra nguyên liệu thuỷ sản, giá bán này quyết định đến lợi nhuận cũng như nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

- *Quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản,* là yếu tố quan trọng trong việc cung cấp nguyên liệu cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, giúp ổn định hoạt động sản xuất thuỷ sản xuất khẩu, tạo ra lợi ích kinh tế và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu

Quản lý tổn thất sau thu hoạch và phân phối nguyên liệu thuỷ sản không được kiểm soát chặt chẽ và không ổn định là một cản trở cho doanh nghiệp nuôi trồng cũng như doanh nghiệp chế biến thuỷ sản, nguồn cung cấp nguyên liệu ổn định, đáp ứng đủ nhu cầu chế biến sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp chế biến phát triển, khi phân phối nguyên liệu thuỷ sản không được bảo quản đúng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ dẫn tới nguồn nguyên liệu không được đảm bảo làm cho tỷ lệ hao hụt trong quá trình vận chuyển cũng như trong khâu chế biến rất cao. Điều này làm tăng chi phí sản xuất trong khâu nuôi trồng cũng như khâu chế biến xuất khẩu, mang lại giá trị lợi nhuận và GTGT thấp. Đây là yếu tố làm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

c. Nhóm yếu tố doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu

- ***Yếu tố đầu vào:*** yếu tố vốn đầu tư; yếu tố nguyên liệu chế biến

- *Yếu tố vốn đầu tư:* Vốn là biểu hiện bằng tiền của tư liệu lao động và đối tượng lao động được sử dụng vào sản xuất thủy sản.

+ Vốn đầu tư là yếu tố đầu vào của doanh nghiệp trực tiếp sử dụng vào quá trình sản xuất chế biến thủy sản, cùng với các yếu tố sản xuất khác, để tạo ra sản phẩm

thủy sản (đầu ra).Vốn đầu tư bao gồm: cơ sở hạ tầng cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản, đầu tư thiết bị công nghệ hiện đại, chi phí nguyên liệu đầu vào,.. Trong điều kiện năng suất lao động không đổi, thì việc tăng vốn đầu tư trong sản xuất kinh doanh sẽ mở rộng quy mô sản xuất làm tăng thêm giá trị sản xuất thủy sản, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường và tăng GTGT của sản phẩm thủy sản.

+ Chi phí lãi vay ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí sản xuất, khi chi phí lãi vay tăng cao kéo theo chi phí sản xuất tăng cao, làm cho lợi nhuận đạt được của doanh nghiệp bị giảm, ảnh hưởng đến quá trình tạo ra GTGT cho doanh nghiệp.

Vì vậy, yếu tố vốn đầu tư là chi phí sản xuất đầu vào trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong khâu chế biến xuất khẩu.

- *Yếu tố nguyên liệu chế biến:* là yếu tố quan trọng trong việc chế biến sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu cho doanh nghiệp chế biến, giúp ổn định hoạt động sản xuất thuỷ sản xuất khẩu, đẩy mạnh chế biến sản phẩm mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra nhiều sản phẩm GTGT cao, giảm giá thành sản phẩm xuất khẩu và gia tăng GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

+ Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản chế biến là yếu tố quyết định đến chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu. Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản ổn định, đạt chất lượng cao sẽ đáp ứng đầy đủ các quy định chế biến sản phẩm xuất khẩu sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp chế biến phát triển, chất lượng nguyên liệu tốt chế biến ra sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu chứa hàm lượng GTGT cao, sản phẩm đạt chất lượng cao. Yếu tố này tác động trực tiếp đến lợi nhuận và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

+ Giá bán nguyên liệu thuỷ sản là một cản trở lớn đối với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Giá bán nguyên liệu thuỷ sản tăng cao, thiếu ổn định gây khó khăn lớn cho doanh nghiệp chế biến thuỷ sản. Nguồn cung ứng nguyên liệu chế biến ổn định, giá bán phù hợp, đạt chất lượng, thì sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp chế biến phát triển, tăng hiệu quả hoạt động. Điều này làm giảm chi phí sản xuất trong khâu chế biến xuất khẩu, mang lại giá trị lợi nhuận và khả năng tạo GTGT cao. Đây là yếu tố làm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- ***Yếu tố quá trình sản xuất:*** yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động; yếu tố mô hình liên kết chuỗi thủy sản xuất khẩu

- *Yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động:* Kỹ thuật công nghệ chế biến và trình độ tay nghề của công nhân ngành thủy sản ảnh hưởng nhất định đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu và khả năng xây dựng các tiêu chuẩn quản trị chất lượng quốc tế như HACCP, GMP,ISO,... Đây là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp chế biến áp dụng kỹ thuật công nghệ hiện đại, đội ngũ lao động có trình độ có tác động nhiều mặt đến sản phẩm thủy sản. Nhưng đứng dưới góc độ lợi ích kinh tế và hiệu quả hoạt động cũng như GTGTcủa doanh nghiệp có một ảnh hưởng rất lớn.

+ Áp dụng kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động có trình độ tay nghề sẽ ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, chế biến ra nhiều sản phẩm thủy sản xuất khẩu đạt chất lượng, hàm lượng GTGT trong sản phẩm thuỷ sản cao, mang lại giá trị cho doanh nghiệp chế biến rất lớn, lợi nhuận cao và tăng khả năng nâng cao GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

+ Chế biến sản phẩm thủy sản có GTGT cao đòi hỏi phải có kỹ thuật công nghệ chế biến hiện đại và hao phí nhiều chi phí lao động, lao động có trình độ chuyên môn cao, người lao động biết áp dụng khoa học kỹ thuật vào trong sản xuất. Sản xuất sản phẩm có GTGT cao là một vấn đề cấp bách của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản, sản phẩm có GTGT cao sẽ tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu, đem lại lợi nhuận cao.

Vì vậy, yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến sản xuất và lao động là yếu tố quan trọng để sản xuất ra những sản phẩm có hàm lượng GTGT cao mang lại lợi ích kinh tế cao cho doanh nghiệp và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong khâu chế biến.

- *Yếu tố mô hình liên kết chuỗi thủy sản xuất khẩu:* phát triển sản xuất kinh doanh theo chuỗi là xu thế tất yếu đối với các doanh nghiệp thủy sản. Việc hình thành mô hình chuỗi liên kết sẽ giúp cho các doanh nghiệp trong chuỗi tăng lợi ích kinh tế cũng như nâng cao GTGT.

+ Hình thành mô hình chuỗi liên kết thủy sản xuất khẩu giúp cân đối nguồn nguyên liệu, ổn định giá cả giữa doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, đồng thời hỗ trợ công tác truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

+ Xây dựng mô hình chuỗi liên kết thủy sản xuất khẩu tốt sẽ nâng cao được chất lượng sản phẩm xuất khẩu, nâng cao lợi thế cạnh tranh của sản phẩm, tạo dựng thương hiệu mạnh trên thị trường quốc tế.

Xây dựng tốt mối liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp và các thành phần cung ứng dịch vụ trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu, có sự phối hợp chặt chẽ giữa người sản xuất, doanh nghiệp và các tác nhân trong chuỗi dẫn đến việc tiêu thụ sản phẩm của người nuôi ở nhiều thời điểm có nhiều thuận lợi và bền vững, đồng thời ổn định về mặt chất lượng cũng như giá cả nguồn nguyên liệu đầu vào cung cấp cho doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu. Do đó, yếu tố mô hình liên kết chuỗi thủy sản xuất khẩu là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao gia tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong khâu chế biến thủy sản.

- ***Yếu tố đầu ra:*** yếu tố chất lượng sản phẩm xuất khẩu; yếu tố giá bán; yếu tố xúc tiến thương mại và phân phối sản phẩm xuất khẩu.

- *Yếu tố chất lượng sản phẩm xuất khẩu*: Chất lượng sản phẩm xuất khẩu khâu cuối cùng của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản, là yếu tố quyết định GTGT cao hay thấp cho toàn chuỗi, quyết định giá trị kinh tế và sự phát triển của toàn ngành chế biến thuỷ sản. Đây là yếu tố nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

+ Chất lượng sản phẩm xuất khẩu phụ thuộc vào trình độ kỹ thuật, trang thiết bị cũng như mức độ nghiệm ngặt của quy trình sản xuất. Phải đạt các tiêu chuẩn thương mại như đảm bảo sản phẩm sạch, an toàn vệ sinh thực phẩm của các quốc gia và vùng lãnh thổ nhập khẩu.

+ Nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu đồng thời tạo ra nhiều sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu có hàm lượng GTGT sẽ làm cho sản lượng xuất khẩu tăng và giá xuất khẩu thuỷ sản cao, mang lại lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp, đồng thời tạo ra GTGT cao cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cũng như các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất. Do đó, đây là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thuỷ sản.

- *Giá bán,* hay giá xuất khẩu là yếu tố quan trọng quyết định lợi nhuận và GTGT cao hay thấp của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

+ Giá bán, giá xuất khẩu bù đắp chi phí sản xuất của doanh nghiệp: Sau khi đầu tư các chi phí về nguyên liệu, máy móc thiết bị, chi phí lao động tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh cung cấp cho thị trường trong nước hay xuất khẩu, thì yếu tố giá bán quyết định đến doanh thu thu về sau khi bù đắp các khoản chi phí trong quá trình sản xuất, tạo ra lợi nhuận trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Giá bán, giá xuất khẩu không ổn định ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp bán được với giá cao thì lợi nhuận cao, GTGT tạo ra cho doanh nghiệp lớn, và ngược lại giá bán thấp hay không ổn định làm cho doanh nghiệp thua lỗ, dẫn đến GTGT của doanh nghiệp tạo ra là rất thấp. Yếu tố này rất quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

- *Yếu tố xúc tiến thương mại và phân phối sản phẩm xuất khẩu.*

+ *Xây dựng thương hiệu sản phẩm:* đây là yếu tố quan trọng trong quá trình phân phối, xuất khẩu sản phẩm, các sản phẩm cùng thương hiệu, sản xuất theo cùng tiêu một chuẩn nhưng có xuất xứ khác nhau thì giá trị cũng như sự đón nhận của người tiêu dùng là không giống nhau. Điều này cho thấy việc xây dựng thương hiệu sản phẩm là vô cùng quan trọng và cần thiết cho sự phát triển thuỷ sản xuất khẩu bền vững, mang lại giá trị kinh tế cao, gia tăng GTGT cho doanh nghiệp. Đây là yếu tố cho việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Sản phẩm thủy sản xuất khẩu cần hình thành thương hiệu thủy sản quốc gia, nhằm tạo ra cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản giảm bớt khâu trung gian khi xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường lớn. Xây dựng thương hiệu mạnh sẽ giúp cho các nhà xuất khẩu Việt Nam toàn quyền quyết định giá bán theo hướng nâng cao giá trị, hiệu quả cho toàn chuỗi tiến tới phát triển bền vững. Đây là yếu tố nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong khâu xuất khẩu.

+ *Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm*: Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm thủy sản là yếu tố quyết định trong khâu phân phối xuất khẩu sản phẩm thuỷ sản nhiều hay ít, là xu thế tất yếu của các doanh nghiệp trong quá trình hội nhập

kinh tế quốc tế, đồng thời làm tăng lợi ích kinh tế cũng như nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Nâng cao năng lực cạnh tranh bằng sản phẩm, cạnh tranh về chất lượng, tính hữu dụng, bao bì, nhãn mác, uy tính và chu kỳ sống của sản phẩm phù hợp với yêu cầu thị trường.

Nâng cao năng lực cạnh tranh về giá sản phẩm, giá bán có vai trò quan trọng trong cạnh tranh của doanh nghiệp, cạnh tranh về giá bán đem lại lợi ích cho người tiêu dùng lớn. Để đạt được mức giá thấp doanh nghiệp cần phải kiểm soát chi phí đầu vào hiệu quả.

Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành chế biến xuất khẩu thủy sản một cách tổng thể và đồng bộ để phát triển nâng cao giá trị hàng xuất khẩu, tạo ra sự phát sự phát triển mang tính bền vững, ổn định và xây dựng một ngành sản xuất những sản phẩm GTGT, đa dạng hóa sản phẩm, đủ điều kiện cạnh tranh trên thị trường quốc tế và làm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

1.3.2 Các yếu tố thuộc Nhà nước

a. Nhóm yếu tố về chiến lược phát triển

Nhà nước cần có chiến lược cụ thể, phù hợp với tình hình phát triển và hội nhập kinh tế nước ta để phát triển ngành thủy sản xuất khẩu nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản phát triển, tăng lợi ích kinh tế đồng thời gia tăng GTGT doanh nghiệp như: *(Bộ NNPTNT, 2010)*

- Phát triển thủy sản thành một ngành sản xuất hàng hóa, có thương hiệu uy tín, có khả năng cạnh tranh cao trong hội nhập kinh tế quốc tế, trên cơ sở phát huy lợi thế của một ngành sản xuất - khai thác tài nguyên tái tạo, lợi thế của nghề cá nhiệt đới, tăng GTGT hàng xuất khẩu.

- Tiếp tục chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động cùng với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nghề cá, gắn với việc tổ chức lại sản xuất ngành thủy sản ở tất cả các lĩnh vực: khai thác, nuôi trồng, cơ khí hậu cần dịch vụ và chế biến thủy sản theo chuỗi giá trị sản phẩm từ sản xuất nguyên liệu đến chế biến tiêu thụ, nhằm nâng cao hiệu quả tối ưu cho sản phẩm thủy sản, tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản Việt Nam.

- Xác định nông dân và doanh nghiệp là chủ thể chính của sản xuất thủy sản, đồng thời tạo sự gắn kết lợi ích giữa nông dân và doanh nghiệp là khâu đột phá trong quá trình đổi mới ngành thủy sản.

- Phát triển thủy sản theo hướng chất lượng và bền vững, trên cơ sở giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa nâng cao giá trị gia tăng với đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường, bảo vệ và phát triển nguồn lợi và an sinh xã hội.

b. Nhóm yếu tố về quy hoạch

- *Chính sách quy hoạch vùng nuôi trồng*

Quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. Việc quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản phù hợp với quy mô của việc chế biến thủy sản xuất khẩu của từng khu vực không những giúp các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu thủy sản chủ động được nguồn nguyên liệu chế biến mà còn giúp dễ dàng kiểm soát được sự ô nhiễm môi trường canh tác thông qua hạn chế việc sử dụng bừa bãi các loại thuốc kháng sinh không rõ nguồn gốc đồng thời còn giúp dễ dàng hướng dẫn việc áp dụng các kỹ thuật nuôi trồng tiên tiến, nâng cao năng suất chất lượng và GTGT thủy sản. *(Bộ NNPTNT, 2010)*

Nhà nước quy hoạch nuôi trồng thủy sản được chặt chẽ, phát huy tối đa lợi thế so sánh và nguồn lực của từng tỉnh, từng địa phương. Xây dựng quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản chung cho các tỉnh, quy hoạch vùng nuôi cho từng loại thủy sản, ưu tiên hai loại thủy sản có giá trị xuất khẩu cao. Bên cạnh đó, Nhà nước sớm xây dựng những vùng sản xuất nguyên liệu an toàn với quy mô lớn và công nghệ tiên tiến theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap, ASC,.. Đây là hướng phát triển trong thời gian tới cần được ưu tiên hàng đầu. Việc rà soát lại quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu. *(Bộ NNPTNT, 2010)*

- *Chính sách quy hoạch ngành công nghiệp chế biến thủy sản*

Nhà nước quy hoạch hệ thống các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu quy hoạch lại ngành công nghiệp chế biến thủy sản, trên cơ sở hoàn chỉnh quy hoạch nuôi trồng thủy sản, với hệ thống các cơ sở chế biến gắn với vùng nguyên liệu tập trung. Trong đó, đặc biệt ưu tiên cho công nghệ chế biến hiện đại để có thể sản xuất ra những sản phẩm có đủ tiêu chuẩn đáp ứng các thị trường khó tính và tạo ra nhiều sản phẩm giá trị gia tăng, đồng thời gia tăng GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thủy sản. *(Bộ NNPTNT, 2010)*

c. Nhóm yếu tố về chính sách kiểm soát

- *Chính sách kiểm soát con giống*

Chính sách về kiểm soát con giống nhằm đưa ra các quy định, chế tài để đảm bảo con giống được kiểm dịch trước khi đưa vào nuôi trồng. Vì con giống là yếu tố quan trọng hàng đầu để giúp nâng cao chất lượng, nâng cao GTGT thủy sản xuất khẩu. Chất lượng giống tốt, có khả năng thích ứng với môi trường nuôi nhanh, làm tăng hiệu quả nuôi trồng, bên cạnh đó giống không có mầm bệnh sẽ hạn chế sử dụng các loại thuốc kháng sinh trong quá trình nuôi trồng thủy sản. Nguyên liệu sạch sẽ giúp các nhà máy chế biến hạn chế việc phải sử dụng hóa chất để xử lý, từ đó hạn chế dư lượng hóa chất độc hại trong sản phẩm xuất khẩu.

- *Chính sách kiểm soát về thức ăn nuôi trồng*

Thức ăn nuôi trồng thủy sản không những có tác động đến năng suất và hiệu quả nuôi trồng thủy sản mà còn tác động mạnh đến chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm hàng thủy sản.

Chất lượng của thức ăn nuôi trồng thủy sản thấp và không phù hợp là một trong các nguyên nhân dẫn đến hàng thủy sản bị nhiễm các hóa chất cấm, nhiễm vi rút do các thủy sản trực tiếp ăn các thức ăn này. Ngoài ra các thức ăn kém chất lượng còn làm ô nhiễm môi trường nuôi trồng làm lây nhiễm bệnh và các vi khuẩn, các vi khuẩn vãng lai đến các thủy sản khác trong môi trường nuôi trồng.

- *Chính sách kiểm soát hóa chất, thuốc thú y*

Do khâu chọn giống của người dân còn chưa được chú trọng nên quá trình nuôi trồng thủy sản có nguy cơ nhiễm bệnh rất cao, do vậy việc sử dụng các loại thuốc kháng sinh là không thể tránh khỏi, bên cạnh đó người nuôi trồng còn sử dụng rất nhiều các chất kích thích trên thủy sản.

Chính sách kiểm soát hóa chất nhằm kiểm soát việc sử dụng các loại hóa chất đối với các mặt hàng thủy sản. Nhà nước đưa ra những quy định về những loại hóa chất được phép sử dụng, hóa chất bị hạn chế và hóa chất bị cấm sử dụng trong nuôi trồng và chế biến thủy sản, đồng thời đưa ra các chế tài xử phạt và tăng cường công tác thanh kiểm tra việc sử dụng hóa chất lên thủy sản.

Nhà nước nghiên cứu thay đổi cách tiếp cận kiểm soát an toàn thực phẩm cho phù hợp với Luật an toàn thực phẩm theo thông lệ quốc tế, tuân thủ cam kết của WTO, hài hòa với các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài để tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập, giảm phát sinh chi phí cho doanh nghiệp, đồng thời gia tăng GTGT cho doanh nghiệp.

d. Nhóm yếu tố về chính sách hỗ trợ

- *Chính sách hỗ trợ kỹ thuật nuôi trồng và chế biến*

Việc nghiên cứu, phát triển và tập huấn kỹ thuật nuôi trồng cho người dân giúp tăng hiệu quả quá trình nuôi trồng thủy sản, hạn chế những thiệt hại không đáng có do thiếu hiểu biết. Kỹ thuật nuôi trồng tiên tiến cũng góp phần hạn chế việc ô nhiễm môi trường, ô nhiễm nguồn nước xung quanh và những tác hại của dịch bệnh nếu xảy ra.

Tăng cường nghiên cứu khoa học để có thể tiếp tục hoàn thiện, phát triển giống và quy trình sản xuất giống, tạo những giống mới có chất lượng cao. Bên cạnh đó cũng cần tăng cường hợp tác quốc tế để tiếp thu những tiến bộ khoa học và những công nghệ mới. *(Bộ NNPTNT, 2013)*

- *Chính sách hỗ trợ vốn*

Chính phủ và các Bộ ngành liên quan cần có chính sách hỗ trợ như chính sách hỗ trợ tín dụng ưu đãi cho doanh nghiệp, chính sách khuyến khích hoạt động nghiên cứu khoa học, chính sách thu hút vốn đầu tư nước ngoài nhằm đẩy mạnh quá trình đầu tư theo chiều sâu, đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cấp trang thiết bị chế biến thủy sản xuất khẩu của các doanh nghiệp trong ngành, nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm thủy sản Việt Nam, qua đó nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. *(Bộ NNPTNT, 2013)*

- *Chính sách hỗ trợ thị trường, xúc tiến xuất khẩu*

Chính phủ và các Bộ ngành liên quan cần có chính sách thông tin thương mại, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường xuất khẩu trọng điểm theo ngành hàng thủy sản; Tuyên truyền xuất khẩu: Quảng bá hình ảnh ngành hàng thủy sản, thuê chuyên gia trong và ngoài nước để tư vấn phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm thủy sản, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài. Tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm thương mại tại nước ngoài, hội chợ triển lãm định hướng xuất khẩu tại Việt Nam. Tổ chức hoạt động xúc tiến tổng hợp (thương mại kết hợp đầu tư và du lịch) nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam ra nước ngoài, đồng thời thu hút đầu tư, khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam. Các hoạt động xúc tiến thương mại đã thực hiện và có hiệu quả trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu làm tăng sản lượng và kim nghạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam, tăng hiệu quả hoạt động và gia tăng GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. *(Bộ NNPTNT, 2013)*

1.3.3 Các yếu tố thuộc hiệp hội

Hiệp hội chế biến thủy sản (VASEP) là đại diện cho doanh nghiệp chế biến thủy sản, là tiếng nói chung, cầu nối giữa doanh nghiệp và Chính phủ, với mục tiêu tạo ra giúp các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản phát triển, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản cụ thể như sau:

Hiệp hội là chiếc cầu nối giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý nhà nước trong việc triển khai thực hiện các chính sách quản lý nhà nước nhằm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi gía trị thuỷ sản.

Hiệp hội hỗ trợ xúc tiến thương mại: Hiệp hội tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường mới, cung cấp đầy đủ kịp thời thông tin thị trường, giá cả, những biến động trên thị trường cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản trong Hiệp hội, với mục tiêu phát triển thị trường xuất khẩu thuỷ sản, đẩy mạnh khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, tăng giá trị đầu ra của sản phẩm, giúp nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi.

Hiệp hội hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp: Hiệp hội cung cấp thông tin thương mại kịp thời cho hội viên thông qua việc phát hành đều đặn Bản tin Thương mại Thuỷ sản hàng tuần, Tạp chí Thương mại Thủy sản hàng tháng, Báo cáo Xuất khẩu Thủy sản hàng quý và cập nhật thông tin trên cổng thông tin điện tử của Hiệp hội. Cung cấp thông tin về doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thuỷ sản thông qua các việc phát hành cuốn Danh bạ Hội viên hàng năm và Bản đồ các nhà máy chế biến thuỷ sản và các ấn phẩm khác.

Hiệp hội hỗ trợ kỹ thuật và quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm: Hiệp hội cùng với các cơ quan chức năng kiểm soát quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm trong các yếu tố đầu vào của sản xuất thuỷ sản như kiểm soát chất lượng cũng như giá bán của thức ăn, thuốc TYTS, đặc biệt là quản lý được chất lượng con giống

sạch nhằm tăng cường thế mạnh các yếu tố chi phí đầu vào để tăng năng suất sản xuất chế biến, gia tăng lợi nhuận và nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp.

Hiệp hội phát triển mô hình liên kết chuỗi giá trị sản xuất thuỷ sản xuất khẩu, từ khâu chọn giống đến khâu chế biến xuất khẩu, đáp ứng được việc truy xuất nguồn gốc của sản phẩm, nhằm đảm bảo cung cấp những sản phẩm thuỷ sản sạch, gia tăng giá trị xuất khẩu thuỷ sản và nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi.

Hiệp hội liên kết doanh nghiệp để tạo sức cạnh tranh, xây dựng và quảng bá thương hiệu thủy sản quốc gia, tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản, nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

Hiệp hội hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực bằng cách tổ chức công tác đào tạo, hỗ trợ doanh nghiệp hội viên xây dựng và phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực có trình độ cao hiện nay để nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi.

1.4 Kinh nghiệm của một số nước về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản.

Là một nước đang phát triển đi lên từ một nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp với rất nhiều yếu kém và tồn tại, để có thể đuổi kịp các nước trong khu vực và thế giới. Việt Nam cần phải có những chính sách và biện pháp thích hợp nhằm tận dụng được những lợi thế của "nước đi sau". Ngay từ những năm đầu đổi mới, Việt Nam đã có chủ trương chủ động "đi tắt, đón đầu" thông qua việc học tập kinh nghiệm của các quốc gia đi trước, trong đó có những nước đang phát triển trên thế giới và trong khu vực.

Để đưa ra được các biện pháp, chính sách đúng đắn nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, thì việc nghiên cứu và học tập kinh nghiệm của một số nước phát triển (như Na Uy, Thái Lan, Ấn Độ) là điều hết sức cần thiết.

1.4.1. Kinh nghiệm của Na Uy về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Na Uy là một quốc gia có nghề cá phát triển từ lâu đời và cũng trải qua những bước thăng trầm. Cho đến nay, nghề cá ở quốc gia này đang phát triển mạnh mẽ và có những kinh nghiệm quản lý hiệu quả, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu cá hồi. Việc nghiên cứu kinh nghiệm của nước bạn để áp dụng đối với quản lý trong sản xuất cá da trơn ở nước ta là hết sức quan trọng và cần thiết. Một số kinh nghiệm về quản lý sản xuất thủy sản tại Na Uy về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản như sau:

Na Uy hiện có bốn tổ chức tham gia quản lý thủy sản, gồm: Bộ Thủy sản và các vấn đề ven biển; Tổ chức Bán cầu Tây; Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản; Hiệp hội Bán hàng Thủy sản. Trong đó, mục tiêu hoạt của Hội đồng là: Nâng cao giá trị của thủy sản Na Uy thông qua các hoạt động mở rộng thị trường, xúc tiến thương mại, xây dựng hình ảnh thủy sản Na Uy tại thị trường trong nước và trên thế giới. Hội đồng có chức năng nhiệm vụ chính là: Phát triển thị trường xuất khẩu, thực hiện các hoạt động xúc

tiến thương mại; định hướng tiêu dùng thủy sản; tư vấn cho Chính phủ tháo gở các rào cản thương mại liên quan đến xuất khẩu thủy sản; xây dựng và quản lý thương hiệu thủy sản Na Uy.

Thứ nhất, Quản lý hạn ngạch nuôi và khái thác: Tại Na Uy, hạn ngạch được đánh giá là công cụ quản lý tốt nhất trong việc bình ổn giá cá nguyên liệu và gia tăng giá trị thủy sản xuất khẩu, cũng như nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu. Hàng năm, Na Uy kiểm soát không cho sản lượng nuôi cá hồi tăng trên 10%, gây thừa (vì thị trường tiêu thụ còn chịu tác động bởi nhiều hàng hóa thay thế khác). Việc tăng/giảm sản lượng nuôi cá hồi được quyết định dựa trên những nghiên cứu khoa học, các thông tin về thị trường tiêu thụ cá từ Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản Na Uy.

Thứ hai, quản lý giá sàn: Đối với cá hồi, Luật Xuất khẩu thủy sản Na Uy quy định các nhà xuất khẩu không được phép bán cá hồi thấp hơn giá thành sản xuất. Giá xuất khẩu cá hồi do thị trường tiêu thụ điều tiết, bị ràn buộc bởi các quy định thương mại quốc tế, vì thế không nên can thiệp bởi các quy định của Chính phủ nước xuất khẩu. Hiện tại, Na Uy đang áp dụng duy nhất giá sàn nguyên liệu cho khai thác, tiêu thụ cá tuyết thông qua hoạt động của Hiệp hội Bán hàng Thủy sản Na Uy nhằm gia tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản xuất khẩu.

Thứ ba, Phát triển thị trường xuất khẩu: Việc xúc tiến thương mại, phát triển thị trường tiêu thụ thủy sản được Chính phủ Na Uy và các doanh nghiệp chế biến thuỷ sản xuất khẩu đặc biệt coi trọng trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản. Căn cứ vào các nghiên cứu, thông tin về thị trường, Bộ Thủy sản và các vấn đề ven biển sẽ ban hành hoặc tham mưu cho Chính phủ ban hành các chính sách, quy định pháp luật về sản xuất, xuất khẩu thủy sản, trong đó có việc quy định hạn ngạch nuôi cá hồi. Hội đồng xuất khẩu thủy sản Na Uy là cơ quan thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản. Việc phân tích, đánh giá hiệu quả trước và sau khi thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản là hoạt động bắt buộc. Trong công việc điều phối, tổng hợp, sử dụng các thông tin, nguồn lực để phát triển thị trường xuất khẩu, Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản Na Uy có trách nhiệm thống kê khối lượng thủy sản của Na Uy tiêu thụ trên các quốc gia; phân tích đánh giá sự phát triển thị trường; phân tích thị hiếu và xu hướng tiêu dùng, các sự có ảnh hưởng tới tiêu thụ, vận chuyển thủy sản của Na Uy ra thị trường quốc tế.

Thứ tư, xây dựng thương hiệu chung: Thương hiệu cá hồi Na Uy được xây dựng dựa trên chất lượng, mọi cá nhân, tổ chức tham gia chuỗi sản xuất cá hồi đều phải tuân thủ theo tiêu chuẩn chất lượng. Bên cạnh thương hiệu riêng của từng công ty thì tất cả các công ty đều phải sử dụng chung một thương hiệu quốc gia cho sản phẩm cá hồi. Thương hiệu không chỉ là cái tên mà còn là chất lượng của sản phẩm. Na Uy đã thành lập Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản (NSEC) để triển khai xây dựng thương hiệu chung, nghiên cứu thị trường, quảng bá, thống kê, lập kế hoạch và giải quyết các vấn đề liên quan đến thương mại cá hồi. Nhờ có NSEC nên thủy sản Na Uy tạo dựng được vị trí

vững chắc trên thị trường và cá hồi nuôi của Na Uy đã lần lượt chinh phục các thị trường khó tính nhất đồng thời gia tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Thứ năm, kiểm soát môi trường, dịch bệnh: Năm 1985, ngành sản xuất cá hồi Na Uy bị khủng hoảng vì ô nhiễm môi trường và dịch bệnh (do chất thải từ hoạt động nuôi và sử dụng quá nhiều kháng sinh trong nuôi thủy sản). Khắc phục tình trạng này, Chính phủ Na Uy đã thực hiện các giải pháp đồng bộ như; di chuyển lồng, bè nuôi ra vị trí nước sâu hơn, vị trí vùng biển hở; khắc phục, xử lý ô nhiễm môi trường vùng nuôi; nghiên cứu, phát triển vắc-xin phòng bệnh; hạn chế sử dụng kháng sinh, thay thế bằng vắc-xin trong phòng, chống bệnh cá hồi; áp dụng các biện pháp phòng bệnh, quy định mật độ thả nuôi, định ra khoảng thời gian giữa các chu kỳ nuôi, thời điểm thả giống, điều kiện nuôi, đào tạo cán bộ thú y thủy sản; áp dụng quy định chứng nhận vùng/cơ sở nuôi an toàn và thực hiện một số giải pháp kỹ thuật khác…Qua cuộc khủng hoảng này, Na Uy đã học được cách kiểm soát hoạt động nuôi tốt hơn, nhằm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản; thay đổi hành vi người sản xuất theo hướng nuôi bền vững, bảo vệ môi trường; ban hành các quy định pháp luật phù hợp để quản lý; phát triển công nghệ và đặt ra các tiêu chuẩn kỹ thuật mới để nuôi cá hồi; đầu tư nghiên cứu, phát triển vắc-xin phòng bệnh.

Nhờ áp dụng các biện pháp trên, cùng với việc đúc kết kinh nghiệm từ những thất bại trong công tác quản lý, tạo ra GTGT cao cho các doanh nghiệp trong ngành chế biến thủy sản xuất khẩu. Đồng thời, ngành thủy sản Na Uy đã giành được rất nhiều thành công, trở thành một trong những nước dẫn đầu về hoạt động nuôi, khai thác xuất khẩu thủy sản.

1.4.2. Kinh nghiệm của Thái Lan về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Thái Lan là nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới, với các sản phẩm chủ lực như tôm, tôm thẻ chân trắng chế biến, cá ngừ,…với sản lượng gần 4 triệu tấn/năm. Thái Lan cũng là nước thành công trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, cụ thể như sau:

Thứ nhất, về con giống, nuôi trồng, khái thác thủy sản: Cục nghề cá Thái Lan đã và đang thực hiện các biện pháp kiểm soát nghề nuôi, chú trọng đặc biệt đến việc phòng ngừa dư lượng hóa chất và khả năng nhiễm vi sinh, ngăn chặn ô nhiễm môi trường và duy trì chất lượng nước ở các vùng nuôi trồng thủy sản, liên kết các nhà máy sản xuất thức ăn cung cấp cho nuôi trồng thủy sản, nghiên cứu giống mới, kỹ thuật nuôi trồng thủy sản phù hợp, xây dựng tiêu chuẩn hiện đại phù hợp với yêu cầu và xu hướng thế giới.

Khuyến khích doanh nghiệp phát huy lợi thế của ngành nuôi trồng thủy sản để trở thành nguồn cung cấp nguyên liệu chính cho các mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Thái Lan do nguồn nguyên liệu từ đánh bắt không còn đủ khả năng cung cấp cho nhu

cầu sản xuất ngày càng cao, có kế hoạch phát triển bền vững để tận dụng và quản lý nguồn tài nguyên tiềm năng.

Thứ hai, về công tác tổ chức chế biến thủy sản: Cục nghề cá Thái Lan đã thành lập phòng kiểm soát chất lượng và thanh tra thủy sản để thống nhất quản lý chất lượng thủy sản và cấp chứng chỉ cho các sản phẩm xuất khẩu đạt chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm. Các doanh nghiệp chế biến chú trọng nghiên cứu phát triển mặt hàng mới, đặc biệt là sản phẩm ăn liền và sản phẩm có giá trị gia tăng cao, theo sát xu hướng của thị trường và lối sống đang thay đổi của người tiêu dùng, đồng thời tìm kiếm những thị trường mới có triển vọng.

Nâng cao sản lượng, chất lượng cho các sản phẩm thủy sản nói chung và xuất khẩu nói riêng nhằm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản xuất khẩu. Từ năm 2004, Chính phủ Thái Lan đã chủ trương cấp quyền sử dụng mặt nước vùng ven biển trên phạm vi cả nước cho người nuôi trồng thủy sản. Người nuôi trồng được cung cấp nguồn tài chính thông qua một tổ chức tiếp thị nghề cá (Fish Marketing Organization) và tổ chức này sẽ đứng ra tổ chức các hoạt động tiếp thị sản phẩm. Người nông dân sẽ được tiếp cận với kinh nghiệm và kiến thức nuôi trồng thủy sản đầy đủ cũng như được cung cấp các loại giống tốt đảm bảo cho ra những sản phẩm thủy sản chất lượng cao và an toàn.

Thứ ba, phát triển thị trường xuất khẩu: Doanh nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thuỷ sản Thái Lan đặc biệt chú trọng đến việc xúc tiến thương mại và phát triển thị trường xuất khẩu, nhằm gia tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành xuất khẩu thuỷ sản cụ thể xác định tốt thị trường trọng điểm, phát triển tập trung vào tôm xú và tôm nước ngọt để xuất khẩu do ít bị dịch bệnh và rào cản chống bán phá giá. Nghiên cứu phát triển các sản phẩm ăn liền và các sản phẩm giá trị gia tăng cao, theo sát thị hiếu của người tiêu dùng. Nhờ nghiên cứu và phát hiện các nước theo đạo Hồi có sức mua rất mạnh thực phẩm theo quy định của Hồi giáo. Cục Xúc tiến Xuất khẩu Thái Lan đã liên tục tổ chức hội chợ triển lãm quốc tế thực phẩm của người theo đạo Hồi ở Thái Lan (THAIMEX). Nhờ vậy, hiện nay thủy sản của Thái Lan đã có mặt trên thị trường của các nước Trung Đông. Thái Lan đã chú trọng đến việc mở rộng thị trường xuất khẩu, kể cả những phân khúc thị trường tiêu thụ tiềm năng, mang lại GTGT cho doanh nghiệp ngày càng cao.

Thứ tư, việc tổ chức kênh phân phối thủy sản xuất khẩu: Doanh nghiệp Thái Lan đang hướng tới xây dựng được chuỗi xuất khẩu khép kín từ nuôi trồng đến tiêu thụ sản phẩm, thâu tóm các kênh phân phối sản phẩm cuối cùng nhằm chiếm lấy những phần thặng dư cuối cùng, cũng như GTGT cao trong chuỗi giá trị.

- Xây dựng hệ thống nuôi trồng thủy sản khép kín từ lựa chọn con giống, đến thu hoạch, cung cấp thức ăn, xử lý rác thải.

- Xây dựng các nhà máy chế biến đạt chuẩn theo yêu cầu của nước nhập khẩu, liên tục cập nhật để phù hợp với yêu cầu thế giới.

- Đẩy mạnh thâm nhập trực tiếp vào thị trường thế giới nhằm chiếm lĩnh thị trường thủy sản thế giới bằng các sản phẩm thủy sản xuất xứ Thái Lan.

- Liên kết chặt chẽ tất cả các ngành phụ trợ với các công ty thực phẩm, hộ nuôi trồng, nhà máy chế biến để tạo cho ngành nuôi trồng thủy sản phát triển.

- Tạo mối liên kết chặt chẽ giữa nông dân, nhà máy chế biến xuất khẩu và các viện nghiên cứu, tạo ra những mắc xích bền vững trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. Xây dựng đội ngũ chuyên gia thủy sản tâm huyết hợp tác chặt chẽ với nông dân, phổ biến các kiến thức kỹ thuật mới, cùng làm việc để tìm ra các giải pháp một cách nhanh chóng, hỗ trợ và hướng dẫn hoạt động các câu lạc bộ, hiệp hội thủy sản.

Tóm lại, những người tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản ở Thái Lan đã làm việc cùng nhau để phát triển, tạo ra nhiều GTGT cao cho các doanh nghiệp trong chuỗi và đưa Thái Lan lên tầm vóc hiện nay, nhưng họ cũng biết rằng cần phải tiếp tục đổi mới để duy trì vị trí dẫn đầu của Thái Lan.

1.4.3. Kinh nghiệm của Ấn Độ về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Được thiên nhiên ưu đãi với 7.517 km đường bờ biển và 2 triệu km^2 vùng biển đặc quyền kinh tế, thủy sản trở thành một ngành kinh tế trọng điểm của Ấn Độ. Nước này hiện là nhà sản xuất thủy sản lớn thứ 2 thế giới, chỉ sau Trung Quốc và chiếm 6% tổng sản lượng thủy sản toàn cầu. Ấn Độ là một trong những quốc gia có ngành thủy sản phát triển và đóng góp quan trọng cho nền kinh tế quốc dân. Theo cơ quan Xúc tiến Xuất khẩu Thủy sản Ấn Độ (MPEDA). Trong năm 2013-2014 xuất khẩu thủy sản của Ấn Độ lần đầu tiên vượt mức 5 tỷ USD, tổng sản lượng xuất khẩu đạt 983.756 tấn tương đương đạt 5,007 tỷ USD tăng 42,6%, tính theo đồng Rupi đạt 30.213,26 Crore Rupi tăng 60,23% so với năm tài chính trước. Đông Nam Á là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Ấn Độ, chiếm 26,38% tính theo đồng USD; tiếp theo là Mỹ chiếm 25,68%; Châu Âu chiếm 20,24%; Nhật Bản chiếm 8,21%; Trung Quốc chiếm 5,85%; Trung Đông chiếm 5,45%.

Theo cơ quan Xúc tiến Xuất khẩu Thủy sản Ấn Độ (MPEDA) sự tăng trưởng mạnh trong sản xuất và xuất khẩu tôm và các sản phẩm đông lạnh khác đã giúp ngành thủy sản Ấn Độ đạt mức xuất khẩu cao. Ngành thủy sản xuất khẩu của Ấn Độ chủ yếu dựa vào sản phẩm tôm đông lạnh và tôm chân trắng. Tôm đông lạnh vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Ấn Độ, chiếm 64,12% về giá trị xuất khẩu và chiếm 30,64% về khối lượng. Tổng sản lượng tôm xuất khẩu năm 2013-2014 đạt 301.435 tấn, tương tương chiếm 3,21 tỷ USD. Trong đó, Mỹ là thị trường tiêu thụ tôm động lạnh lớn nhất đạt 95.927 tấn chiếm 31,82%; tiếp đến là Châu Âu đạt 73.487 tấn chiếm 24,38%; Đông Nam Á đạt 52.533 tấn chiếm 17,43%; và Nhật Bản đạt 28.719 tấn chiếm 9,53%.

Để đạt được những thành tựu trong quá trình xuất khẩu thủy sản, Ấn Độ đã thực hiện nhiều biện pháp khác nhau. Đồng thời, cũng là nước thành công trong việc nâng

cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, cụ thể như sau:

Thứ nhất, về quản lý chất lượng thủy sản xuất khẩu: Việc quản lý chất lượng thuỷ sản xuất khẩu là yếu tố quan tâm hàng đầu được các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản cũng như Chính phủ Ấn Độ nhằm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng. Chính phủ Ấn Độ đã ban hành một số văn bản pháp lý để đảm bảo quản lý chất lượng và đưa ra tiêu chuẩn bắt buộc đối với một số loại thủy sản và sản phẩm thủy sản, quản lý kế hoạch kiểm tra trước khi giao hàng, thành lập Hội đồng thanh tra xuất khẩu từ năm 1963. Các công ty xác định và đề ra chính sách chất lượng cho công ty của mình. Hầu hết các công ty chế biến đã áp dụng HACCP như một phương pháp đảm bảo tính chân thực của sản phẩm, vì vậy các sản phẩm thủy sản đều đạt chất lượng và đã xuất thành công sang các thị trường khó tính, quản lý nghiêm ngặt như: Mỹ, Nhật Bản, EU,…

Thứ hai, về khâu sản xuất và chế biến xuất khẩu: Ngành công nghiệp nuôi trồng chế biến thủy sản Ấn Độ, đã liên kết được các khâu trong chuỗi cung ứng thủy sản một cách chặt chẽ, các khâu trong chuỗi đã vận dụng các phương pháp nuôi trồng khoa học, tập trung sản xuất những sản phẩm có giá trị gia tăng, đạt hiệu quả cao để đảm bảo sản phẩm có tính cạnh tranh trên thị trường thế giới. Ngoài ra Chính phủ đã hỗ trợ và can thiệp sâu vào ngành nuôi trồng chế biến thủy sản xuất khẩu. Chính phủ bảo trợ tiến hành dự án "Nuôi trồng thủy sản sinh thái" theo đó mọi quy trình sản xuất như ươm giống, sản xuất thức ăn, trại nuôi, chế biến và xuất khẩu đều phải tuân thủ theo tiêu chuẩn sinh thái toàn cầu. Đây là biện pháp nhằm đảm bảo các sản phẩm thủy sản xuất khẩu đáp ứng được các yêu cầu khắt khe trong kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm, tạo ra giá trị kinh tế cao và gia tăng GTGT cho doanh nghiệp.

Chủ trương nhập khẩu nguyên liệu thủy sản để đưa vào chế biến, gia tăng giá trị và tái xuất khẩu, nhằm phục vụ cung cấp đủ nguyên liệu cho các nhà máy sản xuất của Ấn Độ.

Tiếp cận công nghệ mới và hệ thống sản xuất tiên tiến, đáp ứng tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, một mặt giữ vững các thị trường truyền thống, mặt khác tiếp tục mở rộng các thị trường tiềm năng khác. Tập trung xuất khẩu thủy sản vào thị trường các sản phẩm giá trị gia tăng, cắt giảm chi phí để đảm bảo giá thành sản phẩm xuất khẩu.

Thứ ba, về phát triển thị trường xuất khẩu và xây dựng thương hiệu: Phát triển thị trường xuất khẩu và xây dựng, quảng bá thương hiệu được các doanh nghiệp cũng như Chính phủ Ấn Độ quan tâm nhằm tạo ra giá trị kinh tế cao và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng. Ấn Độ thành lập cơ quan Xúc tiến Xuất khẩu Thủy sản (Marine Products Export Development Authority – MPEDA) vào năm 1972 với chức năng quản lý và giám sát tất cả các lĩnh vực trong ngành thủy sản, các tiêu chuẩn xuất khẩu, chế biến, mở rộng thị trường và đào tạo; giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản tìm hiểu thị trường, xúc tiến xuất khẩu, tìm hiểu các yêu cầu về buôn bán và nhập các mặt hàng thiết yếu của các nước. MPEDA đã thành lập hai văn phòng xúc tiến thương mại ở nước ngoài: Ở Tokyo năm 1978 và New York năm 1983. Các

văn phòng liên lạc chặt chẽ với các quan chức sứ quán Ấn Độ, duy trì các mối quan hệ cộng đồng ở các nước sở tại để cải thiện hình ảnh thủy sản Ấn Độ. Công tác xúc tiến xuất khẩu và quảng bá thương hiệu được đặc biệt quan tâm cùng với sự tạo điều kiện của Chính phủ và sự tham gia rất tích cực của các doanh nghiệp. Ngoài ra, MPEDA còn tiến hành một số chương trình hỗ trợ tài chính, hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sản xuất các mặt hàng theo định hướng xuất khẩu, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, phục vụ thị trường quốc tế.

1.4.4. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam về nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản

Việt Nam được đánh giá là một trong những nhà cung cấp có bước tiến vượt bậc trên thị trường thủy sản thế giới trong thập kỷ qua, với thành tích đưa mặt hàng cá da trơn vào danh sách loại thủy sản được tiêu thụ phổ biến ở các thị trường tiêu thụ lớn chỉ sau gần một thập kỷ tung ra thị trường và thị phần tôm đông lạnh Việt Nam cũng tăng lên nhanh chóng.

Nhưng đằng sau những thành tích ấy vẫn phải thừa nhận thực tế mặc dù rất năng động nhưng ngành hàng thủy sản vẫn mới chỉ dừng lại ở phân khúc sản xuất nguyên liệu và chế biến xuất khẩu sản phẩm thô. Trong chuỗi giá trị hàng thủy sản, ý tưởng sản phẩm, thương hiệu và phân phối, những mắt xích có giá trị gia tăng cao vẫn thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài. Dưới cách tiếp cận ở gốc độ vĩ mô từ sự thành công và thất bại của các nước xuất khẩu thủy sản lớn trên thế giới như Na Uy, Thái Lan, Ấn Độ,…có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm để nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi xuất khẩu thủy sản Việt Nam như sau:

a. Về phía doanh nghiệp

Thứ nhất, về con giống, nuôi trồng thủy sản: Cần có các biện pháp kiểm soát nghề nuôi, chú trọng đặc biệt đến việc phòng ngừa dư lượng hóa chất và khả năng nhiễm vi sinh, ngăn chặn ô nhiễm môi trường và duy trì chất lượng nước ở các vùng nuôi trồng thủy sản, liên kết các nhà máy sản xuất thức ăn cung cấp cho nuôi trồng thủy sản, nghiên cứu giống mới, kỹ thuật nuôi trồng thủy sản phù hợp, xây dựng tiêu chuẩn hiện đại phù hợp với yêu cầu và xu hướng thế giới.

Thứ hai, về khâu sản xuất và chế biến xuất khẩu: Các doanh nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần liên kết được các khâu trong chuỗi cung ứng thủy sản một cách chặt chẽ, các khâu trong chuỗi được vận dụng các phương pháp nuôi trồng khoa học, tập trung sản xuất những sản phẩm có giá trị gia tăng, đạt hiệu quả cao để đảm bảo sản phẩm có tính cạnh tranh trên thị trường thế giới. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam nên có chủ trương nhập khẩu nguyên liệu thủy sản để đưa vào chế biến, gia tăng giá trị và tái xuất khẩu, nhằm phục vụ cung cấp đủ nguyên liệu cho các nhà máy chế biến. Tiếp cận công nghệ mới và hệ thống sản xuất tiên tiến, đáp ứng tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, một mặt giữ vững các thị trường truyền thống, mặt khác tiếp tục mở rộng các thị trường tiềm năng khác. Tập trung xuất khẩu thủy sản vào thị trường các sản phẩm giá trị gia tăng, cắt giảm chi phí để đảm bảo giá thành sản phẩm xuất khẩu.

