

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG CÁ TRA VÀ BA SA Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG, VIỆT NAM

Nguyễn Phú Sơn¹

ABSTRACT

After the Catfish war in 2002, there have been a lot of changes in production, processing and marketing on pangasius market in the Mekong Delta (MD). Trends of market development are identified as continuing increase in areas for raising, much-more interested product quality from the both of raiser and exporting-processing companies (EPCs), and the linking needs among raisers as well as between raisers and EPCs will be largely and deeply developed in the future. Developing a market information system and a whole fish-raising master plan for provinces in the MD as well as helping raisers connect with market are considered as important solutions for development of pangasius market in the MD.

Keywords: Market, Marketing, Production, Processing, Quality, the Mekong Delta

Title: Market Study of Cultured Pangasius from the Mekong Delta, Vietnam

TÓM TẮT

Từ sau vụ kiện “bán phá giá” năm 2002 đã có nhiều thay đổi trong sản xuất, chế biến và thị trường cá tra và ba sa ở ĐBSCL. Xu hướng phát triển thị trường này trong tương lai sẽ bao gồm: diện tích nuôi sẽ được tiếp tục mở rộng, người nuôi và các công ty chế biến xuất khẩu (CTCBXK) sẽ hướng tới chất lượng sản phẩm nhiều hơn, và nhu cầu nối kết giữa người nuôi với nhau và với các CTCBXK sẽ phát triển mạnh mẽ và sâu rộng hơn trong tương lai. Việc phát triển một hệ thống thông tin thị trường, xây dựng qui hoạch nuôi chung cho các tỉnh ở Đồng Bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL), cũng như giúp cho người nuôi nối kết với thị trường được xem là những giải pháp quan trọng cho việc phát triển thị trường này ở ĐBSCL.

Từ khoá: Thị trường, Làm thị trường, Sản xuất, Chế biến, Chất lượng, đồng bằng sông Cửu Long

1 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN VÀ THỊ TRƯỜNG CÁ TRA VÀ BA SA Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

1.1 Sản xuất

Từ sau vụ kiện “bán phá giá” cá tra và ba sa xảy ra đến nay nói chung tình hình sản xuất cá Tra và Ba Sa ở ĐBSCL có chiều hướng tăng. Nếu như trong năm 2002 diện tích nuôi cá tra hầm là 2.720 ha thì đến năm 2005 diện tích này đã tăng lên đến 3.548 ha (kể cả diện tích nuôi bãi bồi và đăng quàng), tăng bình quân hàng năm 18,6% trong 3 năm 2003-2005 so với mức tăng 16% trong giai đoạn 1997-2002. Tuy nhiên, số lồng bè nuôi cá Tra và Ba Sa đã giảm xuống từ 683 cái năm 2002 chỉ còn 489 cái trong năm 2005. Kết quả thay đổi diện tích nuôi này đã làm cho sản lượng cá Tra và Ba Sa đã tăng từ 142,7 ngàn tấn trong năm 2002 đến 389,6 ngàn tấn trong năm 2005, tăng bình quân hàng năm 32% trong 3 năm 2003-2005 so với 29%

¹ Viện Nghiên Cứu Phát Triển ĐBSCL (MDI), Đại Học Cần Thơ

trong giai đoạn 1997-2002. Trong đó, sản lượng cá Tra nuôi hàm tăng đáng kể với mức tăng bình quân năm là 34%. Đến năm 2005, sản lượng cá Tra đạt 385 ngàn tấn so với 137 ngàn tấn trong năm 2002 (Sở Nông Nghiệp & Phát Triển Nông Thôn các tỉnh ở ĐBSCL). Bên cạnh sự chuyển dịch hình thức nuôi từ bè sang hàm, theo kết quả điều tra thủy sản định kỳ của tỉnh An Giang vào ngày 01/09/2004 còn cho thấy rằng qui mô nuôi cá Tra của hộ cũng đã thay đổi theo hướng tập trung hơn. Sự thay đổi này đã chỉ ra những dấu hiệu tích cực của ngành sản xuất này theo hướng kinh tế qui mô -loại trừ những nhà sản xuất với qui mô nhỏ và kém hiệu quả trong môi trường cạnh tranh hoàn hảo. Một thay đổi khác qua quá trình khảo sát cho thấy số hộ nuôi cá Ba Sa đã giảm xuống, thay vào đó những hộ nuôi này chuyển sang nuôi cá Tra vì cá Tra nuôi có chi phí sản xuất thấp hơn, thời gian nuôi ngắn hơn và dễ bán hơn do tỷ lệ phi lê cao hơn. Một chuyển biến tích cực khác từ người nuôi là họ chú trọng nhiều hơn về chất lượng cá nuôi và chất lượng con giống. Do vậy, nhu cầu con giống được chứng nhận về mặt chất lượng bởi các cơ quan chức năng của ngành thủy sản tại địa phương đã gia tăng đáng kể.