Thứ ba, về phát triển thị trường xuất khẩu và xây dựng thương hiệu: Các doanh

nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần thành lập cơ quan Xúc tiến Xuất khẩu Thủy sản với chức năng quản lý và giám sát tất cả các lĩnh vực trong ngành thủy sản, các tiêu chuẩn xuất khẩu, chế biến, mở rộng thị trường và đào tạo; giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản tìm hiểu thị trường, xúc tiến xuất khẩu, tìm hiểu các yêu cầu về buôn bán và nhập các mặt hàng thiết yếu của các nước. Ngoài ra, cơ quan này còn tiến hành một số chương trình hỗ trợ tài chính, hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sản xuất các mặt hàng theo định hướng xuất khẩu, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, phục vụ thị trường quốc tế.

b. Về phía Nhà nước

Thứ nhất, ngành thủy sản Việt Nam cần xây dựng liên kết và quản lý chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu một cách chặt chẽ, từ khâu cung cấp thức ăn, con giống, nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, các khâu trong chuỗi phải vận dụng các phương pháp nuôi trồng khoa học, tập trung sản xuất những sản phẩm có giá trị gia tăng, đạt hiệu quả cao để đảm bảo sản phẩm có tính cạnh tranh trên thị trường thế giới để nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp của các tác nhân trong chuỗi.

Thứ hai, thành lập cục kiểm soát chất lượng và thanh tra thủy sản để thống nhất quản lý chất lượng thủy sản và cấp chứng chỉ cho các sản phẩm xuất khẩu đạt chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm. Quản lý chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu từ khâu chế biến thức ăn, khâu con giống, khâu nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Thứ ba, xây dựng thương hiệu chung cho thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, thương hiệu riêng cho mặt hàng cá da trơn hay tôm Việt Nam xây dựng dựa trên chất lượng. Các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng cá da trơn, tôm đều phải tuân thủ theo tiêu chuẩn chất lượng. Bên cạnh thương hiệu riêng của từng doanh nghiệp thì tất cả các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu đều phải sử dụng chung một thương hiệu quốc gia cho sản phẩm cá da trơn, tôm để xuất khẩu ra thị trường thế giới.

Thứ tư, Chính phủ cần quản lý hạn ngạch nuôi và khai thác: Quản lý hạn ngạch nuôi là công cụ quản lý tốt nhất trong việc bình ổn giá cả nguyên liệu và gia tăng giá trị thủy sản xuất khẩu.

Thứ năm, Hiệp hội Chế biến Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (Vasep) cần quản lý được giá sàn xuất khẩu. Đối với mặt hàng thủy sản xuất khẩu Vasep phải quy định các nhà xuất khẩu không được phép bán giá thấp hơn giá thành sản xuất. Nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu và gia tăng GTGT của doanh nghiệp.

Thứ sáu, phát triển thị trường xuất khẩu, nâng cao hiệu quả hoạt động kênh phân phối thủy sản. Phân phối thủy sản đang là khâu yếu kém Vasep cần xem xét việc xúc tiến thương mại, phát triển thị trường tiêu thụ thủy sản đặc biệt quan trọng thông qua kênh tiếp thị, quảng cáo, tham gia tổ chức hội chợ thủy sản khu vực và thế giới…

Thứ bảy, kiểm soát môi trường, dịch bệnh: ngành thủy sản xuất khẩu Việt Nam nên học được cách kiểm soát hoạt động nuôi tốt hơn; thay đổi hành vi người sản xuất theo hướng nuôi trồng bền vững, bảo vệ môi trường; ban hành các quy định pháp luật phù hợp để quản lý; phát triển công nghệ và đặt ra các tiêu chuẩn kỹ thuật mới để nuôi cá da trơn, tôm; đầu tư nghiên cứu, phát triển vắc-xin phòng bệnh.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1, Tác giả thể hiện một cách cơ bản những cở sở lý luận về giá trị gia tăng, nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp, chuỗi cung ứng mặt hàng thủy sản và là cơ sở quan trọng cho việc triển khai nội dung phân tích về thực trạng nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam, thì việc nghiên cứu các vấn đề về cơ sở lý luận về giá trị gia tăng của mặt hàng thủy sản trong chuỗi cung ứng là rất cần thiết. Trong chương 1 này tác giả đã giải quyết được một số vấn đề cơ bản sau:

Thứ nhất, khái quát hóa một số vấn đề lý luận về nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp, trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản.

Thứ hai, xác định tiêu chí đánh giá nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản.

Thứ ba, nghiên cứu kinh nghiệm của một số quốc gia trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản, từ đó rút ra một số bài học kinh nghiệm áp dụng cho Việt Nam.

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN VIỆT NAM

2.1. Tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian qua

2.1.1 Thực trạng sản xuất nuôi trồng của thủy sản Việt Nam.

Trong những năm qua, ngành thủy sản tiếp tục được Đảng và Nhà nước quan tâm chỉ đạo thông qua cơ chế, chính sách và tạo điều kiện khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư vào sản xuất kinh doanh, thúc đẩy thủy sản phát triển. Hệ thống cơ sở đã được hình thành trong nghề cá biển do được đầu tư lâu nay và bước đầu trong nghề nuôi cá tra, tôm tập trung, góp phần quan trọng hỗ trợ chuyển dịch kinh tế ngành.

Theo số liệu thống kê của Bộ Công Thương sản lượng thủy sản của Việt Nam trong những năm qua liên tục tăng với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm là 12,7%/năm. Năm 2010, tổng sản lượng thủy sản chỉ đạt 5.157 nghìn tấn, tăng 6,4% so với năm 2009. Năm 2015 với tổng sản lượng thủy sản hơn 6,56 triệu tấn tăng 3,9% so với năm 2014; trong đó, khai thác 3,03 triệu tấn, nuôi trồng 3,53 triệu tấn. Tổng sản lượng thuỷ sản năm 2016 đạt 6.726 nghìn tấn, tăng 2,5% so năm 2015; trong đó, sản lượng khai thác đạt 3.076 nghìn tấn tăng 1,7%; sản lượng nuôi trồng 3.605 nghìn tấn, tăng 3,3%.

Nhìn chung xu hướng tăng sản lượng thủy hải sản của Việt Nam trong thời gian qua phù hợp với xu hướng chung của các nước đang phát triển trong khu vực và trên thế giới. Có thể nói mức tăng trưởng bình quân hàng năm của Việt Nam đạt 12,7% trong thời gian qua là đáng khích lệ. Đặc biệt, tốc độ tăng sản lượng thủy sản giữa khai thác và nuôi trồng là không cân đối (1,85% và 19,32%). Điều này sẽ không đảm bảo cho những bước đi vững chắc cho ngành thủy sản Việt Nam bởi sự phụ thuộc quá mức vào một nguồn đánh bắt hơn là nuôi trồng sẽ nảy sinh những vấn đề phức tạp khó đảm bảo một tỷ lệ tăng trưởng bền vững.

Bảng 2.1: Sản lượng thủy sản Việt Nam từ năm 2010 đến 2016

Đơn vị: nghìn tấn

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tổng sản lượng	5.157	5.320	5.925	6.020	6.311	6.560	6.726
Sản lượng khai thác	2.450	3.000	2.652	2.804	2.918	3.030	3.076
Sản lượng nuôi trồng	2.707	2.320	3.273	3.216	3.393	3.530	3.605

(Nguồn: Vasep - năm 2016)

2.1.2 Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

Trong những năm qua, xuất khẩu thủy sản Việt Nam liên tục tăng nhanh về kim ngạch và trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của cả nước, cũng như các quốc gia đang phát triển ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, xuất khẩu thủy sản

đã trở thành một nguồn thu ngoại tệ quan trọng của mỗi quốc gia.Việt Nam hiện được xếp vào nhóm các quốc gia có khả năng và năng lực cạnh tranh cao trong ngành thủy sản.Với lợi thế chiều dài bờ biển 3.260 km và 1 triệu km^2 vùng đặc quyền kinh tế,Việt Nam hiện đứng thứ 3 thế giới về nuôi trồng thủy sản (sau Trung Quốc, Ấn Độ) với 6,8 triệu tấn năm 2014, và thứ 4 thế giới về xuất khẩu thủy sản (sau Trung Quốc, Na Uy, Thái Lan), với kim ngạch xuất khẩu đạt 7,9 tỷ USD năm 2014.

Bảng 2.2: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010 – 2016

Năm	Kim ngạch xuất khẩu thủy sản (triệu USD)	Tăng trưởng	
		Mức tăng/giảm so với năm trước (triệuUSD)	Tốc độ tăng so với năm trước (%)
2010	5.033,73	782,43	18,4%
2011	6.117,90	1.084,18	21,5%
2012	6.134,33	16,43	3%
2013	6.724,70	590,37	9,6%
2014	7.836,04	1.111,34	16,5%
2015	6.572,60	-1.263,44	-16,1%
2016	7.053,08	480,48	7,4%

(Nguồn: Vasep - năm 2016)

Thời gian qua, thủy sản là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, có tốc độ tăng trưởng kim ngạch cao, chỉ đứng sau dầu thô, dệt may, gạo, da giày, giữ vị trí quan trọng trong các ngành xuất khẩu của cả nước về giá trị kim ngạch. Năm 2010 kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 5.033 triệu USD thì đến năm 2014 kim ngạch xuất khẩu thủy sản đã đạt 7.836 triệu USD. Vậy là sau 4 năm tăng trưởng liên tục, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của nước ta tăng gấp hơn 1,2 lần. Theo báo cáo của Tổng cục Thủy sản, năm 2015 là một năm khó khăn của ngành thủy sản. Đó là bất lợi chính từ thời tiết và thị trường. Nhưng ngành thủy sản vẫn đạt được những kết quả khả quan trên nhiều phương diện, kim ngạch xuất khẩu khoảng 6,57 tỷ USD giảm 16,1% so với năm 2014. Năm 2016 là một năm mà ngành thuỷ sản vào cuộc chậm, nhiều khó khăn và trở ngại ngay từ đầu năm, tuy vậy nhờ có sự chỉ đạo sát sao của các cơ quan hữu quan và sự nỗ lực chung của toàn ngành, tổng kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản cả năm 2016 đạt 7.053,08 triệu USD tăng 7,4% so với năm 2015. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016 đạt bình quân khoảng 12%/năm. Con số này giúp thủy sản tiếp tục duy trì ngôi vị thứ tư trong những mặt hàng xuất khẩu hàng đầu Việt Nam, đồng thời khẳng định chế biến thủy sản là ngành kinh tế hiệu quả và mang lại nhiều lợi ích xã hội. Nỗ lực cải thiện chất lượng và chủ động thị trường đã mang về kết quả đáng khích lệ cho hàng thủy sản xuất khẩu và đưa Việt Nam thành một trong 10 nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới.

Sự phát triển về quy mô tổng sản lượng, giá trị và kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản thời gian qua là do nhiều nguyên nhân trong đó có thể kể đến các yếu tố chủ yếu liên quan đến nỗ lực của doanh nghiệp trong việc nâng cao giá trị gia tăng của

doanh nghiệp, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường đổi mới công nghệ, áp dụng khoa học kỹ thuật hiện đại.

2.1.3 Cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam

2.1.3.1 Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Thủy sản xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua chủ yếu là các mặt hàng sơ chế hoặc nguyên liệu khá đơn điệu. Các nhóm sản phẩm chính bao gồm: tôm, cá, nhuyễn thể chân đầu.

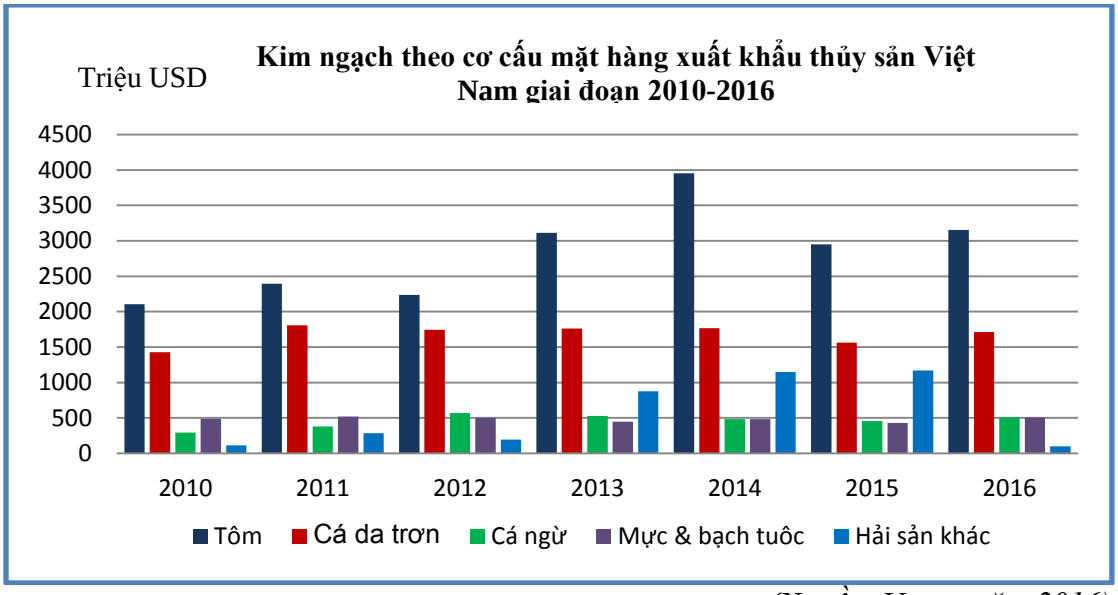
- Nhóm sản phẩm tôm: Tôm là mặt hàng có vai trò đặc biệt quan trọng trong các mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, thị trường tiêu thụ chính là Mỹ và Nhật Bản chiếm khoảng 80% sản lượng tôm xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2015, giá trị xuất khẩu tôm đạt 2,95 tỷ USD chiếm 44,92% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản, trong đó tôm chân trắng chiếm 59% với 1,74 tỷ USD, tôm sú chiếm 32,6% với 963 triệu USD, còn lại là các loại tôm khác. Năm 2016, giá trị xuất khẩu tôm đạt 3,13 tỷ USD, chiếm 44,7% tổng giá trị xuất khẩuViệt Nam, tăng 6,1% so với năm 2015.
- Nhóm sản phẩm cá da trơn: là một trong những loài thủy sản được nuôi trồng có tốc độ phát triển nhanh tại vùng ĐBSCL và là loài cá có giá trị xuất khẩu cao. Cá da trơn được xuất khẩu sang 160 thị trường trong đó thị trường Mỹ vẫn duy trì tăng trưởng 8,4%. Năm 2015, giá trị xuất khẩu cá da trơn đạt 1,57 tỷ USD chiếm 23,81% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu cá da trơn đạt 1,67 tỷ USD, chiếm 24,3% tổng giá trị xuất khẩuViệt Nam, tăng 9,6% so với năm 2015.

Bảng 2.3: Kim ngạch theo cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Tôm	Cá khác	Cá da trơn	Cá ngừ	Mực & bạch tuộc	Hải sản khác	Tổng cộng
2010	2.106,82	605,57	1.427,49	293,12	488,86	111,86	5.033,73
2011	2.396,10	731,94	1.805,66	379,36	520,30	284,55	6.117,90
2012	2.237,43	886,66	1.744,77	569,41	501,94	194,12	6.134,33
2013	3.114,29	-	1.761,15	526,69	447,67	874,92	6.724,7
2014	3.952,91	-	1.768,157	484,235	483,296	1.147,440	7.836,04
2015	2.952,371	-	1.565,17	454,972	429,194	1.170,893	6.572,60
2016	3.152,73	1.135,55	1.713,90	507,82	507,82	98,74	7.053,08

(Nguồn: Vasep-năm 2016)



(Nguồn: Vasep-năm 2016)

Hình 2.1: Kim ngạch theo cơ cấu mặt hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016

2.1.3.2 Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam

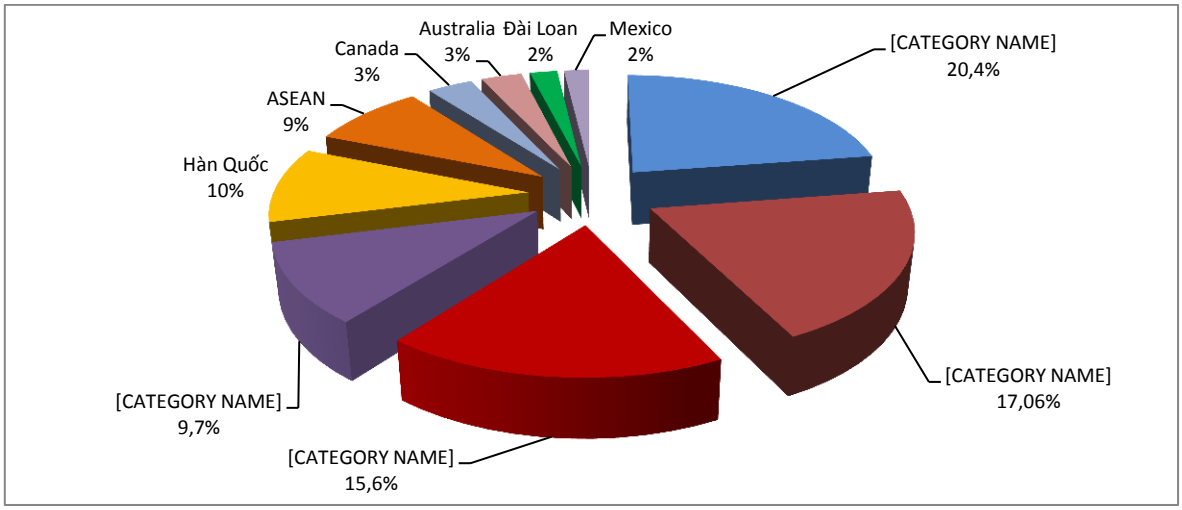
Trong những năm qua, ngành thủy sản đã không ngừng nổ lực trong việc tăng cường mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản và đã đạt được những kết quả rất đáng khích lệ. Từ chỗ Việt Nam chỉ xuất khẩu qua hai thị trường trung gian là Hồng Kông và Singapore thì đến nay sản phẩm thủy sản của Việt Nam đã có mặt tại hơn 170 quốc gia trên thế giới và được nhiều quốc gia ưa chuộng. Các thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Việt Nam là Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc – Hồng Kông.

Bảng 2.4: Kim ngạch theo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2010-2016

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Mỹ		EU		Nhật Bản		Trung Quốc - Hồng Kông	
	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)
2010	971,56	19,3	1.181,40	23,5	896,98	17,80	247,25	4,90
2011	1.178,42	19,26	1.331,76	21,8	1.003,96	16,40	347,91	5,69
2012	1.192,21	19,4	1.136,32	18,5	1.097,11	17,9	419,18	6,8
2013	1.518,39	22,6	1.182,04	17,6	1.152,45	17,1	572,72	8,5
2014	1.744,45	22,3	1.428,97	18,2	1.211,06	15,5	579,14	7,6
2015	1.321,88	20,1	1.175,29	18,1	1.042,84	15,9	615,21	9,4
2016	1.441,73	20,4	1.206,08	17,06	1.104,32	15,6	658,19	9,7

(Nguồn: Vasep-năm 2016)



Hình 2.2: Thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2016

(Nguồn: Vasep-năm 2016)

Trong cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam hiện nay, Mỹ là thị trường tiêu thụ rất quan trọng, là nhà nhập khẩu thủy sản lớn đứng đầu của Việt Nam. Năm 2016 kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào thị trường này đạt 1.441,73 triệu USD chiếm 20,4% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Về cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào thị trường Mỹ thì mặt hàng tôm là mặt hàng chính, chiếm 61% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đứng thứ 2 là mặt hàng cá da trơn chiếm 19,3% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này. Do đó, có thể nói, đây là đầu ra đáng kể của thủy sản Việt Nam. Vì vậy, việc đẩy mạnh và duy trì tỷ trọng giá trị của thị trường Mỹ cho hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam là rất quan trọng.

EU không chỉ là thị trường tiêu thụ thủy sản lớn thế giới, mà còn là thị trường tiêu thụ thủy sản lớn của Việt Nam đứng thứ hai sau thị trường Mỹ. Năm 2016 kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào thị trường này đạt 1.206,08 triệu USD chiếm 17,06% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Về cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào thị trường EU thì mặt hàng tôm là mặt hàng chính, chiếm 47,78% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đứng thứ 2 là mặt hàng cá da trơn chiếm 24,1%, thứ 3 là mặt hàng cá ngừ chiếm 9,46% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này.

Đứng thứ ba thị trường tiêu thụ thủy sản là Nhật Bản. Nhật Bản đã trở thành một trong những nước nhập khẩu thủy sản lớn của Việt Nam. Năm 2016 kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào thị trường này đạt 1.104,32 triệu USD chiếm 15,6% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản, đây là thị trường xuất khẩu đầy tiềm năng của hàng thủy sản Việt Nam. Về cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản thì mặt hàng tôm là mặt hàng chính, chiếm trên 61,4% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này. Năm 2016, hầu hết các mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang Nhật Bản tăng mạnh, làm cho tổng kim ngạch thủy sản xuất khẩu sang thị trường này vẫn tăng 52% so với năm 2015.

Trong những năm gần đây, thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chính sang Trung Quốc – Hồng Kông, thị trường này được xem là một thị trường tiêu thụ tiềm năng đối với hàng thủy sản Việt Nam. Năm 2016 kim ngạch xuất khẩu thủy

sản vào thị trường này đạt 658,19 triệu USD chiếm 9,7% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Về cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc – Hồng Kông thì mặt hàng tôm là mặt hàng chính, chiếm 69,34% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đứng thứ 2 là mặt hàng cá da trơn chiếm 18,94%.Vì vậy, năm 2016, hầu hết các mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang Trung Quốc – Hồng Kông đều tăng mạnh, tăng tới 52% năm 2015.

2.2 Đánh giá thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam qua kết quả khảo sát thực tế

2.2.1 Các yếu tố thuộc doanh nghiệp ảnh hưởng nâng cao GTGT

2.2.1.1 Các yếu tố ảnh hưởng nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống

Qua đánh giá khảo sát thực trạng nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống cho thấy thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp như sau:

a. Yếu tố đầu vào

- *Giống cá bố mẹ:*

Hiện nay toàn vùng ĐBSCL có hơn 230 trại sinh sản cá bột với lượng cá bố mẹ khoảng 1.000 tấn và gần 1.900 hộ ươm dưỡng cá giống với diện tích khoảng 2.000ha sản lượng cá bột sản xuất ước đạt hơn 16 tỷ con/năm tập trung ở các địa phương như: Đồng Tháp, An Giang, Cần Thơ… trong đó An Giang là tỉnh sản xuất và cung ứng cá da trơn giống chủ yếu của khu vực với 1,5 đến 2 tỷ con/năm. Sản lượng cá da trơn bột toàn vùng đã tăng vọt từ gần 500 triệu con vào năm 2000 lên hơn 25 tỷ con cá da trơn bột vào năm 2015 cung cấp sản lượng cá da trơn giống chỉ xấp xỉ 2 tỷ con (tongcucthuysan, 2016). Trong khi đó nhu cầu hàng năm các vùng nuôi cá da trơn ở vùng này cần từ 1,8 đến 2,5 tỷ con cá da trơn giống. Điều này cho thấy sản lượng cá bột tăng nhưng chất lượng cá giống không tăng, hay nói cách khác đi là tỷ lệ sống trong quá trình ương nuôi cá da trơn giống đang giảm phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: Do khâu ương giống chưa đảm bảo kỹ thuật, mật độ ương giống quá cao nên thức ăn tự nhiên ban đầu cho cá bột không đủ, môi trường ương xấu gây ảnh hưởng không tốt cho cá giai đoạn hình thành phát triển, cá hao hụt nhiều sau 1-2 tuần tuổi.

Về chất lượng: Chất lượng cá bố mẹ hiện nay được sử dụng tại các trại sản xuất giống suy giảm nghiêm trọng. Viện Nghiên cứu Nuôi trồng Thuỷ sản II chuyển giao 101.000 con cá bố mẹ cho 63 trại giống ở ĐBSCL từ năm 2011 đến cuối năm 2016 thì số cá bố mẹ bị hao hụt nghiêm trọng; như tỉnh Đồng Tháp nhận 82.960 con cá bố mẹ nay hao hụt mất 32.851 con (39,6%), còn lại 50.109 con đang được nuôi ở 36 cơ sở; tỉnh Hậu Giang nhận 1.216 con, giao cho một cơ sở tư nhân và Trung tâm Giống nông nghiệp tỉnh, hao hụt gần 20%; tỉnh An Giang nhận 9.986 con nay còn 3.969 con hao hụt 60,03% (tongcucthuysan, 2016). Cá bố mẹ thường có nguồn gốc không rõ ràng, đa số được lựa từ các ao nuôi thương phẩm; Kích cở cá bố mẹ không đồng đều nhưng đa số có thể trọng nhỏ, cá bố mẹ chưa thành thục, tỷ lệ sống trong quá trình ương nuôi thấp, chất lượng con giống không đảm bảo, gây hao hụt (từ 30% - 40%) trong quá trình nuôi.

Về giá bán: Giá bán cá giống bố mẹ hiện nay tăng cao, chủ yếu là nhập khẩu cá giống bố mẹ từ nước ngoài, do vậy nhiều cơ sở ương giống sử dụng cá bố mẹ từ việc đánh bắt tại các con sông như sông Tiền, sông Hậu, đồng thời các cơ sở ép thúc cá bố mẹ sinh sản nhiều kỳ trong năm, đã làm ảnh hưởng lớn đến chất lượng con giống, con giống yếu dễ nhiễm bệnh, làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

➢ *Thức ăn*: Hiện nay thức ăn cho cá giống bố, cá bột chủ yếu là thức ăn công nghiệp do các doanh nghiệp nước ngoài (như Cargill, Green Feed, Proconco, Anova, Uni-President…) cung cấp, nên giá bán của thức ăn này rất cao, giá bán không ổn định tăng giá theo từng năm, làm ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và giá thành của cá giống và quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Về chất lượng: Chất lượng thức ăn nhìn chung không ổn định ảnh hưởng đến chất lượng con giống. Do đó, các cơ sở ương giống muốn tiết kiệm chi phí sản xuất đã sử dụng thức ăn do tự chế biến, loại thức ăn này có hàm lượng đạm không phù hợp làm cho chất lượng cá giống giảm mạnh. Điều này làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống

Về giá bán: Giá bán thức ăn hiện nay rất cao và không ổn định, doanh nghiệp sản xuất giống chủ yếu sử dụng thức ăn chế biến sẵn chủ yếu cung cấp từ các công ty nước ngoài. Giá bán tác động đến chi phí sản xuất và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Bảng 2.5: Giá bán thức ăn giống cá da trơn bố mẹ giai đoạn 2010-2016

Đơn vị: ngàn đồng/tấn

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Giá bán	8.800	9.600	10.800	12.200	12.800	13.500	13.800

Nguồn: Số liệu giá bán trung bình qua các năm - vasep

➢ *Thuốc thú y thủy sản (TYTS):* Trên thị trường hiện nay được bày bán rất nhiều loại thuốc thú y thủy sản, đa dạng các loại thuốc từ thuốc chữa bệnh đến thuốc kích thích tăng trưởng. Tuy nhiên, các loại thuốc này còn nhiều bất cập về chất lượng, giá bán cũng như mức độ an toàn trong nuôi trồng ương giống.

Về chất lượng thuốc TYTS quyết định đến chất lượng con giống, chất lượng thuốc TYTS ngày này rất kém không đảm bảo chất lượng về an toàn thực phẩm và hàm lượng các chất cấm trong thuốc, điều này đã làm khó khăn cho người nông dân ương giống cũng như nuôi trồng thuỷ sản. Người nuôi trồng ương giống khi con giống bệnh họ thường tìm đến các quầy thuốc thú y thuỷ sản được bán tại các địa phương, họ tự mua những loại thuốc kháng sinh, thuốc chữa bệnh về sử dụng trong ương giống, họ không tuân theo một quy chuẩn kỹ thuật nào trong việc sử dụng thuốc TYTS. Điều này đã làm cho con giống bị nhiễm chất cấm, dư lượng chất kháng sinh, ảnh hưởng đến toàn bộ chuỗi cung ứng thuỷ sản xuất khẩu. Ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng con giống, làm giảm năng suất con giống và tăng chi phí sản xuất giống, đồng thời làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống.

Về giá bán thuốc TYTS ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và GTGT của doanh nghiệp. Giá bán thuốc TYTS là một chi phí không nhỏ trong cơ cấu chi phí sản xuất giống, giá bán thuốc TYTS cao làm gia tăng chi phí sản xuất trong khâu giống, ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Vốn đầu tư:* Tình hình vốn đầu tư là một hạn chế của doanh nghiệp giống thủy sản, theo điều tra thì 1ha cá ương giống chi phí khoảng 7 tỷ đồng, nhưng vốn tự có của các cơ cở ương giống chiếm khoảng 30%, số còn lại các cơ sở này phải đi vay tại ngân hàng hay các tổ chức tín dụng với lãi suất cao, điều này đã làm tăng chi phí sản xuất và giảm lợi nhuận, làm giảm GTGT của doanh nghiệp giống. Mặt khác, vốn đầu tư ít, nhất là đầu tư vào hệ thống thủy lợi, nguồn nước cho khâu ương giống nên việc đánh giá chất lượng nước trước khi xây dựng trại ương dẫn đến nguồn nước không đảm bảo là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến cá bị dịch bệnh, tỷ lệ sống thấp, và làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Sau khi phân tích số liệu thứ cấp, tác giả đã điều tra thực tế tại các cơ sở ương giống, trung tâm giống và doanh nghiệp ương giống được kết quả sau:*

Bảng 2.6: Đánh giá các yếu tố đầu vào nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống

STT		Các yếu tố doanh nghiệp giống	*Số mẫu*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
KG1		***Yếu tố đầu vào***			
	1.1	Yếu tố giống bố mẹ			
	Q1	- Chất lượng giống bố mẹ quyết định đến quá trình ương giống hiệu quả	150	3.24	.902
	Q2	- Giá bán cá bố mẹ ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.42	.922
	1.2	Yếu tố thuốc TYTS và dịch bệnh			
	Q3	- Chất lượng thuốc TYTS quyết định đến chất lượng con giống	150	3.39	.904
	Q4	- Giá bán thuốc TYTS ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.53	.902
	Q5	- Dịch bệnh ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất, chất lượng con giống	150	3.49	.974
	1.3	Yếu tố thức ăn			
	Q6	- Chất lượng thức ăn ảnh hưởng đến chất lượng con giống	150	3.45	.909
	Q7	- Giá bán thức ăn tác động đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.44	.923
	1.4	Yếu tố vốn đầu tư			
	Q8	- Lãi suất vay ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.41	.935
	Q9	- Vốn đầu tư xây dựng hệ thống kỹ thuật ương giống	150	3.38	.910

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố giống bố mẹ về chất lượng và giá bán đạt trung bình từ 3,24 điểm đến 3,42 điểm với độ lệch chuẩn 0,902 -0,922%. Các yếu tố thuốc TYTS và dịch bệnh; yếu tố thức ăn; yếu tố vốn đầu tư cũng đạt trung bình từ 3,38 điểm đến 3,53 điểm. Nhìn chung thực trạng các yếu tố đầu vào ảnh hưởng đến nâng cao GTGT đầu vào của doanh nghiệp giống còn nhiều bất cập cần giải quyết.

b. Yếu tố quá trình sản xuất: *Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống, hệ thống quản lý chất lượng ương giống*

- *Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống*

Kỹ thuật công nghệ ương giống ảnh hưởng đến chất lượng và sản lượng con giống. Chất lượng đầu ra của con giống phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố kỹ thuật công nghệ. Tuy nhiên, kỹ thuật công nghệ trong khâu ương giống hiện nay còn rất lạc hậu, chủ yếu sử dụng phương pháp thủ công chưa áp dụng kỹ thuật công nghệ cao vào quy trình cấy ghép ương giống, đã làm chất lượng con giống cá da trơn ngày nay chưa đảm bảo, tỷ lệ sống trong quá trình ương nuôi thấp, tỷ lệ thích phi lê cá thấp, con giống dễ gây nhiễm bệnh, ảnh hưởng đến chất lượng và sản lượng nuôi trồng cá da trơn và chất lượng sản phẩm thủy sản cá xuất khẩu trong chuỗi cung ứng.

- *Hệ thống quản lý chất lượng ương giống*

Hiện nay, các cơ sở ương giống nhỏ lẻ chủ yếu quản lý chất lượng ương giống theo kiểu truyền thống, chưa áp dụng rộng rãi hệ thống quản lý chất lượng ương giống theo tiêu chuẩn hiện đại như GlobalGap, VietGap,... Do đó, trong quá trình ương giống các cơ sở đã sử dụng hóa chất chế phẩm sinh học để xử lý ao ương không đúng cách, việc sử dụng các vitamin, khoáng chất, men vi sinh với liều lượng quá cao so với nhu cầu, điều trị bệnh không có sự tư vấn cán bộ kỹ thuật ở địa phương,… cũng là những nguyên nhân khiến tỷ lệ sống trong quá trình ương cá bột lên cá giống không cao, chất lượng cá giống không sạch, chưa đảm bảo theo tiêu chuẩn chất lượng. Do hạn chế về kỹ thuật ương giống nên các cơ sở ương giống đã lạm dụng thuốc kháng sinh liều cao để chữa trị cho cá, gây ảnh hưởng đến quá trình nuôi cá làm tăng dư lượng thuốc kháng sinh trong sản phẩm.

Trong sản xuất giống cá da trơn, chi phí cá bố mẹ chiếm tỷ trọng lớn nhất chiếm 41,9% trong kết cấu chi phí, chi phí thức ăn cho cá bột chiếm 40,5%, chi phí thuốc sử dụng chiếm 7,4%. Trong khâu sản xuất giống, doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả kinh tế bằng cách quản lý chặt chẽ và tiết kiệm ba loại chi phí này, thì chi phí đầu vào (IC) giảm sẽ làm nâng cao GTGT (VA) của doanh nghiệp.

Qua phân tích các yếu tố trên ta thấy, các chi phí đầu vào trong khâu ương giống tăng cao nhưng sản lượng sản xuất giảm làm tăng giá thành con giống, đã ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động kinh doanh và đến GTGT của doanh nghiệp trong khâu này, đồng thời không đáp ứng được nhu cầu cung cấp con giống cho khâu nuôi trồng làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng.

- *Kết quả điều tra thực tế tại các cơ sở ương giống, trung tâm giống và doanh nghiệp ương giống sau:*

Bảng 2.7: Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống

STT		Các yếu tố doanh nghiệp giống	*Số mẫu*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
KG2		***Yếu tố quá trình sản xuất***			
	2.1	Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống			
	Q10	- Kỹ thuật ương giống ảnh hưởng đến sản lượng con giống	150	3.47	.932
	Q11	- Kỹ thuật ương giống ảnh hưởng đến chất lượng con giống	150	3.33	.945
	2.2	Hệ thống quản lý chất lượng ương giống			
	Q12	- Quản lý chất lượng ương giống theo truyền thống	150	3.34	.881
	Q13	- Quản lý chất lượng ương giống theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP,..	150	3.23	.923

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống ảnh hưởng đến chất lượng và sản lượng con giống đạt trung bình từ 3,33 điểm đến 3,47 điểm với độ lệch chuẩn 0,932-0,945%. Yếu tố hệ thống quản lý chất lượng cũng đạt trung bình từ 3,23 điểm đến 3,34 điểm. Nhìn chung thực trạng các yếu tố quá trình sản xuất ảnh hưởng đến nâng cao GTGT đầu vào của doanh nghiệp giống còn nhiều bất cập cần giải quyết.

c. Yếu tố đầu ra (chất lượng con giống, giá bán, quá trình phân phối con giống):

➢ *Chất lượng con giống:* Vài năm trở lại đây, chất lượng nguồn giống cá da trơn giảm sút rõ rệt với những biểu hiện như kích cở nhỏ, tỷ lệ dị hình cao, chậm lớn, dễ nhiễm bệnh, tốc độ sinh trưởng chậm, tỷ lệ sống thấp, tỷ lệ phi lê cá không cao dẫn đến chi phí đầu vào tăng cao, gia tăng giá thành sản xuất, ảnh hưởng đến việc sản xuất nuôi trồng và chất lượng cá nguyên liệu.

Theo Chi cục Thuỷ sản Tiền Giang, tỷ lệ hao hụt trong các ao nuôi cá da trơn hiện nay lên đến 30-35%, cá biệt có những ao nuôi cá da trơn có tỷ lệ hao hụt lên đến 40-50% do thả cá với mật độ quá cao (trên 100con/m2). nguyên nhân là do đàn cá bố mẹ bị thoái hóa, lai cận huyết đã xuống cấp đến mức đáng báo động; sự cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các cơ sở sản xuất cá bột, cho cá đẻ ép, đẻ non và đẻ nhiều lần trong năm. Điều này làm cho chất lượng cá giống ngày càng suy giảm ảnh hưởng nghiêm trọng, trực tiếp đến sản lượng, năng suất và hiệu quả kinh tế của các cơ sở nuôi.

Chất lượng con giống cá da trơn thấp ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của ngành nuôi trồng thuỷ sản. Nguyên nhân là do thời gian qua giá cá da trơn thấp, bấp bênh nên chưa khuyến khích được các cơ sở sản xuất ương giống tập trung sản xuất với quy mô lớn mà mới dừng chỉ lại ở việc sản xuất với quy mô nhỏ, mang tính tự phát, không tập trung nên khó khăn trong việc quản lý chất lượng cá giống tại các địa phương. Chất lượng con giống kém gây thiệt hại cho doanh nghiệp nuôi trồng và chất lượng nguyên

liệu cũng như gía trị sản phẩm xuất khẩu giảm, hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp giống nói riêng và các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản nói chung. Đây là yếu tố đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong toàn chuỗi.

Chất lượng con giống ảnh hưởng đến năng suất, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp. Trước đây, do chất lượng giống khá tốt, người nuôi cá chỉ cần 6-7 tháng là đã có cá đạt kích cỡ thương phẩm đáp ứng yêu cầu xuất khẩu (khoảng 0,9-1,2kg/con). Còn bây giờ chất lượng cá giống xuống thấp, nếu muốn đạt được cá kích cở trên người nuôi phải nuôi đến 8-9 tháng. Đây là nguyên nhân chủ yếu làm tăng chi phí sản xuất cá da trơn và là giảm GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Giá bán con giống:* Con giống sau khi nuôi đủ kích thước, đảm bảo chất lượng thì sẽ được cung cấp bán trực tiếp cho các cơ sở nuôi trồng. Tuy nhiên, giá bán những năm qua không ổn định, giá bán có xu hướng tăng qua các năm, trung bình tăng từ 6-12% nhưng chi phí sản xuất cũng tăng theo từng năm, điều này cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đạt hiệu quả không cao, doanh nghiệp được lãi thấp. Đây là yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống.

Giá bán con giống bù đắp chi phí sản xuất của doanh nghiệp giống và là chi phí đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng. Qua khảo sát cho thấy mỗi vụ ương cá da trơn giống kéo dài 2,5–3 tháng. Trong điều kiện thời tiết thuận lợi, kỹ thuật tốt thì tỷ lệ sống trong ương cá giống đạt khoảng 10%, tương đương 4 tấn cá giống/công, giá thành sản xuất bình quân khoảng 25.000 đồng/kg. Với giá bán cá giống hiện nay từ 36.000 – 37.000đồng/kg, sau khi trừ chi phí người ương giống lãi khoảng 55-60 triệu đồng/công. Tuy nhiên, thực tế không có nhiều cơ sở đạt mức lợi nhuận này, thậm chí có hộ mất trắng do cá giống chết sạch dẫn đến tình trạng các cơ sở ương giống chuyển sang ương giống cá loại khác và tình trạng thiếu hụt giống xảy ra giá bán tăng làm ảnh hưởng đến quá trình nuôi trồng và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp.

Giá bán con giống không ổn định ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp. Trong năm 2016, giá cá da trơn tại ĐBSCL tiếp tục tăng thêm từ 2.000 – 4.000 đồng/kg, lên mức 36.000 – 40.000 đồng/kg (loại 30-50 con/kg) (bảng 2.8), giá cá giống tăng là do nguồn cá giống khan hiếm hơn so với mọi năm, và do ảnh hưởng từ hoạt động nuôi cá thương phẩm tăng nhanh đã làm cho giá bán cá giống trong năm qua tăng mạnh, làm tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp giống và nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Bảng 2.8 : Giá bán cá da trơn giống giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

STT	Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Giá bán	28500,12	28400,26	32180,28	30680,42	33250,47	35250,73	38160,41

So sánh											
2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
(đồng/ kg)	(%)	(đồng /kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)
-100	-0,004	3780	13,310	-1500	-4,661	2.570	8,377	2.000	6,016	2.910	8,254

(Nguồn: Số liệu giá bán trung bình qua các năm – vasep)

- *Quá trình phân phối con giống:* Hiện nay, quá trình phân phối và vận chuyển con giống rất kém, chưa đảm bảo đúng tiêu chuẩn kỹ thuật bảo quản, do kỹ thuật bảo quản giống từ trại giống đến nơi nuôi trồng còn lạc hậu, chủ yếu dùng phương pháp thủ công, nên tổn thất sau thu hoạch hiện nay rất lớn, mặt khác quá trình phân phối con giống từ trại ương giống đến doanh nghiệp nuôi trồng chưa đảm bảo đúng kỹ thuật nên tỷ lệ sống trong quá trình nuôi trồng còn thấp. Nguyên nhân do các cơ sở ương giống nhỏ lẻ, chưa đầu tư đúng mức phương pháp kỹ thuật công nghệ trong quá trình vận chuyển con giống. Đây là một cản trở cho doanh nghiệp cơ sở nuôi trồng, khi phân phối con giống không được bảo quản đúng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ dẫn tới con giống chết hay yếu làm cho tỷ lệ hao hụt trong quá trình vận chuyển cũng như trong khâu nuôi trồng rất cao. Điều này làm tăng chi phí sản xuất trong khâu ương giống cũng như khâu nuôi trồng, mang lại giá trị lợi nhuận và ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.
- *Sau khi phân tích số liệu thứ cấp, tác giả đã điều tra thực tế tại các cơ sở ương giống, trung tâm giống và doanh nghiệp ương giống được kết quả sau:*

Bảng 2.9: Đánh giá các yếu tố đầu ra nâng cao giá trị gia tăng thuộc doanh nghiệp giống

STT		Các yếu tố doanh nghiệp giống	*Số mẫu*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
KG3		***Yếu tố đầu ra***			
	3.1	Chất lượng con giống			
	Q14	- Chất lượng con giống ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành nuôi trồng thuỷ sản	150	3.27	.946
	Q15	- Chất lượng con giống ảnh hưởng đến năng suất, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.41	.950
	3.2	Giá bán con giống			
	Q16	- Giá bán con giống bù đắp chi phí sản xuất doanh nghiệp	150	3.37	.945
	Q17	- Giá bán con giống không ổn định ảnh hưởng hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.35	.948
	3.3	Quá trình phân phối con giống			
	Q18	- Quản lý tổn thất sau thu hoạch	150	3.22	.896
	Q19	- Bảo quản phân phối con giống đúng theo tiêu chuẩn kỹ thuật	150	3.39	.919

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố chất lượng con giống ảnh hưởng đến năng suất, sản lượng, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp Giống đạt trung bình từ 3,27 điểm đến 3,41 điểm với độ lệch chuẩn 0,946-0,950%. Yếu tố hệ thống quản lý chất lượng cũng đạt trung bình từ 3,23 điểm đến 3,34 điểm. Nhìn chung thực trạng các yếu tố đầu ra ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống còn nhiều bất cập cần giải quyết

2.2.1.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng

a. Yếu tố đầu vào (yếu tố con giống, thuốc thú y thủy sản, thức ăn, vốn đầu tư)

➢ *Con giống:* Con giống được cung cấp từ các công ty ương giống hay các doanh nghiệp sản xuất giống. Con giống ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tạo ra GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng, là yếu tố quyết định sản lượng và chất lượng nuôi trồng của doanh nghiệp, là nguồn cung cấp nguyên liệu sạch cho các công ty chế biến xuất khẩu. Yếu tố giống ngày nay được quan tâm hàng đầu:

Giá bán: Hiện nay, cá da trơn giống đang thiếu hụt nghiêm trọng tại ĐBSCL. Hiệp hội cá da trơn Việt Nam thừa nhận tình trạng thiếu hụt cá giống là cấp bách. Nguyên nhân do chất lượng đàn cá bố mẹ sụt giảm mạnh đã khiến nhiều trại ương giống đồng loạt ngừng sản xuất, cung không đủ cầu đã làm cho giá bán cá da trơn giống không ổn định, giá bán hàng năm đều tăng cao khoảng từ 6-12%, đây là chi phí trung gian đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng, chi phí này ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình nâng cao GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng được thể hiện qua bảng 2.8.

Chất lượng: Hiện tại trên vùng ĐBSCL chưa có nhiều địa điểm cung cấp giống sạch cho các doanh nghiệp nuôi trồng. Các cơ sở, doanh nghiệp nuôi trồng chưa thể phân biệt con giống sạch hay không sạch, bệnh, họ mua từ nhiều nguồn cung cấp khác nhau như trại giống, công ty ương giống, thương lái,…Trong đó con giống được mua từ các công ty ương giống có uy tín chiếm tỷ trọng cao nhất là 58,7%, phần còn lại mua từ các nguồn cung cấp khác. Chất lượng con giống ngày nay không được đảm bảo, qua khảo sát tỷ lệ con giống sạch chỉ chiếm 20,7%, con giống không sạch chiếm tỷ lệ cao đến 79,3% làm cho tỷ lệ hao hụt trong khâu nuôi trồng cá da trơn từ 20-24% làm tăng chi phí sản xuất và ảnh hưởng trực tiếp nâng cao GTGT và lợi nhuận của doanh nghiệp nuôi trồng.

➢ *Thức ăn:* Thức ăn trong nuôi cá da trơn thịt chiếm tỷ trọng rất cao chiếm (khoảng 80-87% cơ cấu giá thành) (phụ lục D - bảng 1) và là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất, chất lượng, lợi nhuận và nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng:

Giá thức ăn: Nguồn cung cấp thức ăn cho sản xuất thủy sản đều do các công ty nước ngoài kiểm soát, chiếm 60% nguồn cung cấp thức ăn thủy sản. Mọi sự biến động của kinh tế thị trường đều ảnh hưởng trực tiếp đến giá thức ăn như: tỷ suất hối đoái, thuế xuất/nhập khẩu, lãi suất ngân hàng... Qua bảng 2.10 cho thấy, giá thức ăn cho cá da trơn đều tăng hàng năm ở mức khá cao, trung bình tăng từ 8-10% đây là một trong những nguyên nhân góp phần làm tăng chi phí sản xuất cho người nuôi.

Đối với thức ăn công nghiệp, giá trung bình dao động trong khoảng từ 7.200đ-8.500/kg ở năm 2010. Trong đầu năm 2016 đã tăng khoảng 8.500đ-13.500đ/kg tùy từng doanh nghiệp sản xuất.

Chất lượng thức ăn: Hiện nay có rất nhiều công ty sản xuất cung cấp thức ăn thủy sản trên thị trường, được bán với nhiều loại giá khác nhau, và chất lượng cũng khác nhau, chỉ cần gian lận về chất lượng 1 độ đạm thì người nuôi đã bị mất đi phần có thể lãi là 300 – 400 đ/kg thức ăn. Hệ số thức ăn cho cá da trơn nuôi thương phẩm ngày càng cao từ 1,6 – 1.85, chính chất lượng giảm sút đã làm tăng hệ số chuyển hoá thức ăn. Do đó, doanh nghiệp nuôi trồng thường mua những nhà cung cấp có uy tín về chất lượng cũng như giá cả ổn định nhằm đảm bảo chất lượng cá nuôi thành phẩm và tiết kiệm chi phí sản xuất.

Bảng 2.10 : Giá bán thức ăn cá da trơn giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Giá bán	8.500	9.200	10.500	11.800	12.800	13.500	13.800

So sánh											
2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
(đồng/ kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)	(đồng /kg)	(%)	(đồng/ kg)	(%)	(đồng /kg)	(%)	(đồng /kg)	(%)
700	0,082	1300	14,130	1300	12,381	1.000	8,475	700	5,469	300	2,222

(Nguồn: Số liệu giá bán trung bình qua các năm – vasep)

➢ *Thuốc thú y thủy sản (TYTS):* Thuốc TYTS là một chi phí chiếm tỷ trọng không nhỏ trong tổng chi phí nuôi trồng thuỷ sản. Hiện nay trên thị trường có rất nhiều loại thuốc thú y thủy sản được sản xuất và cung cấp từ nhiều nguồn khác nhau, được sản xuất trong nước và nhập khẩu, chất lượng các loại thuốc này không đồng nhất và giá bán cao thấp khác nhau tuỳ vào từng loại thuốc. Qua số liệu điều tra tại hơn 139 ao nuôi của 3 tỉnh (Bến Tre, Đồng Tháp và An Giang) cho thấy: Có 75,94% ao nuôi sử dụng kháng sinh, bao gồm cả sử dụng kháng sinh nguyên liệu (30,69% trong tổng số ao nuôi sử dụng kháng sinh). Có 45,25% sử dụng kháng sinh phòng bệnh hoặc phòng cả trị bệnh; 24,06% cơ sở ao nuôi không sử dụng kháng sinh cấm, các ao nuôi này sử dụng các thuốc sinh học trong nuôi trồng thuỷ sản. Các loại kháng sinh đang sử dụng bao gồm cả việc sử dụng kháng sinh cấm sử dụng và hạn chế sử dụng trong thủy sản. Tất cả các doanh nghiệp nuôi đều sử dụng thuốc, hoá chất trong quá trình nuôi với rất nhiều chủng loại khác nhau, chi phí này chiếm khoảng 2,6% trong cơ cấu chi phí nuôi cá da trơn. Tuy nhiên, trong quá trình nuôi trồng cá da trơn doanh nghiệp gia tăng mật độ nuôi quá cao đã làm cho chất lượng nước môi trường nuôi khó kiểm soát, đây là cơ hội để mầm bệnh xâm nhập vật nuôi và hệ quả là nhu cầu sử dụng thuốc và hóa chất ngày càng gia tăng.

Việc sử dụng thuốc và hóa chất hiệu quả sẽ ảnh hưởng đến năng suất cá da trơn thương phẩm, chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu, làm cho giá bán thấp, tăng chi phí sản xuất đầu vào làm ảnh hưởng trực tiếp đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

Trong cơ cấu chi phí nuôi cá da trơn, thì chi phí thức ăn chiếm tỷ trọng cao nhất 86,8%, tiếp theo là chi phí giống chiếm tỷ trọng 6,3%, chi phí thuốc thú y thủy sản chiếm tỷ trọng 2,6%, các chi phí khác chiếm tỷ trọng 3,6%, nhiên liệu chiếm tỷ trọng 0,7%. Đây là các chi phí trung gian đầu vào (IC) của doanh nghiệp nuôi trồng. Quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp là phần chênh lệch giữa giá bán với chi phí sản xuất trung gian đầu vào, do đó doanh nghiệp muốn nâng cao GTGT thì cần phải kiểm soát và sử dụng hiệu quả các loại chi phí này.

➢ *Vốn đầu tư:* Để đầu tư sản xuất 1 ha cá da trơn, thì người nuôi cần số tiền đầu tư khoảng 7,7 tỷ đồng cho các khoản chi phí con giống, thức ăn, thuốc thú y thủy sản,

nhiên liệu, xây dựng lòng bè, ao nuôi... Số vốn cũng khá lớn đối với hộ nông dân, do đó họ sẽ đi vay các hệ thống tín dụng tư nhân với lãi suất cao, dẫn đến chi phí vay tăng làm tăng chí phí sản xuất và giá thành sản xuất cá da trơn tăng theo. Hiện nay về vốn đầu tư cho ngành thủy sản chủ yếu dựa vào nguồn vốn vay ngân hàng. Tuy nhiên, doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản (NTTS) được xem là nhiều lợi nhuận, nhưng rủi ro cao. Các ngân hàng cho vay tín dụng chỉ mới đáp ứng được khoản 32% nhu cầu vốn, điều đó làm cho doanh nghiệp nuôi trồng gặp khó khăn trong việc cải tạo, nâng cao năng suất nuôi trồng. Điều này làm khó khăn trong việc mở rộng quy mô sản xuất và đầu tư trang thiết bị nuôi trồng hiện đại, để tạo ra nguồn nguyên liệu sạch, chất lượng và bán được giá cao, sẽ tạo ra GTGT lớn cho doanh nghiệp nuôi trồng. Lãi suất vay cao ảnh hưởng đến chi phí sản xuất, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, đồng thời ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Sau khi phân tích số liệu thứ cấp, tác giả đã điều tra thực tế tại các cơ sở, doanh nghiệp nuôi trồng được kết quả sau*

Bảng 2.11: Đánh giá các yếu tố đầu vào nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng

STT		***Các yếu tố doanh nghiệp nuôi trồng***	***Số mẫu***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
NT1		***Yếu tố đầu vào***			
	1.1	Yêu tô con giông			
	Q20	- Chất lượng con giống quyết định đến năng suất nuôi trồng	150	3.36	.884
	Q21	- Giá bán con giống ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.48	.960
	1.2	Yếu tố thuốc TYTS và dịch bệnh			
	Q22	- Chất lượng thuốc TYTS quyết định đến chất lượng nguyên liệu thuỷ sản	150	3.43	.893
	Q23	- Giá bán thuốc TYTS ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.42	.907
	Q24	- Dịch bệnh ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất, chất lượng nguyên liệu thuỷ sản	150	3.39	.925
	1.3	Yếu tố thức ăn			
	Q25	- Chất lượng thức ăn ảnh hưởng đến chất lượng nguyên liệu thuỷ sản	150	3.35	.897
	Q26	- Giá bán thức ăn tác động đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.44	.945
	1.4	Yếu tố vốn đầu tư			
	Q27	- Lãi suất vay ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.35	.875
	Q28	- Vốn đầu tư xây dựng hệ thống ao nuôi, long bè, thức ăn nuôi trồng	150	3.23	.921

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố chất lượng, giá bán con giống ảnh hưởng đến năng suất, sản lượng và GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng đạt trung bình từ 3,36 điểm đến 3,48 điểm với độ lệch chuẩn 0,884-0,960%. Các yếu tố thức ăn, thuốc TYTS, vốn đầu tư cũng đạt trung bình từ 3,23 điểm đến 3,44 điểm. Nhìn chung thực trạng các yếu tố đầu

vào ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng còn nhiều bất cập cần giải quyết.

b. Yếu tố quá trình sản xuất: *Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng, hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng*

Chất lượng nguyên liệu thủy sản phụ thuộc nhiều vào yếu tố kỹ thuật công nghệ. Hiện nay, một số ít doanh nghiệp nuôi trồng được áp dụng theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP như doanh nghiệp Hùng Cá, doanh nghiệp An Giang, doanh nghiệp Nam Việt,… sản lượng nuôi trồng tăng cao, chất lượng cá nguyên liệu đạt tiêu chuẩn quốc tế, vì vậy rất thuận tiện cho việc truy xuất nguồn gốc cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Tuy nhiên, chỉ có số ít áp dụng nuôi trồng theo tiêu chuẩn GlobalGap, ASC, BAP, VietGap. Điển hình tại Cần Thơ năm 2016 tổng diện tích nuôi ATTP đạt 222,03 ha trong đó cá da trơn 218,18 ha, chiếm 98,3% tổng diện tích nuôi theo tiêu chuẩn ATTP. Nhưng vẫn rất khiêm tốn VietGap 165,68 ha (75,93%); BAP 10 ha (4,58%); GlobalGab 17,5 ha (8,02%), diện tích cá da trơn nuôi đạt tiêu chuẩn VietGap còn thấp do chưa có chế tài bắt buộc thực hiện, giá bán cá da trơn nguyên liệu hay các sản phẩm khác từ cá theo tiêu chuẩn VietGap cũng chưa được ấn định bên mua phải mua cao hơn bao nhiêu so với các sản phẩm không có tiêu chuẩn này; sản phẩm VietGap chỉ dễ bán hơn khi cá da trơn bị ế ẫm, nên có trở ngại về mở rộng diện tích của người nuôi. Còn theo tiêu chuẩn BAP, ASC, BMP chỉ có những doanh nghiệp lớn thực hiện nhưng khi đánh giá cấp chứng nhận doanh nghiệp phải tự trả chi phí ở mức khá cao 3000-5000$/trại mỗi năm đánh giá và trả tiền. Nên diện tích cá nuôi theo tiêu chuẩn này còn khá khiêm tốn. Mặt khác khi tham gia nuôi trồng theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP thì doanh nghiệp phải có diện tích vùng nuôi trồng lớn, chi phí đầu tư cao, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nhỏ lẻ khó có thể áp dụng được. Hầu hết các doanh nghiệp có vốn đầu tư ít, các cơ sở nuôi trồng nhỏ lẻ thường sử dụng phương pháp nuôi trồng chủ yếu theo kinh nghiệm nuôi trồng, chưa áp dụng kỹ thuật hiện đại vào nuôi trồng. Do đó, chất lượng và sản lượng cá nguyên liệu không cao, bán với giá thấp làm ảnh hưởng đến quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng.

Bảng 2.12: Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng

STT		*Các yếu tố doanh nghiệp nuôi trồng*	*Số mẫu*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
NT2		*Yếu tố quá trình sản xuất*			
	2.1	Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng			
	Q29	- Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ảnh hưởng đến sản lượng nguyên liệu thuỷ sản	150	3.30	.903
	Q30	- Kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ảnh hưởng đến chất lượng nguyên liệu thuỷ sản	150	3.33	1.014
	2.2	Hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng			
	Q31	- Quản lý chất lượng nuôi trồng theo truyền thống	150	3.31	.998
	Q32	- Quản lý chất lượng nuôi trồng theo tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, ASC, BAP,..	150	3.30	.961

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ảnh hưởng đến năng suất, sản lượng, chất lượng và hiệu quả hoạt động nuôi trồng đạt trung bình từ 3,30 điểm đến 3,33 điểm với độ lệch chuẩn 0,903-0,998%. Yếu tố hệ thống quản lý chất lượng nuôi trồng cũng đạt trung bình từ 3,30 điểm đến 3,31 điểm. Thực trạng các yếu tố quá trình sản xuất ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng còn nhiều bất cập cần giải quyết.

c. Yếu tố đầu ra *(yếu tố chất lượng nguyên liệu thủy sản, giá bán, quá trình phân phối nguyên liệu thủy sản)*

- *Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản:* Hiện nay chất lượng cá da trơn nguyên liệu rất thấp ảnh hưởng lớn đến doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Chất lượng cá da trơn nguyên liệu phụ thuộc vào chất lượng của thức ăn, thuốc và hoá chất, môi trường ao nuôi và kỹ thuật nuôi. Tuy nhiên chất lượng cá nguyên liệu hiện nay chưa đáp ứng được các yêu cầu ngày càng cao của thị trường, tỷ lệ phi lê cá thấp, cá nguyên liệu không sạch, nhiễm bệnh, dư lượng chất kháng sinh, hoá chất và nông dược trong cá nguyên liệu vượt mức cho phép, môi trường ao nuôi nguồn nước nhiễm bệnh đã làm ảnh hưởng lớn đến quá trình sản xuất chế biến sản phẩm xuất khẩu. Nguyên nhân là do khâu nuôi trồng không áp dụng đúng kỹ thuật nuôi trồng quốc tế, chất lượng thức ăn không đảm bảo, sử dụng thuốc và hoá chất không nằm trong danh mục cho phép, vì mục đích chạy theo lợi nhuận và số lượng không quan tâm đến chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm của nguyên liệu thuỷ sản. Điều này đã gây ra những tổn thất lớn về kinh tế cho chính doanh nghiệp nuôi trồng và doanh nghiệp chế xuất khẩu, đây là yếu tố quan trọng nhất trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.
- *Giá bán:* Qua bảng 2.13 cho thấy, giá bán cá da trơn không ổn định, các cơ sở nuôi trồng còn phụ thuộc quá nhiều vào cung cầu thị trường, các doanh nghiệp nuôi

trồng không thể ấn định được giá bán, chủ yếu phụ thuộc vào mùa vụ, vào thị trường, giá xuất khẩu. Một vòng lẫn quẫn "mất mùa được giá, được mùa mất giá", doanh nghiệp nuôi trồng gặp rất nhiều trở ngại cho việc giá cả đầu ra của cá nguyên liệu. Năm nào mất mùa, thiếu nguyên liệu chế biến, xuất khẩu được giá thì doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thu mua cá nguyên liệu với giá rất cao. Năm nào có nhiều cơ sở nuôi trồng được mùa trúng cá, thì giá bán cá nguyên liệu giảm, làm cho doanh nghiệp nuôi trồng lỗ nặng có nhiều cơ sở treo ao không tiếp tục nuôi trồng cho mùa vụ sau, do các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu ép giá mua thấp hay doanh nghiệp chế biến không xuất khẩu được, hàng xuất khẩu bị trả về. Mặt khác doanh nghiệp nuôi trồng còn bị tác động của các thương lái Trung Quốc làm cho giá bán cá da trơn nguyên liệu không ổn định, giá bán của doanh nghiệp nuôi trồng chính là chi phí nguyên liệu đầu vào của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Do đó giá bán cá nguyên liệu tăng hay giảm làm ảnh hưởng trực tiếp đến doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Tình trạng giá bán không ổn định trên là do chưa có mối liên kết chặc chẽ giữa doanh nghiệp nuôi trồng với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, điều này làm cho doanh nghiệp nuôi trồng kém hiệu quả và ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng.

Bảng 2.13: Giá bán cá da trơn nguyên liệu giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

Chỉ tiêu	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Giá bán	18350,34	22180,16	22470,25	22320,47	23590,52	22580,41	23820,72

So sánh												
2011/2010		**2012/2011**		**2013/2012**		**2014/2013**		**2015/2014**		**2016/2015**	
(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)
3830	0,209	290	1,308	-150	-0,667	1.270	5,690	-1.010	-4,282	1.240	5,493

(Nguồn: Số liệu giá bán trung bình qua các năm – vasep)

➢ *Quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản:* Hiện nay, quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản không ổn định là một cản trở cho doanh nghiệp chế biến thuỷ sản. Nguồn cung cấp nguyên liệu cá da trơn mất ổn định, dễ biến động theo cung cầu thị trường, khi giá cá nguyên liệu tăng lên các hộ nuôi trồng đua nhau thả giống nuôi trồng làm cho sản lượng tăng, vượt quá nhu cầu của các nhà máy chế biến thuỷ sản, xảy ra tình trạng dư thừa cá nguyên liệu dẫn đến giá cá nguyên liệu giảm mạnh làm cho các cơ sở nuôi cá da trơn thua lỗ, sang mùa vụ sau họ không đầu tư nuôi trồng treo ao, làm cho mùa vụ sau cung không đủ cầu, cá nguyên liệu thiếu hụt không cung cấp đủ cho doanh nghiệp chế biến, làm cho giá cá nguyên liệu tăng vọt, gây khó khăn bất ổn cho doanh nghiệp chế biến. Nguyên nhân là do thiếu sự quy hoạch cụ thể từng vùng nuôi trồng dẫn đến tình trạng thừa thiếu cá nguyên liệu trong chế biến. Mặt khác, quá trình phân phối chưa được bảo quản đúng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ

dẫn tới nguồn nguyên liệu không được đảm bảo làm cho tỷ lệ hao hụt trong quá trình vận chuyển cũng như trong khâu chế biến rất cao. Điều này làm tăng chi phí sản xuất trong khâu nuôi trồng cũng như khâu chế biến xuất khẩu, mang lại giá trị lợi nhuận và GTGT thấp. Đây là yếu tố cần làm nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Sau khi phân tích số liệu thứ cấp, tác giả đã điều tra thực tế tại các cơ sở, doanh nghiệp nuôi trồng được kết quả sau*

Bảng 2.14: Đánh giá các yếu tố nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp nuôi trồng

STT		***Các yếu tố doanh nghiệp nuôi trồng***	***Số mẫu***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
NT3		***Yếu tố đầu ra***			
	3.1	Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản			
	Q33	- Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu	150	3.30	1.035
	Q34	- Chất lượng nguyên liệu thuỷ sản ảnh hưởng đến năng suất, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.30	1.002
	3.2	Giá bán nguyên liệu thuỷ sản			
	Q35	- Giá bán nguyên liệu thuỷ sản bù đắp chi phí sản xuất doanh nghiệp	150	3.27	.969
	Q36	- Giá bán nguyên liệu thuỷ sản không ổn định ảnh hưởng hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.19	.999
	3.3	Quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản			
	Q37	- Quản lý tổn thất sau thu hoạch	150	2.76	.552
	Q38	- Bảo quản phân phối nguyên liệu thuỷ sản đúng theo tiêu chuẩn kỹ thuật	150	2.73	.609

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố chất lượng nguyên liệu thuỷ sản ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm thuỷ sản, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng đạt trung bình 3,30 điểm với độ lệch chuẩn 1,035%. Yếu tố giá bán, quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản cũng đạt trung bình từ 2,73 điểm đến 3,27 điểm. Nhìn chung thực trạng các yếu tố đầu ra ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng còn nhiều bất cập cần giải quyết.

2.2.1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu

Trong cơ cấu chi phí chế biến cá da trơn thì chi phí cá nguyên liệu chiếm phần lớn 80,69% trong tổng chi phí, chi phí lao động chiếm 7,9%, chi phí lãi vay chiếm 1,05%, phần còn lại là các chi phí khác. Do đó, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu muốn sản xuất được thì cần phải có nguồn vốn lớn để mua nguyên liệu đầu vào sản xuất, tăng cường chế biến sản phẩm GTGT cao, làm tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời nâng cao GTGT của doanh nghiệp. Yếu tố vốn đầu

tư liên quan trực tiếp hoạt động chế biến sản phẩm, ảnh hưởng đến quá trình tạo ra GTGT của doanh nghiệp.

a. Yếu tố đầu vào (yếu tố vốn đầu tư, nguyên liệu chế biến)

- *Vốn đầu tư:*

Hiện nay, cả nước có khoảng 200 doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cá da trơn, hầu hết đang gặp khó khăn về vốn, số vốn đầu tư trung bình cho một doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản khoản 230 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu chiếm bằng 1/3 vốn đầu tư, số vốn còn lại chủ yếu bằng vốn vay ngân hàng hay các tổ chức tín dụng. Theo số liệu ngân hàng nhà nước dư nợ cho vay nuôi trồng, chế biến xuất khẩu cá da trơn đến cuối năm 2016 ước đạt 23.323 tỷ đồng, tăng 11% so với năm 2015. Hầu hết các doanh nghiệp chế biến cá da trơn xuất khẩu có tiềm lực tài chính giới hạn, vốn đầu tư ít, nên họ chỉ mới đầu tư thiết bị công nghệ chế biến chủ yếu để sản xuất cá da trơn phi lê đông lạnh, chế biến thô sơ, rất thiếu thiết bị công nghệ sản xuất ra sản phẩm GTGT cao. Do đó, các doanh nghiệp cần phải đầu tư, đổi mới công nghệ chế biến để tăng khả năng cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu người tiêu dùng, nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm và hiệu quả sản xuất, mang lại lợi nhuận cao, GTGT cao cho doanh nghiệp và đây cũng là hướng đi bền vững cho ngành chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Tuy nhiên, đây là việc không hề dễ thực hiện, nhất là với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, nguồn lực tài chính hạn hẹp, thì yếu tố vốn đầu tư công nghệ hiện đại được doanh nghiệp và các ban ngành đặt lên hàng đầu. Yếu tố này đã làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp cũng như khả năng nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

- *Nguyên liệu chế biến:* là yếu tố quan trọng trong việc chế biến sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu cho doanh nghiệp chế biến, giúp ổn định hoạt động sản xuất thuỷ sản xuất khẩu, đẩy mạnh chế biến sản phẩm mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra nhiều sản phẩm GTGT cao, giảm giá thành sản phẩm xuất khẩu và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Yếu tố này cần được quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Sản lượng: Diện tích nuôi cá da trơn tại ĐBSCL có xu hướng giảm dần do các cơ sở nuôi trồng bị thua lỗ. Đến cuối năm 2015, thị trường cá da trơn nguyên liệu các tỉnh ĐBSCL vẫn trầm lắng, thậm chí kéo sang cả năm 2016. Tình trạng giảm diện tích nuôi dẫn đến nguồn nguyên liệu chế biến thiếu trầm trọng, theo dự báo trong năm 2017 và năm 2018 sẽ thiếu hụt cá nguyên liệu trên 40%, nguồn cung nguyên liệu không đáp ứng đủ nhu cầu chế biến của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, gây khó khăn trở ngại cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Chất lượng: Hiện nay chất lượng cá da trơn nguyên liệu rất thấp ảnh hưởng lớn đến doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Chất lượng cá nguyên liệu hiện nay chưa đáp ứng được các yêu cầu ngày càng cao của thị trường, cá nguyên liệu không sạch, nhiễm bệnh, dư lượng chất kháng sinh, hoá chất và nông dược trong cá nguyên liệu vượt mức cho phép, đã làm ảnh hưởng lớn đến quá trình sản xuất chế biến sản phẩm xuất khẩu

Giá bán: Do nguồn nguyên liệu thiếu, không đủ cung cấp cho doanh nghiệp chế biến nên giá bán cá nguyên liệu tiếp tục tăng trong thời qua, ảnh hưởng lớn đến quá trình chế biến xuất khẩu của doanh nghiệp, làm tăng chi phí đầu vào, giá thành sản phẩm xuất khẩu tăng cao, gây khó khăn cho xuất khẩu sản phẩm thuỷ sản, làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp và giảm GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

➢ *Kết quả điều tra thực tế tại các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu như sau*

Bảng 2.15: Đánh giá các yếu tố đầu vào nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu

STT		***Các yếu tố doanh nghiệp chế biến xuất khẩu***	***Số mẫu***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
CBXK1		***Yếu tố đầu vào***			
	1.1	Yếu tố vốn đầu tư			
	Q39	- Lãi vay ảnh hưởng đến CPSX, hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	2.886	.878
	Q40	- Vốn đầu tư xây dựng dây chuyền công nghệ sản xuất sản phẩm có GTGT cao	150	2.853	.669
	1.2	Yếu tố nguyên liệu chế biến			
	Q41	- Chất lượng nguyên liệu chế biến quyết định đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu	150	2.626	.923
	Q42	- Giá bán nguyên liệu chế biến ảnh hưởng đến CPSX & GTGT của doanh nghiệp	150	3.126	1.415

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố vốn đầu tư và nguyên liệu chế biến ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, chi phí sản xuất và GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt trung bình 2,62 điểm đến 3,12 với độ lệch chuẩn 0,923%. Nhìn chung thực trạng các yếu tố đầu vào ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu còn nhiều bất cập cần giải quyết.

b. Yếu tố quá trình sản xuất (yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động, mô hình liên kết chuỗi thủy sản xuất khẩu)

➢ *Yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động*

Hiện nay, các nhà máy chế biến xuất khẩu cá da trơn có công nghệ chế biến hiện đại đối với chế biến sản phẩm thô, các doanh nghiệp chưa quan tâm đầu tư công nghệ chế biến các sản phẩm GTGT do trình độ chế biến của các doanh nghiệp còn thấp, đầu tư vốn cao và sản phẩm phi lê cá da trơn dễ bán hơn các sản phẩm GTGT, mặt khác khả năng quản trị là một trở ngại lớn khiến các doanh nghiệp e ngại đầu tư chế biến các sản phẩm GTGT.

Các sản phẩm chế biến từ cá da trơn nhìn chung còn đơn điệu, chủ yếu là sản phẩm cá da trơn phi lê đông lạnh chiếm trên 98,89% (phi lê, nguyên con, cắt khúc), số còn lại cũng chỉ là các sản phẩm có hình thức khác hơn một ít so với phi lê. Loại sản phẩm chế biến sâu, phối chế, làm sẵn, ăn liền tuy bước đầu có sản xuất nhưng còn rất ít chiếm khoảng 5%. Công nghệ chế biến còn lạc hậu, trang thiết bị cũ kĩ, sản phẩm thủy sản chủ yếu dưới dạng thô hoặc sơ chế dẫn đến hạn chế giá trị gia tăng và doanh thu

sản phẩm thủy sản xuất khẩu thấp.

Theo nghiên cứu hiện nay tỷ lệ thịt phi lê cá da trơn chỉ chiếm 36% trong lượng con cá, còn lại 64% con cá thường được gọi là phụ phẩm, phế phẩm chưa được quan tâm chế biến thành những sản phẩm có chất lượng. Với số lượng cá da trơn 1 năm trên 1 triệu tấn tiềm năng khai thác rất lớn thì các phụ phẩm trong chế biến cá da trơn phi lê đông lạnh như đầu, xương, da, vây, nội tạng, mỡ,... tuy đã tận dụng để sản xuất ra các sản phẩm như dầu cá, bột cá, bong bóng, bao tử cá,... nhưng sản phẩm còn thô, sơ chế, chưa có những sản phẩm cao cấp dùng trong dược phẩm hoặc mỹ phẩm như tinh dầu cá, gelatine, thực phẩm chức năng chứa vi chất có GTGT.

Chế biến sản phẩm GTGT cá da trơn đòi hỏi nhiều lao động, sản lượng chế biến đạt thấp, vòng quay vốn dài, đối tượng khách hàng hạn chế, rủi ro lớn nên các doanh nghiệp chưa có quan tâm đúng mức sản xuất sản phẩm GTGT. Các nước nhập khẩu luôn tạo rào cản kỹ thuật, rào cản thương mại trong khi các doanh nghiệp chưa nắm vững các quy định này, chưa có kinh nghiệm trong đối phó và xử lý các tranh chấp thương mại nên thường bị thua thiệt. Yếu tố này làm giảm khả năng cạnh tranh sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường, giảm lợi nhuận và giảm khả năng nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

- *Yếu tố mô hình liên kết chuỗi thủy sản xuất khẩu:*

Ở nước ta, mô hình chuỗi liên kết sản xuất giữa người sản xuất và doanh nghiệp trong ngành thủy sản đã được thực hiện từ khá lâu, chủ yếu theo liên kết dọc, đã mang lại hiệu quả thiết thực như: Mô hình liên kết dọc của Liên hợp Sản xuất Cá sạch APPU Agifish, chuỗi liên kết cá da trơn của Tafishco An Giang, Liên kết Cá da trơn của Công ty Caseamex Cần Thơ và Hợp tác xã Hiệp Pháp 3,… Tuy nhiên, mô hình liên kết theo chuỗi hiện nay vẫn còn rất nhiều vấn đề tồn tại, thiếu tính bền vững do các đối tác cùng tham gia chuỗi liên kết giá trị không thực hiện đầy đủ các cam kết, chạy theo các lợi ích ngắn hạn trước mắt.

Tổ chức sản xuất và liên kết sản xuất: Việc phát triển diện tích nuôi quá nhanh, đầu tư cao cho sản xuất nhưng lại không quan tâm tới khả năng tiêu thụ sản phẩm dẫn đến giá cả nguyên liệu phụ thuộc vào các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu và luôn ở tình trạng bấp bênh không ổn định; sự lỏng lẻo nguồn vốn vay của ngân hàng, năng lực tài chính kinh doanh của doanh nghiệp chế biến còn yếu kém đã khiến cho chuỗi liên kết cá da trơn bị tan vỡ; hành lang pháp lý của nước ta chưa được chặt chẽ để buộc họ thực thi đúng cam kết trong chuỗi; mối liên kết giữa các khâu trong chuỗi sản xuất chưa chặt chẽ, kém bền vững dẫn đến nhiều xung đột trong nội tại, nhất là lợi ích giữa doanh nghiệp nuôi trồng và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu chưa đạt mức hài hòa dẫn đến nguy cơ rủi ro, thua lỗ luôn thường trực đối với doanh nghiệp nuôi trồng.

Công tác qui hoạch: còn chậm và chưa theo kịp sản xuất, thiếu các giải pháp sản xuất bền vững dẫn đến "bài toán" nguyên liệu giữa cung–cầu luôn trong tình trạng thừa–thiếu cục bộ, khả năng xảy ra rủi ro do biến động thị trường khá cao.

Sản xuất và tiêu thụ: Chủ yếu là các mô hình nuôi nhỏ lẻ, manh mún theo kinh nghiệm truyền lẫn nhau nên khi có sự biến động về giá, các nhà máy có cơ hội ép giá, người nuôi không tự bảo vệ được chính mình; Thiếu hệ thống thông tin về thị trường hoặc thông tin thiếu minh bạch, dẫn đến hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh. Hiện tượng tranh mua tranh bán, ép giá còn xảy ra đồng thời với hiện tượng không tuân thủ hợp đồng mua bán đã ký kết giữa người nuôi và doanh nghiệp thu mua cá da trơn, dẫn đến giá cá biến động thất thường và phụ thuộc rất lớn vào nhu cầu tiêu thụ của các nhà máy chế biến. Vì vậy người nuôi luôn ở thế bị động về giá và sản lượng tiêu thụ.Yếu tố này làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, lợi nhuận kinh doanh của doanh nghiệp thấp, đồng thời ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp.

➢ *Qua điều tra thực tế tại các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cho thấy kết quả sau*

Bảng 2.16: Đánh giá các yếu tố quá trình sản xuất nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu

STT		***Các yếu tố doanh nghiệp chế biến xuất khẩu***	***Số mẫu***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
CBXK2		***Yếu tố quá trình sản xuất***			
	2.1	Yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến và lao động (KTCNCB&LĐ)			
	Q43	- KTCNCB&LĐ ảnh hưởng đến chất lượng, sản lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu	150	3.180	.941
	Q44	- KTCNCB&LĐ tạo ra sản phẩm có GTGT cao	150	2.980	1.358
	2.2	Yếu tố mô hình liên kết chuỗi thuỷ sản xuất khẩu			
	Q45	- Liên kết chuỗi thuỷ sản xuất khẩu đáp ứng cân đối nguồn cung sản lượng và ổn định giá nguyên liệu chế biến	150	3.000	.874
	Q46	- Liên kết chuỗi thuỷ sản xuất khẩu nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu	150	2.520	1.574
	Q47	-Liên kết chuỗi thuỷ sản xuất khẩu hỗ trợ công tác truy xuất nguồn gốc sản phẩm	150	2.906	1.489

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến, lao động và yếu tố mô hình liên kết chuỗi thuỷ sản xuất khẩu ảnh hưởng đến chất lượng, sản lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu và GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt trung bình 2,52 điểm đến 3,18 với độ lệch chuẩn 0,941%. Thực trạng các yếu tố quá trình sản xuất ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu còn nhiều bất cập cần giải quyết.

c. Yếu tố đầu ra (chất lượng sản phẩm xuất khẩu, giá bán, hệ thống phân phối xuất khẩu)

➢ *Chất lượng sản phẩm xuất khẩu*: Hiện nay chất lượng sản phẩm xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam không đáp ứng được yêu cầu của nhà nhập khẩu. Nhiều lô hàng xuất

khẩu thuỷ sản của Việt Nam bị cảnh báo nhiễm kháng sinh, chứa mầm bệnh và buộc trả về nước tại hầu hết các thị trường. Tính từ 2014 đến nay đã có khoảng 32.000 tấn hàng bị trả về. Trong 9 tháng đầu năm 2015, Việt Nam có 542 lô hàng thủy sản của 110 công ty xuất khẩu bị 38 nước nhập khẩu trả về, trung bình mỗi doanh nghiệp có 5 lô hàng không đảm bảo chất lượng bị trả về. Cá biệt, có một doanh nghiệp xuất khẩu bị trả về đến 70 lô hàng. Nguyên nhân của tình trạng này là do một số DN chế biến xuất khẩu thủy sản sử dụng kháng sinh trong bảo quản, áp dụng HACCP lỏng lẻo, chưa xây dựng được vùng nguyên liệu đảm bảo chất lượng, nguyên liệu không rõ nguồn gốc..., cũng cho thấy chương trình giám sát chất lượng và kiểm soát dịch bệnh trên thủy sản nuôi của cơ quan chức năng Việt Nam còn nhiều hạn chế. Mặt khác, chưa đa dạng hoá sản phẩm, theo số liệu Hải quan 2016 cá da trơn xuất khẩu với 35 loại sản phẩm nhưng chủ yếu là phi lê cá đông lạnh chiếm đến 92,2% kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản, còn tỷ lệ quá nhỏ cá da trơn chế biến sâu. Đây là một điểm yếu kém của ngành chế biến cá da trơn, còn lãng phí lớn tiềm năng con cá không nâng cao được hiệu quả kinh tế cũng như nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Giá bán:* Những năm qua xuất khẩu cá da trơn vào các thị trường Mỹ và EU phát triển mạnh, tuy nhiên giá xuất khẩu cá da trơn không cao trung bình từ 3,12-3,48$/kg thể hiện qua bảng 2.17, giá bán không ổn định, bán giá thấp hơn thị trường quốc tế, và giá bán ngày càng giảm đó là nghịch lý trong khi nhu cầu lương thực trên thế giới ngày càng cao về vấn đề thiếu nguyên liệu. Nhưng giá cá da trơn Việt Nam càng bán càng hạ giá, như năm 1994 bán giá 7$/kg đến năm 2012 với giá bán chỉ còn 1,6$/kg, điều này gây thiệt hại cho người nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, còn tạo cho các đối thủ bôi nhọ. Nguyên nhân là do Việt Nam chưa có giá sàn cá da trơn xuất khẩu nên các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản đua nhau chào bán giá thấp, cạnh tranh nhau đều này diễn ra ở các kỳ hội chợ quốc tế, làm mất giá sản phẩm, kéo theo chất lượng giảm sút khiến nhiều lô hàng bị trả về và ra lệnh cấm nhập khẩu cá da trơn Việt Nam một thời gian. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, có vùng nuôi trồng riêng cũng tham gia vào việc phá giá cá da trơn xuất khẩu, vì các doanh nghiệp này có giá thành sản xuất thấp hơn nên cũng sẵn sàng phá giá thị trường để thu hồi vốn. Chiến lược bán hàng kiểu phá giá của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đã làm hình ảnh sản phẩm này ngày càng đi xuống, đây cũng là nguyên nhân mà các sản phẩm cá da trơn Việt Nam bị các nước nhập khẩu khởi kiện và đánh thuế chống bán phá giá rất cao. Mặt khác, giá xuất khẩu cá thấp là do sản phẩm cá da trơn xuất khẩu chưa có thương hiệu riêng, chưa xuất khẩu trực tiếp bằng thương hiệu riêng sản phẩm của mình đến các nhà phân phối, các siêu thị để cung cấp tận tay người tiêu dùng, mà sản phẩm cá da trơn chủ yếu xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian. Do vậy, Các doanh nghiệp Việt Nam cần đưa ra được một mức giá sàn cho sản phẩm cá da trơn xuất khẩu tùy theo thị trường. Việc định ra mức giá này sẽ buộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tập trung nhiều hơn vào chất lượng sản phẩm mà không phải tìm mọi cách để hạ giá thành, từ đó chất lượng sản phẩm được nâng lên và được khách hàng tín

nhiệm hơn. Yếu tố giá xuất khẩu là yếu tố cốt lõi trong việc xác định hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, đồng thời là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

- **Bảng 2.17: Giá xuất khẩu sản phẩm phi lê cá da trơn giai đoạn 2010-2016**
- *Đơn vị tính: đồng/kg*

STT	Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Giá bán	2,98	3,24	3,29	3,37	3,4	3,46	3,48

So sánh											
2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)
0,260	8,725	0,050	1,543	0,080	2,432	0,030	0,890	0,060	1,765	0,020	0,578

(Nguồn: Số liệu giá bán trung bình qua các năm – vasep)

- *Hệ thống kênh phân phối xuất khẩu (Thương hiệu sản phẩm; Yếu tố năng lực cạnh tranh)*

- *Thương hiệu sản phẩm:* Cá da trơn là sản phẩm đặc hữu Việt Nam, với sản lượng xuất khẩu chiếm 90% nhu cầu. Đáng lẻ các nhà xuất khẩu cá da trơn Việt Nam phải toàn quyền quyết định giá bán theo hướng nâng cao giá trị, hiệu quả cho toàn chuỗi, tiến tới phát triển bền vững cho ngành hàng này. Thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam cạnh tranh không lành mạnh, bằng cách hạ giá bán, giảm chất lượng, khiến hình ảnh cá da trơn Việt Nam bị suy giảm trong mắt người tiêu dùng thế giới. Mặc khác, đến nay sản phẩm cá da trơn Việt Nam dù đã có mặt tại 125 quốc gia và vùng lãnh thổ nhưng đa phần lại mang thương hiệu của các nhà nhập khẩu. Do đó không nhiều người tiêu dùng biết cá da trơn được sản xuất tại Việt Nam.

Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu cho ngành thủy sản còn nhiều khó khăn, do các doanh nghiệp chưa thật sự thấy lợi ích của việc xây dựng thương hiệu tập thể. Nhiều doanh nghiệp còn lo ngại thương hiệu tập thể lấn át thương hiệu riêng.

Nhiều doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cá da trơn, chỉ nghĩ đến lợi ích trước mắt, sẵn sàng bán sản phẩm với giá rẻ, chất lượng thấp, nhằm cạnh tranh về giá, mà chưa nghĩ đến việc liên kết với nhau để xây dựng thương hiệu tập thể gắn với chất lượng sản phẩm tốt, giá cả phải chăng.

Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam chưa quan tâm đầy đủ và đầu tư đúng mức cho hoạt động quảng bá, xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường. Việc xây dựng, bảo vệ và quảng bá thương hiệu chưa được quan tâm, dẫn đến sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam chưa có thương hiệu riêng, thương hiệu mạnh trên thị trường thế giới, đồng thời còn xảy ra các tranh chấp thương mại liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ.

Sản phẩm cá da trơn xuất khẩu của Việt Nam đều xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian. Sau khi nhập khẩu, các nhà phân phối này lại tiến hành hoạt động

đóng gói, sơ chế, dán nhãn với thương hiệu của họ trước khi sản phẩm đến các siêu thị, nhà hàng hay người bán lẻ, do đó giá xuất khẩu cá da trơn thấp, giá trị đầu ra thu được thấp, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp giảm và GTGT mà doanh nghiệp mang lại không cao. Mặt khác, hình ảnh thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa in đậm trong tâm trí người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu

- *Yếu tố năng lực cạnh tranh*

Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản hiện nay còn yếu kém, chủ yếu khai thác các lợi thế sẵn có chưa có sự đầu tư thích đáng vào đổi mới phương pháp công nghệ, đổi mới tư duy quản lý sản xuất, đổi mới sản phẩm thủy sản chế biến so với các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản như Thái Lan, Indonexia, Ấn Độ.

Các sản phẩm thủy sản xuất khẩu hiện nay còn khá đơn điệu, chưa đa dạng hoá sản phẩm, chủ yếu xuất sản phẩm thô, hay phi lê, sản phẩm GTGT chưa cao, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản chậm đổi mới sản phẩm cả về hình thức lẫn chất lượng, đã làm cho giá bán, giá xuất khẩu sản phẩm thủy sản thấp hơn so với sản phẩm cùng loại của các nước xuất khẩu trong khu vực.

Chất lượng sản phẩm cá da trơn xuất khẩu chưa cao, không đáp ứng được các yêu cầu của nhà nhập khẩu do sản phẩm bị lây nhiễm chất kháng sinh trong quá trình nuôi và bảo quản, chưa xây dựng được việc truy xuất nguồn gốc của sản phẩm, chưa áp dụng được các tiêu chuẩn quốc tế.

Giá bán (giá xuất khẩu) sản phẩm cá da trơn còn quá thấp chủ yếu xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian chưa xuất bán trực tiếp đến các siêu thị cung cấp tận tay người tiêu dùng.

Chưa xây dựng thương được hiệu riêng cho sản phẩm cá da trơn Việt Nam xuất khẩu. Sản phẩm cá da trơn xuất khẩu của Việt Nam đều xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian. Sau khi nhập khẩu, các nhà phân phối này lại tiến hành hoạt động đóng gói, sơ chế, dán nhãn với thương hiệu của họ trước khi sản phẩm đến các siêu thị, nhà hàng hay người tiêu dùng.

Thời gian qua phần lớn các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu làm ăn chụp giựt, cạnh tranh thiếu lành mạnh, chỉ đầu tư đến nhà máy không quan tâm đến vùng nuôi nguyên liệu, không tiếp cận được thị trường bài bảng, tranh mua nguyên liệu, tranh bán xuất khẩu khiến thị trường bị rối loạn, phá giá thị trường, chỉ vì mục đích duy nhất kiếm lợi nhanh vì vậy không ít doanh nghiệp bị phá sản, người nuôi trồng nợ ngân hàng, ngân hàng quay lại siết người nuôi trồng, doanh nghiệp lúc khó khăn thì lại không trả tiền cho người nuôi trồng, ở đây mối quan hệ giữa doanh nghiệp và người nuôi trồng chỉ vì lợi nhuận.

Thiếu chủ động trong việc tìm kiếm thông tin thị trường và tranh chấp thương mại. Phần lớn các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cá da trơn hiện nay đều bị áp dụng thuế chống bán phá giá từ 0,77-1,29$/kg, việc áp thuế này khiến thị trường Mỹ trở nên khó khăn hẹp dần, không ít doanh nghiệp phải rời bỏ thị trường này, điều đáng nói là

năm nào Bộ Thương mại Mỹ (DOC) cũng làm điều này nhưng doanh nghiệp bị động làm ảnh hưởng lớn đến công tác sản xuất và chế biến, rõ ràng vấn đế nắm bắt thông tin thị trường và những rào cản thương mại kỹ thuật của doanh nghiệp Việt Nam còn rất yếu. Trong khi đó vai trò của Hiệp hội ngành nghề còn rất mờ nhạt.

Vì vậy khả năng cạnh tranh và thâm nhập thị trường sản phẩm thủy sản của các doanh nghiệp chế biến Việt Nam so với các nước khác rất yếu kém, dẫn đến lợi nhuận của doanh nghiệp chế biến thấp và GTGT của doanh nghiệp không cao. Đây là yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

- *Kết quả khảo sát thực tế tại các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu như sau*

Bảng 2.18: Đánh giá các yếu tố đầu ra nâng cao GTGT thuộc doanh nghiệp chế biến xuất khẩu

STT		***Các yếu tố doanh nghiệp chế biến xuất khẩu***	***Số mẫu***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
CBXK3		***Yếu tố đầu ra***			
	3.1	Chất lượng sản phẩm xuất khẩu			
	Q48	- Chất lượng sản phẩm xuất khẩu ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.360	1.291
	Q49	- Chất lượng sản phẩm xuất khẩu quyết định sự phát triển toàn ngành chế biến xuất khẩu thuỷ sản	150	3.133	.967
	3.2	Giá bán, giá xuất khẩu			
	Q50	- Giá bán, giá xuất khẩu bù đắp chi phí sản xuất doanh nghiệp	150	3.240	.994
	Q51	- Giá bán, giá xuất khẩu không ổn định ảnh hưởng hiệu quả hoạt động và GTGT của doanh nghiệp	150	3.353	.949
	3.3	Xúc tiến thương mại và phân phối xuất khẩu sản phẩm			
	Q52	- Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm	150	3.240	.924
	Q53	- Xây dựng thương hiệu sản phẩm	150	3.506	1.034

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng ta thấy yếu tố chất lượng, giá bán sản phẩm thuỷ sản và yếu tố xúc tiến thương mại, phân phối sản phẩm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động, nâng lực cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu và GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt trung bình 3,13 điểm đến 3,50 với độ lệch chuẩn 1,043%. Thực trạng các yếu tố đầu ra ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu còn nhiều bất cập cần giải quyết.

2.2.2 Các yếu tố thuộc nhà nước ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp

2.2.2.1 Nhóm yếu tố về chiến lược phát triển

Thực trạng các yếu tố chiến lược phát triển thuỷ sản của nhà nước ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp hiện còn nhiều bất cập sau:

- *Trong nuôi trồng thuỷ sản (NTTS):*

Diện tích NTTS trên đất liền đã khai thác tới mức giới hạn cho phép. Các địa phương có tiềm năng, diện tích mặt nước phát triển NTTS đều đã quy hoạch đưa vào sử dụng hết. NTTS phát triển theo phong trào. Công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch còn rất hạn chế. Các quy hoạch cụ thể, quy hoạch chi tiết thường đi trước quy hoạch tổng thể, chất lượng quy hoạch không cao.

Chưa chú trọng đúng mức đến quy hoạch phát triển theo chiều sâu (tăng sản lượng trên cùng diện tích mặt nước NTTS), vẫn tập trung phát triển theo chiều rộng (mở rộng diện tích nuôi trồng). Do tư duy sản xuất nhỏ, thiếu định hướng, tầm nhìn, thiếu chính sách cụ thể sử dụng đất, mặt nước lâu dài, ổn định, thiếu vốn đầu tư, thiếu nghiên cứu khoa học dẫn đường, thiếu các hướng dẫn và đánh giá sau quy hoạch, thiếu trao đổi, học hỏi kinh nghiệm trong và ngoài nước…

Chưa thực hiện được truy xuất nguồn gốc sản phẩm thuỷ sản. Việc mới chỉ được triển khai thử nghiệm cho một số vùng, chưa triển khai trên toàn quốc, vì vậy đã ảnh hưởng đến công tác quản lý chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, làm chậm kế hoạch xây dựng thương hiệu sản phẩm uy tín, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngành công nghiệp chế biến thuỷ sản. Do manh mún của diện tích và sự phân tán của các vùng NTTS, mặt khác thời gian qua, ngành mới chỉ chú trọng đầu tư cho một số đối tượng chủ lực xuất khẩu, chưa thể mở rộng đại trà đến các đối tượng khác.

Việc sử dụng các loại thuốc, hoá chất bị cấm trong NTTS vẫn xảy ra. Nhiều lô hàng thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam bị trả lại do nhiễm hoá chất bị tồn dư trong sản phẩm, phần nhiều là các dư lượng kháng sinh,…Do thiếu các hướng dẫn cụ thể, thiếu các hướng dẫn cảnh báo cho người NTTS về nguy cơ của việc sản xuất thiếu an toàn. Mặt khác công tác quản lý nhà nước về hoá chất, thuốc thú y, về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm còn chồng chéo, còn bất cập, các địa phương chưa thực hiện tốt công tác kiểm tra, giám sát hoạt động NTTS, kiểm tra xử lý các hoạt động kinh doanh, buôn bán các loại thuốc, hoá chất bị cấm.

Sản xuất thức ăn, chế phẩm sinh học, thuốc thú y thuỷ sản đã bị bỏ ngỏ. Trên 80% lượng thức ăn phải nhập khẩu từ nước ngoài hoặc do các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài sản xuất. Người NTTS không chủ động được trong sản xuất mỗi khi có biến động lớn về giá thức ăn (thức ăn chiếm trên 80% giá thành sản phẩm). Lỗi dẫn đến tình trạng này chủ yếu thuộc về cơ quan quản lý nhà nước.

Về sản xuất con giống và quản lý chất lượng con giống rất hạn chế: Chất lượng con giống không cao, công tác kiểm tra, kiểm soát lỏng lẻo. Lượng giống trôi nổi trên thị trường không được kiểm soát rất lớn, đã ảnh hưởng không nhỏ đến NTTS, tỷ lệ sống sau thu hoạch đạt rất thấp từ 45-55%, có lúc, có nơi đạt 25-30%. Do công tác quản lý nhà nước chưa tốt, thiếu các quy chuẩn, quy định cụ thể, việc kiểm tra, kiểm soát còn đơn giản, thậm chí có nơi còn để xảy ra tiêu cực. Cơ sở hạ tầng thuỷ lợi vùng

nuôi còn nhiều bất cập. Chưa có các nghiên cứu khoa học về hệ thống thuỷ lợi phục vụ cho NTTS, hầu hết hiện nay nước phục vụ cho NTTS sử dụng chung, cùng hệ thống thuỷ lợi phục vụ cho hệ thống nông nghiệp, vì vậy nguy cơ ô nhiễm nguồn nước và dịch bệnh từ việc dùng chung các loại hoá chất, thuốc trừ sâu, phân bón trong nông nghiệp thải ra nguồn nước.

- *Trong chế biến thuỷ sản (CBTS):*

Công tác dự báo thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước rất hạn chế: thời gian qua các doanh nghiệp tự xoay sở trong cơ chế thị trường, tự tìm đầu ra cho sản xuất. Do không chủ động được thị trường nhiều doanh nghiệp sản xuất cầm chừng, không thể xây dựng được chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu là do thiếu kiến thức thương mại thị trường, thiếu vốn đầu tư, thiếu các chính sách hỗ trợ đúng đắn, kịp thời của nhà nước về marketting về dự báo thị trường. Mặt khác công tác thống kê thuỷ sản bị buông lỏng suốt thời gian dài, không có sự quan tâm đầu tư của Nhà nước.