1.2 Chế biến

Trong giai đoạn 2003-2005 do nhu cầu xuất khẩu phi lê gia tăng nên đã có nhiều hơn nhà máy chế biến mọc lên, từ 19 cái năm 2002 đã tăng lên đến 26 cái năm 2005. Đồng thời các công ty chế biến xuất khẩu (CTCBXK) hiện hữu cũng đã đầu tư mở rộng công suất để đáp ứng nhu cầu gia tăng nói trên. Đến năm 2005 tổng công suất của các nhà máy này đã lên đến 199 ngàn tấn/năm, tăng hơn gấp đôi công suất năm trong năm 2002 với 86 ngàn tấn. Bên cạnh việc mở rộng qui mô chế biến, các CTCBXK đã quan tâm đến việc kiểm tra chất lượng cá nguyên liệu mua vào một cách nghiêm ngặt. Điều đáng chú ý nhất trong khâu chế biến là các công ty đã phát triển thêm trong tuyến sản phẩm của mình những loại sản phẩm giá trị gia tăng (GTGT), những sản phẩm này được tiêu thụ cả trong thị trường xuất khẩu lẫn nội địa. Việc mở ra kênh thị trường mới cho các loại sản phẩm này mặc dù chỉ mới ở giai đoạn giới thiệu sản phẩm trong vòng đời sản phẩm nên tổng giá trị hàng hoá của các loại sản phẩm này chỉ mới chiếm khoảng 5-10% trong tổng doanh thu của doanh nghiệp. Trong đó, có khoảng trên 90% là hàng hoá GTGT được tiêu thụ trong thị trường nội địa, nhưng chúng đã giúp cho công ty tận dụng được phế, phụ phẩm của sản phẩm phi lê xuất khẩu. Bên cạnh đó, việc chế biến ra những hàng hoá GTGT cũng đã tận dụng được một lượng lớn cá nguyên liệu không đủ kích cỡ và trọng lượng cho việc chế biến sản phẩm phi lê xuất khẩu. Qua khảo sát cho thấy, lợi nhuận trên một đơn vị chế biến cá phi lê so với năm 2002 có giảm xuống, với giá cá nguyên liệu bình quân 12.000 đ/kg và với giá bán bình quân (FOB) 2,8 đô la/kg phi lê (cá loại I), thì các công ty đạt được mức lợi nhuận bình quân khoảng 112 USD/1 tấn phi lê (năm 2002 mức lợi nhuận này là 180 USD). Tuy nhiên, do lượng xuất khẩu tăng nhanh hơn mức giảm của lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm chế biến nên tổng mức lợi nhuận đạt được trong năm của các công ty tăng.

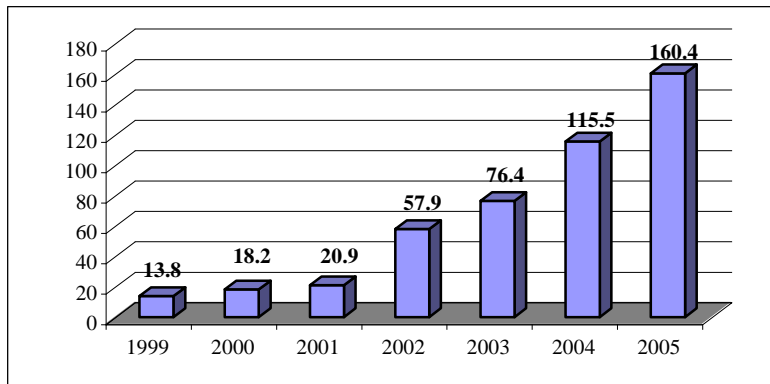
1.3 Thị trường

Sau vụ kiện cá Tra và Ba Sa, lượng xuất khẩu phi lê đã tăng vọt từ 27 ngàn tấn năm 2002 lên đến 116 ngàn tấn năm 2005, với mức tăng trưởng bình quân hàng năm 46,45% trong ba năm 2003-2005. Để thấy rõ tình hình xuất khẩu cá Tra và Ba Sa trong giai đoạn 2003-2005, nghiên cứu sẽ đi sâu đánh giá hoạt động xuất khẩu

của một số công ty chế biến và xuất khẩu của tỉnh An Giang vì đây là tỉnh có lượng xuất khẩu phi lê cao nhất so với các tỉnh ở ĐBSCL (đến năm 2005 An Giang có 1.175ha diện tích hầm và 902 lồng bè).