Tình trạng cạnh tranh thiếu lành mạnh: Nội bộ cộng đồng doanh nghiệp còn nhiều vấn đề thường xuyên xảy ra. Nổi cộm thời gian qua là tình trạng một số doanh nghiệp dung túng việc bơm tạp chất vào nguyên liệu thuỷ sản để phá giá thị trường. Một số doanh nghiệp khác lại dùng chiêu chào hàng giá thấp trên thị trường quốc tế nhằm bán được hàng, mặc cho đó là sự làm hại lẫn nhau trong nội bộ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, dẫn đến tình trạng kiềm hãm lĩnh vực sản xuất nguyên liệu trong nước, đặc biệt là sản phẩm tôm và cá da trơn, nhiều lúc người nuôi phải treo ao vì giá thu mua quá thấp không đủ bù đắp chi phí sản xuất. Do thói hư tật xấu tàn dư của lề thói sản xuất nhỏ còn hằn sâu trong một số doanh nhân, văn hoá kinh doanh hiện đại và liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng hiệp hội ngành nghề chưa đủ tầm ảnh hưởng để hình thành nên môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Thiếu phối hợp quy hoạch giữa sản xuất nguyên liệu và nhà máy chế biến: Việc tự phát mở rộng diện tích NTTS đến đâu, nhà máy CBTS phát triển theo đến đó, đã dẫn đến tình trạng thiếu nguồn nguyên liệu, dư thừa công suất sản xuất. Theo thống kê của Vasep, các nhà máy CBTS được đầu tư rất lớn, trong khi đó công suất thực tế hoạt động chỉ đạt 50-70% tuỳ thuộc từng nhà máy. Như vậy, việc đầu tư là không có hiệu quả, đầu tư lớn, các doanh nghiệp CBTS phải khấu hao tài sản cố định lớn, không sử dụng hết công suất đồng nghĩa với việc nâng cao giá thành sản xuất, giảm khả năng cạnh tranh trên thị trường. Do công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch còn hạn chế.

Điều này đã làm ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh, cũng như lợi ích kinh tế của doanh nghiệp, đồng thời là ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Bảng 2.19: Đánh giá các yếu tố chiến lược phát triển nâng cao GTGT thuộc Nhà nước

STT		*Các yếu tố nhà nước*	*Số nhân viên*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
NN1		***Nhóm yếu tố về chiến lược phát triển***			
	Q54	Phát triển thủy sản thành một ngành sản xuất hàng hóa, có thương hiệu uy tín	150	3.533	1.034
	Q55	Chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động cùng với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa	150	3.480	1.060
	Q56	Xác định nông dân và doanh nghiệp là chủ thể chính của sản xuất thủy sản, đồng thời tạo sự gắn kết lợi ích giữa nông dân và doanh nghiệp	150	3.313	1.069
	Q57	Phát triển thuỷ sản theo hướng chất lượng và bền vững	150	3.320	.971

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng kết quả khảo sát cho thấy yếu tố chiến lược phát triển của nhà nước ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản đạt trung bình 3,31 điểm đến 3,53 điểm với độ lệch chuẩn 1,034%. Nhìn chung thực trạng yếu tố chiến lược phát triển của nhà nước còn nhiều bất cập cần giải quyết.

2.2.2.2 Nhóm yếu tố về quy hoạch

Các yếu tố nhà nước về quy hoạch ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp còn nhiều bất cập sau

Về phát triển sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu để đáp ứng yêu cầu nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản, từ khâu chọn giống, nuôi trồng, chế biến xuất khẩu thuỷ sản đã và đang cải tiến các quy trình sản xuất sau cho đạt tiêu chuẩn quốc tế. Tuy nhiên, việc lạm dụng hoá chất, chất kháng sinh trong sản xuất, quá trình nuôi trồng vẫn còn phổ biến nên các sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu vẫn chưa đáp ứng các yêu cầu về an toàn vệ sinh thực phẩm của nước nhập khẩu làm giảm GTGT của sản phẩm. Hơn nữa, tình trạng thiếu nguyên liệu cho sản xuất chế biến thuỷ sản cũng dẫn đến tình trạng làm giảm GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu vì các doanh nghiệp phải nhập khẩu nguyên liệu để chế biến. Điều này, rất khó kiểm soát chất lượng nguyên liệu từ việc truy xuất nguồn gốc, làm ảnh hưởng lớn đến chất lượng thuỷ sản xuất khẩu.

Về quy hoạch vùng nuôi cá da trơn: Nhà nước đã ban hành nhiều quyết định, phê duyệt nhiều đề án phát triển sản xuất và tiêu thụ cá da trơn vùng ĐBSCL, theo đó nhiều nơi đã chỉ đạo người dân không nuôi cá cao sản tràn lan mà chỉ nuôi tại khu vực có diện tích rộng 10ha. Đáng nói là việc tuân thủ quy hoạch này không đơn giản đối với nông dân. Sản phẩm cá da trơn xuất khẩu được coi là sản phẩm xuất khẩu chủ lực Việt Nam, nhưng ngành sản xuất, chế biến xuất khẩu cá da trơn vẫn bộc lộ nhiều hạn chế, nhất là việc phát triển theo phong trào, không quy hoạch. Đây chính là nguyên

nhân dẫn đến tình trạng "mất mùa, được giá", môi trường nuôi ô nhiễm, chất lượng cá thương phẩm thấp, làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp thuỷ sản.

Về quy hoạch công nghiệp chế biến thuỷ sản: Quy hoạch cũng chưa mang tính đồng bộ, chủ yếu là quy hoạch vùng nuôi mà chưa quy hoạch vùng sản xuất con giống, thức ăn nuôi trồng, xử lý nguồn nước nuôi, nước thải, các dịch vụ hỗ trợ, kiểm soát nguồn giống…. Ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản chưa được phát triển đồng bộ, chưa quy hoạch phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành xuất khẩu thuỷ sản phát triển. Điều này đã làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản.

Đối với khu vực quy hoạch chưa mang tính tổng thể thiếu sự phối hợp giữa các ngành với nhau, quy hoạch vùng nuôi trồng thuỷ sản gần vùng trồng trọt và các vùng trồng trọt sử dụng thuốc trừ sâu không theo đúng quy trình dẫn đến làm ô nhiễm vùng nuôi trồng thuỷ sản, làm giảm hiệu quả hoạt động kinh doanh và giảm GTGT của doanh nghiệp.

Vấn đề Nhà nước quy hoạch ngành chế biến cá da trơn Việt Nam đến năm 2020 chỉ mới dựa vào cảm tính thiếu cơ sở khoa học, nặng về thành tích bởi trong tăng trưởng đồng nghĩa với phát triển, quy hoạch thì để đấy không có kế hoạch thực hiện cụ thể, trách nhiệm của các ban ngành cụ thể thì sự tự phát trong nhiều năm qua là lẻ tất nhiên. Điều này đã ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động cũng như quá trình nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thuỷ sản.

Bên cạnh vấn đề quy hoạch vùng nuôi trồng thì vấn đề ô nhiễm môi trường là một vấn đề bức xúc cần giải quyết cho ngành thuỷ sản nước ta hiện nay. Thuỷ sản sống trong môi trường ô nhiễm dễ dàng bị mắc bệnh, khi thuỷ sản bị mắc bệnh người nuôi trồng lại dùng hoá chất kháng sinh làm cho thuỷ sản xuất khẩu bị nhiễm chất kháng sinh cao, môi trường thêm ô nhiễm gây khó khăn cho việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thuỷ sản.

Bảng 2.20: Đánh giá các yếu tố về quy hoạch nâng cao GTGT thuộc Nhà nước

STT		***Các yếu tố nhà nước***	***Số nhân viên***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
NN2		***Nhóm yếu tố về quy hoạch***			
	Q58	Chính sách quy hoạch vùng nuôi trồng thuỷ sản	150	3.066	.960
	Q59	Chính sách quy hoạch ngành công nghiệp chế biến thuỷ sản	150	4.006	.951

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng kết quả khảo sát cho thấy yếu tố về quy hoạch của nhà nước ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản đạt trung bình 3,06 điểm đến 4,006 điểm với độ lệch chuẩn 0,51%%. Thực trạng yếu tố về quy hoạch của nhà nước còn nhiều bất cập cần giải quyết.

2.2.2.3 Nhóm yếu tố về chính sách kiểm soát

Yếu tố chính sách kiểm soát của nhà nước bao gồm yếu tố: chính sách kiểm soát con giống; chính sách kiểm soát về thức ăn nuôi; chính sách kiểm soát hoá chất, thuốc thú y. Thực trạng chính sách của nhà nước ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp hiện còn nhiều bất cập sau:

- *Chính sách kiểm soát con giống*

Hiện nay để kiểm soát được chất lượng con giống đã được Nhà nước ban hành nhiều văn bản quy định đối với việc kinh doanh và sản xuất con giống thuỷ sản. Tuy nhiên, trên thị trường các nhà phân phối giống thuỷ sản với chất lượng cao còn quá ít so với nhu cầu giống của ngành thuỷ sản. Phần lớn các loại giống đều khai thác giống từ tự nhiên và nhập khẩu từ nước ngoài, có một số loại bước đầu sản xuất giống nhân tạo thành công. Nhưng công nghệ vẫn chưa thực sự ổn định, sản phẩm giống chưa thực sự trở thành hàng hoá có số lượng và chất lượng ổn định. Do thiếu nguồn giống cá bố mẹ chất lượng cao và kỹ thuật ương giống còn lạc hậu nên việc nhập khẩu con giống là khá phổ biến. Hiện nay có gần 70% con giống không rõ nguồn gốc xuất xứ, nhưng các cơ quan quản lý của ngành thuỷ sản chưa có biện pháp hữu hiệu để kiểm soát được chất lượng con giống này. Việc kiểm định đầy đủ, kiểm soát chất lượng con giống sạch của nhà nước còn rất hạn chế nên đã xảy ra tình trạng con giống bệnh, không sạch ảnh hưởng trực tiếp đến việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Chính sách kiểm soát về thức ăn nuôi trồng*

Thức ăn nuôi trồng thuỷ sản là yếu tố ảnh hưởng đến năng suất, hiệu quả và GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng, ngoài ra nó còn ảnh hưởng đến chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm của thuỷ sản xuất khẩu. Để kiểm soát thức ăn trong nuôi trồng thuỷ sản nhà nước đã ban hành nhiều thông tư, các quy chuẩn quốc gia quy định các chỉ tiêu an toàn và mức độ giới hạn tối đa cho phép trong một số nguyên liệu thức ăn nuôi trồng và các điều kiện bắt buộc đối với các cơ sở sản xuất thức ăn nuôi trồng thuỷ sản, nhằm kiểm soát chất lượng thức ăn một cách hiệu quả. Tuy nhiên, thực trạng thức ăn nuôi trồng thuỷ sản hiện nay còn rất nhiều bất cập, chưa được kiểm soát chặt chẽ. Hầu hết các hộ nuôi trồng đều sử dụng thức ăn công nghiệp do các công ty nước ngoài cung cấp thì đạt năng suất, nhưng giá thành rất cao làm tăng chi phí nuôi trồng dẫn đến người nuôi trồng không có lãi thậm chí lỗ nặng. Do đó, một số hộ nuôi trồng đã tiết kiệm chi phí bằng cách mua thức ăn của các cơ sở sản xuất thức ăn không rõ nguồn gốc xuất xứ, chất lượng thức ăn không đảm bảo, điều này đã dẫn đến chất lượng cá nguyên liệu không cao, ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình sản xuất sản phẩm xuất

khẩu, làm giảm GTGT cho doanh nghiệp một cách đáng kể. Do vậy nhà nước cần có chế tài, biện pháp kiểm soát chặt chẽ nguồn cung cấp thức ăn đạt chất lượng, giá cả phù hợp nhằm gia tăng GTGT cho doanh nghiệp nuôi trồng cũng như các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Chính sách kiểm soát hóa chất, thuốc thú y*

Về lĩnh vực kiểm soát thuốc và hoá chất nhà nước đã ban hành nhiều quyết định và danh mục thuốc thú y thuỷ sản, sản phẩm xử lý cải tạo môi trường nuôi trồng thuỷ sản được phép lưu hành tại Việt Nam, ban hành danh mục thuốc, hoá chất, kháng sinh cấm sử dụng và hạn chế sử dụng tại Việt Nam. Tuy nhiên, tình trạng hàng thuỷ sản xuất khẩu Việt Nam bị cảnh báo do tồn tại dư lượng kháng sinh trong thuỷ sản vẫn tiếp tục diễn ra do công tác quản lý việc sử dụng các chất kháng sinh, hoá chất của Việt Nam hiện tại đã được cải thiện song vẫn bọc lộ nhiều yếu kém. Hầu hết các hộ nuôi trồng cũng như các đại lý thu gom cá da trơn chưa được hướng dẫn về sử dụng kháng sinh và hoá chất, các doanh nghiệp thực hiện chưa nghiêm túc các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm của ngành. Các loại thuốc, hoá chất, thuốc kháng sinh được bán tràn lan trên thị trường, các hộ nuôi trồng sử dụng thuốc một cách tự phát không theo sự hướng dẫn của cán bộ kỹ thuật. Hàng năm, các cơ quan chức năng đều thực hiện các cuộc điều tra khảo sát về dư lượng các chất kháng sinh và các chất thải có liên quan đến môi trường của các vùng nuôi trồng, nhưng kết quả cho thấy hiện tượng sử dụng kháng sinh và việc trong nước có hàm lượng các chất gây ô nhiễm môi trường vẫn còn xảy ra. Điều này đã làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp và ảnh hưởng lớn đến nâng cao GTGT các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Bảng 2.21: Đánh giá các yếu tố về chính sách kiểm soát nâng cao GTGT thuộc Nhà nước

STT		***Các yếu tố nhà nước***	***Số nhân viên***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
NN3		***Nhóm yếu tố về chính sách kiểm soát***			
	Q60	Chính sách kiểm soát con giống	150	3.42	1.094
	Q61	Chính sách kiểm soát về thức ăn nuôi trồng	150	3.70	1.299
	Q62	Chính sách kiểm soát hóa chất, thuốc thú y	150	3.386	1.350

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng kết quả khảo sát cho thấy yếu tố chính sách kiểm soát của nhà nước ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản đạt trung bình 3,38 điểm đến 3,42 điểm với độ lệch chuẩn 1,034%.

2.2.2.4 Nhóm yếu tố về chính sách hỗ trợ

Chính sách hỗ trợ của Nhà nước bao gồm: chính sách hỗ trợ kỹ thuật nuôi trồng và chế biến; chính sách hỗ trợ vốn; chính sách hỗ trợ thị trường và xúc tiến xuất khẩu. Tuy nhiên thực trạng các yếu tố chính sách hỗ trợ của Nhà nước ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp còn nhiều bất cập sau:

- *Chính sách hỗ trợ kỹ thuật nuôi trồng và chế biến*

Hiện nay, nhà nước đã ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về cơ sở nuôi trồng thuỷ sản và các quy định về điều kiện đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm đối với các doanh nghiệp chế biến sản phẩm xuất khẩu, bên cạnh đó áp dụng khoa học kỹ thuật vào nuôi trồng thuỷ sản nhằm đưa năng suất chất lượng hiệu quả lên cao. Tuy nhiên, vẫn còn một số các tồn tại như mô hình nuôi trồng đảm bảo chất lượng vệ sinh thực phẩm cho ra sản phẩm thuỷ sản sạch lại chưa cho năng suất như mong muốn vì vậy chưa áp dụng rộng rãi; Có rất ít vùng nuôi trồng lớn, tập trung đa phần các cơ sở nuôi trồng có quy mô nhỏ, nuôi trồng tự phát, người nuôi trồng chưa được tập huấn đầy đủ, chưa áp dụng được tiến bộ khoa học kỹ thuật vào nuôi trồng thuỷ sản; Công tác bảo quản sau thu hoạch chưa đúng cách, không đảm bảo tiêu chuẩn. Điều này, đã ảnh hưởng lớn đến nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

- *Chính sách hỗ trợ vốn*

Thời gian qua, Chính phủ đã ban hành nhiều nghị định về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp nông thôn vùng ĐBSCL đặc biệt là ngành nuôi trồng thuỷ sản, các giải pháp đột phá, nhằm khuyến khích các tổ chức tín dụng đẩy mạnh đầu tư vốn cho lĩnh vực phát triển thuỷ sản, hỗ trợ doanh nghiệp và người dân mở rộng sản xuất kinh doanh, bước đầu cho thấy thúc đẩy tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội, phát huy những tiềm năng, lợi thế của vùng. Nhờ có nguồn vốn tín dụng ngân hàng, nhiều hộ nông dân, doanh nghiệp có điều kiện mở rộng, phát triển sản xuất, đẩy mạnh nuôi trồng và chế biến thuỷ sản. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, nhìn chung hoạt động tín dụng ngân hàng phục vụ phát triển nuôi trồng, chế biến xuất khẩu thuỷ sản vùng ĐBSCL vẫn đang đối diện với những khó khăn, thách thức, nguồn vốn tín dụng chưa đáp ứng được nhu cầu của các địa phương. Đây là vùng tiềm năng, thế mạnh về nuôi trồng thuỷ sản,… nhưng những năm qua, huy động vốn của các tổ chức tín dụng trên địa bàn chỉ đáp ứng 88% nhu cầu vốn của khu vực. Những khó khăn, hạn chế đã và đang trở thành "rào cản" trong việc mở rộng hoạt động tín dụng ngân hàng là:

Một số chính sách chưa tạo ra sự liên kết vững chắc theo chuỗi: người nuôi trồng – ngân hàng cho vay vốn – doanh nghiệp chế biến xuất khẩu – doanh nghiệp cung ứng giống, thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y thủy sản – nhà khoa học. Một tư liệu lao động như máy móc thiết bị phục vụ cho sản xuất, thu hoạch, nhà lưới nhà bạt, ao nuôi trồng thuỷ sản,… trên đất nông nghiệp có giá trị lớn nhưng chưa được các cơ quan có thẩm quyền cấp chứng nhận, quyền sở hữu kịp thời, chưa có định mức về quy chuẩn cụ thể,… Vì thế, việc sử dụng các tài sản này để thế chấp vay vốn tại các tổ chức tín dụng

còn nhiều khó khăn vướng mắc.

Chính sách bảo hiểm cho ngành nuôi trồng thuỷ sản chưa phát triển, chưa tạo nền tảng an toàn cho việc mở rộng tín dụng ngân hàng đối với ngành thuỷ sản. Việc tiêu thụ đầu ra cho thuỷ sản không ổn định nên nhiều tổ chức tín dụng vẫn dè dặt trong việc cho vay đối với khu vực kinh tế trang trại nuôi trồng thuỷ sản, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Hoạt động tín dụng chính sách vẫn còn nhiều khó khăn, thiếu vốn, thiếu cơ chế, chính sách cụ thể; các sản phẩm tín dụng cung ứng cho lĩnh vực nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thuỷ sản của phần lớn các ngân hàng thương mại còn đơn điệu, phân tán,… chủ yếu cho vay lưu vụ, cho vay thu mua nông sản, lương thực tạm trữ.

Đầu tư tín dụng đối với ngành nuôi trồng thuỷ sản tiềm ẩn nhiều rủi ro do thiên tai, dịch bệnh, mất mùa, thị trường tiêu thụ bấp bênh; thiếu các công cụ phòng ngừa và hạn chế rủi ro; nguồn lực của Nhà nước dành để xử lý rủi ro cho ngành nuôi trồng thuỷ sản còn thấp.

Trong thực tế doanh nghiệp và người nuôi trồng khó tiếp cận nguồn vốn vay của các ngân hàng, làm cho ngành nuôi trồng chế biến cá da trơn lao đao thời gian qua là do chính sách tín dụng với thời hạn cho vay là 6 tháng, trong khi một lứa cá nuôi từ 8-9 tháng thêm vào đó thủ tục vay rất phức tạp, mặt khác lãi suất cho vay cao, làm cho doanh nghiệp dễ bị thua lỗ. Đứng trước khó khăn trên của các doanh nghiệp trong ngành chế biến cá da trơn, các ngành chức năng vẫn đứng ngoài cuộc. Hậu quả là cả một ngành tiềm năng của Việt Nam bị thu thiệt, người nuôi trồng bị mất tài sản còn doanh nghiệp chế biến thì khó vực dậy được.

Những khó khăn trên đã làm cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản khó tiếp cận được các nguồn vốn của Nhà nước, gây trở ngại cho hoạt động sản xuất kinh doanh, làm ảnh hưởng trực trực tiếp hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, cũng như nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản.

- *Chính sách hỗ trợ thị trường và xúc tiến thương mại*

Thời gian qua, công tác xúc tiến thương mại cá da trơn được tập trung quảng bá hình ảnh sản phẩm tại các thị trường EU, Mỹ, Nga, Trung Đông, Nam Mỹ, Châu Á. Đồng thời, tổ chức sự kiện thuỷ sản Việt Nam để tạo cơ hội cho doanh nghiệp kinh doanh thủy sản Việt Nam gặp doanh nghiệp nước ngoài. Nhà nước đã tổ chức các Hội chợ Triển lãm Quốc tế Thuỷ sản Việt Nam, VIETFISH trở thành hội chợ thuỷ sản lớn nhất Đông Nam Á, có hơn 300 gian hàng của hơn 170 doanh nghiệp thuỷ sản trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, theo Tổng cục Thuỷ sản, hoạt động xúc tiến thương mại còn nhiều yếu kém. Trước tiên là thông tin về thị trường chưa đầu đủ và chính xác để giúp các doanh nghiệp làm cơ sở xây dựng chiến lược kinh doanh. Các cơ quan quản lý nhà nước thiếu quyết sách giải quyết kịp thời khó khăn nảy sinh trong xuất khẩu. Công tác quảng bá hình ảnh đẹp về sản phẩm cá da trơn chưa hiệu quả, chưa đến được người tiêu dùng ở các thị trường chính Mỹ và EU. Nhất là cá da trơn phi lê đông lạnh của Việt Nam ngày càng cao tỷ lệ mạ băng và hàm lượng nước cùng với việc thiếu

nhãn hiệu chất lượng Việt Nam để quảng bá đã làm ảnh hưởng đến uy tín sản phẩm. Thời gian qua, mới tập trung vào xuất khẩu mà chưa chú trọng thị trường trong nước.

Nguyên nhân của yếu kém này, theo Tổng cục Thuỷ sản, tổ chức bộ máy và chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại chưa có hệ thống, thiếu chiến lược cụ thể. Đồng thời, còn thiếu cán bộ chuyên nghiệp, hiểu biết về thị trường, sản phẩm, lại thiếu kinh nghiệm quản lý xúc tiến thương mại. Sự phối hợp giữa các cơ quan trong Bộ NN&PTNT cũng như Bộ NN&PTNT với các bộ ngành khác chưa hiệu quả. Điều này làm ảnh hưởng đến nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Bảng 2.22: Đánh giá các yếu tố hỗ trợ nâng cao GTGT thuộc Nhà nước

STT		***Các yếu tố nhà nước***	***Số nhân viên***	***Trung bình***	***Độ lệch chuẩn***
NN4		***Nhóm yếu tố về chính sách hỗ trợ***			
	Q63	Chính sách hỗ trợ kỹ thuật nuôi trồng và chế biến	150	3.280	.6358
	Q64	Chính sách hỗ trợ vốn	150	3.280	.742
	Q65	Chính sách hỗ trợ thị trường và xúc tiến xuất khẩu	150	3.386	.632

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng kết quả khảo sát cho thấy yếu tố chính sách hỗ trợ của nhà nước ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản đạt trung bình 3,28 điểm đến 3,386 điểm với độ lệch chuẩn 0,632%.

2.2.3 Các yếu tố thuộc Hiệp hội ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp

Các yếu tố chính sách hỗ trợ Hiệp hội ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp hiện còn nhiều bất cập sau:

Hiệp hội chưa phát huy hết vai trò tập hợp với các doanh nghiệp về tổ chức các chương trình xúc tiến xuất khẩu như: chưa kết hợp với các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam tại nước ngoài, với phòng thương mại tại thị trường các nước để tổ chức các hoạt động giới thiệu và quảng bá sản phẩm; các hội viên chưa được hỗ trợ nhiều từ phía Hiệp hội về việc xây dựng các văn phòng đại diện tại các thị trường quan trọng như Mỹ, EU, Nhật Bản,... để thu thập thông tin thị trường, luật pháp, quy định, yêu cầu nhập khẩu của các nước sở tại; các doanh nghiệp trong ngành thủy sản chưa được tìm hiểu thông tin về đối tác, đối thủ cạnh tranh một cách nhanh chóng và chính xác.

Việc áp dụng các chương trình quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm như GMP, SOP, HACCP, ISO…chưa đạt hiệu quả và chưa phối hợp tốt với các cơ quan quản lý chất lượng thủy sản ở địa phương trong việc tăng cường kiểm soát thức ăn, thuốc thú y, chế phẩm sinh học trong nuôi trồng và chế biến. Chưa cập nhật các thông

tin về tình hình vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng thủy sản trên thế giới và các quy định về vệ sinh dịch tễ của các nước EU, Nhật Bản, Mỹ, Canada,...cho các doanh nghiệp trong cùng Hiệp hội ngành nghề.

Chưa áp dụng tốt mô hình liên kết dọc và liên kết ngang trong quy trình sản xuất và chế biến thủy sản, sạch từ khâu chọn giống, chưa đảm bảo việc cung cấp các loại thủy sản sạch, nguy cơ dịch bệnh và ô nhiễm môi trường vẫn còn cao.

Hiệp hội chưa cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời khi có những biến động trên thị trường cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản. Đó là vấn đề thiết yếu đối với Hiệp hội bởi không phải doanh nghiệp nào cũng có thể có bộ phận theo dõi, phân tích diễn biến thị trường một cách chuyên nghiệp. Đây là lĩnh vực mà Hiệp hội cần thực hiện và cũng là cách để hỗ trợ thiết thực nhất cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản.

Hiệp hội chưa hỗ trợ tốt cho doanh nghiệp trong việc tìm kiếm thị trường xuất khẩu. Hiệp hội chưa kết hợp tốt với cơ quan quản lý Nhà nước như Tổng cục Thủy Sản và Cục xúc tiến Thương Mại–Bộ Công Thương, và các đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, về việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nước mở rộng thị trường. Với ưu thế về kinh nghiệm, thông tin, các tổ chức cơ quan này cũng cần tư vấn để doanh nghiệp lựa chọn được đối tác tin cậy.

Thống kê liên tục tình hình nuôi trồng, đánh bắt và chế biến thủy sản trong nước, tình hình giá cả, cung cầu, đánh giá các nhân tố tác động, những khó khăn và thuận lợi để kịp thời đưa ra những giải pháp. Cung cấp thông tin về tình hình xuất khẩu thủy sản trong nước và thế giới, tình hình giá cả và diễn biến giao dịch trên thị trường, nâng cao chất lượng dự báo thị trường.

Hiệp hội chưa tìm hiểu tình hình cung cầu trên thị trường thế giới, sức ép cạnh tranh, xác định được mặt hàng chủ lực và thị trường chủ lực. Chưa nắm rõ thông tin yêu cầu của từng thị trường, theo từng giai đoạn thời gian (nhất là môi trường pháp lý), điều chỉnh mạnh cơ cấu sản xuất, đa dạng hóa các sản phẩm, tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao theo nhu cầu thị trường; cải tiến và nâng cao trình độ chế biến của doanh nghiệp.

Hiệp hội chưa triển khai chiến lược kinh doanh thủy sản một cách có hệ thống, trong đó đặc biệt chú trọng việc nghiên cứu môi trường kinh doanh, nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm mới.

Hiệp hội chưa xây dựng và quảng bá thương hiệu chung sản phẩm như “thương hiệu quốc gia”, chưa có chiến lược marketing hiệu quả.

Với các hạn chế trên cho thấy Hiệp hội cần khắc phục và từng bước phát huy tốt vai trò của Hiệp hội trong các lĩnh vực giúp cho các doanh nghiệp trong cùng ngành nghề cùng nhau phát triển, tăng trưởng hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời giúp nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thuỷ sản xuất khẩu.

Bảng 2.23: Đánh giá các yếu tố nâng cao GTGT thuộc Hiệp hội

STT		*Các yếu tố nhà hiệp hội*	*Số mẫu*	*Trung bình*	*Độ lệch chuẩn*
1	Q66	Hiệp hội hỗ trợ xúc tiến thương mại	150	3.3133	.696
2	Q67	Hiệp hội hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp	150	3.4400	.629
3	Q68	Hiệp hội hỗ trợ kỹ thuật và quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm	150	3.4200	.637

(Nguồn: Tác giả điều tra và xử lý từ SPSS)

Qua bảng kết quả khảo sát cho thấy các yếu tố Hiệp hội ảnh hưởng đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp bao gồm yếu tố hỗ trợ xúc tiến thương mại; hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp thì chưa; hỗ trợ kỹ thuật và quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm đạt mức trung bình từ 3,31 điểm đến 3.44 điểm với độ lệch chuẩn 0,696%.

2.3 Thực trạng nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

Tác giả nghiên cứu phân tích thực trạng chuỗi thủy sản điển hình là chuỗi cá da trơn tại khu vực ĐBSCL để thấy rõ thực trạng nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

2.3.1 Giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn

2.3.1.1 Doanh nghiệp sản xuất giống

Hoạt động sản xuất giống cá da trơn phát triển mạnh kể từ năm 1999 sau khi công nghệ sản xuất giống được hoàn thiện; và đặc biệt phát triển kể từ năm 2004 đến nay. Hai tỉnh có số trại và sản lượng giống cá da trơn lớn nhất vùng là Đồng Tháp và An Giang. Đây là hai trung tâm nuôi cá da trơn lớn nhất toàn quốc. Năm 2014, tổng số cơ sở sản xuất giống cá da trơn là 133 trại, trong đó Đồng Tháp có 90 trại, An Giang 23 trại, Cần Thơ 6 trại, Bến Tre 5 trại và các tỉnh Vĩnh Long, Trà Vinh, Hậu Giang, Tiền Giang có 9 trại; cung cấp gần 26,4 tỷ cá bột và gần 2,4 tỷ cá giống. Đến năm 2016, cả nước có 230 cơ sở sản xuất giống cá da trơn hơn 4.000 hộ ương dưỡng cá giống với diện tích hơn 2.250 ha, sản xuất khoản 25-28 tỷ con cá bột và hơn 2,6 tỷ cá giống. (tongcucthuyvietnam, 2016)

Trong sản xuất giống cá da trơn, chi phí cá bố mẹ chiếm tỷ trọng lớn nhất chiếm 41,9% trong kết cấu chi phí, chi phí thức ăn cho cá bột chiếm 40,5%, chi phí thuốc sử dụng chiếm 7,4%, và chi phí khác chiếm 10,2%. (phụ lục D - bảng 1) Trong khâu sản xuất giống, doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả kinh tế bằng cách quản lý chặc chẽ và tiết kiệm ba loại chi phí này.

Trong kênh thị trường này tác nhân đầu tiên trong chuỗi là doanh nghiệp giống, giống được bán trực tiếp hay thông qua kênh đại lý phân phối giống của công ty sẽ đến với các doanh nghiệp hay các hộ nuôi trồng. Năm 2016, mỗi vụ ương cá da trơn giống kéo dài khoảng 2,5-3 tháng. Trong điều kiện thời tiết thuận lợi, kỹ thuật tốt thì tỷ lệ sống đạt khoảng 10%. Khi đó, mỗi công (1.000m2) ương cá da trơn giống có thể đạt năng suất khoảng 4 tấn, giá thành sản xuất bình quân 29.000 đồng/kg. Với loại cá

giống dài từ 1,5cm-2,5cm có giá bán hiện nay khoảng 33.000đồng/kg- 38.000đồng/kg, trừ các chi phí, khâu sản xuất giống có GTGT khoảng 7.000 đồng/kg.

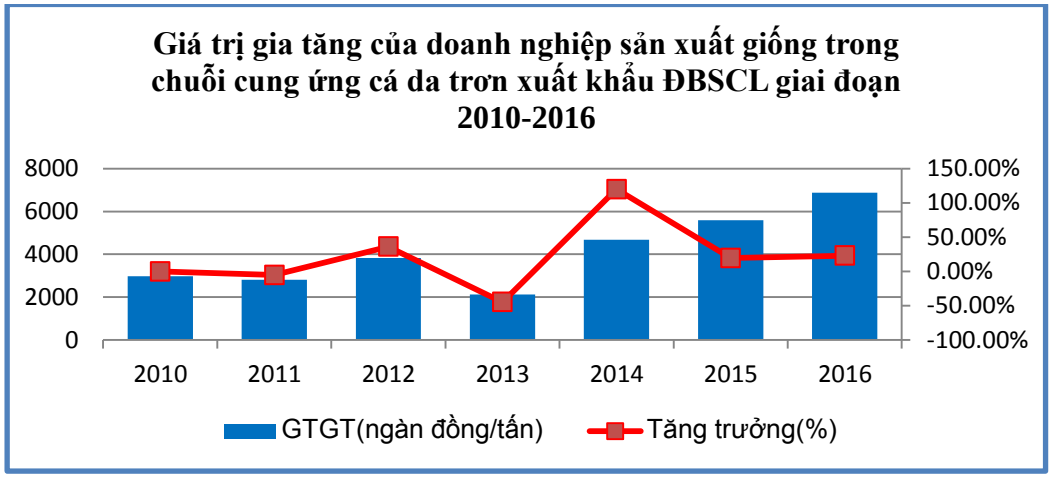
Căn cứ vào bảng 1- phụ lục D (Bảng tổng hợp trung bình giá bán, vốn hoạt động, chi phí sản xuất cá da trơn tại doanh nghiệp giống khu vực ĐBSCL giai đoạn 2010-2016), tác giả tính ra được GTGT của doanh nghiệp giống được thể hiện qua bảng 2.24. Từ bảng 2.24 ta thấy, tại doanh nghiệp giống năm 2016 giá bán cao hơn là 2.909ngđ/tấn tương ứng tăng 8,25% so với năm 2015, đồng thời chi phí sản xuất năm 2016 cao hơn so với năm 2015 là 1.623ngđ/tấn tương ứng tăng 5,47% dẫn đến GTGT năm 2016 đạt 6.869ngđ/tấn cao hơn 1.286ngđ/tấn tương ứng tăng 23,04% so với năm 2015. Nguyên nhân là do cá da trơn thịt tăng nên giá cá da trơn giống cũng tăng theo, nhiều hộ mua cá da trơn con về nuôi nên số lượng cá da trơn giống còn rất ít không đủ cung cấp cho thị trường. Hơn nữa, việc sản xuất giống cá da trơn tại nhiều doanh nghiệp, nông hộ cũng không đạt năng suất và sản lượng so với năm trước, cá giống dễ bị chết do bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh, trời nắng nóng, thời tiết bất lợi đã khiến giá giống cá da trơn tăng mạnh.

Bảng 2.24: Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp sản xuất giống trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

STT	Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	So sánh											
									2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
									(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)
1	Giá bán (P)	28500,12	28400,26	32180,28	30680,42	33250,47	35250,73	38160,4	-99,860	-0,35	3780,020	13,310	-1499,8	-4,661	2570,050	8,377	2000,260	6,016	2909,680	8,254
2	Chi phí sản xuất (IC)	25529,89	25582,76	28346,69	28554,08	28578,11	29667,7	31290,8	52,870	0,207	2763,930	10,804	207,390	0,732	24,030	0,084	1089,590	3,813	1623,120	5,471
3	Chi phí lao động(L)	925,12	953,08	998,14	1080,17	1150,21	1180,49	1248,15	27,960	3,022	45,060	4,728	82,030	8,218	70,040	6,484	30,280	2,633	67,660	5,732
4	Vốn hoạt động bình quân/trong kỳ (K)	25351,17	25592,38	28346,49	28368,83	28483,62	29521,39	29634,7	241,210	0,951	2754,110	10,761	22,340	0,079	114,790	0,405	1037,770	3,643	113,350	0,384
5	**GTGT (VA)**	2970,23	2817,5	3833,59	2126,34	4672,36	5583,03	6869,59	-152,73	-5,14	1016,090	36,064	-1707,25	-44,534	2546,020	119,737	910,670	19,491	1286,560	23,044
6	**GTGT/LĐ (PL)**	3,211	2,956	3,841	1,969	4,062	4,729	5,504	-0,254	-7,92	0,885	29,921	-1,872	-48,746	2,094	106,357	0,667	16,426	0,774	16,374
7	**GTGT/VỐN (PK)**	0,117	0,110	0,135	0,075	0,164	0,189	0,232	-0,007	-6,03	0,025	22,844	-0,060	-44,578	0,089	118,852	0,025	15,290	0,043	22,573
8	**GTGT/GIÁ BÁN (VA/P)**	0,104	0,099	0,119	0,069	0,141	0,158	0,180	-0,005	-4,808	0,020	20,081	-0,050	-41,822	0,071	102,753	0,018	12,710	0,022	13,662

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)



Hình 2.3: GTGT của doanh nghiệp sản xuất giống trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

(Nguồn:Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

2.3.1.2 Doanh nghiệp nuôi trồng

Hoạt động nuôi thương phẩm chủ yếu được thực hiện bởi hàng ngàn hộ nông dân nuôi trồng thủy sản, tập trung chủ yếu ở các tỉnh ĐBSCL. Nuôi cá da trơn là thế mạnh của các địa phương như Cần Thơ, An Giang, Đồng Tháp, Tiền Giang. Diện tích thả nuôi và sản lượng cá trong khoảng 5 năm trở lại đây tăng chậm. Theo tổng cục Thống kê, năm 2015 diện tích nuôi trồng thủy sản đạt 1,28 triệu ha, tăng 1,4% so với năm 2014. Trong đó diện tích nuôi cá da trơn 5.500 ha tăng 0,62%, sản lượng nuôi trồng thủy sản đạt 3,53 triệu tấn, 4,04% so với năm trước, trong đó cá da trơn đạt 1,123 triệu tấn, tăng 1,2% so với năm 2014.

Có 4 loại mô hình nuôi cá da trơn: (i) nhà máy chế biến có vùng nguyên liệu; (ii) doanh nghiệp có diện tích lớn chuyên nuôi; (iii) hộ nuôi nhỏ lẻ có hợp đồng bao tiêu sản phẩm; (iv) hộ nuôi nhỏ lẻ tự do. Hai hình thức đầu chiếm tới 70% diện tích nuôi trồng cá da trơn, hầu hết các trang trại có quy mô lớn được sở hữu và quản lý của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, và các trang trại có quy mô nhỏ được điều hành bởi các hộ gia đình cá nhân. Các hộ nuôi nhỏ lẻ tự do ngày càng ít đi bởi 1ha cho thu hoạch 300-400 tấn cá, doanh thu khoảng 5-6 tỷ VND/năm, do đó đòi hỏi một lượng vốn không nhỏ (nếu áp dụng GAP thì phải có từ 20ha trở lên).

Trong cơ cấu chi phí nuôi cá da trơn, thì chi phí thức ăn chiếm tỷ trọng cao nhất (86,8%), tiếp theo là chi phí giống chiếm tỷ trọng 6,3%, chi phí thuốc thú y thủy sản chiếm tỷ trọng 2,6%, các chi phí khác chiếm tỷ trọng 3,6%, nhiên liệu chiếm tỷ trọng 0,7%. Để đầu tư sản xuất 1 ha cá da trơn, thì người nuôi cần số tiền đầu tư khoảng 7,7 tỷ đồng cho các khoản chi phí con giống, thức ăn, thuốc thú y thủy sản, nhiên liệu... Số vốn cũng khá lớn đối với hộ nông dân, do đó nông dân thường nuôi nhỏ lẻ và có hợp đồng bao tiêu sản phẩm với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Qua kết quả nghiên cứu cho thấy, giá thành cá da trơn nguyên liệu biến động từ 18.000đ/kg đến 27.800đ/kg, giá thành bình quân là 22.500đ/kg, thấp hơn giá bán khoảng 10% (năm 2014). Có khoảng trên 70% số hộ nuôi cá da trơn có giá thành thấp hơn giá bán bình quân, 30% số hộ nuôi cá da trơn còn lại sẽ bị lỗ trong năm 2014. Năm 2016, với giá bán là 23.800đ/kg và năng suất bình quân đạt 400 tấn/ha, doanh thu của hộ nuôi trồng đạt khoảng 9,5 tỷ đồng/ha, nhưng với mức chi phí đầu tư ban đầu khá cao khoảng 8,13 tỷ/ha, và nông dân có mức lãi bình quân đạt hơn 1,38 tỷ đồng/ha. (bảng 4- phụ lục D). Xét về giá trị tuyệt đối thì nuôi cá da trơn có mức lãi khá lớn so với các ngành sản xuất nông nghiệp khác trong vùng, đặc biệt là khi so sánh với sản xuất lúa. Tuy nhiên, nếu xét theo hiệu quả đầu tư, thì tỷ suất sinh lợi không cao, chỉ khoảng 17% với thời gian đầu tư từ 6-8 tháng.

Căn cứ vào bảng 2- phụ lục D (Bảng tổng hợp trung bình giá bán, vốn hoạt động, chi phí sản xuất cá da trơn tại doanh nghiệp nuôi trồng khu vực ĐBSCL giai đoạn 2010-2016), tác giả tính ra được GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng được thể hiện qua bảng 2.25 như sau:

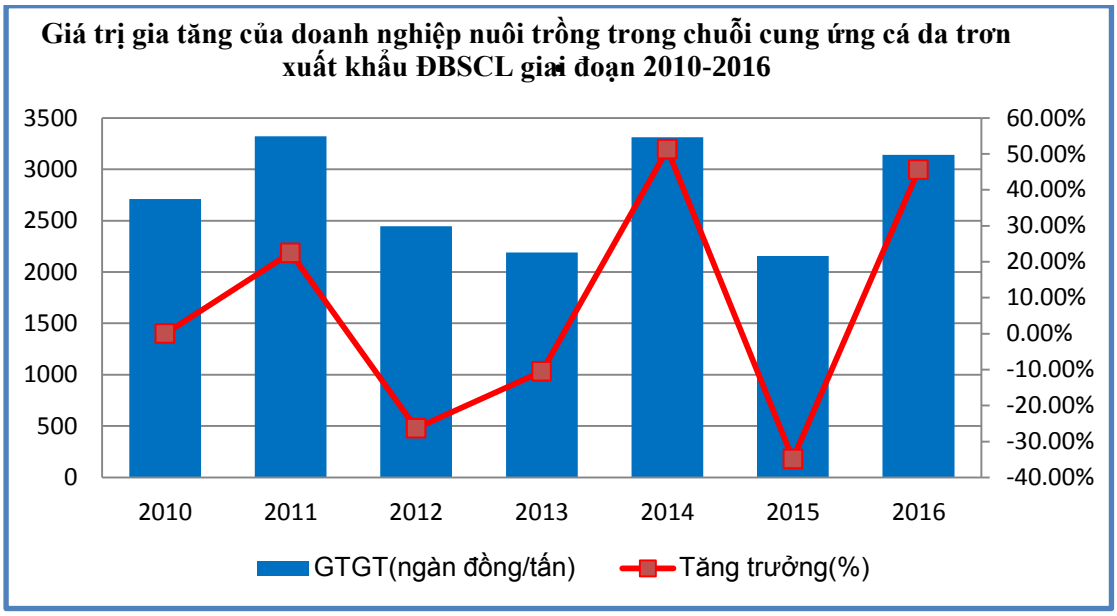
Từ bảng 2.25 ta thấy, Năm 2016 giá bán cá da trơn tăng hơn so với năm 2015 là 1.240ngđ/tấn tương ứng tăng 5,49%, trong khi đó chi phí sản xuất cá da trơn tăng 257ngđ/tấn tương ứng tăng 1,25% dẫn đến GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng đạt 3.140ngđ/tấn tăng so với năm 2015 là 983ngđ/tấn tương ứng tăng 495,59%. Giai đoạn 2013 – 2015 GTGT tại doanh nghiệp nuôi trồng, các hộ nuôi có xu hướng giảm khá rõ rệt nguyên nhân là do giá bán cá da trơn xuống thấp so với giá thành sản xuất, bên cạnh giá cả thì khó khăn nhất hiện nay là không kiểm soát được giá thức ăn, giá thức ăn tăng cao đã tác động đến chi phí sản xuất tăng, một số doanh nghiệp nuôi trồng, các hộ nuôi trồng bị thua lỗ dẫn đến nhiều doanh nghiệp nuôi trồng, các hộ nuôi phải treo ao.

Bảng 2.25: Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

STT	Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	So sánh											
									2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
									(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)
1	Giá bán (P)	18350,34	22180,16	22470,25	22320,47	23590,52	22580,41	23820,72	3829,82	20,871	290,09	1,308	-149,78	-0,667	1270,05	5,690	-1010,11	-4,282	1240,31	5,493
2	Chi phí sản xuất (IC)	15638,86	18859,80	20024,07	20131,66	20279,23	20423,63	20680,66	3220,94	20,596	1164,27	6,173	107,59	0,537	147,57	0,733	144,40	0,712	257,03	1,258
3	Chi phí lao động(L)	372,16	385,24	390,29	412,37	420,19	427,32	436,39	13,08	3,515	5,05	1,311	22,08	5,657	7,82	1,896	7,13	1,697	9,07	2,123
4	Vốn hoạt động bình quân/trong kỳ (K)	15631,27	18902,47	20025,69	20064,34	20197,49	20160,28	20268,72	3271,20	20,927	1123,22	5,942	38,65	0,193	133,15	0,664	-37,21	-0,184	108,44	0,538
5	GTGT (VA)	2711,48	3320,36	2446,18	2188,81	3311,29	2156,78	3140,06	608,88	22,46	-874,18	-26,33	-257,37	-10,52	1122,48	51,28	-1154,51	-34,87	983,28	45,59
6	GTGT/LĐ (PL)	7,286	8,619	6,268	5,308	7,880	5,047	7,196	1,333	18,298	-2,351	-27,281	-0,960	-15,312	2,573	48,467	-2,833	-35,953	2,148	42,564
7	GTGT/VỐN (PK)	0,173	0,176	0,122	0,109	0,164	0,107	0,155	0,002	1,264	-0,054	-30,460	-0,013	-10,694	0,055	50,285	-0,057	-34,746	0,048	44,811
8	GTGT/GIÁ BÁN (VA/P)	0,148	0,150	0,109	0,098	0,140	0,096	0,132	0,002	1,311	-0,041	-27,279	-0,011	-9,921	0,042	43,138	-0,045	-31,952	0,036	38,010

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)



Hình 2.4: GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

2.3.1.3 Doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu

Năm 2016, toàn vùng ĐBSCL có khoảng 170 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cá da trơn. Các nhà máy chế biến tập trung chủ yếu tại các địa phương như An Giang, Đồng Tháp, Cần Thơ, Vĩnh Long, Tiền Giang, ngành công nghiệp chế biến cá da trơn phát triển mạnh với tốc độ tăng trưởng nhanh và đang có tiềm năng lớn. Hầu hết các nhà máy chế biến cá da trơn trong vùng đều được quan tâm đầu tư và nâng cấp với công nghệ, thiết bị khá hiện đại, tạo ra các sản phẩm đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế.

Sản phẩm cá da trơn xuất khẩu của Việt Nam thường xuất dưới dạng phi lê tươi hoặc phi lê đông lạnh, thường chiếm khoảng 2/3 tổng số lượng xuất khẩu. Trong phạm vi nghiên cứu phân tích của luận án tác giả chọn phi lê đông lạnh thịt trắng để tính toán cho dòng sản phẩm cá da trơn xuất khẩu.

Với tỷ lệ chế biến 2,8 kg cá da trơn nguyên liệu làm ra 1 kg thịt cá da trơn phi lê, với giá xuất khẩu bình quân 3,48USD/kg phi lê (tỷ giá 22.980đ/USD), doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có lợi nhuận là 5.829đ/kg chiến tỷ trọng 5,73% trên doanh thu (bảng 5- phụ lục D)

Căn cứ vào bảng 3- phụ lục D (Bảng tổng hợp trung bình giá bán, vốn hoạt động, chi phí chế biến phi lê cá da trơn tại doanh nghiệp chế biến xuất khẩu giai đoạn 2010-2016), tác giả đưa ra GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu được thể hiện qua bảng 2.26 như sau.

Từ bảng 2.26 ta thấy, Năm 2012 GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt 7.844ngđ/tấn tương ứng tăng 40,57% so với năm 2010. Năm 2014 GTGT đạt 8.368ngđ/tấn tương ứng tăng 6,68% so với năm 2012. Năm 2016 với giá bán trung

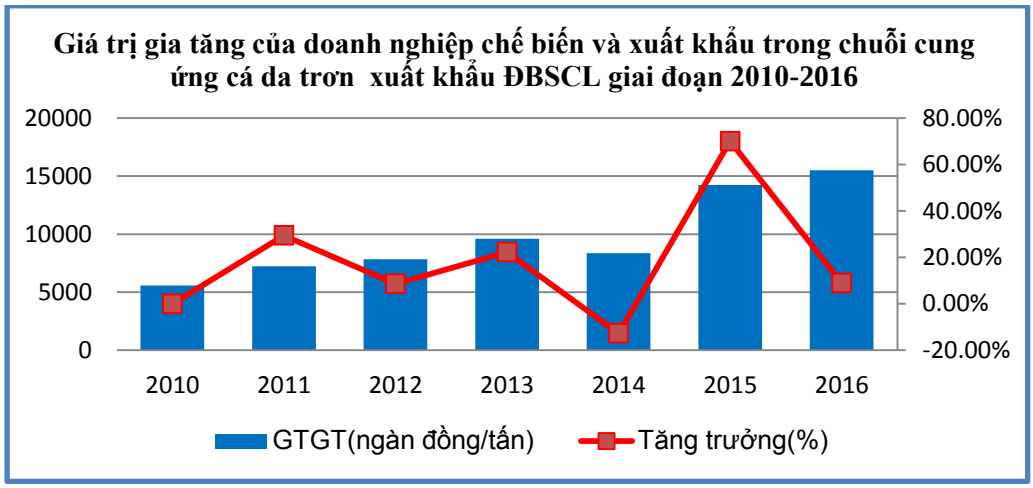
bình 3,48USD/kg dưới dưới dạng phi lê (với tỷ giá 22.980đ/USD) tương ứng 66.696đ/kg cá da trơn nguyên liệu (theo tỷ lệ quy đổi trung bình 2,8 kg cá da trơn nguyên liệu làm ra 1kg cá phi lê). Với giá bán này GTGT của doanh nghiệp chế biến là 15.490ngđ/kg tương ứng tăng 8,89% so với năm 2015.

Bảng 2.26: Bảng tổng hợp GTGT của doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

Đơn vị tính: ngàn đồng/tấn

STT	Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	So sánh											
									2011/2010		2012/2011		2013/2012		2014/2013		2015/2014		2016/2015	
									(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)	(đồng/kg)	(%)
1	Giá bán (P)	55261,12	66883,32	68524,12	70871,10	72236,40	75358,80	79970,40	11622,20	21,031	1640,80	2,453	2346,98	3,425	1365,30	1,926	3122,40	4,322	4611,60	6,120
2	Chi phí sản xuất (IC)	49680,93	59661,65	60679,79	61281,09	63867,80	61133,05	64480,26	9980,72	20,090	1018,14	1,707	601,30	0,991	2586,71	4,221	-2734,76	-4,282	3347,21	5,475
3	Chi phí lao động(L)	4017,59	4612,72	4735,95	5065,58	5164,85	5305,43	5723,10	595,13	14,813	123,23	2,672	329,63	6,960	99,28	1,960	140,58	2,722	417,67	7,872
4	Vốn hoạt động bình quân/trong kỳ (K)	19218,41	25609,16	24138,35	23743,28	24929,53	24148,29	24385,67	6390,75	33,253	-1470,81	-5,743	-395,07	-1,637	1186,25	4,996	-781,24	-3,134	237,38	0,983
5	GTGT (VA)	5580,19	7221,67	7844,33	9590,01	8368,60	14225,75	15490,14	1641,48	29,42	622,66	8,62	1745,68	22,25	-1221,41	-12,74	5857,16	69,99	1264,39	8,89
6	GTGT/LĐ (PL)	1,389	1,566	1,656	1,893	1,620	2,681	2,707	0,177	12,719	0,091	5,796	0,237	14,299	-0,273	-14,414	1,061	65,485	0,025	0,941
7	GTGT/VỐN (PK)	0,290	0,282	0,325	0,404	0,336	0,589	0,635	-0,008	-2,880	0,043	15,241	0,079	24,288	-0,068	-16,889	0,253	75,489	0,046	7,828
8	GTGT/GIÁ BÁN (VA/P)	0,101	0,108	0,114	0,135	0,116	0,189	0,194	0,007	6,928	0,007	6,021	0,021	18,205	-0,019	-14,386	0,073	62,946	0,005	2,609

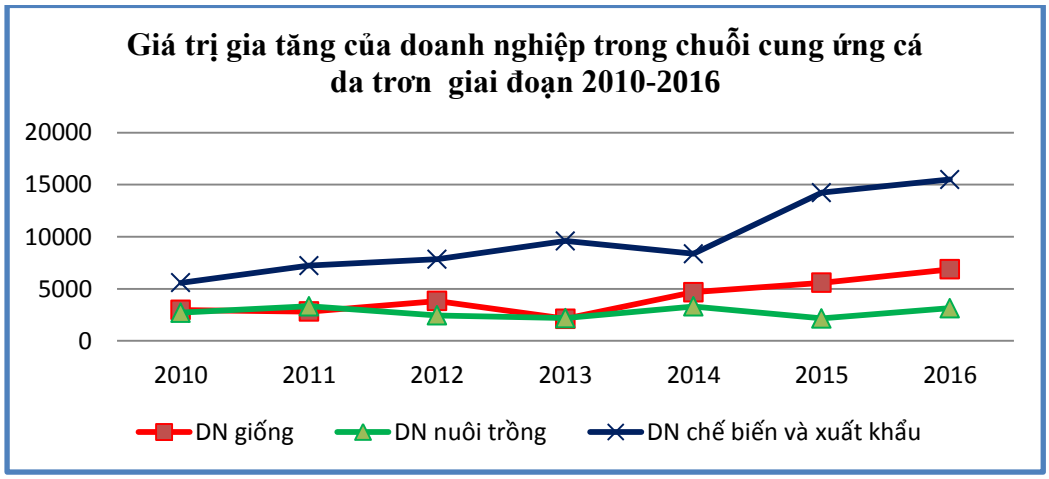
(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)



Hình 2.5: GTGT của doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu ĐBSCL giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

2.3.1.4 Phân tích tổng hợp GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn



Hình 2.6: GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Trong kênh thị trường này tác nhân đầu tiên trong chuỗi là doanh nghiệp giống, giống cá da trơn bán trực tiếp đến doanh nghiệp nuôi trồng hay hộ nuôi trồng cá da trơn với giá bán bình quân từ là 33.000-35.000ngđ/tấn cá giống, sau khi trừ chi phí thì GTGT mà khâu giống tạo ra bình quân từ 3.000-7.000ngđ/tấn cá giống chiếm 26,94% tổng GTGT trong chuỗi. Giá trị gia tăng được tạo ra trong doanh nghiệp giống cá da trơn là phần chênh lệch giữa giá bán con cá giống với chi phí trung gian đầu vào. Trong khâu giống này, doanh nghiệp giống cần phải tăng cường chất lượng giống cá bố mẹ và tiết kiệm các chi phí sản xuất đầu vào như chi phí thức ăn, thuốc TYTS, điện,... sản xuất ra con giống sạch, khoẻ, đạt chất lượng tốt thì giá bán con giống cao sẽ nâng

cao được GTGT cho doanh nghiệp. Giá bán của doanh nghiệp giống cá da trơn chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng cá da trơn. Vì vậy, phát sinh xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp giống với doanh nghiệp nuôi trồng. Tuy nhiên, doanh nghiệp nuôi trồng vẫn chấp nhận mua con giống có giá bán cao hơn so với con giống bán trôi nổi trên thị trường, vì con giống sạch không bị nhiễm bệnh, tỷ lệ sống tăng 20%, chất lượng được đảm bảo, sản lượng nuôi trồng tăng, giảm thiểu nhiều rủi ro cho doanh nghiệp, nâng cao hiệu quả hoạt động nuôi trồng và làm gia tăng GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng. Xét dưới gốc độ phân tích nâng cao GTGT của toàn chuỗi thì nâng cao GTGT của doanh nghiệp giống cá da trơn sẽ tác động lớn đến nâng cao GTGT của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Tác nhân thứ hai là doanh nghiệp nuôi cá da trơn, Sau khi nuôi trồng cá nguyên liệu đủ kích cở độ lớn sẽ bán trực tiếp cho công ty chế biến xuất khẩu với giá bình quân từ 18.500-23.500ngđ/tấn cá da trơn, sau khi trừ chi phí thì GTGT mà người nuôi cá da trơn tạo ra bình quân từ 2.000-3.500ngđ/tấn chiếm 12,32% tổng GTGT trong chuỗi. Giá trị gia tăng được tạo ra trong doanh nghiệp nuôi trồng cá da trơn là phần chênh lệch giữa giá bán cá nguyên liệu với chi phí trung gian đầu vào. Trong khâu này, doanh nghiệp áp dụng nuôi trồng theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap,...cá nguyên liệu đạt chất lượng cao, không lây nhiễm kháng sinh, hàm lượng dinh dưỡng trong cá chiếm tỷ trọng cao, giá bán cá nguyên liệu cao, và tiết kiệm chi phí thức ăn nuôi trồng, đây là yếu tố ảnh hưởng lớn đến nâng cao GTGT cho doanh nghiệp. Giá bán cá nguyên liệu của doanh nghiệp nuôi trồng chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Do đó, phát sinh xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp nuôi trồng với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Nhưng doanh nghiệp chế biến xuất khẩu vẫn chấp nhận mua cá nguyên liệu với giá bán cao hơn so với cá nguyên liệu được nuôi những vùng khác, vì chế biến ra những sản phẩm xuất khẩu đạt chất lượng cao, tỷ lệ thịt phi lê cá tăng 5%, sản phẩm an toàn vệ sinh thực phẩm, hỗ trợ tốt công tác truy xuất nguồn gốc sản phẩm, tăng tính cạnh tranh, giá bán (giá xuất khẩu) sản phẩm cao hơn, Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, và làm tăng GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Khi phân tích nâng cao GTGT của toàn chuỗi thì nâng cao GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng sẽ tác động đến nâng cao GTGT của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Tác nhân thứ ba là công ty chế biến xuất khẩu, sau khi mua cá nguyên liệu từ doanh nghiệp nuôi trồng doanh nghiệp chế biến ra các sản phẩm cá da trơn xuất khẩu, sản phẩm cá da trơn chủ yếu xuất khẩu qua khâu trung gian với giá bán (giá xuất khẩu) trung bình 3.100-3.480USD/tấn dưới dạng phi lê. Với giá bán này GTGT của doanh nghiệp chế biến tạo ra trung bình từ 8.000-15.000đ/kg chiếm 60,74% tổng GTGT trong chuỗi, gấp 4,9 lần doanh nghiệp nuôi cá da trơn. Giá trị gia tăng được tạo ra trong doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cá da trơn là phần chênh lệch giữa giá bán (giá xuất khẩu) sản phẩm cá da trơn với chi phí trung gian đầu vào. Trong khâu nuôi trồng này, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu phải tăng cường đầu tư thiết bị công nghệ sản xuất

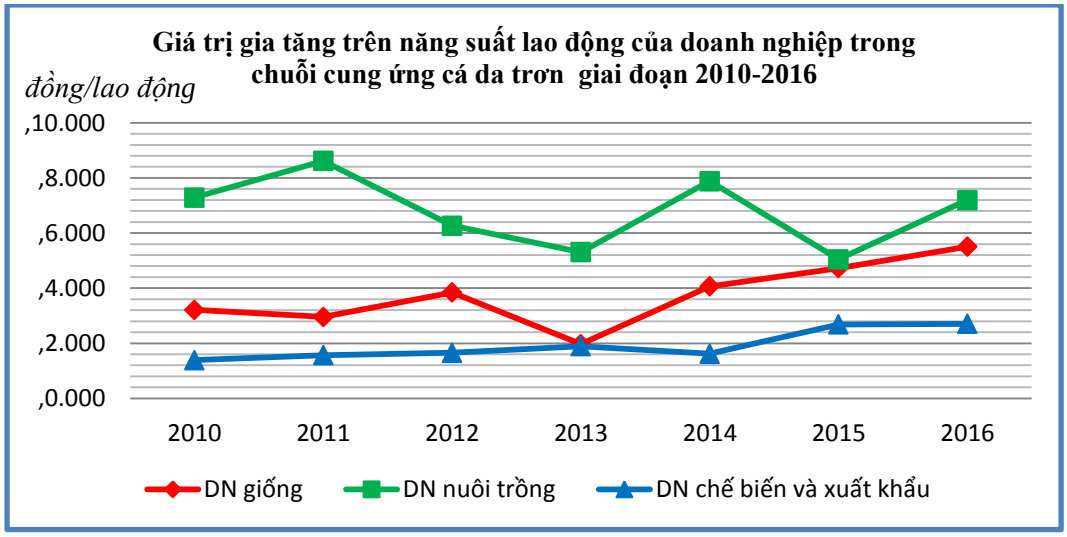
hiện đại để sản xuất ra những sản phẩm có hàm lượng GTGT cao, đa dạng hoá sản phẩm cá da trơn, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng tính cạnh tranh, giảm thiểu khâu trung gian xuất khẩu khẩu, gia tăng giá bán (giá xuất khẩu) sản phẩm, tạo được thương hiệu riêng cho doanh nghiệp và giảm khâu trung gian xuất khẩu, đây là các yếu tố nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp.

Như vậy, trong chuỗi cung ứng cá tra xuất khẩu ta thấy GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu chiếm cao nhất là 60,74%, đứng thứ hai là doanh nghiệp giống chiếm 26,94%, doanh nghiệp nuôi trồng có GTGT thấp nhất là 12,32% tổng GTGT trong chuỗi.

2.3.2 Đánh giá nâng cao GTGT qua các chỉ tiêu

2.3.2.1 Chỉ tiêu đánh giá nâng cao GTGT trên lao động

Năng suất lao động là chỉ tiêu được đo bằng giá trị gia tăng trên một đơn vị lao động. Chỉ tiêu này phản ánh sản lượng hoặc giá trị gia tăng trung bình trên một đơn vị lao động tạo ra trong một thời kỳ nhất định. Năng suất lao động được tính như sau:

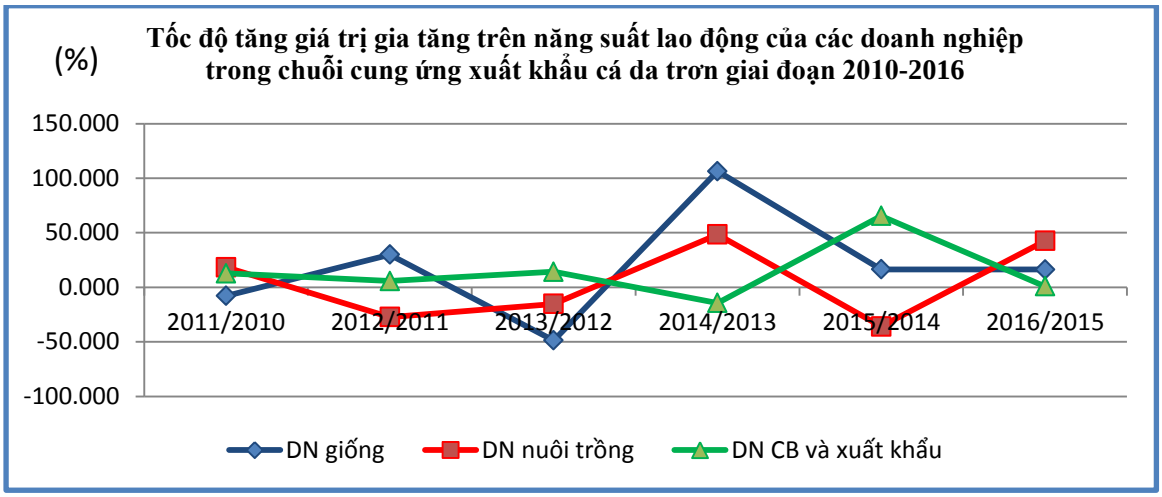


Hình 2.7: GTGT trên lao động của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Chỉ số này phản ánh lượng GTGT do doanh nghiệp tạo ra từ trên lao động trong doanh nghiệp. Qua bảng 2.24; 2.25; 2.26 phân tích ta thấy, năm 2016 GTGT doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt là 2.707 đồng/lao động, doanh nghiệp giống đạt GTGT là 5.504 đồng/lao động, doanh nghiệp nuôi trồng đạt GTGT cao nhất là 7.196 đồng/lao. Điều này nói lên lượng GTGT do doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tạo ra trên lao động thấp hơn so với doanh nghiệp giống và doanh nghiệp nuôi trồng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

❖ ***Chỉ tiêu tốc độ tăng nâng cao GTGT trên lao động***



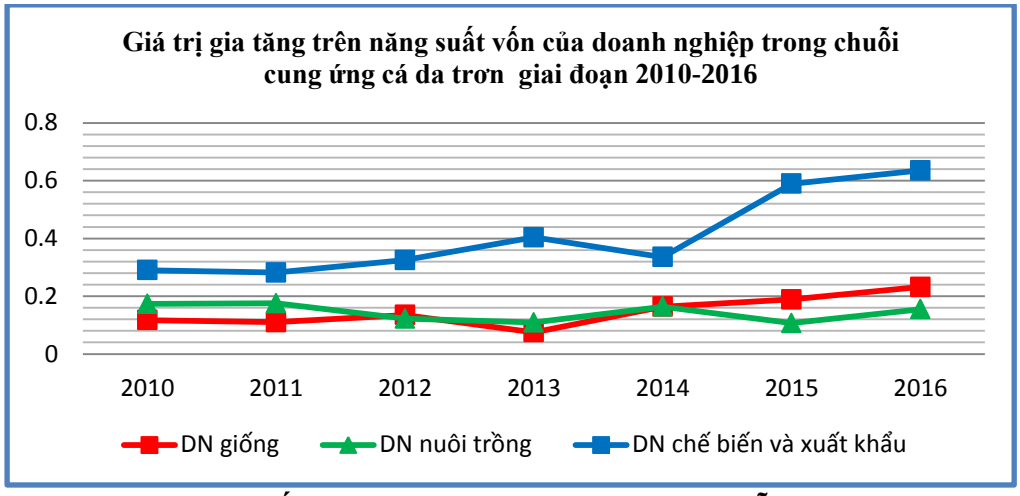
Hình 2.8: Tốc độ tăng(%) GTGT trên lao động của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Qua hình 2.8 tốc độ tăng GTGT trên lao động của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016 ta thấy, năm 2011 so với năm 2010 thì doanh nghiệp giống giảm 7,92%; doanh nghiệp nuôi trồng tăng 18,29%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng 12,71%. Qua giai đoạn khủng hoảng, xuất khẩu cá da trơn được phục hồi và phát triển nên tốc độ tăng GTGT trên lao động cũng tăng theo, năm 2015 doanh nghiệp giống tăng 16,42%; doanh nghiệp nuôi trồng giảm 35,95%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng cao 65,48% so với năm 2014. Năm 2016, giá cá nguyên liệu tăng cao làm cho GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng chậm so với năm 2015, nên tốc độ tăng GTGT trên lao động tăng tương ứng 0,94%; tốc độ tăng GTGT trên lao động của doanh nghiệp giống tăng 16,37%; doanh nghiệp nuôi trồng tăng mạnh 42,56%.

2.3.2.2 Chỉ tiêu đánh giá nâng cao GTGT trên vốn

Năng suất vốn là chỉ tiêu được đo bằng giá trị gia tăng trên một đơn vị vốn. Tương tự như chỉ tiêu năng suất lao động, năng suất vốn phản ánh giá trị gia tăng trung bình trên một đơn vị vốn trong một thời kỳ nhất định. Năng suất vốn được tính như sau:

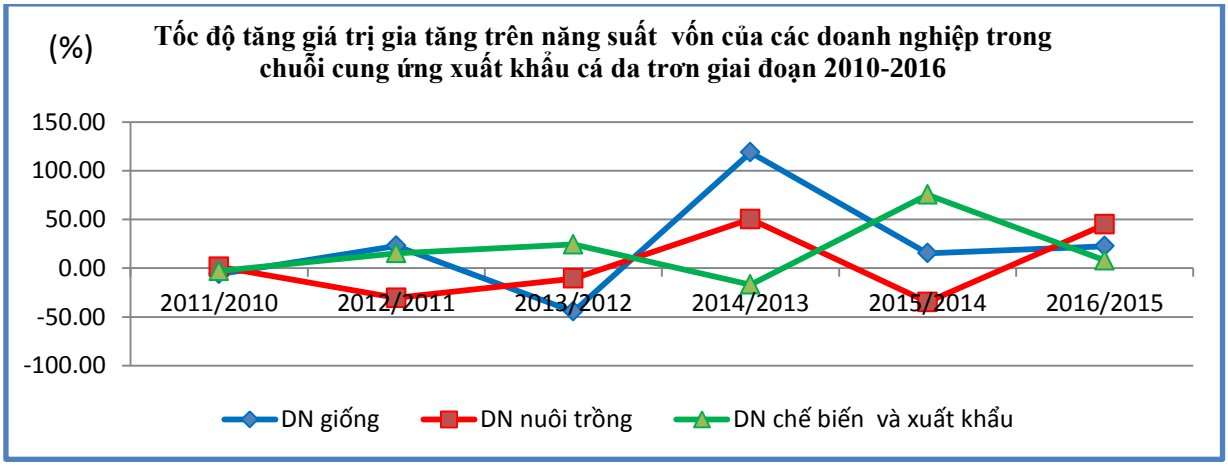


Hình 2.9: GTGT trên vốn của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Chỉ tiêu này thể hiện một đồng vốn bỏ ra cho kinh doanh thì có thể đem lại được bao nhiêu giá trị gia tăng. Đây là chỉ tiêu dùng để đánh giá mức độ giá trị gia tăng của doanh nghiệp. Qua bảng 2.24; 2.25; 2.26 ta thấy, năm 2016 GTGT trên vốn của doanh nghiệp giống đạt 2.320 đồng/kg chiếm 22,7% tổng GTGT trong chuỗi, doanh nghiệp nuôi trồng đạt 1.550 đồng/kg chiếm 15,16% tổng GTGT trong chuỗi, Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt 6.350 đồng/kg chiếm 62,13% tổng GTGT trong chuỗi. Điều này nói lên một đồng vốn bỏ ra cho kinh doanh của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sẽ đem lại GTGT nhiều hơn so với doanh nghiệp giống, một đồng vốn bỏ ra kinh doanh của doanh nghiệp nuôi trồng đem lại GTGT thấp nhất trong chuỗi giá trị cung ứng thủy sản xuất khẩu.

❖ ***Chỉ tiêu tốc độ tăng GTGT trên vốn***



Hình 2.10: Tốc độ tăng(%) GTGT trên vốn của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016

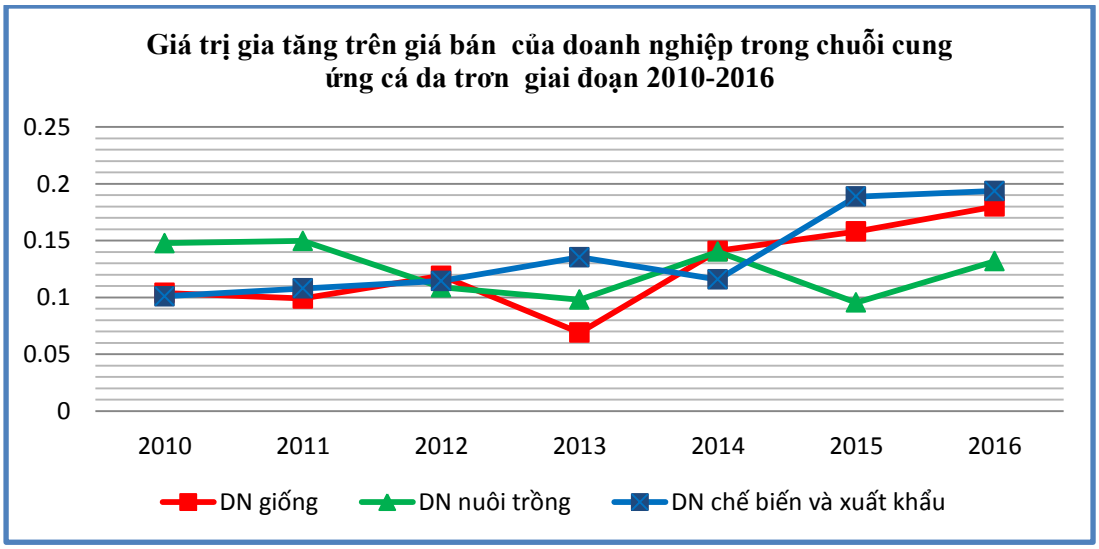
(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Qua hình 2.10, tốc độ tăng GTGT trên vốn của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016 ta thấy, năm 2011 so với năm 2010

thì doanh nghiệp giống giảm 6,03%; doanh nghiệp nuôi trồng tăng 1,26%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu giảm 2,8%. Qua giai đoạn khủng hoảng, xuất khẩu cá da trơn được phục hồi và phát triển nên tốc độ tăng GTGT trên vốn cũng tăng theo, năm 2015 doanh nghiệp giống tăng 15,29%; doanh nghiệp nuôi trồng giảm 34,74%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng mạnh 75,48% so với năm 2014. Năm 2016, do giá bán cá nguyên liệu của doanh nghiệp nuôi trồng tăng cao tạo ra GTGT tăng 45,59% so với năm 2015 làm cho tốc độ tăng GTGT trên vốn của doanh nghiệp này tăng 44,81%; doanh nghiệp giống tăng 22,57%; tốc độ tăng GTGT trên vốn của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có su hướng tăng 7,82% so với năm 2015.

2.3.2.3 Chỉ tiêu nâng cao giá trị gia tăng trên giá bán

Chỉ số này phản ánh lượng giá trị gia tăng do doanh nghiệp tạo ra trên giá bán của doanh nghiệp. Nó phản ánh lượng giá trị gia tăng phân bổ cho giá bán. Chỉ tiêu này phản ánh như sau:

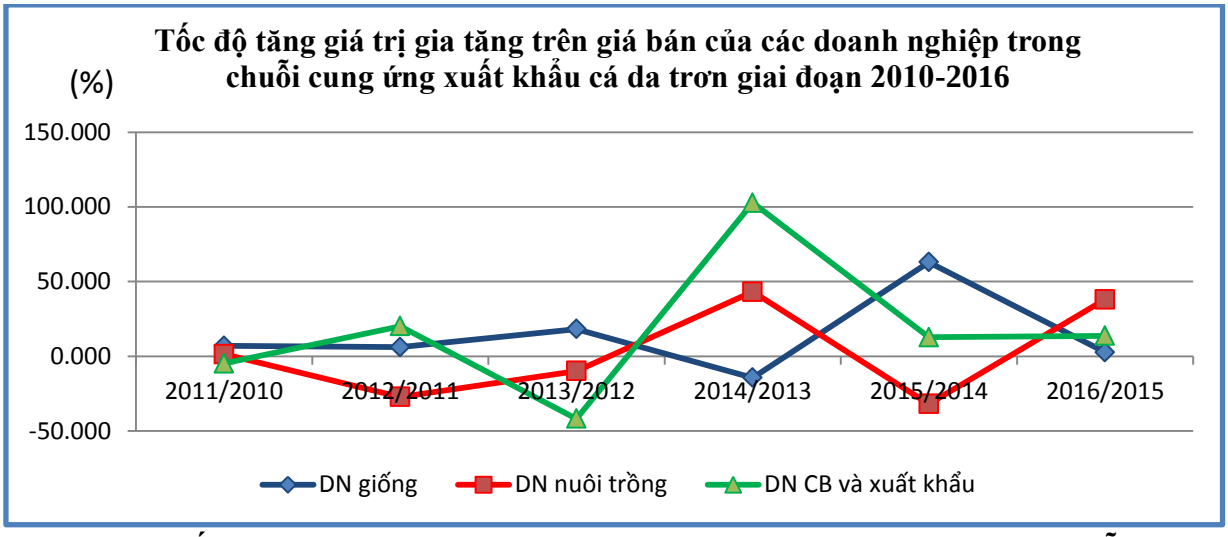


Hình 2.11: GTGT trên giá bán của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Chỉ tiêu này thể hiện GTGT do doanh nghiệp tạo ra trên giá bán của doanh nghiệp trong một kỳ cố định. Qua bảng 2.24; 2.25; 2.26 ta thấy, năm 2016 giá trị gia tăng doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt cao nhất là 19,4%, sau đó, doanh nghiệp giống đạt GTGT là 18%, khâu nuôi trồng có GTGT thấp nhất là 13,2% trong chuỗi cung ứng thuỷ sản xuất khẩu. Điều này nói lên giá bán của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sẽ đem lại nhiều GTGT hơn so với doanh nghiệp giống, giá bán của doanh nghiệp nuôi trồng đem lại GTGT thấp nhất trong chuỗi giá trị cung ứng thủy sản xuất khẩu.

❖ ***Chỉ tiêu tốc độ nâng cao GTGT trên giá bán***



Hình 2.12: Tốc độ tăng(%) GTGT trên giá bán của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tài chính của doanh nghiệp năm 2010-2016)

Qua hình 2.13, tốc độ tăng GTGT trên giá bán của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn giai đoạn 2010-2016 ta thấy, năm 2011 so với năm 2010 thì doanh nghiệp giống giảm 4,8%; doanh nghiệp nuôi trồng tăng 1,31%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu giảm 6,92%. Qua giai đoạn khủng hoảng, xuất khẩu cá da trơn được phục hồi và phát triển nên tốc độ tăng GTGT trên giá bán cũng tăng theo, năm 2015 doanh nghiệp giống tăng 12,71%; doanh nghiệp nuôi trồng giảm 31,95%; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng mạnh 62,94% so với năm 2014. Năm 2016, giá bán cá nguyên liệu của doanh nghiệp nuôi trồng tăng cao trung bình 23.800kg làm cho GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng đạt 3.140 ngđ/tấn, tốc độ tăng GTGT trên giá bán của doanh nghiệp nuôi trồng đạt cao nhất là 38,01%, đứng thứ hai là doanh nghiệp giống đạt 13,66%, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có giá xuất khẩu không đổi, nhưng giá nguyên liệu đầu vào tăng cao làm cho tốc độ tăng GTGT trên giá bán tăng yếu 2,6% so với năm 2015.

2.4 Đánh giá chung về thực trạng nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

2.4.1. Những kết quả đạt được

Qua các chỉ tiêu đã phân tích, có thể khẳng định GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam ngày càng được nâng cao đem lại lợi nhuận cao về cho các doanh nghiệp trong chuỗi:

- *Thứ nhất*, trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản thì GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu chiếm cao nhất, đứng thứ hai là doanh nghiệp giống và có GTGT thấp nhất là doanh nghiệp nuôi trồng.

- *Thứ hai*, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có GTGT đạt cao trong chuỗi cung ứng xuất khẩu là do tác động của các yếu tố đầu vào (như vốn đầu tư, nguyên liệu chế biến); yếu tố quá trình sản xuất (như kỹ thuật công nghệ chế biến & lao động, mô hình liên kết chuỗi xuất khẩu thuỷ sản); yếu tố đầu ra (như chất lượng sản phẩm xuất khẩu,

giá bán, hệ thống phân phối xuất khẩu) còn lại các nhân tố khác tác động không đáng kể.

- *Thứ ba,* doanh nghiệp giống có GTGT đứng thứ hai trong chuỗi cung ứng xuất khẩu là do tác động của các yếu tố đầu vào (như giống bố mẹ, thức ăn, thuốc thú y thủy sản, vốn đầu tư); yếu tố quá trình sản xuất (kỹ thuật công nghệ nuôi trồng ương giống); yếu tố đầu ra (như chất lượng con giống, giá bán, quá trình phân phối con giống).

- *Thứ tư,* doanh nghiệp nuôi trồng có GTGT đứng thứ ba trong chuỗi cung ứng xuất khẩu là do tác động của các yếu tố đầu vào (như con giống, thức ăn, thuốc thú y thủy sản và dịch bệnh, vốn đầu tư); yếu tố quá trình sản xuất (như kỹ thuật công nghệ nuôi trồng); yếu tố đầu ra (như chất lượng nguyên liệu thuỷ sản, giá bán, quá trình phân phối nguyên liệu thuỷ sản).

- *Thứ năm,* xét trên chỉ tiêu năng suất lao động thì GTGT tạo ra của doanh nghiệp nuôi trồng cao hơn so với GTGT của doanh nghiệp giống và GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

- *Thứ sáu,* xét trên chỉ tiêu năng suất vốn thì GTGT tạo ra của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản cao hơn so với GTGT của doanh giống và đứng thứ ba là GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng.

- *Thứ bảy,* xét trên chỉ tiêu giá bán thì GTGT tạo ra của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cao nhất, thứ hai là GTGT của doanh nghiệp giống, thứ ba là GTGT của doanh nghiệp nuôi trồng.

2.4.2. Những vấn đề tồn tại

Tuy nhiên, bên cạnh những phân tích trên, vẫn còn có những dấu hiệu thể hiện nguy cơ thiếu bền vững trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Thứ nhất, về lĩnh vực công nghệ: di truyền; chọn giống; công nghệ sinh học; công nghệ xử lý môi trường; công nghệ chuẩn đoán và phòng trừ bệnh dịch; nên chất lượng con giống thấp làm cho tỷ lệ cá da trơn sống thấp và chất lượng sản phẩm không cao, không đạt tiêu chuẩn, hiệu quả thấp, đã làm ảnh hưởng việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Thứ hai, việc sử dụng các loại thuốc, hóa chất bị cấm trong nuôi trồng thủy sản vẫn xảy ra. Nhiều lô hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam bị trả lại do nhiễm hóa chất còn tồn dư trong sản phẩm, phần nhiều là dư lượng kháng sinh,…ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình xuất khẩu hàng hoá và giảm GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

Thứ ba, sản xuất thức ăn, chế phẩm sinh học, thuốc thú y thủy sản bị bỏ ngỏ. Trên 80% lượng thức ăn phải nhập khẩu từ nước ngoài hoặc do các doanh nghiệp100% vốn nước ngoài sản xuất. Người nuôi trồng thủy sản không chủ động được trong sản xuất mỗi khi có biến động lớn về giá thức ăn (thức ăn chiếm trên 80% giá thành sản phẩm) làm cho chi phí sản suất và giá thành sản phẩm xuất khẩu cao và ảnh hưởng lớn đến GTGT của doanh nghiệp.

Thứ tư, cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đơn diệu, hiện nay vẫn chủ yếu tập trung vào một số sản phẩm chế biến có hàm lượng GTGT không cao (chủ yếu là sản phẩm phi lê đông lạnh và sơ chế), chủng loại sản phẩm lại ít có sự đổi mới, làm cho sức ép cạnh tranh đối với các sản phẩm xuất khẩu ngày càng tăng cao. Cũng vì lý do này, mà các sản phẩm thủy sản Việt Nam hiện nay vẫn chưa tìm ra được hướng đi mới để thoát ra khỏi áp lực cạnh tranh về giá cả, vốn không phải là thế mạnh lâu dài của thủy sản Việt Nam đã làm ảnh hướng lớn đến GTGT của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Thứ năm, giá sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam không cao, lại có xu hướng giảm qua các năm trên hầu hết các thị trường chủ lực. Việc các sản phẩm thủy sản của Việt Nam liên tục giảm là dấu hiệu cho thấy sức cạnh tranh của các sản phẩm thủy sản chưa vững chắc. Các sản phẩm thủy sản xuất khẩu qua nhiều khâu trung gian nên giá xuất khẩu rất thấp. Và còn phụ thuộc quá nhiều vào yếu tố giá cả khi cạnh tranh, một xu hướng được đánh giá là không có lợi cho các nước xuất khẩu. Việc các sản phẩm thủy sản ngày càng chịu nhiều áp lực giảm giá trên các thị trường sẽ dẫn đến nguy cơ làm giảm thu nhập, giảm GTGT, giảm hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành.

Thứ sáu, công tác dự báo thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước rất hạn chế: Thời gian qua, các doanh nghiệp tự xoay sở trong cơ chế thị trường, tự tìm đầu ra cho sản xuất. Do không chủ động được thị trường nhiều doanh nghiệp sản xuất cầm chừng, không thể xây dựng được chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm, ảnh hưởng đến GTGT của doanh nghiệp không cao.

Thứ bảy, chưa tạo thành một chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, chưa phối hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản với các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản, khiến cho việc cung ứng sản phẩm không ổn định, kém chất lượng, bị gián đoạn, năng suất sản phẩm giảm đã làm ảnh hưởng lớn đến GTGT của các doanh nghiệptrong chuỗi.

Thứ tám, thiếu văn hóa kinh doanh hiện đại và sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng hiệp hội ngành nghề chưa đủ tầm ảnh hưởng để hình thành nên môi trường cạnh tranh lành mạnh.Tình trạng cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các doanh nghiệp chế biến. Nội bộ cộng đồng doanh nghiệp còn nhiều vấn đề thường xuyên xảy ra, như doanh nghiệp bom tạp chất vào nguyên liệu thủy sản để phá giá thị trường. Có một số doanh nghiệp khác lại dùng chiêu chào hàng giá thấp trên thị trường quốc tế nhằm bán được hàng, mặc cho đó làm hại lẫn nhau trong nội bộ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, dẫn đến tình trạng kìm hãm lĩnh vực sản xuất nguyên liệu trong nước, làm giảm mạnh GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Thứ chín, các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam chưa quan tâm đầy đủ và đầu tư đúng mức cho hoạt động quảng bá, xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường. Việc xây dựng, bảo vệ và quảng bá thương hiệu chưa được quan tâm, dẫn đến sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam chưa có thương hiệu riêng, thương hiệu

mạnh trên thị trường thế giới, đồng thời còn xảy ra các tranh chấp thương mại liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ. Vì vậy sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam chưa được nhiều người tiêu dùng biết đến và thường bị ép giá, giá xuất khẩu không cao đã làm cho GTGT của doanh nghiệp đạt được thấp.

Thứ mười, hệ thống quản lý kiểm soát an toàn vệ sinh thực phẩm, truy xuất nguồn gốc chưa được xây dựng hoàn chỉnh ở từng địa phương, các văn bản pháp lý chưa thực sự đầy đủ, chưa đồng bộ và không được thực thi có hiệu quả, thiếu trang thiết bị phục vụ cho công tác kiểm tra giám sát chất lượng, hệ thống kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ về chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu chưa đạt chất lượng, chủ yếu chỉ tập trung vào khâu chế biến xuất khẩu, chưa thực hiện tốt ở các khâu sản xuất nguyên liệu (nuôi trồng, khai thác) và bảo quản sau thu hoạch, chủ yếu chỉ thực hiện tốt ở những vùng nuôi tập trung. Khả năng đảm bảo xuất xứ nguồn gốc sản phẩm kém; chưa có chiến lược tìm kiếm thị trường cho toàn ngành thủy sản. Điều này đã làm ảnh hưởng lớn đến việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Thứ mười một, đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam với ngành chế biến thủy sản còn rất hạn chế, điều này chứng tỏ ngành chế biến thủy sản Việt Nam chưa thực sự hấp dẫn và chưa đủ mạnh để tạo ra GTGT cao và lâu dài cho các doanh nghiệp trong ngành.

Thứ mười hai, có quá nhiều chứng nhận kiểm định xuất khẩu và thông tin truyền thông sai lệch khiến cho cá da trơn xuất khẩu gặp nhiều khó khăn. Điều này đã làm ảnh hưởng lớn đến việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

2.4.3. Nguyên nhân của các tồn tại

Từ việc khảo sát thực tế, sử dụng các chỉ tiêu phân tích và áp dụng các mô hình định lượng trên, tác giả đã tìm ra những nguyên nhân của các tồn tại như sau:

Thứ nhất, về lĩnh vực công nghệ: di truyền; chọn giống; công nghệ sinh học; công nghệ xử lý môi trường, không đạt tiêu chuẩn, hiệu quả thấp. Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này là công tác quản lý Nhà nước chưa tốt, thiếu vốn, thiếu kinh nghiệm, chưa tập trung đầu tư đúng mức trong lĩnh vực công nghệ.

Thứ hai, việc sử dụng các loại thuốc, hóa chất bị cấm trong nuôi trồng thủy sản vẫn xảy ra. Nhiều lô hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam bị trả lại do nhiễm hóa chất còn tồn dư trong sản phẩm, phần nhiều là dư lượng kháng sinh,…Nguyên nhân chính là thiếu các hướng dẫn cụ thể, thiếu các biện pháp cảnh báo cho người nuôi trồng thủy sản về nguy cơ của việc sản xuất thiếu an toàn. Mặt khác công tác quản lý Nhà nước về hóa chất, thuốc thú y, về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm còn chồng chéo, còn bất cập; các địa phương chưa thực hiện tốt công tác kiểm tra, giám sát hoạt động nuôi trồng thủy sản, kiểm tra, xử lý các hoạt động kinh doanh, buôn bán các loại thuốc, hóa chất bị cấm.

Thứ ba, sản xuất thức ăn, chế phẩm sinh học, thuốc thú y thủy sản bị bỏ ngỏ. Trên 80% lượng thức ăn phải nhập khẩu từ nước ngoài hoặc do các doanh nghiệp100% vốn nước ngoài sản xuất làm cho chi phí sản suất sản phẩm cao. Nguyên nhân chủ yếu do việc quản lý yếu kém của cơ quan quản lý Nhà nước.

Thứ tư, cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay vẫn chủ yếu tập trung vào một số sản phẩm chế biến có hàm lượng GTGT không cao (chủ yếu là sản phẩm đông lạnh và sơ chế. Nguyên nhân là các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản thiếu vốn đầu tư cho máy móc thiết bị và dây chuyền công nghệ hiện đại, thiếu trình độ kỹ thuật công nghệ chế biến.

Thứ năm, giá sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam không cao, lại có xu hướng giảm qua các năm trên hầu hết các thị trường chủ lực. Nguyên nhân là do sản phẩm thủy sản xuất khẩu chủ yếu là do sơ chế, GTGT trong sản phẩm thấp, chủng loại sản phẩm xuất khẩu chưa nhiều, mặt khác vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm và truy xuất nguồn gốc cũng là rào cản về giá xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Thứ sáu, công tác dự báo thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước rất hạn chế. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu do thiếu kiến thức thương mại thị trường, thiếu vốn đầu tư, thiếu các chính sách hỗ trợ đúng đắn, kịp thời của Nhà nước về marketing về dự báo thị trường.

Thứ bảy, chưa tạo thành một chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, chưa phối hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản với các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản. Nguyên nhân là do sự phân phối lợi ích kinh tế và phân chia rủi ro cho các tác nhân trong chuỗi chưa hợp lý.

Thứ tám, thiếu văn hóa kinh doanh hiện đại và sự liên kết giữa các doanh nghiệptrong cùng hiệp hội ngành nghề chưa đủ tầm ảnh hưởng để hình thành nên môi trường cạnh tranh lành mạnh. Nguyên nhân chính của tình trạng này là do lề lối sản xuất nhỏ lẻ còn hằn sâu trong một số doanh nhân, văn hóa kinh doanh hiện đại và sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng hiệp hội ngành nghề chưa đủ tầm ảnh hưởng để hình thành nên môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Thứ chín, các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam chưa quan tâm đầy đủ và đầu tư đúng mức cho hoạt động quảng bá, xây dựng thương hiệu, xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường. Nguyên nhân là do thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đều xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian. Sau khi nhập khẩu, các nhà phân phối này lại tiến hành hoạt động đóng gói, sơ chế, dán nhãn với thương hiệu của họ trước khi sản phẩm đến các siêu thị, nhà hàng hay người bán lẻ, do đó hình ảnh thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa in đậm trong tâm trí người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu.

Thứ mười, hệ thống quản lý kiểm soát an toàn vệ sinh thực phẩm, truy xuất nguồn gốc chưa được xây dựng hoàn chỉnh ở từng địa phương, các văn bản pháp lý chưa thực sự đầy đủ, chưa đồng bộ và không được thực thi có hiệu quả. Nguyên nhân chính là tình trạng manh mún của diện tích và sự phân tán của các vùng nuôi trồng

thủy sản, mặt khác thời gian qua, ngành chỉ mới chú trọng đầu tư cho một số đối tượng chủ lực xuất khẩu, chưa thể mở rộng đại trà đến các đối tượng khác.

Thứ mười một, đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam với ngành chế biến thủy sản còn rất hạn chế. Nguyên nhân chính là do ngành chế biến thủy sản tính bền vững không cao và đối mặt với nhiều rũi ro tiềm ẩn.

Từ những nguyên nhân trên, tác giả đưa ra những giải pháp thuộc doanh nghiệp, thuộc nhà nước và hiệp hội, nhằm nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam nói chung, trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cá da trơn nói riêng để từng bước hoàn thiện, nâng cao dựa trên cơ sở khai thác những nguồn lợi thế cạnh tranh quốc gia truyền thống, đó là những ưu đãi về nguồn lợi tự nhiên, nguồn lực về lao động và sự hỗ trợ của Chính phủ. Những lợi thế này, theo xu thế hiện tại sẽ cạn kiệt dần và điều đó chắc chắn sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong ngành chế biến thủy sản xuất khẩu.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Từ các cơ sở lý luận được đưa ra ở chương 1, chương 2, tác giả đã tiến hành khảo sát, phân tích và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Chương 2 đã giải quyết các vấn đề sau:

Thời gian qua, ngành chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã đạt được nhiều thành công đáng ghi nhận, sản lượng và kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng, đóng góp quan trọng vào thu nhập của quốc gia và mang lại nguồn ngoại tệ quý giá cho phát triển kinh tế đất nước. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đã chinh phục hơn 100 thị trường nước ngoài và tạo dựng được chỗ đứng nhất định ở những thị trường lớn như Mỹ, EU và Nhật Bản. Thành công này đã đưa ngành chế biến xuất khẩu thủy sản trở thành ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đứng thứ 4 thế giới về xuất khẩu thủy sản (sau Trung Quốc, Na Uy và Thái Lan).

Dựa vào các tiêu chí đánh giá nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam thời qua tăng không đáng kể, giá trị gia tăng của từng khâu từng mắt xích trong chuỗi giá trị thủy sản rất thấp. Trong chuỗi giá trị hàng thủy sản, ý tưởng sản phẩm, thương hiệu và phân phối, những mắt xích có giá trị gia tăng cao vẫn thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài. Tuy vậy, trước những cơ hội và thách thức mới đến từ môi trường toàn cầu và từ các đối thủ cạnh tranh quốc tế, đòi hỏi ngành chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam phải tăng cường hơn nữa việc nâng cao giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản: Yếu tố thuộc doanh nghiệp như khâu giống, khâu nuôi trồng, khâu chế biến xuất khẩu; yếu tố thuộc Nhà nước; yếu tố thuộc hiệp hội, được phân tích cụ thể.

Tóm lại để nâng cao gia trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam, cần thiết phải có các định hướng và giải pháp phù hợp nhằm phát huy có hiệu quả các nguồn lực của chính các doanh nghiệp trong ngành thủy sản, kết hợp việc củng cố và phát huy vai trò của các yếu tố Nhà nước và yếu tố hiệp hội ngành hàng.

CHƯƠNG 3
GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN VIỆT NAM

3.1 Cơ hội và thách thức trong xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới

Thời gian qua, ngành thủy sản Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc, giá trị sản xuất và giá trị gia tăng thủy sản đã tăng liên tục trong một thời gian dài, giá trị xuất khẩu tăng trưởng với tốc độ cao, thu nhập và đời sống của cư dân thủy sản ngày một được cải thiện. Tuy nhiên, sản xuất thủy sản đã và đang tác động tiêu cực đến nguồn lợi và môi trường sinh thái. Vì vậy, cần phải có biện pháp phát triển ngành thủy sản theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững cho các doanh nghiệptrong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

3.1.1 Cơ hội xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới

Thủy sản được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn trong sự phát triển đất nước. Vì vậy, được sự quan tâm hàng đầu của Đảng và Nhà nước, các cấp chính quyền trong quá trình phát triển ngành thủy sản nói chung và xuất khẩu thủy sản nói riêng. Hiện nay, thủy sản Việt Nam được nhiều nước biết đến, đứng trong top 10 nước xuất khẩu thủy sản thế giới.

Điều kiện tự nhiên thuận lợi và tiềm năng nguồn lợi thủy sản đa dạng phong phú là cơ sở cho phát triển nuôi trồng thủy sản.

Xuất khẩu thủy sản dịch chuyển theo hướng tăng xuất khẩu thành phẩm, giảm xuất khẩu nguyên liệu thủy sản để tăng giá trị xuất khẩu trong bối cảnh nguồn nguyên liệu khan hiếm.

Nguồn nguyên liệu nhập khẩu đang mở rộng từ nước ngoài như Indonexia, Châu Phi,… do nhiều nước đang có ý muốn hợp tác khai thác và sẵn sàng mở ngư trường cho ngư dân Việt Nam sang khai thác, đồng thời tạo cơ chế thuận lợi cho xuất khẩu thủy sản nguyên liệu. Mặt khác, sự dịch chuyển nguồn nguyên liệu từ các nước sang Việt Nam do giá gia công thủy sản ở Việt Nam rẻ hơn các nước khác và trình độ cơ sở vật chất đáp ứng được với yêu cầu thế giới.

Chính phủ có nhiều động thái và biện pháp hỗ trợ đối với nông, ngư dân nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch, hỗ trợ nhiên liệu cho ngư dân, ưu đãi cho đối tượng tham gia mô hình liên kết sản xuất, mở rộng thị trường khai thác…là tiền đề cho xuất khẩu thủy sản bền vững.