1.3.1 Tình trạng chế biến

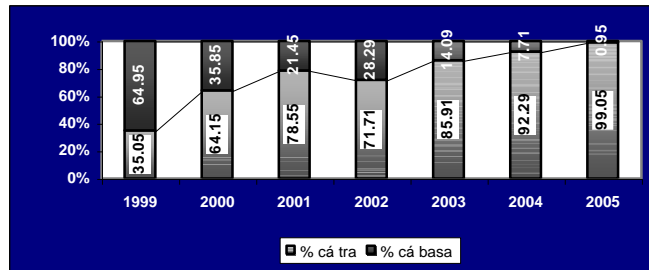
So với giai đoạn 1999-2002, lượng cá nguyên liệu được mua bởi các CTCBXK trong giai đoạn 2003-2005 đã gia tăng với mức độ cao hơn (160 tấn năm 2005 so với 58 tấn năm 2002), tăng bình quân hàng năm là 45% so với 23% trong giai đoạn trước. Mức thu mua tăng một phần do ảnh hưởng của nhu cầu xuất khẩu cá phi lê tăng, một phần do các CTCBXK tạo thêm các sản phẩm GTGT. Qua khảo sát cho thấy, nếu như trong giai đoạn 1999-2002 các công ty chỉ mua những loại cá đủ qui cách và chất lượng từ các thương lái, thì nay phần lớn các công ty đang chuyển hướng sang mua cá nguyên liệu trực tiếp của nông dân và mua dưới dạng mua xô nguyên hầm, sau đó công ty tuyển chọn loại đúng qui cách về kích cỡ, màu sắc và chất lượng để chế biến cá phi lê, còn những loại cá không đúng kích cỡ sẽ được sử dụng làm nguyên liệu để chế biến các sản phẩm GTGT. Do vậy, một phần lượng thu mua cá nguyên liệu gia tăng do thay đổi hành vi mua nguyên liệu của công ty (xem Đồ thị 1).



Đồ thị 1: Lượng thu mua nguyên liệu (tấn)

(Nguồn: Sở Thương Mại Tỉnh An Giang)

Cơ cấu cá nguyên liệu được mua giữa cá Tra và Ba Sa cũng có chiều hướng giảm dần tỷ trọng cá Ba Sa như trong giai đoạn 1999-2002, nhưng với mức độ giảm nhanh hơn (xem đồ thị 2). Tính đến thời điểm 2005, tỷ trọng cá Ba Sa nguyên liệu được mua bởi các CTCBXK chỉ còn trên dưới 0,5% trong tổng số cá nguyên liệu Tra và Ba Sa được mua. Lý do dẫn đến tình trạng này cũng giống như trước đây là vì giá cả cá Ba Sa nguyên liệu cao và tỷ lệ phi lê thấp so với cá Tra. Tuy nhiên, có hai yếu tố khác trong giai đoạn này có ảnh hưởng đến tình trạng trên, trước hết do hiện tại trên thị trường xuất khẩu phi lê không còn phân biệt cá phi lê từ nguyên liệu cá Tra hay Ba Sa. Kế đó, trong thị trường nội địa do ảnh hưởng của dịch cúm gia cầm đã làm cho nhu cầu tiêu dùng các loại thịt khác gia tăng, trong đó có cá Ba Sa và do vậy giá cá Ba Sa bán trong thị trường nội địa hiện tại cao hơn so với bán cho các công ty chế biến (chênh lệch khoảng trên dưới 3.000đ/kg)



Đồ thị 2: Cơ cấu lượng nguyên liệu cá Tra và Ba Sa được thu mua bởi các công ty 1999-2005 (Nguồn: Sở Thương Mại Tỉnh An Giang)

1.3.2 Tình hình xuất khẩu

Lượng phi lê xuất khẩu trong giai đoạn 2003-2005 tăng nhanh hơn so với giai đoạn 1997-2002, với lượng tăng bình quân hàng năm là 62% so với 47%. Nếu như trong năm 2002 lượng phi lê xuất khẩu là 27 ngàn tấn, thì đến 2005 con số này là 116 ngàn tấn. Trong đó chủ yếu là lượng phi lê được chế biến từ nguyên liệu cá Tra.