Thị trường nhập khẩu truyền thống như Nhật Bản, Mỹ, Châu Âu… sẽ tăng trưởng cao, đồng thời việc thông thương thị trường Nga, Đông Âu cũng mở ra tiềm năng rất lớn.

Thủy sản Trung Quốc đang mất uy tín do vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm là cơ hội cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Công nghệ và kỹ thuật tiên tiến, đặc biệt là công nghệ sinh học phát triển nhanh và mạnh, đã và đang tạo cơ hội cho việc áp dụng vào hoạt động nghiên cứu, nuôi trồng và chế biến thủy sản.

Thủy sản của nước ta nhìn chung đã đáp ứng được các yêu cầu cơ bản nghiêm ngặt về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh và an toàn thực phẩm của các nước trong khu vực và trên thế giới.

Nguồn nhân lực dồi dào, có kinh nghiệm, thuận lợi cho phát triển xuất khẩu thủy sản.

Việt Nam kết thúc đàm phán hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam – EU (EVFTA), Thủy sản được EU xem là mặt hàng nhạy cảm và một số mã hàng bị áp hạn ngạch theo cam kết trong Hiệp định FTA Việt Nam - EU. Đây là lợi thế cho ngành khi lượng hàng bị áp hạn ngạch được hưởng thuế 0%. Hiện có 461 doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đủ điều kiện được cấp phép xuất khẩu vào EU, chỉ đứng sau Trung Quốc. Do đó, FTA với EU được nhận định sẽ mang lại nhiều cơ hội cho ngành mở rộng thị phần tại EU. Tuy nhiên, những tiêu chuẩn trong FTA không chỉ là chất lượng sản phẩm, mà còn là những yêu cầu khắt khe với doanh nghiệp nên đây sẽ là thách thức không nhỏ cho ngành thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

Ngoài ra, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-Hàn Quốc được ký kết sẽ giúp nâng khả năng cạnh tranh của Việt Nam với Trung Quốc, Thái Lan và Ecuador (đang phải chịu thuế 20%). Hàn Quốc cam kết cấp hạn ngạch thuế quan 10.000 tấn tôm cho Việt Nam trong năm đầu tiên và đạt 15.000 tấn sau 5 năm với thuế suất nhập khẩu 0%.

Theo Bộ Công Thương, khi Hiệp định Thương mại tư do giữa Việt Nam và Liên minh Hải quan (gồm Nga, Belarus và Kazakhstan) (Hiệp định VCUFTA) đi vào thực thi, phía Liên minh Hải quan, thủy sản sẽ là nhóm hàng được hưởng ưu đãi thuế ngay lập tức từ khi Hiệp định được ký kết có hiệu lực. Ngoài lợi ích từ thuế thì Hiệp định còn đem lại một loạt các thỏa thuận thương mại về kiểm tra chất lượng ATTP, kiểm dịch sản phẩm (SPS). Hàng rào kỹ thuật này đã thống nhất nhiều nguyên tắc minh bạch, đúng với thông lệ quốc tế. Với những quy tắc trên, các doanh nghiệp xuất khẩu cá da trơn sẽ tránh được nhiều rủi ro về các yêu cầu an toàn thực phẩm xuất khẩu. Đây là thị trường xuất khẩu khá quan trọng của các doanh nghiệpxuất khẩu cá da trơn và thủy hải sản.

3.1.2 Thách thức trong xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới

Những năm qua tổng giá trị xuất khẩu thủy sản chính ngạch của cả nước tăng mạnh, thủy sản Việt Nam đã có và nắm bắt được một số cơ hội thuận lợi, tranh thủ đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu. Tuy nhiên, khó khăn thách thức từ nội tại và thị trường nước ngoài ngày càng nhiều, đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng của cộng đồng thủy sản, nhất là các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu.

- Chưa thực hiện được truy xuất nguồn gốc sản phẩm thủy sản. Việc làm này mới chỉ được triển khai thử nghiệm cho một số vùng, chưa triển khai trên toàn quốc vì vậy

đã ảnh hưởng đến công tác quản lý chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, làm chậm kế hoạch xây dựng thương hiệu sản phẩm uy tín, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngành công nghiệp chế biến thủy sản. Nguyên nhân chính là tình trạng manh mún của diện tích và sự phân tán của các vùng nuôi trồng thủy sản, mặt khác thời gian qua, ngành chỉ mới chú trọng đầu tư cho một số đối tượng chủ lực xuất khẩu, chưa thể mở rộng đại trà đến các đối tượng khác.

- Việc sử dụng các loại thuốc, hóa chất bị cấm trong nuôi trồng thủy sản vẫn xảy ra. Nhiều lô hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam bị trả lại do nhiễm hóa chất còn tồn dư trong sản phẩm, phần nhiều là dư lượng kháng sinh,…Nguyên nhân chính là thiếu các hướng dẫn cụ thể, thiếu các biện pháp cảnh báo cho người nuôi trồng thủy sản về nguy cơ của việc sản xuất thiếu an toàn. Mặt khác công tác quản lý Nhà nước về hóa chất, thuốc thú y, về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm còn chồng chéo, còn bất cập; các địa phương chưa thực hiện tốt công tác kiểm tra, giám sát hoạt động nuôi trồng thủy sản, kiểm tra, xử lý các hoạt động kinh doanh, buôn bán các loại thuốc, hóa chất bị cấm.
- Sản xuất thức ăn, chế phẩm sinh học, thuốc thú y thủy sản bị bỏ ngỏ. Trên 80% lượng thức ăn phải nhập khẩu từ nước ngoài hoặc do các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài sản xuất. Người nuôi trồng thủy sản không chủ động được trong sản xuất mỗi khi có biến động lớn về giá thức ăn (thức ăn chiếm trên 80% giá thành sản phẩm). Nguyên nhân chủ yếu do việc quản lý yếu kém của cơ quan quản lý Nhà nước.
- Về sản xuất con giống và quản lý chất lượng con giống rất hạn chế: Chất lượng giống không cao, công tác kiểm tra, kiểm soát còn lỏng lẻo. Lượng giống trôi nổi trên thị trường không được kiểm soát rất lớn, đã ảnh hưởng lớn đến nuôi trồng thủy sản, tỷ lệ sống sau thu hoạch đạt rất thấp từ 45-55%. Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này là công tác quản lý Nhà nước chưa tốt, thiếu các quy chuẩn, quy định cụ thể, việc kiểm tra, kiểm soát còn đơn giản.
- Công tác dự báo thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước rất hạn chế: Thời gian qua, các doanh nghiệp tự xoay sở trong cơ chế thị trường, tự tìm đầu ra cho sản xuất. Do không chủ động được thị trường nhiều doanh nghiệp sản xuất cầm chừng, không thể xây dựng được chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu do thiếu kiến thức thương mại thị trường, thiếu vốn đầu tư, thiếu các chính sách hỗ trợ đúng đắn, kịp thời của Nhà nước về marketing, dự báo thị trường.
- Tình trạng cạnh tranh thiếu lành mạnh: Nội bộ cộng đồng doanh nghiệp còn nhiều vấn đề thường xuyên xảy ra. Nổi cộm thời gian qua là tình trạng một số doanh nghiệp dung túng cho việc bơm chích tạp chất vào nguyên liệu thủy sản để phá giá thị trường. Một số doanh nghiệp khác dùng chiêu chào hàng giá thấp trên thị trường quốc tế nhằm bán được hàng, mặc cho đó là sự làm hại lẫn nhau trong nội bộ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, dẫn đến tình trạng kìm hãm lĩnh vực sản xuất nguyên liệu trong nước, đặc biệt là sản phẩm tôm và cá da trơn. Nguyên nhân chính của tình trạng này là do lề lối sản xuất nhỏ lẻ còn hằn sâu trong một số doanh nhân, văn hóa kinh

doanh hiện đại và sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng hiệp hội ngành nghề chưa đủ tầm ảnh hưởng để hình thành nên môi trường cạnh tranh lành mạnh.

- Thiếu phối hợp quy hoạch giữa sản xuất nguyên liệu và nhà máy chế biến: Việc tự phát mở rộng diện tích nuôi trồng thủy sản đến đâu, nhà máy chế biến thủy sản phát triển theo đến đó, dẫn đến tình trạng thiếu nguồn nguyên liệu, dư thừa công suất sản xuất. Theo thống kê của Vasep, các nhà máy chế biến thủy sản được đầu tư rất lớn, trong khi đó công suất thực tế hoạt động chỉ đạt 50%-70% tùy thuộc từng nhà máy. Như vậy, việc đầu tư là không có hiệu quả. Đầu tư lớn, các doanh nghiệp chế biến thủy sản phải khấu hao tài sản cố định lớn, không sử dụng hết công suất đồng nghĩa với việc nâng cao giá thành sản xuất, giảm khả năng cạnh tranh trên thị trường. Nguyên nhân chính của tình trạng này là công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch còn hạn chế.
- Chưa xây dựng tốt mối quan hệ liên kết giữa sản xuất nguyên liệu và chế biến sản phẩm thủy sản: Trong nhiều năm qua Chính phủ đã có những chủ trương, chính sách xây dựng các mối quan hệ liên kết giữa doanh nghiệp chế biến thủy sản với các hộ nuôi trồng thủy sản. Nhưng do thói quen làm ăn nhỏ lẻ, manh mún, tiểu nông, nhìn lợi ích nhỏ trước mắt, chưa thấy tầm chiến lược, lợi ích trong quan hệ làm ăn chung thủy lâu dài, bền chặt giữa những chủ đầm với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản, nên các hợp đồng liên kết thường bị phá vỡ trong thời gian qua đã làm không ích doanh nghiệp bị lao đao, vất vả, thậm chí một số bị phá sản.
- Công tác quản lý kiểm soát an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, đáp ứng quy chuẩn, tiêu chuẩn, các chứng chỉ tập trung nhiều ở khu vực chế biến xuất khẩu, chưa thực hiện tốt ở khu vực sản xuất nguyên liệu và bảo quản sau thu hoạch, chủ yếu chỉ thực hiện tốt ở những vùng nuôi tập trung, dẫn đến việc chưa kiểm soát chặt chẽ chất lượng nguyên liệu cung ứng cho chế biến xuất khẩu.
- Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản chưa chú trọng đến việc xây dựng hệ thống phân phối mang tính chiến lược. Phần lớn các doanh nghiệpViệt Nam xuất khẩu thủy sản qua trung gian, đa số là công ty thương mại chứ chưa tính đến việc thâm nhập được các mắt xích khác trong chuỗi cung ứng, trong đó có khâu phân phối rất quan trọng. Chính việc không thâm nhập hiệu quả vào các mắt xích trong hệ thống phân phối, các doanh nghiệp Việt Nam khó nắm bắt được khuynh hướng tiêu dùng của thị trường mục tiêu.
- Các doanh nghiệp Việt Nam chưa quan tâm đầy đủ và đầu tư đúng mức cho hoạt động quảng bá, xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường. Việc xây dựng, bảo vệ và quảng bá thương hiệu chưa được quan tâm, dẫn đến sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam chưa có thương hiệu riêng, thương hiệu mạnh trên thị trường thế giới, đồng thời còn xảy ra các tranh chấp thương mại liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ. Nguyên nhân là do thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đều xuất khẩu qua các nhà phân phối trung gian. Sau khi nhập khẩu, các nhà phân phối này lại tiến hành hoạt động đóng gói, sơ chế, dán nhãn với thương hiệu của họ trước khi sản phẩm đến các siêu thị,

nhà hàng hay người bán lẻ, do đó hình ảnh thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa in đậm trong tâm trí người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu.

- Doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam thiếu hiểu biết và kinh nghiệm về pháp luật thương mại quốc tế và cách thức giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế.
- Thủy sản Việt Nam sẽ phải đối mặt với các rào cản kỹ thuật, thủ tục hành chính như biện pháp phòng vệ, thuế chống bán phá giá.

3.2 Quan điểm nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

Việc xác định các định hướng và giải pháp phát triển và nâng cao GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian tới trước hết được căn cứ trên hệ thống các quan điểm phát triển ngành thủy sản nói chung và các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản nói riêng, đã được Chính phủ và cơ quan chủ quản ngành xây dựng và công bố trong các quy hoạch và chiến lược phát triển ngành. Căn cứ vào chiến lược phát triển thủy sản Việt Nam đến năm 2020 cũng xác định quan điểm phát triển ngành thủy sản theo hướng nâng cao GTGT và phát triển bền vững là:

- Nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản phải gắn liền với các kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội và bảo vệ môi trường, đảm bảo phát triển bền vững. Phát huy tiềm năng, lợi thế về điều kiện tự nhiên, nguồn nhân lực và khoa học công nghệ để phát triển thủy sản theo hướng nâng cao chất lượng tăng trưởng, tạo ưu thế cạnh tranh trên thị trường và trở thành ngành sản xuất hàng hóa lớn, xuất khẩu chủ lực trong nông nghiệp.
- Nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp thủy sản phải xuất phát từ nhu cầu thị trường, chủ động tham gia vào chuỗi giá trị cung ứng toàn cầu, gắn liền với quá trình sản xuất, thu hoạch, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ, từ đó lựa chọn đúng các khâu cần ưu tiên để cơ cấu lại sản phẩm đối với từng ngành hàng cụ thể nhằm khai thác lợi thế so sánh, phát triển nhanh và bền vững.
- Nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp thủy sản phải huy động được sự tham gia tích cực của các thành phần kinh tế, nông dân và Nhà nước vào chuỗi gía trị trên cơ sở một nền sản xuất lớn. Trong đó các doanh nghiệp chế biến là cầu nối giữa sản xuất với thị trường, Nhà nước tạo ra nguồn lực phát triển thông qua cơ sở chính sách khuyến khích sản xuất sản phẩm giá trị gia tăng.
- Nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản phải tạo được mối liên kết chặt chẽ của các doanh nghiệp và lợi ích của các thành viên trong chuỗi.
- Nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản phải phát triển công nghệ sinh học, cải thiện gen di truyền, phát triển con giống chất lượng cao.

− Nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản phải đầu tư giảm tổn thất sau thu hoạch và giảm giá thành khâu chế biến sản phẩm xuất khẩu

− Nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản phải hỗ trợ nguồn vốn để đầu tư dây chuyền công nghệ, kỹ thuật chế biến hiện đại và nâng cao tay nghề công nhân chế biến.

− Nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản phải xây dựng thương hiệu riêng cho sản phẩm cá da trơn xuất khẩu Việt Nam.

− Nâng cao giá trị gia tăng cho doanh nghiệp thủy sản phải đa dạng hóa sản phẩm, chú trọng phát triển sản phẩm GTGT. Đa dạng hoá mở rộng thị trường xuất khẩu. Tích cực và chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu, chú trọng xây dựng và phát triển hàng hóa có giá trị gia tăng cao, có thương hiệu trên thị trường trong và ngoài nước.

Như vậy, về mặt quan điểm, chiến lược phát triển thủy sản Việt Nam nói chung và phát triển ngành thủy sản theo hướng nâng cao GTGT, trong đó nhấn mạnh sự phát triển bền vững, trên cơ sở khai thác các lợi thế tự nhiên chú trọng việc đầu tư khoa học và công nghệ vào nông nghiệp, nâng cao chất lượng tạo được lợi thế cạnh tranh theo yêu cầu mới của thị trường thế giới, đồng thời cũng nhấn mạnh việc phát triển tổng thể các ngành công nghiệp hỗ trợ cho ngành chế biến xuất khẩu thủy sản. Những quan điểm đúng đắn này sẽ là chỗ dựa vững chắc cho ngành chế biến thủy sản xuất khẩu, nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp đồng thời nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

3.3 Định hướng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

3.3.1 Khâu nuôi trồng thủy sản

Phát triển nuôi trồng thủy sản theo hướng bền vững, hiệu quả, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm phù hợp với yêu cầu của thị trường và đảm bảo an ninh thực phẩm quốc gia.

Đa dạng hóa đối tượng nuôi và phương thức nuôi với cơ cấu diện tích và sản lượng phù hợp với từng vùng kinh tế, sinh thái trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh của từng sản phẩm.

Đẩy mạnh áp dụng thực hành nuôi thủy sản tốt, nuôi trồng thủy sản có chứng nhận. Phát triển các vùng nuôi thủy sản thâm canh ứng dụng công nghệ cao, nuôi tiết kiệm nước, nuôi an toàn sinh học, bảo vệ môi trường sinh thái.

Đẩy mạnh phát triển công nghệ sinh học nghiên cứu phát triển con giống chất lượng cao.

Đẩy mạnh phát triển ngành công nghiệp phụ trợ như ngành sản xuất thức ăn nuôi trồng, thuốc thú y, nhằm giảm chi phí giá thành khâu nuôi trồng thuỷ sản xuất khẩu

3.3.2 Khâu chế biến và thương mại thủy sản

Đa dạng hoá sản phẩm, chú trọng phát triển sản phẩm GTGT, khuyến khích dòng sản phẩm chất lượng cao, giảm chế biến thô và sơ chế, nâng cao tỷ trọng chế biến các sản phẩm GTGT phù hợp với thị hiếu, văn hóa tiêu dùng của thị trường tiêu thụ trên cơ sở phát huy các lợi thế so sánh của thủy sản Việt Nam.

Đầu tư máy móc thiết bị hiện đại và nâng cao tay nghề công nhân chế biến tạo ra những sản phẩm có GTGT cao, đạt chất lượng tốt nhất.

Giữ vững thị trường xuất khẩu truyền thống; đồng thời phát triển thị trường tiềm năng khác.

Mở rộng và tổ chức thị trường trong nước theo hướng hình thành các kênh phân phối sản phẩm thủy sản từ bán buôn đến bán lẻ, từ chợ truyền thống tới hệ thống siêu thị, với sự đa dạng các sản phẩm phù hợp thị hiếu người tiêu dùng Việt Nam.

Đẩy mạnh phát triển liên kết chuỗi cá da trơn xuất khẩu gắn kết giữa doanh nghiệp chế biến xuất khẩu với doanh nghiệp nuôi trồng và doanh nghiệp giống

Xây dựng thương hiệu riêng cho các sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam

3.4 Một số giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

Trên cơ sở đánh giá về thực trạng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam trong giai đoạn 2010-2016 ở chương 2, kết hợp với những nhận định về quan điểm và định hướng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản nêu trên, tác giả đề xuất các giải pháp sau nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệptrong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam.

3.4.1 Giải pháp đối với doanh nghiệp

3.4.1.1 Giải pháp nâng cao năng lực cung ứng và chất lượng con giống

Con giống được coi là yếu tố then chốt trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Giống là yếu tố hàng đầu góp phần cải thiện chất lượng và làm gia tăng GTGT của sản phẩm thủy sản xuất khẩu, đồng thời nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu, vì vậy cần có các biện pháp cụ thể sau:

Doanh nghiệp giống cần kết hợp với Trung tâm Giống Quốc gia và các khu vực sản xuất giống thủy sản tập trung thành các khu công nghệ cao nhằm lưu giữ nguồn gen, cải thiện gen di truyền nghiên cứu tạo ra những con giống thủy sản đạt năng suất và chất lượng cao, những giống thủy sản sạch bệnh chuyển giao cho sản xuất để đáp ứng nhu cầu con giống phục vụ cho hoạt động nuôi trồng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế có hiệu quả và bền vững. Mặt khác, doanh nghiệp cần nâng cao năng lực nghiên cứu, phấn đấu từng bước làm chủ công nghệ sản xuất giống để hình thành tập đoàn giống thủy sản đa dạng, có giá trị kinh tế và xuất khẩu, phục vụ phát triển nuôi trồng ở các vùng sinh thái nước ngọt, vùng ĐBSCL. Doanh nghiệp giống cần có biện pháp ổn định giá bán, chất lượng con giống đảm bảo nguồn cung giống tốt cho khâu nuôi trồng cá da trơn xuất khẩu.

Doanh nghiệp cần chuyển giao kỹ thuật sản xuất giống hiệu quả được đẩy mạnh thông qua các hoạt động phối hợp Trung Tâm Giống An Giang và Trung Tâm Giống thủy sản đăng ký tiếp nhận đàn cá da trơn hậu bị từ Trung Tâm Quốc Gia Giống thủy sản Nam Bộ thuộc Viện nghiên cứu nuôi trồng thủy sản 2 để chuẩn bị con giống có chất lượng cao, đủ để đáp ứng cho nhu cầu nuôi trồng chế biến xuất khẩu. Những con cá bố mẹ tại đây đều được gắn chíp để theo dõi phả hệ nhằm đáp ứng nhu cầu tuyển chọn nâng cao chất lượng con giống. Các con giống này thường tăng trưởng cao hơn 20%, tỷ lệ thịt cá phi lê tăng lên 5%, tỷ lệ sống rất cao và khả năng kháng bệnh cao hơn so với các con giống ương khác.

Doanh nghiệp giống cần tham gia liên kết chuỗi sản xuất dựa trên nền tảng con giống đạt chất lượng cao, sản phẩm đáp ứng tốt nhu cầu và gia tăng giá trị sản phẩm chế biến xuất khẩu để góp phần quan trọng trong việc nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Doanh nghiệp cần nghiên cứu phát triển giống và quy trình sản xuất giống thủy sản sạch bệnh. Nâng cấp các trung tâm giống nhằm nghiên cứu chọn tạo giống mới có chất lượng cao, kháng bệnh. Tiếp tục đầu tư các khu sản xuất giống tập trung đảm bảo điều kiện sản xuất giống theo quy định pháp luật và kiểm soát được chất lượng con giống.

Doanh nghiệp tăng cường nghiên cứu khoa học, nhập khẩu công nghệ, nhất là công nghệ sinh học, sản xuất giống sạch bệnh; hoàn thiện công nghệ nuôi cá da trơn theo tiêu chuẩn quốc tế. Nghiên cứu tập trung chọn tạo để có được đàn bố mẹ có chất lượng cao, sạch bệnh, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất giống (đàn bố mẹ, sinh sản…) đảm bảo con giống có chất lượng cao, được kiểm soát tốt, đủ số lượng, kịp mùa vụ.

Doanh nghiệp tăng cường năng lực cho hệ thống quản lý, kiểm tra giám sát điều kiện vùng nuôi trồng, môi trường dịch bệnh, chất lượng thức ăn, chất bổ sung thức ăn, chế phẩm sinh học, sản phẩm xử lý và cải tạo môi trường, hóa chất và thuốc thú y... ở tất cả các khâu, từ sản xuất đến sử dụng; từng bước thực hiện truy xuất nguồn gốc, đáp ứng các yêu cầu bảo đảm chất lượng, giữ vững uy tín thương hiệu thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

3.4.1.2 Giải pháp nâng cao kỹ thuật nuôi trồng thuỷ sản theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap và phát triển bền vững trong nguyên liệu sản xuất chế biến xuất khẩu

Công nghệ, kỹ thuật nuôi trồng hiện nay còn rất đơn giản theo kinh nghiệm dân gian là chính dẫn đến chất lượng sản phẩm không đồng nhất. Tiêu chuẩn kỹ thuật và quy chuẩn kỹ thuật liên quan đến điều kiện nuôi và quá trình nuôi chậm ban hành và không thống nhất thực hiện, dẫn đến việc truy xuất nguồn gốc gặp nhiều khó khăn. Tận dụng lợi thế điều kiện tự nhiên khí hậu và nguồn nước, vùng ĐBSCL cần tập trung xây dựng và triển khai nhằm phát triển mạnh xây dựng GlobalGap, VietGap trong nuôi trồng thủy sản điển hình trong nuôi cá da trơn xuất khẩu để tăng giá trị gia tăng của sản

phẩm nuôi trồng, đồng thời nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Xây dựng vùng nguyên liệu tập trung theo hướng sản xuất hàng hóa lớn, phát triển bền vững cả ba mặt: kinh tế, xã hội, môi trường. Cụ thể:

- Doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản như nuôi cá da trơn xuất khẩu phải tuân thủ quy định điều kiện sản xuất, các quy định về điều kiện quản lý vùng nuôi, quy trình quy phạm, được đánh số và cấp phép nuôi theo tiêu chuẩn VietGap và GlobalGap quy định.
- Trên cơ sở một số mô hình liên kết giữa các doanh nghiệp chế biến với vùng nguyên liệu nuôi trồng thuỷ sản hiệu quả, cần nghiên cứu áp dụng rộng rãi các vùng nuôi thuỷ sản xuất khẩu trên toàn vùng ĐBSCL. Doanh nghiệp tham gia sâu vào chuỗi liên kết sản xuất – chế biến – xuất khẩu, gắn kết doanh nghiệp chế biến với vùng nguyên liệu thông qua hợp đồng bao tiêu sản phẩm, doanh nghiệp cần hỗ trợ người nuôi trồng tiếp cận và áp dụng các tiến bộ kỹ thuật (như giống, canh tác...), tạo sự liên kết chặt chẽ trong toàn chuỗi sản xuất, chế biến và tiêu thụ.
- Thực hiện gắn kết các doanh nghiệp chế biến với vùng nguyên liệu, để đầu tư xây dựng vùng sản xuất nguyên liệu tập trung các biện pháp đồng bộ về giống, kỹ thuật thâm canh, đầu tư cơ sở hạ tầng, áp dụng quy trình thực hành sản xuất tốt (VietGap, GlobalGap), quản lý tốt vật tư, nguyên liệu đầu vào… để tăng năng suất, chất lượng và đảm bảo an toàn thực phẩm.

Khi doanh nghiệp nuôi trồng áp dụng mô hình nuôi trồng theo VietGap, GlobalGap thì sẽ đạt được vùng nuôi trồng sạch sẽ, tốc độ nuôi phát triển cao, mật độ thả giống giảm từ 20%-30% so với áp dụng kỹ thuật truyền thống, chi phí thuốc, thức ăn, con giống giảm đáng kể làm cho giá thành khâu nuôi trồng giảm, công tác truy suất nguồn gốc được rõ ràng, giá bán cá cao hơn so với nuôi truyền thống từ 1000-2000đ/kg, được cấp giấy chứng nhận VietGao, GlobalGap sẽ tạo thuận lợi cho việc xây dựng thương hiệu và phát triển xuất khẩu sản phẩm thuỷ sản, đồng thời giúp nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng cá da trơn xuất khẩu.

Giải pháp phát triển bền vững trong nguyên liệu sản xuất chế biến xuất khẩu

Đối với ngành chế biến thủy sản, mức độ sẵn có và chất lượng của nguyên liệu thủy sản có ảnh hưởng rất quan trọng đến tính hiệu quả trong sản xuất và chất lượng của sản phẩm thủy sản chế biến. Thực tế thời gian qua cho thấy việc cung cấp nguyên liệu thủy sản của Việt Nam còn nhiều vấn đề cần giải quyết như vấn đề thiếu ổn định trong cung cấp nguyên liệu, và vấn đề thiếu ổn định về chất lượng nguyên liệu trong chế biến thủy sản xuất khẩu. Đây là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Để đảm bảo tính chủ động trong việc cung cấp nguyên liệu thủy sản, cả về chất lượng và số lượng, thì cần có biện pháp cụ thể sau:

- Doanh nghiệp cần tiến hành tổ chức lại sản xuất và tiêu thụ theo hướng liên kết giữa các khâu của quá trình sản xuất, chế biến, tiêu thụ theo chuỗi cung ứng đạt hiệu

quả cao, tổ chức ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho người nuôi trồng. Trên cơ sở đó, các doanh nghiệp chế biến thủy sản cần tăng cường năng lực kiểm soát và phát hiện dư lượng kháng sinh, hóa chất trong nguyên liệu, áp dụng các hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Để quản lý tốt hơn vấn đề này, doanh nghiệp cần đưa ra quy định về mã số vùng nuôi, trên cơ sở đó các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thực hiện việc ghi xuất xứ cho sản phẩm trên bao bì và thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp.

- Doanh nghiệp cần trực tiếp đầu tư mạnh hơn vào công nghệ nuôi trồng thủy sản theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap. Hoạt động nuôi trồng thủy sản cần đầu tư để có được ao hồ nuôi thủy sản đủ tiêu chuẩn về kích cở đối với từng đối tượng nuôi cụ thể để tạo ra một môi trường nuôi an toàn, đầu tư liên kết với nhà máy sản xuất thức ăn công nghiệp quy mô lớn để hạn chế đến mức thấp nhất việc kháng sinh, hóa chất tồn dư trong thủy sản nuôi qua việc sử dụng thức ăn từ những nhà cung cấp không đảm bảo chất lượng, đồng thời đầu tư trang thiết bị phân tích môi trường nuôi trồng thủy sản để kịp thời kiểm soát dịch bệnh phát sinh do chất lượng nước nuôi trồng thủy sản không đảm bảo. Giải pháp này đòi hỏi bản thân các doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản phải ý thức được tầm quan trọng của việc kiểm soát chất lượng thủy sản nuôi trồng, đồng thời Nhà nước cần phải có những biện pháp khuyến khích đầu tư vào công nghệ nuôi trồng, đi đôi với kiểm tra kiểm soát sát sao việc tuân thủ những quy định của Nhà nước trong nuôi trồng thủy sản.
- Các doanh nghiệp chế biến thủy sản cần phối hợp với các cơ sở nuôi trồng thủy sản nhằm trang bị những công nghệ mới trong việc bảo quản nguyên liệu thủy sản sau thu hoạch, bảo quản trong quá trình vận chuyển để tránh được những lây nhiễm vi khuẩn, ký sinh trùng, trong quá trình thu hoạch và cung ứng nguyên liệu thủy sản. Do khả năng tài chính của các hộ nuôi trồng thường hạn hẹp và tính hiệu quả của việc đầu tư vào phương tiện bảo quản và vận chuyển đối với đơn vị nuôi trồng thủy sản không cao, vì thế các doanh nghiệp chế biến thủy sản có thể tự đầu tư phương tiện và công nghệ, tự tổ chức thu gom và vận chuyển nguyên liệu sau thu hoạch nhằm đảm bảo chất lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến, đồng thời đảm bảo tính đồng bộ trong hệ thống cung ứng và sản xuất sản phẩm thủy sản chế biến.
- Các doanh nghiệp chế biến thủy sản cần chủ động đầu tư trực tiếp vào các vùng nuôi trồng nguyên liệu của doanh nghiệp. Giải pháp này sẽ giúp cho bản thân doanh nghiệp chế biến chủ động hơn trong việc cung cấp một nguồn cung ứng nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, đảm bảo nguồn nguyên liệu có chất lượng cao, tiết kiệm chi phí và hạ thấp giá thành sản phẩm thủy sản xuất khẩu, nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp, đồng thời quản lý được việc truy xuất nguồn gốc của sản phẩm xuất khẩu.

3.4.1.3 Giải pháp tăng cường đầu tư tổn thất sau thu hoạch, tiết kiệm chi phí và giảm giá thành sản phẩm

Mặc dù, thời gian qua đã có nhiều giải pháp được triển khai trong công tác đảm bảo chất lượng sản phẩm thủy sản sau thu hoạch nhưng vẫn chưa tương xứng tiềm năng, lợi thế tự nhiên, các nguồn lực chưa khai thác và sử dụng có hiệu quả, tổn thất

sau thu hoạch thủy sản còn rất lớn, làm giảm GTGT của các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản.

Trong lĩnh vực nuôi trồng, tình trạng nuôi tự phát, nhỏ lẻ, thiếu quy hoạch cũng là nguyên nhân dẫn tới việc bảo quản sau thu hoạch gặp nhiều hạn chế. Hầu hết các dụng cụ bảo quản không đảm bảo vệ sinh, cách thức bảo quản không đúng, thiết bị vận chuyển không đáp ứng được yêu cầu về nhiệt độ trong suốt quá trình vận chuyển. Cùng đó, người dân sử dụng tùy tiện các chất bảo quản, không tuân theo quy định của Nhà nước... là những thách thức lớn, và khả năng giảm GTGT đối với các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, nhất là khi sản phẩm được xuất khẩu sang các thị trường khó tính như Nhật Bản, Mỹ, EU.

Hệ lụy, chất lượng sản phẩm sau thu hoạch thấp, không thể sử dụng để chế biến, xuất khẩu; tình trạng thiếu nguyên liệu trầm trọng khiến một số doanh nghiệp xoay sang nhập khẩu nguyên liệu từ nước ngoài, làm tăng chi phí sản xuất, giảm hiệu quả kinh tế, giảm GTGT cho doanh nghiệp. Đây chính là một vòng luẩn quẩn, gây thiệt hại không nhỏ cho ngành sản xuất thủy sản của Việt Nam.

Việc triển khai các giải pháp giảm tổn thất sau thu hoạch thủy sản là yêu cầu cấp thiết hiện nay. Để đảm bảo chất lượng nguyên liệu và giảm thiểu tổn thất sau thu hoạch, các vùng nuôi cần được quy hoạch bền vững, để nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp nuôi trồng cũng như các doanh nghiệp khác trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản. Các cơ sở nuôi trồng cần nắm rõ phương pháp thu hoạch, bảo quản cụ thể sau:

- Doanh nghiệp nuôi trồng cần nắm rõ phương pháp thu hoạch và bảo quản thuỷ sản, nghiên cứu ứng dụng công nghệ bảo quản tiên tiến để đảm bảo thuỷ sản từ vùng nuôi trồng đến doanh nghiệp chế biến đạt chất lượng tươi sống, đáp ứng đủ tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm.
- Doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống vận tải hoạt động có hiệu quả rút ngắn được khoản cách giữa chặng thu hoạch và chế biến, vận chuyển nguyên liệu cá tươi sống là việc rất quan trọng để đảm bảo độ tươi ngon và chất lượng của sản phẩm.
- Doanh nghiệp cần đầu tư vào hoạt động nghiên cứu khoa học công nghệ cho việc bảo quản thuỷ sản điển hình cho việc bảo quản cá da trơn sau thu hoạch, nhằm đảm bảo chất lượng cá tươi sống để cung cấp nguyên liệu tốt đạt chất lượng cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.
- Doanh nghiệp chế biến cần thực hiện tốt việc đầu tư nâng cấp máy móc, thiết bị hiện đại; gắn kết nhà máy chế biến với các vùng nguyên liệu và trung tâm công nghiệp chế biến ở từng địa phương, tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển và đầu tư kho lạnh thương mại để đảm bảo chất lượng thủy sản.

Giải pháp tiết kiệm chi phí sản xuất và giảm giá thành khâu chế biến

Để nâng cao GTGT cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thì biện pháp giảm giá thành khâu chế biến là việc cực kỳ khó khăn trong bối cảnh chi phí đầu vào tăng cao (giá nguyên liệu tăng để bảo đảm cho người nuôi có lãi, lương người lao động phải

tăng theo mặt bằng chung, giá vật tư xăng, dầu, điện, nước tăng cao theo giá thị trường quốc tế, lãi vay vốn cao…). Cơ cấu chi phí chế biến cá da trơn phi lê xuất khẩu hiện nay ở doanh nghiệp là tương đối hợp lý khó có thể giảm chi phí hơn được nữa, thậm chí còn phải tăng giá mua cá da trơn nguyên liệu cho người nuôi. Để giảm được giá thành, tăng giá trị gia tăng cần tập trung vào các khâu sau:

- Doanh nghiệp cần chuyển dịch cơ cấu sản phẩm, giảm tỷ trọng sản phẩm cá da trơn phi lê đông lạnh, tăng tỷ trọng các sản phẩm chế biến sâu, làm sẵn, ăn liền bằng cách đầu tư trang thiết bị và công nghệ sản xuất mới.
- Doanh nghiệp cần chế biến được toàn bộ con cá da trơn để tạo ra các sản phẩm khác nhau, nâng cao được giá trị con cá, giảm giá thành sản phẩm chính, góp phần bảo vệ môi trường, bằng cách: Nghiên cứu sản phẩm mới và đầu tư thiết bị, công nghệ chế biến phụ phẩm loại ra từ khâu chế biến phi lê đông lạnh cá da trơn như: thịt cá vụn, đầu cá, xương cá, da cá, nội tạng cá … để tạo ra các sản phẩm giá trị gia tăng như surimi cá, dầu cá tinh luyện, bột cá, chà bông, bánh phồng, collagen và gelatin…
- Giảm giá thành trong khâu chế biến bằng cách: doanh nghiệp áp dụng sản xuất sạch hơn trong sản xuất nhằm tiết kiệm điện, nước và vật tư và áp dụng mô hình tổ chức sản xuất theo chuỗi từ khâu nuôi, thu mua đến chế biến và tiêu thụ.
- Giảm giá thành trong khâu thu mua, chế biến và bảo quản thủy sản, khó khăn lớn nhất của Việt Nam là công nghệ chế biến và bảo quản thủy sản còn lạc hậu, do đó doanh nghiệp cần có sự đầu tư đổi mới công nghệ, đầu tư thiết bị hiện đại, quy trình sản xuất tiên tiến để phát triển chế biến theo chiều sâu, loại bỏ dần các dây chuyền thiết bị lạc hậu, hiệu suất thấp. Áp dụng cơ giới hóa, tự động hóa để giảm chi phí lao động, tiết kiệm và tận dụng được nguyên liệu đưa vào chế biến, tạo ra sản phẩm chất lượng tốt, giá trị gia tăng trong sản phẩm cao.
- Doanh nghiệp cần xây dựng quy trình sản xuất chuẩn đối với từng loại sản phẩm, tổ chức thực hiện tốt quy trình để đảm bảo chất lượng, giảm tỷ lệ tiêu hao vật tư, nguyên liệu và quản lý tốt an toàn thực phẩm đối với sản phẩm thủy sản xuất khẩu.

3.4.1.4 Giải pháp xây dựng mối liên kết theo chiều dọc của chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản

Để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh của toàn xã hội, tăng khả năng cạnh tranh, đảm bảo phát triển bền vững và ổn định, đáp ứng được yêu cầu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm cũng như việc truy suất nguồn gốc sản phẩm và nâng cao giá trị gia tăng từng khâu trong chuỗi cung ứng thì giải pháp mang tính quyết định là phải tổ chức lại sản xuất chế biến xuất khẩu thủy sản theo chuỗi giá trị sản phẩm, tức là tạo mối liên kết theo chiều dọc của chuỗi cung ứng từ ao nuôi đến thu mua, chế biến, xuất khẩu sản phẩm. Để giải quyết vấn đề này cần có các biện pháp cụ thể sau:

- Các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản như doanh nghiệp giống, doanh nghiệp nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, ngân hàng, doanh nghiệp cung cấp thức ăn và thuốc thú y thuỷ sản cần tham gia sâu vào chuỗi liên kết xuất khẩu thuỷ tạo ra sản phẩm thuỷ sản đạt chất lượng, hỗ trợ công tác truy xuất nguồn gốc, gia tăng giá

xuất khẩu, nâng cao giá trị gia tăng cho các tác nhân trong chuỗi, phân chia hài hoà giữa lợi ích và rủi ro cho các tác nhân của chuỗi, đồng thời giúp cho ngành thuỷ sản phát triển bền vững.

- Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có khả năng về tài chính, hiểu rõ và phản ứng nhanh nhạy với tín hiệu của thị trường. Gắn kết sự bền vững trong chuỗi liên kết và hình thành chuỗi cung ứng nhanh hay chậm tùy thuộc vào phần lớn vào sự chia sẻ lợi nhuận và chia sẻ rủi ro của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sản phẩm đối với các tác nhân trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.
- Doanh nghiệp cần quản lý theo cộng đồng là phương thức quản lý phổ biến trên thế giới sẽ được áp dụng ở Việt Nam. Theo cách này, cần có quy chế thành lập các hiệp hội nghề nghiệp, liên kết các nhà sản xuất theo ngành hàng (liên kết dọc) để có thể thu hút các doanh nghiệp cùng ngành nghề để họ bàn bạc, định ra kế hoạch sản xuất, tổ chức hợp tác liên kết trong sản xuất, trao đổi thông tin, định ra các đối sách, giá bán hàng hóa. Tổ chức tốt mối liên kết này sẽ tạo ra sức mạnh to lớn cho những cá nhân trong tổ chức, tránh được việc ép cấp, ép giá trong các khâu trong chuỗi cung ứng thủy sản cũng như có được tiếng nói chung trong việc xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài.
- Doanh nghiệp cần kiểm soát năng lực của từng khâu mắt xích trong chuỗi cung ứng. Theo đó, cần rà soát, hạn chế sự gia tăng công suất chế biến ồ ạt, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động nhằm cải thiện chất lượng giống, tăng cường áp dụng tiến bộ kỹ thuật mới, đầu tư cho công tác nghiên cứu phát triển các phương thức sản xuất mới có tính hiệu quả và bền vững để tăng sản lượng nuôi trồng có chất lượng cao, tăng giá xuất khẩu sản phẩm thuỷ sản.
- Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cần minh bạch trong việc cung cấp các thông tin thị trường và yêu cầu chất lượng sản phẩm của khách hàng cho người sản xuất nuôi trồng thủy sản để tổ chức sản xuất ra sản phẩm đáp ứng yêu cầu của thị trường và khách hàng, góp phần đảm bảo chuỗi cung ứng thủy sản phát triển ổn định.
- Doanh nghiệp thực hiện sáp nhập và mua lại để dịch chuyển "tiến" trong chuỗi giá trị, hướng đến làm chủ phân đoạn sản xuất sản phẩm giá trị gia tăng, nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu, nâng cao tỷ suất lợi nhuận và hiệu quả đầu tư cho doanh nghiệp.
- Về phía doanh nghiệp trong nội bộ ngành hàng thì doanh nghiệp chế biến xuất khẩu có vai trò rất lớn là "đầu tàu" mà thậm chí đóng vai trò là yếu tố quyết định đến sự liên kết chuỗi sản xuất đối với mỗi sản phẩm, nhất là sản phẩm xuất khẩu.
- Khi các doanh nghiệp tham gia chuỗi liên kết thuỷ sản thì sản phẩm đầu ra của doanh nghiệp đạt chất lượng cao và bán được giá cao hơn, sẽ nâng cao được GTGT cho doanh nghiệp. Giá bán của doanh nghiệp giống chính là chi phí đầu vào của doanh nghiệp nuôi trồng, giá bán của doanh nghiệp nuôi trồng chính là chi phí nguyên liệu đầu vào của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, do đó phát sinh xung đột lợi ích giữa các doanh nghiệp với nhau trong chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp xây dựng chuỗi liên kết thuỷ sản chặt chẽ giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành nghề, thì chất

lượng đầu ra và giá bán sản phẩm của các doanh nghiệp trong chuỗi sẽ nâng cao, dẫn đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu, giá xuất khẩu sản phẩm thuỷ sản cao hơn so với giá xuất khẩu sản phẩm của doanh nghiệp không tham gia chuỗi liên kết, nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu, ngành xuất khẩu thuỷ sản phát triển bền vững.

3.4.1.5 Giải pháp hạn chế khâu trung gian xuất khẩu hàng hoá

Thủy sản Việt Nam khi xuất sang các thị trường lớn như Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản,.. đều mang thương hiệu của các tập đoàn chế biến và phân phối thủy sản nước ngoài. Thủy sản xuất khẩu Việt Nam điển hình như sản phẩm cá da trơn, tôm trước khi vào siêu thị để phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng thì trải qua nhiều khâu trung gian, hậu quả là sản phẩm bán giá cao nhưng lợi nhuận đem lại cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam lại rất thấp. Doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam chủ yếu xuất khẩu cho các tập đoàn chế biến và phân phối thủy sản nước ngoài chủ yếu cạnh tranh về giá cả, các doanh nghiệp Việt Nam chạy theo bán với giá thấp, không quan tâm đến khâu tiêu dùng cuối cùng, đã tạo ra GTGT cho doanh nghiệp tại khâu tiêu thụ và phân phối sản phẩm rất thấp.

Một trong những mục tiêu của xuất khẩu thủy sản Việt Nam là giảm bớt khâu trung gian khi xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường lớn như EU, Mỹ, Nhật Bản,.. Việc đề xuất để có thể xuất khẩu trực tiếp vào các siêu thị lớn của các nước như thị trường EU, Mỹ và Nhật Bản chưa có doanh nghiệp nào có đủ khả năng lý do phải trải qua nhiều công đoạn, nhãn mác và tiếp thị. Do đó, cần có những biện pháp để sản phẩm thủy sản Việt Nam hạn chế xuất khẩu qua nhiều khâu trung gian cụ thể như sau:

- Doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản cần phát triển chiến lược marketing sản phẩm thủy sản xuất khẩu sang các thị trường lớn như EU, Mỹ, Nhật Bản,...thông qua hình thức tiếp thị quảng cáo, đưa sản phẩm của mình đến trực tiếp người tiêu dùng cuối cùng, doanh nghiệp nên nhận thức bán cái mà họ cần chứ không phải bán cái mình có. Điểm yếu của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam là ở khâu tiếp thị bán hàng, phần lớn các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam không quan tâm nhiều đến người tiêu dùng cuối cùng tại các thị trường lớn, người tiêu dùng thích mua con cá được đóng gói ra sao, họ thích được chế biến như thế nào, những chi tiết quan trọng đó tất cả doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam đều giao phó cho các tập đoàn chế biến và phân phối thủy sản, các công ty trung gian nước ngoài. Hậu quả đã làm cho lợi nhuận san sẻ rất nhiều ở khâu này. Các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần đầu tư cho quảng cáo tiếp thị còn quan trọng hơn tăng sản lượng, họ cần phải biết ai là người ăn những con cá của mình sản xuất, họ muốn biết gì về sản phẩm của mình. Vì vậy các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần phải thay đổi hướng tiếp thị quảng cáo sản phẩm thủy sản đến khách hàng tiêu dùng cuối cùng tại các siêu thị lớn các hệ thống phân phối bán lẻ.
- Doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần phải có biện pháp để nhà phân phối bán lẻ nước ngoài có giải pháp tiếp thị tốt hơn cho sản phẩm của mình như chính

sách hưởng hoa hồng tiếp thị cao, hưởng lãi suất chiết khấu cao trên doanh thu và điều đó giảm bớt khâu trung gian, dẫn đến giá bán của sản phẩm thủy sản của Việt Nam sẽ cao hơn và giá trị gia tăng tạo ra cho doanh nghiệp sẽ tăng.

- Trong thời đại công nghệ thông tin hiện đại như hiện nay, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam có thể tiếp thị thông qua mạng Internet bằng việc xây dựng các trang Web của công ty với thiết kế thật ấn tượng, tiếp thị trên các phương tiện truyền thông đại chúng (các báo, tạp chí, các trang mạng uy tín) qua đó giới thiệu sản phẩm đến khách hàng cuối cùng.
- Doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản nên tham gia, tổ chức các chương trình xúc tiến xuất khẩu cấp quốc gia thông qua nhiều hoạt động như: Tổ chức các ngày hội ẩm thực giới thiệu sản phẩm thủy sản Việt Nam tại các thị trường lớn như thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản, Hà Quốc,… Tham gia các hội chợ thủy sản quốc tế như Hội chợ thủy sản Bremen (Đức), Hội chợ Thủy sản quốc tế Boston (Mỹ), Hội chợ Thủy sản Châu Âu (Brussel), Hội chợ công nghệ thủy sản Nhật Bản, Hội chợ thực phẩm Chicago (Mỹ), Hội chợ thủy sản Trung Quốc, Hội chợ thực phẩm Conxema (Tây Ban Nha), Hội chợ thực phẩm Sial (Pháp), và các chuyến khảo sát nghiên cứu thị trường để giúp các doanh nghiệp thủy sản tiếp cận được thị trường xuất khẩu, tiếp cận trực tiếp khách hàng tiêu dùng, thu thập được thông tin thị trường.

Khi sản phẩm thuỷ sản Việt Nam được bán trực tiếp ra thị trường nước ngoài sẽ bán được giá cao, hiệu quả hoạt động doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tăng cao và nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu.

3.4.1.6 Giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, chuyển dịch tái cơ cấu sản phẩm chế biến, phát triển sản phẩm có giá trị gia tăng cao, tạo sự khác biệt cho sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu

Trong những năm qua, chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu của Việt Nam không đáp ứng được yêu cầu của nhà nhập khẩu, điển hình như nhiều lô hàng xuất khẩu của nước ta bị cảnh báo nhiễm kháng sinh, chứa mầm bệnh và buộc trả về nước tại hầu hết các thị trường. Mặt khác, sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu lại bị vướn phải các rào cản thương mại, và sự cạnh tranh gay gắt của các loài thuỷ sản bản địa của các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU. Trước tình hình trên, doanh nghiệp cần có biện pháp đầu tư đổi mới công nghệ hiện đại nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu để tăng giá xuất khẩu, tăng hàm lượng GTGT trong sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, phát triển bền vững ngành thuỷ sản xuất khẩu. Đây là một trong những yếu tố quan trọng nâng cao GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản.

Nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu cần có các biện pháp cụ thể sau:

- Doanh nghiệp trong ngành hàng thuỷ sản xuất khẩu, các sản phẩm thuỷ sản cần phải tuân thủ các quy định chuẩn mực về an toàn vệ sinh thực phẩm của các quốc gia và vũng lãnh thổ có liên quan tới sản xuất và tiêu thụ sản phẩm này. Các quy định sẽ

thay đổi theo hướng nghiêm ngặt hơn nhằm đảm bảo sức khỏe người sản xuất - tiêu dùng, sức khỏe động vật nuôi và bảo vệ tốt hơn môi trường tự nhiên.

- Các doanh nghiệp nuôi và chế biến thuỷ sản áp dụng các tiêu chuẩn thương mại VietGAP, GlobalGap để đạt chứng nhận về sản phẩm sạch, an toàn vệ sinh thực phẩm cho người tiêu dùng khi xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường quốc tế để nâng cao giá trị, chất lượng sản phẩm cá da trơn xuất khẩu.
- Doanh nghiệp cần thúc đẩy việc cải thiện chất lượng con giống thuỷ sản theo tiêu chuẩn chất lượng, sử dụng chương trình "liên kết sản xuất giống 3 cấp" trong nuôi trồng thuỷ sản, để tạo ra giống có chất lượng có tính di truyền chọn lọc có khả năng tăng trưởng nhanh, kháng bệnh tốt, chất lượng thịt phi lê cao,… phục vụ cho nuôi thương phẩm là điều cấp thiết hiện nay, để phát huy tiềm năng, thế mạnh, nâng cao GTGT cho doanh nghiệp và phát triển thuỷ sản bền vững.
- Doanh nghiệp cần phải tăng cường giám sát vùng nuôi, quan tâm đến việc bảo vệ môi trường (đa phần xả nước và bùn thải ra môi trường tự nhiên), hạn chế sử dụng thuốc kháng sinh và hóa chất cấm, sản xuất sản phẩm sạch và an toàn vệ sinh thực phẩm. Doanh nghiệp nên sử dụng các loại thuốc nằm trong danh mục cho phép để không làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu và ảnh hưởng đến rào cản nhập khẩu sản phẩm thủy sản của các nước trên thế giới. Do đó, doanh nghiệp cần nhận thức, học tập những kinh nghiệm và kỹ thuật sử dụng thuốc hóa chất, chế phẩm an toàn trong nuôi trồng thủy sản các các nước phát triển như NaUy, Ấn Độ,...
- Doanh nghiệp tham gia chuỗi liên kết thuỷ sản xuất khẩu để tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm, nâng cao chất lượng nguyên liệu thuỷ sản cũng như chất lượng sản phẩm chế biến, hỗ trợ công tác truy xuất nguồn gốc.
- Quá trình sản xuất và chế biến xuất khẩu thuỷ sản phát triển theo hướng bền vững và nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thuỷ sản xuất khẩu cần phải có giải pháp để quản lý chất lượng sản phẩm thuỷ sản sạch và an toàn vệ sinh thực phẩm. Muốn vậy, đòi hỏi ý thức cao của hộ nuôi trồng và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cũng như sự quan tâm hơn nửa của ngành chức năng trong việc tăng cường kiểm soát và kiểm tra các cơ sở mua bán thuốc, hóa chất và thức ăn cũng như việc sử dụng thuốc và hóa chất cấm ở các cơ sở nuôi và chất lượng sản phẩm thuỷ sản ở các nhà máy chế biến xuất khẩu thuộc các tỉnh ĐBSCL trong thời gian tới; các quy định chuẩn mực về an toàn vệ sinh thực phẩm cần được minh bạch hơn trong quá trình hình thành và thực thi nhằm giúp cho các khâu sản xuất nắm và thực hiện theo đúng các quy định này.

❖ ***Giải pháp chuyển dịch tái cơ cấu sản phẩm chế biến, phát triển sản phẩm có giá trị gia tăng cao và tạo sự khác biệt cho sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu***

Sản xuất sản phẩm có GTGT cao là một vấn đề cấp bách của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản, sản phẩm có GTGT cao sẽ tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu, đem lại lợi nhuận cao. Vì vậy để nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thì yếu tố kỹ thuật công nghệ chế biến sản xuất là yếu

tố quan trọng để sản xuất ra những sản phẩm có hàm lượng GTGT cao mang lại lợi ích kinh tế cao cho doanh nghiệp và nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong khâu chế biến.

Sản phẩm thủy sản xuất khẩu chủ yếu của nước ta như cá da trơn phi lê, tôm đông lạnh, nhuyễn thể chân đầu, cá rô phi, cá biển (nguyên con/cắt khúc) chiếm phần lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm chế biến thủy sản. Nói cách khác, các doanh nghiệp chỉ dừng ở khâu sơ chế nguyên liệu, cung cấp các bán thành phẩm để đối tác nhập khẩu nước ngoài tiếp tục chế biến thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn bán cho người tiêu dùng cuối cùng. Trong cơ cấu ba sản phẩm có doanh thu lớn nhất của các doanh nghiệp được điều tra, có hơn 70% là sản phẩm sơ chế. Nhóm sản phẩm này đồng thời chiếm tỷ trọng áp đảo (95%) về doanh thu. Công nghệ chế biến các sản phẩm này rất giản đơn như rửa sạch, cắt miếng, lọc phi lê, rút xương, đóng bao bì và cấp đông, do đó thuộc lĩnh vực thâm dụng lao động và lợi nhuận thấp. Điều đó có nghĩa, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu Việt Nam ở vị trí "trũng" nhất trong Parabol chuỗi giá trị xuất khẩu, thực hiện công đoạn hao tốn chi phí, năng suất lao động thấp, đem lại lợi nhuận thấp, tạo ra giá trị gia tăng thấp nhất cho doanh nghiệp. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp sơ chế đã nỗ lực chuyển dịch về phía trước trong chuỗi giá trị bằng cách tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Tuy nhiên, các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao hơn của Việt Nam thường bao gồm: há cảo, tôm tẩm bột, mực bột, chả giò, chả mực, cá khô,... Nhìn chung các sản phẩm chế biến chưa đa dạng, chủ yếu mang phong cách ẩm thực trong nước hơn là đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng nước ngoài. Để tăng giá trị gia tăng của phẩm thủy sản chế biến xuất khẩu, nhằm tăng giá trị gia tăng cho doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thì có các giải pháp cụ thể sau:

- Khâu công nghệ chế biến để tạo ra giá trị gia tăng đòi hỏi một sự đổi mới thường xuyên, liên tục. Doanh nghiệp cần không ngừng đầu tư đổi mới, nâng cấp công nghệ hiện có và khuyến khích doanh nghiệp nhập khẩu công nghệ cao từ các nước phát triển, bí quyết công nghệ, hợp tác với các chuyên gia về ẩm thực để sản xuất ra các sản phẩm chế biến đạt các yêu cầu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm và bổ dưỡng cho sức khỏe (ít chất béo, không chứa chất béo chuyển hóa) đồng thời bao gói tiện dụng cũng như trọng lượng vừa đủ với khẩu phần ăn và tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao như các mặt hàng tươi sống ăn liền, sushi, sashimi, nobashi, các loại sản phẩm tẩm và bao áo bên ngoài, như bột bao áo (batter), bột bánh mì bao bên ngoài (breader), bột xù (breadcrumbs) và bột cracker, các doanh nghiệp chế biến kết hợp sử dụng bột xù sử dụng nguyên liệu từ các loại ngũ cốc nhiều hơn, như gạo, lúa mì, yến mạch, kiều mạch và lúa mạch đen với nhiều kích cỡ cánh bột xù khác nhau.
- Doanh nghiệp cần đa dạng hóa sản phẩm, chú trọng các sản phẩm mới, sản phẩm có giá trị gia tăng cao phải căn cứ vào nhu cầu cụ thể của từng thị trường nhập khẩu, từng phân khúc thị trường mà doanh nghiệp hướng đến, từ đó lựa chọn công nghệ trọn gói phù hợp, tránh đầu tư chắp vá hoặc tràn lan gây lãng phí lớn. Cần nắm bắt thông tin về công nghệ chế biến sản phẩm cụ thể của từng thị trường, thị hiếu tiêu

dùng của từng thị trường, để chế biến các sản phẩm hợp khẩu vị và thị hiếu của khách hàng điển hình như: Ở một số thị trường cá da trơn cũng được chế biến rất phong phú như Hà Lan có phi lê cá da trơn tẩm tỏi và rau ngò; Bỉ có phi lê cá da trơn tẩm chua ngọt của Frost Invest; Phần Lan có phi lê cá da trơn tẩm bột (nhẹ) của Findus; Cộng hòa Séc có phi lê cá da trơn với súp của Delikatessa.

- Ngoài việc gia tăng giá trị sản phẩm bằng cách làm tăng hàm lượng công nghệ trong chế biến sản phẩm. Doanh nghiệp cần có xu hướng mới trong thiết kế và sáng tạo thêm nhiều công dụng mới cho bao bì của sản phẩm chế biến sẵn có giá trị gia tăng cao. Để đáp ứng nhu cầu sử dụng sản phẩm này, doanh nghiệp cần đầu tư công nghệ bao bì tiên tiến. Hàng loạt kiểu bao bì "dễ mở" hoặc "dễ cho chế biến" (loại túi đóng gói kín có thể dùng trực tiếp trong lò vi sóng hoặc lò nướng thông thường). Có nhiều loại bao bì vừa có thể bảo quản trong tủ lạnh vừa có thể cho phép sản phẩm không cần phải rã đông trước khi nấu. Hình thức và định dạng của bao bì cũng thuận tiện hơn về kích cỡ (nhỏ và gọn), bên cạnh đó bao bì có thể trưng bày hình ảnh sản phẩm đồng thời người tiêu dùng cũng có thể nhìn thấy sản phẩm bên trong. Đã tạo điều kiện thuận lợi cho các sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam dễ dàng thâm nhập vào các hệ thống phân phối ở các thị trường quốc tế.

❖ ***Tạo sự khác biệt cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu***

Xuất khẩuViệt Nam đang đứng trước cơ hội lớn trước hàng loạt hiệp định thượng mại song phương, đa phương mà Việt Nam đang đàm phán ký kết. Tuy nhiên, nếu không thay đổi quan điểm và cách làm hiện tại doanh nghiệp Việt Nam khó có thể tận dụng cơ hội để nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản. Một trong những vấn đề phải thay đổi đó là phải tạo ra sự thay đổi khác biệt cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Vần đề đặt ra bán sản phẩm gì? Giá bán như thế nào? Chất lượng sản phẩm?.

Hạn chế lớn nhất của xuất khẩu thủy sản Việt Nam hiện nay là còn phụ thuộc quá nhiều vào thị trường nước ngoài, thiếu các ngành công nghiệp phụ trợ, chủ yếu xuất khẩu với hình thức sản phẩm thô chưa qua chế biến chỉ bán sản phẩm mình có chứ không bán sản phẩm thế giới cần. Việc xuất khẩu tập trung quá nhanh vào một thị trường nhưng nghèo nàn về chủng loại khiến rủi ro về rào cản thương mại đối với doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam càng lớn. Do đó, cần phải có biện pháp tạo sự khác biệt cho sản phẩm xuất khẩu cụ thể như sau:

- Doanh nghiệp cần thay thế sản phẩm thô sang sản phẩm chế biến sẵn, tập trung chủ yếu sản xuất sản phẩm có giá trị gia tăng cao, thay đổi mẫu mã kiểu dáng, để thấy được sự khác biệt của sản phẩm thuỷ sản Việt Nam với sản phẩm khác để cạnh tranh ở một phân khúc khác.
- Các doanh nghiệp Việt Nam cần thay đổi nhận thức rằng Việt Nam không còn biên giới thị trường nội địa hay xuất khẩu mà chỉ có thị trường cạnh tranh duy nhất toàn cầu. Do đó, doanh nghiệp phải tự xác định lại lợi thế cạnh tranh của mình.

− Doanh nghiệp cần nhận thức xác định lợi thế cạnh tranh của mình bằng cách nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, kiểm soát giới hạn sản lượng nguyên liệu để làm chủ thị trường nâng cao giá bán.

− Về mặt chính sách bên cạnh phát triển những ngành công nghiệp phụ trợ, nguyên phụ liệu. Nhà nước cần có chính sách giảm chi phí vận tải, cảng, chi phí tài chính để giúp doanh nghiệp giảm giá thành sản phẩm, nâng cao chất lượng hiệu quả cạnh tranh, làm gia tăng giá trị cho doanh nghiệp xuất khẩu.

3.4.1.7 Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh để vượt qua các rào cản thương mại quốc tế

Hoạt động xúc tiến thương mại là việc tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu, các thông tin về thị trường đầy đủ và chính xác để giúp các doanh nghiệp làm cơ sở xây dựng chiến lược kinh doanh, giúp cho doanh nghiệp thâm nhập và phát triển sản phẩm mới. Đây là yếu tố cơ bản và cần thiết cho doanh nghiệp trong việc tạo được vị trí cạnh tranh trên thị trường và đẩy mạnh công tác xuất khẩu sản phẩm thủy sản, nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Cần có các giải pháp cụ thể sau:

- Doanh nghiệp cần học tập những kinh nghiệm từ các doanh nghiệp của các nước trên thế giới như Na Uy, Thái Lan xác định phải ưu tiên hàng đầu cho lĩnh vực xúc tiến thương mại. Doanh nghiệp tìm hiểu thông tin thị trường, đào tạo tạo nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm (chú trọng mẫu mã thiết kế), tổ chức tham gia sự kiện xúc tiến thương mại, phát triển mạng lưới văn phòng đại diện ở nước ngoài để thường xuyên cập nhật thông tin về nhu cầu, sự biến động của thị trường. Bên cạnh đó, công tác xúc tiến thương mại thủy sản của doanh nghiệp được tiến hành với sự tham gia với các công ty tiếp thị đa quốc gia, thực hiện việc nghiên cứu thị trường, quảng bá sản phẩm và đặc biệt là kiểm soát chặt chẽ toàn bộ các khâu trong quá trình sản xuất chế biến xuất khẩu sản phẩm.
- Doanh nghiệp cần nâng cao năng lực và hiệu quả của hoạt động xúc tiến thương mại: Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và đánh giá tình hình thực hiện tham gia các chương trình xúc tiến thương mại. Tăng cường tham gia các mối liên kết ngang và liên kết dọc với Cục Xúc tiến Thương mại, các địa phương. Nâng cao tính chuyên nghiệp cũng như năng lực xây dựng, tham gia tổ chức thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại ngành thủy sản. Chú trọng công tác đào tạo nhân sự xúc tiến thương mại.
- Doanh nghiệp ngành thủy sản cá da trơn xuất khẩu cần tranh thủ sự hỗ trợ của Nhà nước, bộ/ngành, các tổ chức quốc tế,... để tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại. Chú trọng đến việc xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu; tăng cường công tác nghiên cứu thị trường; tăng cường giới thiệu, quảng bá sản phẩm của mình thông qua các hội chợ, triển lãm quốc tế; Xây dựng và tổ chức mạng lưới thông tin, đáp ứng yêu cầu về thông tin thương mại hàng thủy sản cho doanh nghiệp. Tăng cường hoạt

động liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp khác cả trong và ngoài nước trong việc phối hợp thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tiết kiệm chi phí.

- Doanh nghiệp tăng cường hợp tác quốc tế trong xúc tiến thương mại xuất khẩu thủy sản để mở rộng thị trường xuất khẩu các mặt hàng thủy sản, cần phát triển hệ thống xúc tiến thương mại tại khu vực thị trường lớn và có tiềm năng. Tăng cường hoạt động cung cấp thông tin về diễn biến, dự báo, nhu cầu của thị trường. Tăng cường hoạt động kết nối hợp tác, làm ăn giữa các doanh nghiệp thủy sản trong nước và nước ngoài.

❖ ***Nâng cao năng lực cạnh tranh***

Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành chế biến xuất khẩu thủy sản một cách tổng thể và đồng bộ để phát triển nâng cao giá trị hàng xuất khẩu, tạo ra sự phát sự phát triển mang tính bền vững, ổn định và xây dựng một ngành sản xuất những sản phẩm GTGT, đa dạng hóa sản phẩm, đủ điều kiện cạnh tranh trên thị trường quốc tế và làm gia tăng GTGT cho doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu, cụ thể như sau:

- Doanh nghiệp tăng cường đầu tư và ứng dụng công nghệ hiện đại trong sản xuất nguyên liệu thủy sản bằng cách tiến hành tổ chức lại sản xuất và tiêu thụ theo hướng gắn kết giữa các khâu của quá trình sản xuất, chế biến, tiêu thụ từng nhóm sản phẩm.
- Doanh nghiệp tăng cường kiểm soát và phát hiện dư lượng kháng sinh, hóa chất trong nguyên liệu trên cơ sở đưa ra quy định mã số hóa vùng nuôi, trên cơ sở đó doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thực hiện việc ghi xuất xứ sản phẩm trên bao bì và thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp;
- Doanh nghiệp cần đầu tư mạnh hơn vào công nghệ nuôi trồng thủy sản, hoạt động nuôi trồng thủy sản đầu tư để có được ao hồ nuôi thủy sản đủ tiêu chuẩn theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap để nâng cao chất lượng nguyên liệu cũng như sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, tạo một môi trường nuôi an toàn.
- Doanh nghiệp cần hợp tác đầu tư vào hệ thống sản xuất thức ăn, tận dụng các phụ phẩm từ nguyên liệu chế biến để tiết kiện giá thành sản xuất và hạn chế đến mức thấp nhất việc kháng sinh, hóa chất tồn dư trong thủy sản nuôi, đồng thời đầu tư trang thiết bị phân tích môi trường nuôi trồng thủy sản để kịp thời kiểm soát dịch bệnh phát sinh do chất lượng nước nuôi trồng thủy sản không đảm bảo; Các doanh nghiệp chế biến thủy sản cần phối hợp với các cơ sở nuôi trồng thủy sản nhằm trang bị những công nghệ mới trong việc bảo quản nguyên liệu thủy sản sau thu hoạch, bảo quản trong quá trình vận chuyển để tránh lây nhiễm vi khuẩn trong quá trình thu hoạch và cung ứng nguyên liệu thủy sản; Doanh nghiệp chế biến thủy sản cần chủ động đa dạng hóa hoạt động và trực tiếp đầu tư vào lĩnh vực nuôi trồng thủy sản.

❖ ***Vượt qua các rào cản thương mại quốc tế***

Doanh nghiệp xuất khẩu cá da trơn Việt Nam đang phải đối mặt với sự đa dạng của các tiêu chuẩn theo yêu cầu của nhà nhập khẩu quốc tế tại các quốc gia khác nhau. Một trong những thử thách lớn mà ngành thủy sản xuất khẩu phải đối mặt là làm thế nào để cho các hộ nuôi trồng thực hiện được theo các tiêu chuẩn quốc tế và cung cấp

giấy chứng nhận nguồn gốc cho các doanh nghiệp chế biến. Để giải quyết vấn đề này cần có các biện pháp cụ thể sau:

- Doanh nghiệp cần phát triển bền vững bằng cách cải thiện chất lượng, áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn chất lượng tiên tiến. Một trong những biện pháp để vượt các rào cản thương mại quốc tế của thị trường nhập khẩu nhằm nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm và xây dựng thương hiệu vững mạnh là áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn tiên tiến được quốc tế công nhận như GlobalGAP. Thực tiễn cho thấy các nước nhập khẩu ngày càng áp đặt nhiều quy định và rào cản về tiêu chuẩn chất lượng đối với sản phẩm xuất khẩu Việt Nam. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cũng phải đối mặt và tuân thủ các rào cản này. Nếu các doanh nghiệp chủ động có kế hoạch thích ứng với những yêu cầu này, thách thức sẽ chuyển thành cơ hội để chúng ta phát triển bền vững.
- Việc lạm dụng chất kháng sinh tại các vùng nuôi nguyên liệu cần được xóa bỏ, việc sử dụng các giải pháp bảo vệ môi trường vùng nuôi cần được khuyến khích. Các doanh nghiệp cần dịch chuyển "lùi" trong chuỗi giá trị, bằng cách liên kết các hộ nuôi trồng với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thông qua các thỏa thuận hợp đồng hoặc trực tiếp xây dựng các vùng nuôi công nghiệp, thay thế hình thức nuôi nhỏ lẻ. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần cam kết chỉ xuất khẩu các sản phẩm có chứng nhận thu hoạch từ các vùng nuôi đạt chuẩn, xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm.
- Doanh nghiệp cần phải kiểm soát và hạn chế sản lượng nuôi trồng nguyên liệu để gia tăng giá bán, tránh rào cản chống bán phá giá của nước nhập khẩu đề ra và làm chủ thị trường về sản phẩm cá da trơn xuất khẩu.
- Phát triển hợp tác quốc tế hỗ trợ các doanh nghiệp vượt các rào cản thương mại, tìm cơ hội hợp tác, chia sẻ thông tin với đối tác nhằm hạn chế tác động của các vụ kiện chống bán phá giá, phối hợp với các nhà nhập khẩu trong công tác truyền thông, chủ động đưa thông tin đúng và phản bác các thông tin sai về thủy sản Việt Nam.
- Doanh nghiệp đẩy mạnh hợp tác với các nhà nhập khẩu nhằm tìm các giải pháp vận động các nước nhập khẩu xem xét lại các quy định, tiêu chuẩn về dư lượng một cách phù hợp với thông lệ quốc tế, hạn chế những rào cản thương mại.
- Phối hợp với các cơ quan quản lý Nhà nước tăng cường chống gian lận thương mại, cạnh tranh không lành mạnh về giá giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy cạnh tranh về chất lượng, nâng cao uy tín và giá trị sản phẩm thủy sản.

3.4.1.8 Giải pháp xây dựng quảng bá thương hiệu thuỷ sản xuất khẩu, hình thành thương hiệu thuỷ sản quốc gia

Sản phẩm thủy sản xuất khẩu cần hình thành thương hiệu thủy sản riêng của doanh nghiệp, thương hiệu thuỷ sản quốc gia, nhằm tạo ra cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản giảm bớt khâu trung gian khi xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường lớn. Xây dựng được thương hiệu mạnh, uy tín sẽ giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam toàn quyền quyết định giá bán theo hướng nâng cao giá trị, hiệu quả cho toàn chuỗi tiến tới phát triển bền vững, đồng thời nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong khâu xuất khẩu cao.

Trong những năm qua, Bộ Khoa học và Công nghệ đã triển khai dự án tạo lập, quản lý, xây dựng và phát triển các nhãn hiệu, thương hiệu tập thể, nhưng đến nay những thương hiệu đã được tạo lập của ngành thủy sản rất ít và khá mờ nhạt. Đối với ngành hàng cá da trơn, có thể nói đây là một sản phẩm đặc hữu của Việt Nam với sản lượng cung cấp cho thị trường thế giới chiếm đến 90% nhu cầu tiêu thụ. Lẽ ra, các doanh nghiệp xuất khẩu cá da trơn Việt Nam phải toàn quyền quyết định giá bán theo hướng nâng cao giá trị, hiệu quả cho toàn chuỗi tiến tới phát triển bền vững ngành hàng này. Thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam lại cạnh tranh không lành mạnh bằng cách hạ giá bán, giảm chất lượng khiến cho hình ảnh của cá da trơn Việt Nam bị suy giảm trong mắt người tiêu dùng thế giới. Mặt khác, đến nay sản phẩm cá da trơn Việt Nam dù đã có mặt tại 160 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới nhưng đa phần các sản phẩm này lại mang thương hiệu của các nhà nhập khẩu. Do đó, tuy cá da trơn được sản xuất tại Việt Nam, nhưng không nhiều người tiêu dùng biết được điều này.

Hầu hết sản phẩm thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường thế giới lại phải thông qua trung gian hay dưới dạng gia công cho các thương hiệu nổi tiếng của nước ngoài nên các sản phẩm thủy sản Việt Nam ít được người tiêu dùng biết đến.

Việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam cần phải được các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản ưu tiên hàng đầu trong việc xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm xuất khẩu thuỷ sản bền vững. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thuỷ sản cần phải có biện pháp cụ thể sau:

Thứ nhất, Doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc phát triển thương hiệu hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam trong các doanh nghiệp sản xuất, chế biến thủy sản xuất khẩu và người nuôi trồng. Để nâng cao nhận thức về vấn đề phát triển thương hiệu các doanh nghiệp cần tham gia vào các lớp học của các cơ quan Nhà nước có liên quan của Bộ Công Thương, Bộ Khoa học và Công nghệ hay của Vasep. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể tiếp cận thông tin nhằm nâng cao nhận thức về vai trò của việc xây dựng và phát triển thương hiệu thông qua các phương tiện thông tin đại chúng hay các tập chí chuyên ngành thủy sản.

Thứ hai, Doanh nghiệp kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Việc duy trì và kiểm soát chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu cần được thực hiện ngay từ khâu cung ứng đầu vào của quá trình sản xuất, tiếp đó là khâu chế biến và đặc biệt là kiểm soát sản phẩm thủy sản đầu ra khi xuất khẩu. Việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam điển hình cá da trơn phải dựa trên chất lượng sản phẩm**.**

Các doanh nghiệp tham gia chuỗi sản xuất cá da trơn xuất khẩu đều phải tuân thủ theo tiêu chuẩn chất lượng. Bên cạnh xây dựng thương hiệu riêng của từng doanh nghiệp, thì tất cả doanh nghiệp đều phải sử dụng chung một thương hiệu quốc gia cho sản phẩm cá da trơn xuất khẩu. Để làm được điều này đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản phải tuân thủ các tiêu chuẩn "phần cứng" tức những tiêu chuẩn cần phải có, nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường xuất khẩu thủy sản (bao gồm cả những tiêu

chuẩn về kỹ thuật, cũng như những tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội); các doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định của Hiệp định về rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT) và Hiệp định an toàn thực phẩm và an toàn dịch bệnh động và thực vật (SPS) của WTO và các quy trình rào cản kỹ thuật của các nước nhập khẩu.

Thứ ba, doanh nghiệp cần học tập bài học kinh nghiệm xây dựng thành công thương hiệu cá hồi Na Uy, Chi Lê và rượu Cognac của Pháp. Na Uy là nước nhỏ nhưng có nền sản xuất thủy sản phát triển, xuất khẩu thủy sản luôn ở vị trí nhất nhì trên thế giới. Na Uy thành lập Hội đồng Xuất khẩu Thủy sản (NSEC) để thực hiện việc xây dựng thương hiệu chung, nghiên cứu thị trường, quảng bá, thống kê, lập kế hoạch và giải quyết các vấn đề liên quan đến thương mại cá hồi. Nhờ có NSEC nên thủy sản Na Uy xây dựng được vị trí vững chắc trên thị trường, cá hồi nuôi của Na Uy đã lần lượt chinh phục các thị trường khó tính nhất**.**

Thứ tư, áp dụng các biện pháp bảo vệ thương hiệu cho hàng xuất khẩu. Các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam cần xây dựng và hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu cho sản phẩm hay doanh nghiệp thủy sản vì hệ thống này có vai trò rất quan trọng tác động đến khả năng nhận biết và sự cảm nhận của người tiêu dùng; Cần đăng ký bảo hộ nhãn hiệu đối với các sản phẩm, doanh nghiệp thủy sản tránh tình trạng bị đăng ký trước hoặc lạm dụng các thương hiệu đã có tiếng của Việt Nam nhưng chưa được đăng ký tại thị trường nước xuất khẩu, như bài học về thương hiệu nước mắm Phú Quốc của Việt Nam bị đăng ký tại thị trường Hoa Kỳ, EU, Australia, Trung Quốc bởi một công ty của Hoa Kỳ cần được các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam ghi nhớ và rút kinh nghiệm

Doanh nghiệp thường xuyên rà soát hệ thống phân phối, kiểm tra thị trường để phát hiện sự xuất hiện của hàng giả và những hành vi xâm phạm thương hiệu từ bên ngoài; để bảo vệ thương hiệu được hiệu quả hơn nhiều khi các doanh nghiệp tập trung vào việc tạo ra các rào cản để hạn chế sự xâm phạm thương hiệu từ các đối thủ như mở rộng hệ thống phân phối và bán lẻ hàng hóa (đây là một hạn chế của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam khi chúng ta chủ yếu xuất khẩu thông qua các kênh trung gian phân phối).

Khi các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sản xuất được sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đạt chất lượng tốt, nghiên cứu về thị hiếu, nhu cầu của người tiêu dùng về sản phẩm chế biến sẵn. Thì các doanh nghiệp Việt Nam đã xây dựng được thương hiệu cho sản phẩm xuất khẩu, tự tin với sản phẩm có chất lượng thì doanh nghiệp Việt Nam trở thành thế chủ động về việc định giá xuất khẩu đối với các đối tác nhập khẩu nước ngoài. Giá trị gia tăng của doanh nghiệp sẽ tăng và lợi nhuận thu được sẽ cao hơn.

3.4.2 Giải pháp của nhà nước hỗ trợ cho doanh nghiệp nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản

3.4.2.1 Giải pháp đẩy mạnh cải cách thể chế chính sách và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật

❖ ***Đẩy mạnh cải cách thể chế, chính sách***

Hệ thống thể chế chính sách của Việt Nam đang trong quá trình hoàn thiện, xây dựng mới phù hợp với thông lệ quốc tế và định hướng phát triển của đất nước. Để đáp ứng được phát triển xuất khẩu thủy sản và gia tăng giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, Nhà nước cần tập trung thực hiện các giải pháp sau:

- Nhà nước cần cải tiến và xây dựng bổ sung hệ thống chính sách khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu phù hợp với các cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO.
- Để phát triển mạnh mẽ và ổn định ngành thủy sản nhà nước cần có được một hệ thống tổ chức phù hợp. Hệ thống này phải được tổ chức thống nhất và chặt chẽ từ Trung ương tới địa phương, vừa có sự phân định rạch ròi giữa các chủ thể quản lý và đối tượng thực hiện vừa có sự phát huy sức mạnh tổng hợp của các cơ quan, đơn vị. Hệ thống này rất cần được tổ chức quản lý theo chuỗi giá trị sản phẩm để có được hiệu lực và hiệu quả quản lý cao nhất. Có sự phân công rạch ròi về chức năng nhiệm vụ giữa các bộ, ngành trong quản lý vĩ mô lĩnh vực thủy sản. Bởi vì chỉ khi có sự phân định rạch ròi này thì doanh nghiệp chế biến thủy sản mới có thể thực hiện đầy đủ trách nhiệm và nghĩa vụ của mình trong quá trình sản xuất, kinh doanh, tạo ra mối liên kết ổn định và bền chặt giữa cơ quan quản lý và đơn vị chịu sự quản lý.
- Nhà nước tạo cơ chế và hỗ trợ việc hình thành và phát triển mối liên kết dọc và liên kết ngang trong sản xuất, chế biến thủy sản. Cần xúc tiến xây dựng và đẩy mạnh liên kết giữa người nuôi trồng thủy sản với các doanh nghiệp chế biến thủy sản, trong đó lấy doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu làm trung tâm nhằm ổn định sản xuất, nâng cao chất lượng cũng như tính cạnh tranh của sản phẩm, đồng thời giảm thiểu và tiến tới chấm dứt hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh giữa người nuôi với doanh nghiệp chế biến thủy sản, giữa những người nuôi trồng thủy sản với nhau và giữa các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu.
- Nhà nước cần đổi mới tư duy hiệu quả kinh doanh thương mại, theo hướng tư duy giá trị gia tăng để nâng cao tính hiệu quả trong sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế thị trường, không chạy theo số lượng hoặc giá trị thuần túy. Trên cơ sở đó, xây dựng các tiêu chí khen thưởng hợp lý nhằm tôn vinh các doanh nghiệp để khuyến khích phát triển.
- Tăng cường cải cách hành chính của nhà nước thông qua xã hội hóa các dịch vụ công như: kiểm nghiệm, kiểm tra đánh giá hệ thống đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, khuyến ngư.
- Nhà nước cần có chính sách giúp doanh nghiệp phát triển, đẩy mạnh quá trình cổ phần hóa, mở rộng quyền tự chủ kinh doanh, xóa bỏ các trở ngại về thủ tục đối với các doanh nghiệp và hàng hóa xuất khẩu.

- Nhà nước cần hoàn thiện cơ chế, chính sách thương mại để tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ thủy sản trong và ngoài nước, đơn giản hóa mọi thủ tục hành chính về thuế và thủ tục hải quan liên quan đến xuất khẩu.

❖ ***Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật.***

Việc xây dựng hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật cần được tập trung vào những vấn đề sau:

- Chính phủ và cơ quan Nhà nước cần ban hành danh mục các chất bị cấm chung cho các lĩnh vực nông nghiệp, thủy sản, công nghiệp thực phẩm. Quản lý chặt chẽ việc thực hiện cấm nhập khẩu, lưu thông và sử dụng các hoá chất, chất kháng sinh thuộc danh mục bị cấm. Ban hành các chế tài xử phạt đối với các vi phạm theo luật định.
- Xây dựng và công bố lộ trình áp dụng của ngành về dư lượng kháng sinh trong sản phẩm thủy sản, trên cơ sở khoa học, phù hợp thông lệ quốc tế và điều kiện thực tế của Việt Nam.
- Ban hành các văn bản hướng dẫn chi tiết và công bố danh mục tên thương mại của các loại hóa chất và kháng sinh được phép sử dụng thay thế các hoạt chất bị cấm, các loại thức ăn, hóa chất thuốc thú y được phép sử dụng trong thủy sản và các tổ chức được phép sản xuất và cung ứng.
- Xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn về vùng, trại sản xuất và nuôi thủy sản sinh thái, áp dụng quy chế kiểm tra, đánh giá, công nhận vùng, trang trại sản xuất an toàn sinh thái và có chính sách khuyến khích hỗ trợ các vùng này.
- Xây dựng chính sách thuế, và các văn bản pháp luật phù hợp với tình hình hiện có của doanh nghiệp chế biến liên quan đến vấn đề xuất khẩu thủy sản.
- Chính phủ cần ban hành và thực hiện hỗ trợ các chính sách tài chính cho doanh nghiệp trong ngành thủy sản, như có chính sách cho vay tính dụng với lãi suất ưu đãi cho các doanh nghiệp đầu tư máy móc thiết bị hiện đại và đầu tư cho sản xuất.

3.4.2.2 Giải pháp hoàn thiện quy hoạch sản xuất chế biến và xuất khẩu thủy sản

❖ ***Về quy hoạch nuôi trồng thủy sản***

Để quy hoạch nuôi trồng thủy sản được chặt chẽ, phát huy tối đa lợi thế so sánh và nguồn lực của từng tỉnh, từng địa phương. Nhà nước cần tổ chức rà soát lại những quy hoạch đã có và thực trạng nuôi của từng vùng để triển khai hoặc điều chỉnh quy hoạch cho phù hợp với nhu cầu tiêu thụ thủy sản của thị trường. Cần xây dựng quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản chung cho các tỉnh, quy hoạch vùng nuôi cho từng loại thủy sản, ưu tiên hai loại thủy sản có giá trị xuất khẩu cao là cá da trơn và tôm. Bên cạnh đó, Nhà nước cần sớm xây dựng những vùng sản xuất nguyên liệu an toàn với quy mô lớn và công nghệ tiên tiến theo tiêu chuẩn VietGap. Đồng thời cần kiểm soát sản lượng nuôi trồng thuỷ sản hàng năm không cho sản lượng cung vượt quá cầu để hạn chế tối đa việc giảm giá nguyên liệu, giá bán giá xuất khẩu bị giảm làm ảnh hưởng lớn đến lợi ích kinh tế, hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Đây là hướng phát triển trong thời gian tới cần được ưu tiên hàng đầu. Việc

rà soát lại quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản nâng cao giá trị gia tăng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu.

❖ ***Về quy hoạch hệ thống các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu.***

Để tránh sự mất cân đối trong chế biến thủy sản như thời gian qua, Nhà nước cần quy hoạch lại ngành công nghiệp chế biến thủy sản, trên cơ sở hoàn chỉnh quy hoạch nuôi trồng thủy sản, với hệ thống các cơ sở chế biến gắn với vùng nguyên liệu tập trung. Trong đó, đặc biệt ưu tiên cho công nghệ chế biến hiện đại để có thể sản xuất ra những sản phẩm có đủ tiêu chuẩn đáp ứng các thị trường khó tính và tạo ra nhiều sản phẩm giá trị gia tăng. Việc tổ chức lại hệ thống các nhà máy chế biến thủy sản cho phù hợp với yêu cầu thực tế và những năm tiếp theo thì cần có những biện pháp sau:

- Nhà nước cần quản lý chặt chẽ quy hoạch phát triển công nghiệp chế biến thủy sản một cách cân đối với phát triển nguồn nguyên liệu; quy hoạch công nghiệp chế biến thủy sản tập trung, xa khu dân cư.
- Nhà nước kiên quyết thu hẹp hay đóng cửa các nhà máy chế biến có công nghệ lạc hậu, sản xuất không hiệu quả tác động xấu đến môi trường và sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam.
- Nhà nước đưa ra những quy định tiêu chuẩn chung cho việc thành lập mới các nhà máy chế biến thủy sản như: vốn, vùng nguyên liệu chế biến, thị trường xuất khẩu, công nghệ, áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế...
- Nhà nước khuyến khích các nhà máy chế biến thủy sản hạn chế sản xuất sản phẩm thô chưa qua chế biến xuất khẩu bằng cách đầu tư dây chuyền công nghệ hiện đại để chuyển sang sản xuất các sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm giá trị gia tăng chế biến từ cá da trơn.

3.4.2.3 Giải pháp hỗ trợ vốn đầu tư cho hoạt động nuôi trồng và chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Tình hình tài chính là một hạn chế lớn của hộ nuôi trồng thủy sản, với số vốn lớn để đầu tư ban đầu như để xây dựng ao nuôi và mua thức ăn số lượng lớn, các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu phải bỏ vốn đầu tư thiết bị công nghệ hiện đại để sản xuất sản phẩm có GTGT cao và các doanh nghiệp này sẽ đi vay ngân hàng, các hệ thống tín dụng tư nhân với lãi suất cao, dẫn đến chi phí vay tăng làm cho giá thành sản xuất tăng theo, giảm lợi nhận và GTGT của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu sẽ giảm. Để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản đạt hiệu quả kinh tế cao đồng thời nâng cao GTGT của doanh nghiệp cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng thì nhà nước cần xây dựng chính sách huy động vốn phù hợp, khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển NTTS, tạo nguồn vốn lớn để thực hiện các dự án thủy lợi phục vụ các vùng NTTS tập trung, trước mắt là cho các vùng nuôi cá da trơn xuất khẩu cụ thể như:

Thứ nhất, nhà nước hoàn thiện các chính sách thu hút, sử dụng vốn đầu tư phát triển NTTS:

- Ổn định và xây dựng chính sách thuế hợp lý: Sự ổn định của hệ thống thuế là điều kiện quan trọng ổn định môi trường đầu tư kinh doanh, hạn chế việc sửa đổi bổ sung từng sắc thuế một cách thường xuyên, đảm bảo để các thể nhân và pháp nhân lựa chọn kinh doanh và quyết định đầu tư.
- Đẩy mạnh cải cách hành chính sâu rộng: Tiếp tục rà soát các thủ tục hành chính trên các lĩnh vực thuộc thẩm quyền quản lý, đặc biệt là trong công tác quản lý đất đai, quản lý đầu tư xây dựng, quản lý kinh doanh và trong giải quyết các nhu cầu, quyền lợi chính đáng của người dân. Trên cơ sở đó sửa đổi, bổ sung hoặc kiến nghị cấp có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ kịp thời.
- Chính sách tài chính – tín dụng: Nhà nước đầu tư cơ sở hạ tầng như kênh, mương, giao thông, trại giống, các trạm kiểm định dịch bệnh, mở rộng điều kiện tiếp cận vốn, tài sản đảm bảo, đối tượng đầu tư, thủ tục vay vốn, có chính sách lãi suất thích hợp.

Thứ hai, cộng đồng doanh nghiệp đứng ra tổ chức công ty tài chính – ngân hàng của riêng theo luật pháp quy định.

- Xây dựng chính sách tín dụng cho NTTS phù hợp hơn, đủ đảm bảo cho người nuôi quy mô hàng hóa có đủ vốn sản xuất, đồng thời mạnh dạng đầu tư cho các hộ nghèo tham gia NTTS quy mô vừa và nhỏ vay vốn sản xuất để tạo cơ hội cho họ tham gia hưởng lợi từ NTTS hàng hóa.
- Tăng nguồn vốn vay trung hạn và dài hạn phù hợp với chu trình NTTS, đặc biệt là cho xây dựng cở sở hạ tầng. Thời gian vay vốn ít nhất là ba năm đối với phần lớn các đầu tư cho NTTS. Số lượng vốn vay cần phải đủ lớn cho nhu cầu đầu tư của người dân. Thủ tục vay vốn cần được đơn giản hơn, giảm bớt phiền hà cho vay. Ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng cho các khu NTTS hàng hóa tập trung, nhất là hệ thống thủy lợi, cống, trạm bơm, hệ thống kênh cấp, kênh tiêu cấp I để đảm bảo sản xuất ổn định và bền vững. Thực hiện các chương trình ưu đãi cho các chủ đầu tư NTTS ở các vùng sâu, vùng xa. Ưu tiên đầu tư vốn cho phát triển các vùng và đối tượng nuôi, cho chế biến các sản phẩm thủy sản mới có giá trị kinh tế cao và được thị trường ưa chuộng.

Thứ ba, tăng khả năng tiếp cận tín dụng cho doanh nghiệp và nông dân thông qua cho vay theo chuỗi ngành hàng, lấy doanh nghiệp thu mua, chế biến làm trung tâm.

- Ngân hàng cung cấp tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp kinh doanh trong các ngành hàng có tiềm năng thị trường, có vùng nguyên liệu, có hợp đồng thủy sản với nông dân. Doanh nghiệp sử dụng khoản vay để ứng trước vốn, giống, vật tư, thiết bị cho nông dân có hợp đồng thủy sản, đồng thời cần tính tới việc tăng tính linh hoạt về vốn cho nông dân. Tóm lại, để vốn tín dụng đầu tư hiệu quả, thì phải có quy hoạch ngành thủy sản cho từng vùng sản xuất cụ thể, có sự liên kết, khi đó tín dụng sẽ bền vững, thậm chí không cần thế chấp cho khoản vay.
- Nhà nước cần khuyến khích các ngân hàng tham gia vào mối liên kết chiến lược giữa ngân hàng - doanh nghiệp - ngư dân. Mặc dù, Chính phủ có chủ trương giãn nợ

cho người nuôi thủy sản theo Công văn số 1149/TTg về chính sách hỗ trợ chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản hoặc Quyết định số 540/QĐ-TTg về chính sách tín dụng với người nuôi tôm và cá da trơn, nhưng thực tế các doanh nghiệp sản xuất và chế biến thủy sản trong nước vẫn đang trong tình trạng thiếu vốn, người nuôi trồng thủy sản vẫn khó tiếp cận với vốn vay của các ngân hàng vì áp lực thủ tục. Do đó, các ngân hàng cần linh hoạt hơn nữa trong việc xem xét giãn nợ và cho vay mới để hỗ trợ doanh nghiệp thủy sản, đặc biệt, cần ưu tiên tăng hạn mức cho vay với các khách hàng là doanh nghiệp truyền thống như các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu có uy tín trong việc vay, trả nợ. Nhà nước miễn thuế nhập khẩu toàn bộ cho doanh nghiệp về việc nhập khẩu dây chuyền thiết bị máy móc hiện đại, đầu tư xây dựng dây chuyền sản xuất mới, đổi mới công nghệ, cải thiện môi trường sinh thái.

- Nhà nước cần tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp chế biến thủy sản nâng cấp điều kiện sản xuất, áp dụng hệ thống quản lý đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm theo HACCP, GMP. Đảm bảo 100% doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đạt tiêu chuẩn ngành về an toàn vệ sinh thực phẩm. Để thực hiện giải pháp này, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp chế biến thủy sản đầu tư vào trang thiết bị, công nghệ mới và chính tài sản này được dùng làm tài sản thế chấp của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Nhà nước cần có chính sách ưu đãi hơn nữa về thuế nhập khẩu đối với các dây chuyền thiết bị phục vụ chế biến hàng thủy sản giá trị gia tăng và nâng cao chất lượng sản phẩm chế biến.

3.4.2.4 Giải pháp kiểm soát quản lý chuỗi liên kết xuất khẩu thuỷ sản

Xây dựng chuỗi liên kết xuất khẩu thuỷ sản hoạt động có hiệu quả và phát triển bền vững cần có sự hỗ trợ của nhà nước về việc kiểm soát quản lý chuỗi như sau:

- Nhà nước hoàn thiện khung pháp lý để hình thành và phát triển liên kết: Quyết định 62/2013/QĐ-TTg làm cơ sở cho việc hình thành và phát triển các liên kết trong ngành thủy sản. Tuy nhiên, Quyết định này cần có thêm các chế tài cụ thể và hợp lý để có thể cưỡng chế thực thi các hợp đồng liên kết nhằm đảm bảo tính hiệu lực của các cam kết được pháp luật thừa nhận. Bên cạnh đó, cần hỗ trợ pháp lý đặc biệt cho người nuôi là rất cần thiết để các hợp đồng liên kết được xây dựng một cách hợp pháp và hợp lý.
- Nhà nước rà soát và điều chỉnh quy hoạch vùng nguyên liệu hình thành và phát triển các liên kết theo chiều ngang nhằm hỗ trợ cho những hộ nuôi trồng nhỏ lẽ có thể liên kết tạo thành những vùng nuôi tập trung với sản lượng lớn, chất lượng đồng nhất và thống nhất trong cùng một lịch thời vụ, làm cơ sở để tổ chức liên kết với các doanh nghiệp chế biến.
- Nhà nước hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng nhằm tạo điều kiện kết nối giữa vùng nguyên liệu và các nhà máy chế biến là giải pháp gián tiếp hỗ trợ cắt giảm chi phí sản xuất, tiết kiệm và tối đa hóa hiệu quả công trình. Các hạng mục cần quan tâm trước hết là điện, giao thông, thủy lợi và thông tin.

− Nâng cao vai trò của chính quyền địa phương là giải pháp nhằm đảm bảo hiệu lực của các liên kết được tạo ra và được luật pháp bảo hộ đồng thời đảm bảo các điều kiện cần thiết cho sự hình thành các liên kết. Các hỗ trợ về pháp lý là đặc biệt cần thiết đối với người nuôi trồng do họ bị hạn chế về thông tin và hiểu biết về luật pháp. Việc giám sát quá trình thực hiện nhằm đảm bảo tính minh bạch của hợp đồng liên kết cũng sẽ hỗ trợ nhiều trong việc tạo dựng lòng tin đối với liên kết, tạo điều kiện hình thành và phát triển liên kết trong dài hạn. Bên cạnh đó, vai trò của chính quyền và các cơ quan chức năng cũng cần được thể hiện nhiều hơn với các chính sách hỗ trợ tiếp cận vốn tín dụng hay nghiên cứu, chuyển giao thiết bị kỹ thuật.

− Nhà nước tuyên truyền, vận động, nâng cao nhận thức cần được thực hiện thường xuyên, liên tục và với tất cả các bên có liên quan đến tổ chức và vận hành các liên kết trong ngành thủy sản. Thông tin, truyền thông thường xuyên về lợi ích của liên kết trong sản xuất, kinh doanh thủy sản sẽ góp phần thúc đẩy mở rộng tối đa các liên kết ở tất cả các khâu trong chuỗi sản xuất chế biến thủy sản.

− Nhà nước cần có các khung pháp lý cụ thể, chi tiết và gắn với chế tài đủ mạnh đảm bảo tính hợp lý của các hợp đồng liên kết và lợi ích của các bên tham gia. Theo đó, Nhà nước cần xây dựng môi trường chung hỗ trợ phát triển liên kết thông qua việc phát triển các cụm liên kết chế biến thủy sản. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh công tác trọng tài xử lý, cưỡng chế các vi phạm hợp đồng một cách triệt để nhằm giảm thiểu thiệt hại cho chính bản thân những đối tác trong liên kết và cho toàn xã hội.

− Nhà nước kết hợp với các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản, doanh nghiệp cung cấp thức ăn, thuốc TYTS, ngân hàng để xây dựng mối liên kết chuỗi bền vững mà các bên tham gia trong chuỗi đều có quyền bình đẳng với nhau, quyền hạn nhất định, am hiểu trình độ đặc điểm của từng mắc xích trong chuỗi liên kết, đặc biệt sự phân phối hài hoà lợi ích của từng doanh nghiệp trong chuỗi liên kết xuất khẩu.

3.4.2.5 Giải pháp nâng cao hiệu quả kiểm soát môi trường dịch bệnh

Bùng phát dịch bệnh là mối đe dọa nghiêm trọng đối với sự ổn định, làm giảm GTGT của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản Việt Nam, đặc biệt là trong nuôi cá da trơn xuất khẩu. Đây là yếu tố nâng cao GTGT cho doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản. Chúng xảy ra chủ yếu là kết quả của sự thiếu kiểm soát chất lượng nước thích hợp mà còn thiếu nguồn cung ứng giống chất lượng. Để giảm nguy cơ bùng phát dịch bệnh và kiểm soát môi trường nhà nước cần có biện pháp cụ thể sau:

- Nhà nước phải thực hiện các biện pháp đồng bộ như quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản, xử lý ô nhiễm môi trường vùng nuôi, áp dụng quy định chứng nhận vùng nuôi an toàn chặt chẽ để cải thiện trong việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm thủy sản xuất khẩu.

- Nhà nước nhanh chống triển khai nghiên cứu và ứng dụng các thành tựu về môi trường, công nghệ vi sinh xử lý nước thải. Xây dựng hệ thống quan trắc và cảnh báo môi trường.

- Xây dựng cơ sở hạ tầng nuôi đồng bộ (thủy lợi, điện, giao thông,...), tập trung đầu tư phát triển vào công nghệ sinh học, coi đây là mũi nhọn tạo ra các công nghệ tiên tiến. Thông qua ứng dụng công nghệ sinh học, giải quyết các vấn đề bức xúc hiện nay trong nuôi trồng thủy sản và bảo quản thủy sản, đặc biệt trong giải quyết các vấn đề về dịch bệnh, các tác động giữa nuôi trồng thủy sản với môi trường sinh thái, loại bỏ được các hóa chất, thuốc bị cấm sử dụng trên thị trường, từ đó xây dựng công nghệ tiên tiến cho nuôi trồng thủy sản chủ yếu là nuôi tôm và cá da trơn xuất khẩu.

- Phát triển chương trình tầm quốc gia về phòng chống và tác nhân gây dịch bệnh của thủy sản cho người nuôi trồng nhận biết được và ý thức hơn về giá trị cùng nhau trong việc ngăn chặn dịch bệnh bùng phát trên diện rộng, áp dụng các biện pháp phòng bệnh, quy định mật độ thả nuôi, định ra khoảng thời gian giữa các chu kỳ nuôi, thời điểm thả giống, điều kiện nuôi.

- Cải thiện kiểm soát chất lượng con giống nhập khẩu với giá rẻ từ các nước như Trung Quốc và các nước trong khu vực Thái Bình Dương.

− Nhà nước có nhiều biện pháp khả năng thực thi nghiêm ngặt trong việc tổ chức hạn chế sử dụng thuốc kháng sinh và các loại thuốc khác, đồng thời nghiên cứu vắc-xin trong phòng chống bệnh.

− Nhà nước cần kiểm soát hoạt động nuôi trồng thủy sản tốt hơn bằng cách thay đổi hành vi của nông dân nuôi trồng theo hướng nuôi bền vững, bảo vệ môi trường. Ban hành các quy định pháp luật phù hợp với công tác quản lý nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam. Phát triển công nghệ và đặt ra các tiêu chuẩn kỹ thuật mới để nuôi trồng thủy sản đặc biệt là nuôi cá da trơn xuất khẩu

3.4.2.6 Giải pháp khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ cho công nghiệp chế biến thủy sản nhằm nâng cao năng lực cung ứng thức ăn nuôi trồng thủy sản, thuốc thú y thuỷ sản.

Một trong những điểm yếu kém trong việc gia tăng GTGT cho các doanh nghiệp trong ngành xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là giá thức ăn cao hơn từ 10-15% so với các nước khác. Nguyên nhân chủ yếu do cơ sở sản xuất thức ăn trong nước còn ít, nhiều yếu kém, hầu hết do nguồn cung cấp thức ăn cho sản xuất thủy sản đều do các công ty nước ngoài kiểm soát (như CP, Cargill, Green Feed, Proconco, Anova, Uni-President...) chiếm 60% nguồn cung cấp thức ăn thủy sản. Chi phí sản xuất thủy sản xuất khẩu tại Việt Nam cao do thiếu thức ăn chế biến sẵn của các doanh nghiệp trong nước. Thị phần lớn nên các công ty nước ngoài luôn ảnh hưởng lớn đến hoạt động nuôi trồng của người dân, doanh nghiệp và thường làm tăng giá thành sản xuất.

Sự phát triển của ngành chế biến thủy sản phụ thuộc đáng kể vào các ngành hỗ trợ như cung cấp thức ăn, thuốc TYTS trong đó, đặc biệt là ngành nuôi trồng thủy sản. Trong thời gian qua, sự phối hợp và bổ trợ cho nhau giữa ngành chế biến và các ngành hỗ trợ chưa thực sự tốt và hiệu quả, do đó chưa tạo được sự gắn kết mang lại lợi thế vững chắc cho ngành chế biến thủy sản trong cạnh tranh quốc tế. Với vai trò là chất xúc tác và gắn kết các ngành liên quan để tạo nên sự vững chắc của năng lực cạnh

tranh cho ngành chế biến thủy sản Việt Nam, Nhà nước cần tiếp tục phát huy vai trò quan trọng của mình thông qua việc thực hiện các giải pháp sau:

- *Đẩy mạnh việc hoàn thiện quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ:* Khâu đột phá đầu tiên để phát triển ngành này phải được thực hiện trên cơ sở hoàn thiện lại quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ. Trong đó từng ngành, từng lĩnh vực phải rà soát và đề ra mục tiêu phát triển các sản phẩm hỗ trợ của ngành chế biến thuỷ sản xuất khẩu và đề ra tiến độ cụ thể việc nội địa hóa cho từng sản phẩm, chứ không đề ra theo kiểu "phong trào" như thời gian vừa qua. Trên cơ sở rà soát các mục tiêu đã đề ra đó, Nhà nước cần đầu tư có trọng điểm về mặt tài chính, công nghệ, nhân lực để tạo điều kiện từng bước hiện đại hóa các ngành như cơ khí chế tạo, điện tử, nhựa, cao su... đó là những ngành chủ chốt trong việc phát triển các sản phẩm hỗ trợ.

- *Đổi mới các chính sách nhằm khuyến khích các nhà đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ*: Muốn ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển nhanh và bền vững thì Nhà nước phải coi đây là một ngành quan trọng, cần được sự quan tâm đúng mức và phải có những chính sách khuyến khích đủ mạnh để công nghiệp hỗ trợ phát triển. Trong đó, việc đổi mới các chính sách ưu đãi dành cho các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm hỗ trợ là hết sức cần thiết. Trong đó cần tập trung vào việc đổi mới các chính sách chủ yếu như:

  - Về chính sách đất đai, Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi về quỹ đất cho các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm hỗ trợ (kể cả những doanh nghiệp được thành lập mới hay những doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất) được thuê lâu dài và ổn định theo luật định. Các doanh nghiệp này được thuê đất với mức giá ưu đãi để các chủ doanh nghiệp có điều kiện thuận lợi hơn trong việc đầu tư mở rộng quy mô sản xuất.
  - Về chính sách tín dụng, Nhà nước cần khuyến khích các ngân hàng thương mại dành sự ưu tiên nhất định về lãi suất và hạn mức tín dụng để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp hỗ trợ, nhất là trong trường hợp các doanh nghiệp này đầu tư hiện đại hóa máy móc, thiết bị hay sản xuất các sản phẩm thay thế nhập khẩu cung cấp cho các doanh nghiệp khác.
  - Về chính sách thuế, cần xếp các doanh nghiệpsản xuất các sản phẩm hỗ trợ vào nhóm các doanh nghiệp được ưu đãi về thuế, để các doanh nghiệp này khi thành lập được hưởng thời gian miễn giảm thuế như các doanh nghiệp được ưu đãi đầu tư khác.
  - Về chính sách đầu tư, để phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ một cách hiệu quả thì Nhà nước cần đầu tư hình thành một số doanh nghiệp chủ chốt ở một số lĩnh vực như cơ khí chế tạo, nhựa, cao su, sản xuất linh kiện... theo hình thức Nhà nước đầu tư thành lập mới DNNN ở lĩnh vực này, sau khi đi vào hoạt động có hiệu quả thì sẽ triển khai cổ phần hóa; hoặc có thể mua cổ phần ở những doanh nghiệp chủ chốt ở lĩnh vực này, sau đó đầu tư hiện đại hóa các doanh nghiệp đó, khi các doanh nghiệp này đi vào hoạt động ổn định và kinh doanh có hiệu quả thì Nhà nước có thể bán cổ phần của

mình cho các nhà đầu tư khác. Đây là kinh nghiệm khá thành công khi được áp dụng ở Singapore và một số quốc gia châu á khác.

- *Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp hỗ trợ*: Muốn đặt ra mục tiêu phát triển một ngành công nghiệp hỗ trợ mạnh và hoạt động có hiệu quả trong tương lai thì vấn đề căn bản nhất đặt ra đó phải là một ngành công nghiệp có thiết bị, công nghệ tiên tiến, hiện đại. Muốn vậy, chất lượng nguồn nhân lực cũng phải được không ngừng nâng cao. Để thực hiện được điều này, ngành giáo dục và các ngành có liên quan phải đào tạo cho được những kỹ sư có đủ trình độ về kỹ thuật thực hành và thực tiễn, trang bị cho họ kiến thức cần thiết về công nghệ hiện đại; mở rộng sự liên kết trong đào tạo giữa các trường đại học trong nước và các trường đại học có uy tín trên thế giới. Đồng thời, cần có sự đầu tư nâng cấp các cơ sở đào tạo, từ các trường đại học cho đến các trường nghề để từng bước nâng dần chất lượng của những người lao động trong tương lai. Ngoài ra, Nhà nước cũng dành một phần ngân sách thỏa đáng để cử người đi đào tạo ở những quốc gia có truyền thống mạnh về phát triển công nghiệp hỗ trợ nhằm tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho việc phát triển công nghiệp hỗ trợ của nước ta trong những năm tiếp theo.

- *Tăng cường sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong quá trình phát triển công nghiệp hỗ trợ*: Cần đẩy mạnh sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau cũng như giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước trong việc sản xuất, cung ứng các sản phẩm hỗ trợ. Bộ Công Thương và Phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam cần phối hợp với các doanh nghiệp có nhu cầu về các sản phẩm hỗ trợ cũng như các doanh nghiệp có khả năng sản xuất những sản phẩm này để tổ chức các buổi hội thảo về phát triển các sản phẩm hỗ trợ của từng ngành, từng lĩnh vực; tổ chức các hội chợ, triển lãm về sản phẩm. Thông qua đó làm cầu nối cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước liên kết, hợp tác với nhau trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hoặc thành lập liên doanh để cùng nhau sản xuất các sản phẩm hỗ trợ. Đây là cách thức rất hiệu quả mà các doanh nghiệp trong nước có thể thông qua đó có thể tạo thêm bạn hàng mới, mở rộng thị trường, tiếp cận được các công nghệ, thiết bị hiện đại để nâng cao chất lượng sản phẩm hỗ trợ của mình. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có thể giảm được chi phí nhập khẩu qua đó giảm được giá thành sản phẩm và cũng giảm bớt sự phụ thuộc vào các thị trường bên ngoài.

- *Hiện đại hóa hệ thống kết cấu hạ tầng, tạo điều kiện cho công nghiệp phụ trợ phát triển:* Hiện đại hóa hệ thống kết cấu hạ tầng là một trong những giải pháp hết sức quan trọng trong việc đẩy mạnh thu hút các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam để sản xuất các sản phẩm hỗ trợ. Việc hiện đại hóa hệ thống kết cấu hạ tầng sẽ góp phần giảm bớt chi phí cho các nhà đầu tư, giúp cho hàng hóa của họ (linh kiện, vật tư, phụ tùng...) thuận lợi hơn trong việc lưu thông cả ở thị trường trong và ngoài nước.

Do nguồn vốn đầu tư nâng cấp hệ thống kết cấu hạ tầng thường rất lớn nên Nhà nước cần lựa chọn đầu tư những dự án có thể phát huy được hiệu quả cao ngay sau khi được đưa vào sử dụng như: xây dựng một số tuyến đường cao tốc kết nối giữa các

trung tâm kinh tế ở các vùng kinh tế trọng điểm, hiện đại hóa một số bến cảng, sân bay quan trọng trong khu vực này, hiện đại hóa hệ thống viễn thông và nâng cấp hệ thống lưới điện... Ngoài ra, cũng nên khuyến khích hình thành một số khu công nghiệp hợp tác với nước ngoài ở những vùng kinh tế trọng điểm... như mô hình khu công nghiệp Việt Nam - Singapore để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp hỗ trợ của các nước này đến đầu tư tại Việt Nam.

- *Nhà nước cần tổ chức bộ phận chịu trách nhiệm theo dõi, chỉ đạo việc thực hiện quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ*: Cần thành lập một bộ phận chịu trách nhiệm theo dõi việc triển khai kế hoạch phát triển các sản phẩm hỗ trợ cho các ngành, các lĩnh vực của nền kinh tế (có thể trực thuộc Bộ Công Thương). Để bộ phận này hoạt động có hiệu quả, cần bố trí những cán bộ chuyên trách có năng lực để kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện quy hoạch cũng như các kế hoạch phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ. Theo định kỳ, bộ phận này sẽ họp với đại diện các ngành để nắm chắc được tình hình thực hiện, qua đó, góp phần giải quyết những vướng mắc cho các doanh nghiệp trong quá trình thực hiện; đồng thời, tham mưu, đề xuất các kiến nghị, giải pháp cho lãnh đạo Bộ và Chính phủ để việc tổ chức thực hiện theo đúng lộ trình mà các quy hoạch, kế hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ đã đề ra.

3.4.2.7 Giải pháp đẩy mạnh xúc tiến thương mại xuất khẩu thủy sản ở cấp Nhà nước

Trước các yêu cầu ngày càng khắt khe và phức tạp từ các thị trường nhập khẩu thủy sản liên quan đến các rào cản phi thuế quan, việc đổi mới, cơ cấu lại và đẩy mạnh hệ thống các hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản Việt Nam cũng trở nên ngày càng bức thiết hơn. Việc đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản Việt Nam nhà nước cần có các biện pháp sau:

- Hoạt động xúc tiến thương mại không chỉ đơn thuần là việc tìm kiếm và mở rộng thị trường mà cần đặc biệt lưu ý đến việc quảng bá hình ảnh của sản phẩm thủy sản Việt Nam gắn với đặc tính an toàn và thân thiện môi trường trong tất cả các khâu của chuỗi sản xuất - tiêu dùng. Do đó, Nhà nước cần tập trung đẩy mạnh tiến trình xây dựng thương hiệu quốc gia cho các sản phẩm chủ lực như tôm, cá da trơn, cá ngừ,...
- Chính phủ cần ưu tiên hàng đầu cho lĩnh vực xúc tiến thương mại với việc hình thành Cục Xúc tiến Xuất khẩu. Cục có nhiệm vụ hỗ trợ doanh nghiệp ở các lĩnh vực như thông tin thị trường, đào tạo nhân lực, phát triển sản phẩm (chú trọng mẫu mã thiết kế), tổ chức sự kiện xúc tiến thương mại, phát triển mạng lưới văn phòng đại diện ở nước ngoài (để thường xuyên cập nhật thông tin về nhu cầu, sự biến động của thị trường). Với chiến lược này Việt Nam sẽ trở thành một trong những quốc gia có công nghệ xúc tiến thương mại mạnh nhất trong khu vực.
- Công tác xúc tiến thương mại của nước ta cần được tiến hành với sự tham gia của các công ty tiếp thị đa quốc gia, thực hiện việc nghiên cứu thị trường, quảng bá sản phẩm và đặc biệt là kiểm soát chặt chẽ toàn bộ các khâu trong chuỗi sản xuất. Nhờ đó,

từng bước tạo được thương hiệu chung, thương hiệu quốc gia cho sản phẩm thủy sản xuất khẩu Việt Nam và dần chiếm lĩnh được các thị trường khó tính nhất.

- Cục xúc tiến thương mại cần có chiến lược tiếp cận thị trường bằng các chiến lược hướng dẫn chi tiết người tiêu dùng và các đầu bếp ở nhà hàng cách thức chế biến và thưởng thức những món ăn ngon được chế biến từ tôm và cá da trơn. Nhờ đó, làm giảm sự e ngại cho các đối tượng sử dụng sản phẩm thủy sản.
- Nhà nước hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam vượt qua các rào cản phi thuế quan thông qua việc đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất chế biến thủy sản.
- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động kết hợp với việc ban hành các chế tài chính thức nhằm giảm thiểu các hành vi cạnh tranh không lành mạnh ngay giữa các doanh nghiệp trong nước, tạo môi trường sản xuất kinh doanh trong sạch, hỗ trợ các sản phẩm thủy sản Việt Nam vững bước tiến vào thị trường quốc tế.
- Hỗ trợ việc nghiên cứu thị trường trong nước và xuất khẩu để có thông tin và cơ sở cho toàn bộ các hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản. Hỗ trợ hình thành cơ sở dự liệu thông tin chính thức về thủy sản Việt Nam, đảm bảo thông tin luôn được cập nhật cho mọi đối tượng, thành phần trong và ngoài nước có nhu cầu đều có thể tiếp cận một cách dễ dàng.
- Rà soát, điều chỉnh các cơ chế, chính sách liên quan đến hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản. Thống nhất cơ chế phối hợp giữa hai ngành công thương và nông nghiệp trong lĩnh vực xúc tiến thương mại để tránh lãng phí nguồn lực đồng thời tối đa hóa hiệu quả hoạt động.
- Nhà nước cần dành ngân sách cho các hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản tương xứng với những đóng góp của ngành thủy sản cho quốc gia trong thời gian qua. Hỗ trợ trực tiếp cho các đơn vị thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại như kinh phí tham gia hội chợ, tổ chức truyền thông, quảng bá sản phẩm.
- Tăng cường xúc tiến thương mại thông qua thông qua việc bổ sung nguồn lực cho các đại sứ quan tại các quốc gia đã có quan hệ ngoại giao, nhất là các thị trường trọng điểm như Mỹ, Nhật Bản, EU,... Đẩy mạnh quá trình đàm phán, tiến tới ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương nhằm tạo điều kiện cho sản phẩm thủy sản Việt Nam thâm nhập được thị trường mới. Tiếp tục xây dựng và phát triển năng lực nghiên cứu thị trường, thành lập các cơ sở dữ liệu chính thống để kịp thời cung cấp thông tin cho doanh nghiệp và các nhà sản xuất trong nước.
- Xây dựng chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu thủy sản để đưa ra lộ trình và kế hoạch dài hạn, hỗ trợ xúc tiến thương mại thủy sản tại thị trường nước ngoài.
- Xây dựng Quỹ phát triển thị trường xuất khẩu bằng nguồn lực của doanh nghiệp với sự hỗ trợ và bảo trợ của Nhà nước. Tổ chức cộng đồng của các doanh nghiệpxuất khẩu là chủ thể quản lý Quỹ, thực hiện các hoạt động phát triển thị trường từ nguồn lực của Quỹ này. Hỗ trợ các Hiệp hội, ngành hàng xây dựng hệ thống tự kiểm soát nhằm đẩy mạnh các biện pháp ngăn chặn tình trạng gian lận thương mại vì hiện nay tại Việt

Nam cũng như nhiều quốc gia xuất khẩu thủy sản khác trên thế giới, gian lận thương mại vẫn là một mối lo lớn trong bối cảnh nguồn lợi và nguồn nguyên liệu của nhiều sản phẩm truyền thống đang bị thiếu hụt.

- Hỗ trợ tổ chức các chương trình tập huấn về kỹ năng, cách thức tiếp cận các thị trường nước ngoài cho cán bộ của cơ quan xúc tiến thương mại, các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp. Thực hiện các hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu vượt qua các rào cản kỹ thuật và phi thuế quan thông qua việc xây dựng, ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật; ban hành các chính sách hỗ trợ triển khai áp dụng các tiêu chuẩn này, và quảng bá rộng rãi các tiêu chuẩn này tại các thị trường nhập khẩu. Thành lập đại diện của ngành thủy sản tại các cơ quan công vụ, văn phòng xúc tiến thương mại tại các thị trường lớn, trọng điểm như EU, Mỹ, Nhật Bản,...
- Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, và mở rộng thị trường xuất khẩu sang các thị trường phi truyền thống, các thị trường mới nổi lên là giải pháp cần thiết trong bối cảnh nền kinh tế thế giới hiện nay.

3.4.3 Giải pháp của hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản (VASEP) hỗ trợ cho doanh nghiệp nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thuỷ sản

VASEP là đại diện cho doanh nghiệp chế biến thủy sản, là tiếng nói chung, cầu nói giữa doanh nghiệp và Chính phủ. Hiệp hội tư vấn pháp luật cho các doanh nghiệp thành viên, đặc biệt là các chính sách, quy định pháp luật của nước nhập khẩu và cung cấp thông tin thị trường, giá cả. Hiệp hội phải có mặt trong các vụ kiện phá giá, dựng rào cản thương mại, liên kết doanh nghiệp để tạo sức cạnh tranh, xây dựng thương hiệu thủy sản quốc gia, tạo giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu. Để thực hiện đúng chức năng và hoàn thành tốt vai trò của mình, cần có một số giải pháp sau:

- Phát huy vai trò tập hợp các doanh nghiệp, tiến hành tổ chức các chương trình xúc tiến xuất khẩu, kết hợp với các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam tại nước ngoài, với phòng thương mại tại thị trường các nước để tổ chức các hoạt động giới thiệu và quảng bá sản phẩm; hỗ trợ các hội viên xây dựng các văn phòng đại diện tại các thị trường quan trọng như Mỹ, EU, Nhật Bản,... để thu thập thông tin thị trường, luật pháp, quy định, yêu cầu nhập khẩu của các nước sở tại, tìm hiểu thông tin về đối tác, đối thủ cạnh tranh.

- Áp dụng một cách có hiệu quả các chương trình quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm như GMP, SOP, HACCP, ISO, và phối hợp tốt với các cơ quan quản lý chất lượng thủy sản ở địa phương trong việc tăng cường kiểm soát thức ăn, thuốc thú y, chế phẩm sinh học trong nuôi trồng và chế biến. Thường xuyên cập nhật các thông tin về tình hình vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng thủy sản trên thế giới và các quy định về vệ sinh dịch tễ của các nước EU, Nhật Bản, Mỹ, Canada,...

- Áp dụng mô hình liên kết dọc và liên kết ngang trong quy trình sản xuất và chế biến thủy sản, sạch từ khâu chọn giống, đảm bảo cung cấp các loại thủy sản sạch, giảm

nguy cơ dịch bệnh và ô nhiễm môi trường.

- Hiệp hội cần cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời khi có những biến động trên thị trường cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản. Đó là giải pháp thiết yếu đối với Hiệp hội bởi không phải doanh nghiệp nào cũng có thể có bộ phận theo dõi, phân tích diễn biến thị trường một cách chuyên nghiệp. Đây là lĩnh vực mà Hiệp hội cần thực hiện và cũng là cách để hỗ trợ thiết thực nhất cho các doanh nghiệp trong ngành thủy sản.
- Hiệp hội cần hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thị trường xuất khẩu. Hiệp hội kết hợp với cơ quan quản lý Nhà nước như Tổng cục Thủy Sản và Cục xúc tiến Thương Mại–Bộ Công Thương, và các đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, để hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nước mở rộng thị trường. Với ưu thế về kinh nghiệm, thông tin, các tổ chức cơ quan này cũng cần tư vấn để doanh nghiệp lựa chọn được đối tác tin cậy.
- Hiệp hội cần thay đổi hình thức xúc tiến thương mại nhằm tránh cạnh tranh nội bộ và tăng cường năng lực cạnh tranh của ngành hàng. Để thực hiện giải pháp này, Hiệp hội cần đóng vai trò tích cực và mạnh mẽ hơn nữa trong việc quy tụ và đoàn kết các doanh nghiệp trong ngành thành một khối thống nhất thì sẽ nâng cao được năng lực cạnh tranh của tất cả các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản, đồng thời tăng giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.
- Thống kê liên tục tình hình nuôi trồng, chế biến thủy sản trong nước, tình hình giá cả, cung cầu, đánh giá các nhân tố tác động, những khó khăn và thuận lợi để kịp thời đưa ra những giải pháp. Cung cấp thông tin về tình hình xuất khẩu thủy sản trong nước và thế giới, tình hình giá cả và diễn biến giao dịch trên thị trường, nâng cao chất lượng dự báo thị trường.
- Tìm hiểu tình hình cung cầu trên thị trường thế giới, sức ép cạnh tranh, xác định được mặt hàng chủ lực và thị trường chủ lực. Nắm rõ thông tin yêu cầu của từng thị trường, theo từng giai đoạn thời gian (nhất là môi trường pháp lý), điều chỉnh mạnh cơ cấu sản xuất, đa dạng hóa các sản phẩm, tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao theo nhu cầu thị trường; cải tiến và nâng cao trình độ chế biến của doanh nghiệp.
- Triển khai chiến lược kinh doanh thủy sản một cách có hệ thống, trong đó đặc biệt chú trọng việc nghiên cứu môi trường kinh doanh, nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm mới.
- Tích cực tham gia vào các chương trình xúc tiến xuất khẩu, quảng bá thương hiệu sản phẩm như "thương hiệu quốc gia", có chiến lược marketing hiệu quả, xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường.
- Cần thành lập các trung tâm tư vấn với đội ngũ các chuyên gia và luật sư để hỗ trợ doanh nghiệp tốt hơn, nhất là khi các doanh nghiệp gặp những khó khăn do thiếu hiểu biết về thị trường, thủ tục xuất nhập khẩu và luật pháp nước nhập khẩu. Hiệp hội nên kết hợp với các tổ chức của nước ngoài và các chuyên gia trong nước mở các lớp tập huấn về phương pháp kỹ thuật kiểm tra sản phẩm thủy sản, kỹ thuật kinh doanh

xuất nhập khẩu thủy sản, kỹ năng marketing tại hội chợ thủy sản quốc tế.

- Hiệp hội cần tạo mối quan hệ hữu hảo với các hiệp hội cùng ngành ở các quốc gia khác nhau, để tiếp cận công nghệ sản xuất và kinh nghiệm quản lý, chế biến của các nước phát triển, mặt khác hạn chế những tranh chấp thương mại phát sinh. Trong thời gian tới, Hiệp hội cần nghiên cứu và xúc tiến thành lập văn phòng đại diện tại các nước nhập khẩu lớn như Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU,... để hỗ trợ tốt cho công tác xúc tiến thương mại xuất khẩu hàng thủy sản cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

➢ ***Giải pháp thiết lập giá sàn nguyên liệu và chính sách giá xuất khẩu***

Cạnh tranh về giá hỗn loạn như hiện nay cần được hiểu là một cuộc đua xuống đáy mà tất cả các bên đều không có lợi. Điển hình mặt hàng cá da trơn được bán dưới giá trị của nó. Chính vì tổ chức trong cộng đồng doanh nghiệp không tốt, nên các doanh nghiệp vừa bị thu hẹp lợi nhuận vừa bị các đối thủ tại nước nhập khẩu cáo buộc bán phá giá. Cạnh tranh không lành mạnh chủ yếu dựa vào giảm giá bán của nhiều công ty thương mại xuất khẩu thủy sản đã làm xói mòn lợi nhuận của chính họ. Giá bán không tăng, trong khi giá các loại đầu vào như thức ăn tăng, khiến nhiều hộ nuôi bỏ ao, làm cho GTGT mang lại cho doanh nghiệp thấp. Người nuôi không được hưởng lợi ích từ xuất khẩu mang lại. Sự bất hợp lý này khiến chuỗi giá trị không bền vững. Do đó cần phải có biện pháp thiết lập giá sản nguyên liệu và giá xuất khẩu để nâng cao GTGT cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cụ thể sau:

- Hiệp hội VASEP kết hợp với doanh nghiệp quy định các doanh nghiệp thuỷ sản mua nguyên liệu từ người nông dân không được mua ép giá với giá thấp hơn giá thành nuôi trồng cộng thêm lợi nhuận từ 2.000 đồng – 3.000 đồng/kg. Định kỳ theo quý VASEP sẽ đánh giá tình hình và điều chỉnh giá sàn nguyên liệu phù hợp, đảm bảo sự hài hòa cho các bên, người nuôi có lãi.

- Hiệp hội kết hợp Nhà nước với cần kiểm soát chặt chẽ cho việc thành lập các doanh nghiệp chế biến thuỷ sản, nhằm hạn chế tối đa những doanh nghiệp nhỏ, tài chính hạn hẹp, làm ăn manh mún, theo kiểu chụp giật, cạnh tranh không lành mạnh, hạ giá bán để tìm kiếm khách hàng, đã làm cho giá xuất khẩu ngày càng giảm giá, làm đảo loạn thị trường về giá bán giữa các doanh nghiệp trong ngành thuỷ sản.

- Hiệp hội kết hợp với Nhà nước quy định các doanh nghiệp xuất khẩu cá da trơn không được bán giá thấp hơn giá thành sản xuất. Giá xuất khẩu cá da trơn được xác lập qua cơ chế đấu giá công khai của người mua. Giá xuất khẩu do thị trường tiêu thụ điều tiết, bị ràng buộc bởi các quy định thương mại quốc tế. Để các doanh nghiệp xuất khẩu không cạnh tranh giá bán mà cạnh tranh về chất lượng và sự khác biệt của sản phẩm.

- Các doanh nghiệp trong nội bộ ngành hàng thuỷ sản phải chấp hành đúng quy luật cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Tránh cạnh tranh không lành mạnh không hạ giá bán để giành giật thị trường, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu không được bán giá thấp hơn giá sàn xuất khẩu. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần phải nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, làm chủ thị trường xuất khẩu, nhằm đẩy giá xuất khẩu tăng lên.

KẾT LUẬN

Chế biến xuất khẩu ngành thủy sản là lĩnh vực phát triển rất nhanh, Việt Nam đã tiếp cận với trình độ công nghệ và quản lý tiên tiến của khu vực và thế giới trong một số lĩnh vực chế biến thủy sản. Sản phẩm thủy sản xuất khẩu đảm bảo chất lượng và có tính cạnh tranh, tạo dựng được uy tín trên thị trường thế giới. Ngành thủy sản được xem là ngành hàng hội nhập thương trường quốc tế từ rất sớm, mang về nhiều ngoại tệ cho đất nước.

Nhìn chung, ngành thuỷ sản Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng thủy sản thiết yếu và có thế mạnh đang ngày càng rộng mở, khối lượng hàng hóa tiêu thụ cũng như giá trị sản phẩm đang ngày một tăng cao. Tuy nhiên, không chỉ chất lượng con giống và an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn đối với người tiêu dùng và môi trường trở thành những vấn đề quan trọng đối với sản xuất và kinh doanh xuất khẩu thuỷ sản, mà các vấn đề liên quan đến quản lý chuỗi cung ứng, xây dựng chuỗi liên kết thuỷ sản và phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nhằm tăng giá trị gia tăng, lợi thế cạnh tranh, tăng giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng, bình đẳng thương mại và phát triển bền vững cũng được đặc biệt quan tâm của các Ban ngành.

Nhưng phía sau những thành tích ấy vẫn phải thừa nhận một thực tế, mặc dù rất năng động nhưng ngành hàng thủy sản vẫn mới chỉ dừng lại ở phân khúc sản xuất nguyên liệu và chế biến xuất khẩu sản phẩm thô. Trong chuỗi giá trị hàng thủy sản, ý tưởng sản phẩm, thương hiệu và phân phối, những mắt xích có giá trị gia tăng cao vẫn thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài, dẫn đến giá trị gia tăng của các doanh nghiệp trong ngành chế biến xuất khẩu thủy sản nước ta còn thấp và các doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả.

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các lý luận về chuỗi gía trị, chuỗi giá trị toàn cầu, chuỗi cung ứng thủy sản, giá trị gia tăng, nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu. Luận án đã hệ thống và luận giải tính cấp thiết của vấn đề đặt ra của đề tài là làm thế nào nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. Cùng với kết quả nghiên cứu và trên quan điểm, định hướng nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, Luận án đã xác lập những luận cứ khoa học và thực tiễn của việc nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản.

Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản được tập trung vào ba nhóm giải pháp chính: Nhóm giải pháp đối với doanh nghiệp, nhóm giải pháp hỗ trợ của nhà nước và nhóm giải pháp của hiệp hội ngành hàng.

Nhóm giải pháp doanh nghiệp: *Thứ nhất,* nâng cao chất lượng con giống, nâng cao kỹ thuật nuôi trồng thuỷ sản theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap,… và phát triển bền vững nguyên liệu sản xuất và chế biến; *Thứ hai*, tiết kiệm chi phí, giảm giá thành sản phẩm, xây dựng mối liên kết dọc của chuỗi cung ứng xuất khẩu; *Thứ ba*, nâng cao chất lượng sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu chế biến phát triển sản phẩm có GTGT cao, tạo sự khác biệt cho sản phẩm xuất khẩu; *Thứ tư*, xây dựng quảng bá thương hiệu thuỷ sản xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh để vượt qua các rào cản thương mại quốc tế.

Nhóm giải pháp hỗ trợ của nhà nước: *Thứ nhất*, đẩy mạnh cải cách thể chế chính sách và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật; *Thứ hai*, hoàn thiện quy hoạch và hỗ trợ vốn đầu tư cho ngành chế biến xuất khẩu thuỷ sản; *Thứ ba*, quản lý chuỗi liên kết xuất khẩu thuỷ sản, kiểm soát môi trường dịch bệnh và phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành công nghiệp chế biến thuỷ sản xuất khẩu; *Thứ tư*, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại xuất khẩu thuỷ sản cấp nhà nước.

Nhóm giải pháp của hiệp hội: *Thứ nhất*, thu thập thông tin thị trường, luật pháp, quy định, yêu cầu nhập khẩu của các nước sở tại và tìm hiểu thông tin đối tác, đối thủ cạnh tranh; *Thứ hai*, hỗ trợ liên kết chuỗi cung ứng xuất khẩu chặt chẽ; *Thứ ba*, thống kê đầy đủ kịp thời tình hình nuôi trồng, chế biến thuỷ sản trong nước và tình hình cung cầu trên thị trường thế giới, tham gia chương trình xúc tiến xuất khẩu và quảng bá thương hiệu sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu.

Như vậy, để nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung cứng xuất khẩu thủy sản, Thứ nhất, cần ưu tiên đầu tiên vào các yếu tố thuộc doanh nghiệp như: (i) Nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp giống (ii) Nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp nuôi trồng; (iii) Nhóm yếu tố doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Thứ hai, nhóm yếu tố thuộc Nhà nước.Thứ ba, yếu tố thuộc hiệp hội. Ngoài ra, cần có sự quan tâm đúng mức của Chính phủ và phối hợp với hiệp hội ngành hàng để cho việc nâng cao giá trị gia tăng cho các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản đạt hiệu quả tốt nhất.

Cuối cùng, luận án không thể tránh khỏi những hạn chế nhất định. Tác giả luận án mong muốn nhận được các ý kiến đóng góp của các nhà khoa học, của Hội đồng và những người quan tâm đến lĩnh vực này để có thể tiếp tục hoàn thiện luận án.

Tác giả vô cùng cảm ơn PGS.TS. Doãn Kế Bôn, PGS.TS. Phạm Thị Tuệ đã tận tình hướng dẫn trong quá trình hoàn thiện luận án. Tác giả xin cảm ơn hội đánh giá chuyên đề, tiểu luận tổng quan và luận án đã cho tác giả những lời khuyên bổ ích để hoàn thiện luận án. Tác giả xin cảm ơn ban chủ nhiệm Khoa Sau Đại Học,VASEP, ban thông tin thủy sản, các chuyên gia, các nhà nghiên cứu, ban giám đốc và cán bộ DNXKTS, cơ sở nuôi trồng thủy sản,... đã hỗ trợ tác giả rất nhiều trong quá trình hoàn thành luận án này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu tiếng Việt

1. Agromonitor (2013), "Báo cáo thường niên ngành thuỷ sản 2012- triển vọng 2013"
2. Agromonitor (2014), "Báo cáo thường niên ngành thuỷ sản 2013- triển vọng 2014"
3. Agromonitor (2015), "Báo cáo thường niên ngành thuỷ sản 2014- triển vọng 2015"
4. Agromonitor (2016), "Báo cáo thường niên ngành thuỷ sản 2015- triển vọng 2016"
5. Bộ NNPTNT (2010), *Chiến lược phát triển ngành thủy sản đến năm 2020*, Hà Nội.
6. Bộ NNPTNT (2010), *Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2020*, Hà Nội.
7. Bộ NNPTNT (2013), *Đề án tái cơ cấu ngành thủy sản theo hướng nâng cao giá trị gia tăng vá phát triển bền vững*, Hà Nội.
8. Bộ NNPTNT (2013), *Đề án Nâng cao giá trị gia tăng hàng nông, lâm, thủy sản*, Hà Nội.
9. Bộ NNPTNT (2009), *Quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2015 và định hướng năm 2020*, Hà Nội.
10. Doris – Becker, Phạm Ngọc Trâm và Hoàng Đình Tú (2009), *Phát triển chuỗi giá trị, công cụ gia tăng giá trị cho sản xuất nông nghiệp*, GTZ.
11. Shoshanah Cohen. Joseph Roursel, *Quản trị chiến lược chuỗi cung ứng- 5 nguyên tắc hiệu quả hoạt động tốt nhất,* Nhà xuất bản lao động xã hội.
12. Phạm Minh Đạt (2014), *Hoàn thiện chính sách quản lý nhà nước đối với vượt rào cản kỹ thuật thương mại cho các doanh nghiệpxuất khẩu thủy sản Việt Nam*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Thương Mại.
13. Trần Thế Hoàng (2011), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệpxuất khẩu thủy sản Việt nam đến năm 2020*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Kinh tế Thành Phố Chí Minh.
14. Raphaeal Kaplinshy - Dịch: Kim Chi, *Sổ tay nghiên cứu chuỗi giá trị,* Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright (2006 – 2007).
15. PGS.TS.Nguyễn Hữu Khải (2008), *Nâng cao năng lực tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của mặt hàng giày dép Việt Nam*, đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Bộ Công Thương.
16. Cao Tuấn Khanh (2010), *Hoàn thiện chính sách thương mại và Marketing xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Thương Mại.
17. Lê Huy Khôi (2012), *Nâng cao giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu*, luận án tiến sĩ, Viện nghiên cứu thương mại.
18. Lâm Văn Mẫn (2006), *Phát triển bền vững ngành thủy sản Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2015*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Kinh tế Thành Phố Chí Minh.

19. Nguyễn Xuân Minh (2007), *Hệ thống giải pháp đồng bộ đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản Việt Nam từ nay đến 2020*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Kinh tế Thành Phố Chí Minh.
20. Michael.Porter (1985), *Thuyết lợi thế cạnh tranh*, Nhà xuất bản Trẻ.
21. *Quản trị chuỗi cung ứng*, Giáo trình-Bài giảng-Giáo án, Trường ĐH Kinh tế TP. HCM.
22. Lê Xuân Sinh (2011), *Phân tích chuỗi giá trị tôm sú ở Đồng bằng sông Cửu Long*, Kỷ yếu hội nghị khoa học thủy sản, Trường Đại Học Cần Thơ.
23. Lê Minh Tâm (2012), *Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường liên minh Châu Âu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, luận án tiến sĩ, Viên khoa học xã hội Việt Nam.
24. PGS.TS.Đinh Văn Thành (2010), *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam. Kinh nghiệm tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu hàng nông sản,* Nhà xuất bản Công Thương.
25. Nguyễn Văn Thuận và Võ Thành Danh (2014), *Thị trường cá tra Việt Nam phân phối thu nhập chuỗi – giá thành sản xuất cá tra nguyên liệu – giải pháp phát triển ngành*, Tạp chí khoa học Trường Đại Học Cần Thơ.
26. Nguyễn Bích Thủy (2013), *Những giải pháp phòng ngừa rủi ro trong xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Thương Mại.
27. Nguyễn Đình Thọ (2011), Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh, Nhà xuất bản LĐXH, Hà Nội.
28. Lê Văn Thu (2015), *Nghiên cứu chuỗi cung sản phẩm Tôm nuôi ở tỉnh Quảng Nam*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Huế.
29. Bùi Đức Tuân (2010), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành chế biến thủy sản Việt Nam*, luận án tiến sĩ, Trường Đại Học Kinh tế Quốc Dân.
30. Huỳnh Minh Tuấn (2012), *Quản lý nhà nước đối với sản xuất, chế biến và xuất khẩu thủy sản ở tỉnh Đồng Tháp*, luận án tiến sĩ, Học Viện Chính Trị Hành Chính Quốc Gia.
31. Tổng cục thủy sản (2014), *Đề án Quản lý hoạt động sản xuất, chế biến và xuất khẩu tôm nước lợ*, Hà Nội.
32. Tổng cục thủy sản (2012), *Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*, Hà Nội.
33. VASEP, *Tạp chí thương mại thủy sản 2010-2014*, Hà Nội.
34. VASEP, *Tạp chí thương mại thủy sản 2015,2016*, Hà Nội.
35. VASEP (2014), *Báo cáo xuất khẩu thủy sản Việt Nam 2008-2013*, Hà Nội.
36. VASEP (2016), *Báo cáo xuất khẩu thủy sản Việt Nam 2016,* Hà Nội.

37. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (2011), *Báo cáo nghiên cứu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu trong ba ngành may mặc, thủy sản và điện tử ở Việt Nam*, Hà Nội.

B. Tài liệu tiếng Anh

38. Peter Bolstorff & Robert Rosenbaum (2007), *Supply Chain Excellence*, Nhà xuất bản thống kê TP.HCM.
39. Binh.V.Tu (2006), *Before and after the Catfish War: Market analysis*, Centre for International Management and Development Antwerp.
40. David Blanchard (2011), *Supply Chain Mnagement Best Practcies*, Nhà xuất bản thống kê.TP.HCM.
41. Shoshanah Cohen & Joseph Roussel (2005), *Strategic Supply Chain Management*, Nhà xuất bản thống kê.TP.HCM.
42. Norshamliza Chamhuri (2013), *Exploring the Factors Influencing Consumers' Choice of Retail Store When Purchasing Fresh Meat in Malaysia*, International Food and Agribusiness Management Review.
43. L. Cuyvers,T. Van Binh, (2008), *Aquaculture export development in Vietnam and the changing environment: the case of Pangasius in the Mekong Delta*, Centre for International Management and Development Antwerp..
44. Benjamin, D. and Brandt, L. (2002), *Agriculture and Income Distribution in Rural Vietnam under Economic Reforms: A Tale of Two Regions. William Davidson Institute Working*, University of Michigan.
45. Kristen Dubay, Saori Tokuoka, and Gary Gereffi, (2010), *A Value Chain Analysis of the Sinaloa, Mexico Shrimp Fishery*, Center on Globalization, Governance & Competitiveness Duke University.
46. Arie Pieter van Duijn, Rik Beukers, Willem van der Pijl (2012), *The Vietnamese seafood sector*, CBI - Centre for the Promotion of Imports from developing countries.
47. European Union - Conclusions of the working group on General Food Law and Traceability – Regulation (EC) No 178/2002.
48. Eyjolfur Gudmundsson, (2006), *Revenue Distribution Through The Seafood Value Chain*, Food and Agriculture Organization of The United Nations.
49. Global GAP, *Integrated Farm Assurance Chain of Custody Control Points and Compliance Criteria*, Version 2.0-3_Apr09, Valid from 29th April 2009.
50. Angel Gurría (2012), The Emergence of Global Value Chains: What Do They Mean for Business. G20 Trade and Investment Promotion Summit, Mexico City: OECD.
51. John Humphrey, (2004), *Upgrading in global value chains*, International Labour Organization.
52. Michael Hugos (2010), *Essentials of Supply Chain Management*, Nhà xuất bản thống kê.TP.HCM.

53. Erik Hempel, (2010), *Value Chain Analysis in the Fisheries Sector in Africa*, NEPAD.
54. Hobbs J.E. (2010), *Public and Private Standards for Food Safety and Quality: International Trade Implications*, The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy.
55. Jennifer Keeling Bond (2009), *What Influences Consumer Choice of Fresh Produce Purchase Location*, Journal of Agricultural and Applied Economics.
56. Kaplinsky, R và M. Morris (2001), *A handbook for Value Chain Research*, Nhà xuất bản thống kê TP.HCM.
57. Vo Thi Thanh Loc, SimonR.Bush, Le Xuan Sinh, Nguyen Tri Khiem (2010), *High and low value fish chains in the Mekong Delta: challenges for livelihoods and governance*, Environ Dev Sustain.
58. Loc.T.T.Vo, Simon Bush, Le Xuan Sinh, Hap Navy, Nguyen Tri Khiem, (2009), *Value chains for sustainable Mekong fisheries: the case of Pangasius hypopthalmus and Henicorhynchus/Labiobarbus spp. in Vietnam and Cambodia*,The Sustainable Mekong Research Network.
59. Khoi.N.D.Le, (2007), *Description of the Pangasius value chain in Vietnam*, Centre for International Management and Development Antwerp.
60. Khoi.N.D. Le (2011), *Quality Management in the Pangasius Export Supply Chain in Vietnam*, University of Groningen Groningen The Netherlands.
61. Andreas Meier & Henrik Stormer (2009), *EBusiness & Ecommerce*, Nhà xuất bản thống kê.TP.HCM.
62. Becket, N. & Brookes, M. (2006), Evaluating quality management in university departments, Quality Assurance in Education.
63. Nga.T.T.Mai. (2010), *Enhancing quality management of fresh fish supply chains through improved logistics and ensured traceability*, Faculty of Food Sciences University of Iceland Reykjavik.
64. Liesbeth van der Meer, (2012), *Global Revenues from wild seafood products*, The University of British Columbia.
65. Fred Mugambi Mwirigi, Fridah Simba Theuri (2012), *The challenge of value addition in the seafood value chain along the Kenyan north coast*, International Journal of Business and Public Management.
66. Bui Nguyen, P.T (2011), *The value chain of white leg shrimp exported to the U.S market in Khanh Hoa province, Vietnam. Master Thesis in Fisheries and Aquaculture Management and Economics*, University of Tromso, Norway.
67. Alex Phil (2014), *The food wastage phenomena: An overview of the current situation in three countries: France, Finland Taiwan*, Journal of Asian Economics.
68. Alexander, R. (2000), Culture and pedagogy: International comparisons in primary education, Oxford, Blackwell.

69. Jayasekhar.S, Harilal.K.N and Parameswaran, (2010), *Experiencing The International Food safety regime: Evolving sefood export value chain governance in Kerala, India,* Center for Development Studies (CDS), Trivandrum, Kerala, India.
70. Shyam S. Salim and R.Narayanakumar (2012), *Indian Seafood industry and post WTO – A Policy Outlook,* Socio- Economic Evaluation and Technology Transfer Division.
71. Grace Simpson, (2012), *Opportunities for Small Scale Suppliers within the Tilapia Value Chain in Ghana: a case study of fish farming in Achavanya*, Masters or arts in development studies.
72. Synthesis of back ground reports, (2012), *A value-chain analysis of international fish trade and food security with an impact assessment of the small scale sector*, NORAD-FAO Project.
73. Teweldemedhin, M. Y,(2008), *The fish industry in Eritrea: from comparative to competitive advantage*, Department of agriculture, Polytechnic of Namibia, Namibia.
74. Tran, T.C., Do, H.L. and Le, M.N. (2013), *Who Has Benefited From High Rice Prices in Vietnam*, Oxfam International, Hanoi.
75. Tuyet.T.A.Nguyen (2009), *Frozen Catfish Supply Chain Management In Vietnam*, Asian Institute of Technology School of Environment, Resources and Development, in Thailand.
76. Nancy Vallejo, Pierre Hauselmann and Rachel Asante (2009), *The Role of Supply Chains in Addressing the Global Seafood Crisis*, United NationsEnvironment Programme.
77. Atdhe Veliu, Nebiyeluel Gessese, Catherine Ragasa, Christine Okali, (2009),” *Gender Analysis of Aquaculture Value Chain in Northeast Vietnam and Nigeria”*, Agriculture and Rural Development.
78. Vo, L.T.T. and Nguyen, S.P. (2011). *Part 1: Analysis of Rice Value Chains in the Red River Delta Region*, Scientific Journal.

C. Các trang Web:

- Central Marine Fisheries Research Institute, Cochin
- A value chain analysis
- http://www.fetp.edu.vn
- http://www.tuanvietnam.net
- http://www.vasep.com.vn
- http://www.fistenet.gov.vn/
- http://www.navicorp.com.vn
- http://nafiqad.gov.vn/

- http://www.ebook.edu.vn/
- http://www.vietfish.com
- http://www.vietlinh.com.vn
- http://www.tongcucthuysan.gov.vn
- http://www.thuysanvietnam.com.vn