Thị trường xuất khẩu của các công ty ở An Giang cũng đã thay đổi theo hướng giảm dần tỷ trọng lượng xuất khẩu sang Mỹ và tăng tỷ trọng xuất khẩu sang các nước châu Âu và ASEAN như tình trạng xuất khẩu chung của cả nước. Theo nguồn số liệu của VASEP, tỷ trọng xuất khẩu sang Mỹ đã giảm từ 17% năm 2004 xuống còn 10% trong năm 2005, trong khi đó đối với các nước EU thì tỷ trọng này tăng từ 26% lên 39%, đối với các nước ASEAN con số này tăng từ 15% lên 16% cùng kỳ. Riêng đối với An Giang, nếu như lượng phi lê xuất khẩu năm 2002 là 13 ngàn tấn thì đến 2005 chỉ còn có 274 tấn, trong khi đó đối với thị trường EU con số này tăng từ 2.600 tấn lên 27 ngàn tấn, và đối với các nước ASEAN tăng từ 224 tấn lên đến gần 20 ngàn tấn cùng kỳ. Kết quả chuyển dịch về thị trường xuất khẩu như đã được trình bày cho thấy thị trường EU và ASEAN đang trở thành thị trường mục tiêu của các CTCBXK ở ĐBSCL, do những nỗ lực tìm kiếm thị trường của các công ty sau vụ kiện năm 2002.

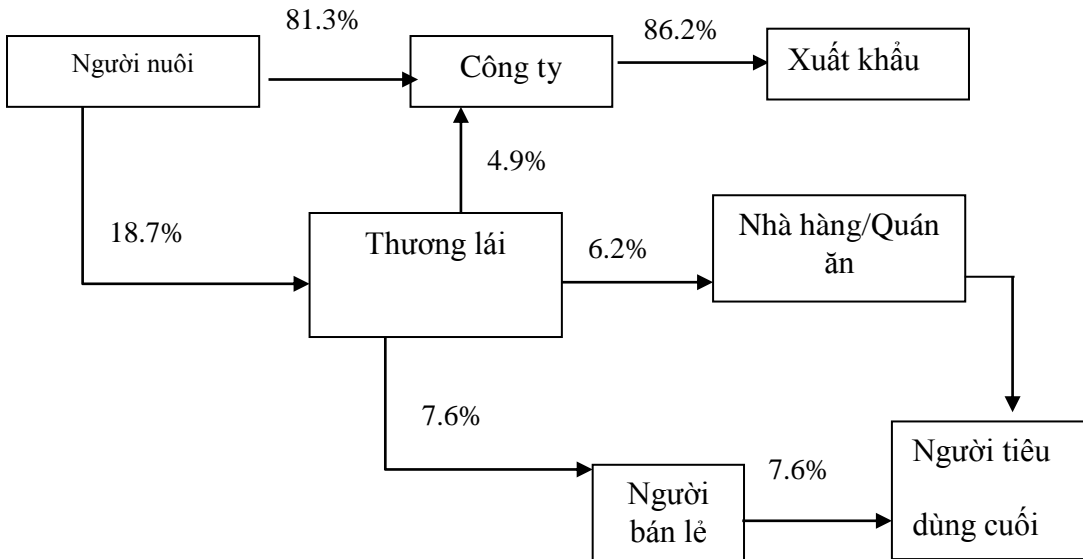
2 PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG CÁ TRA VÀ SẢN PHẨM GIÁ TRỊ GIA TĂNG

2.1 Phân tích kênh thị trường cá tra

Nghiên cứu này sẽ tập trung chủ yếu trong việc phân tích kênh thị trường cá tra do diện tích và sản lượng nuôi cá ba sa đã bị sụt giảm đáng kể trong cả kênh thị trường xuất khẩu và nội địa. Kênh thị trường của sản phẩm cá tra được thể hiện qua sơ đồ 1. Kết quả khảo sát cho thấy, có đến khoảng 83% người nuôi bán cá nguyên liệu trực tiếp cho các công ty chế biến xuất khẩu. So với năm 2002, con số này chỉ là 45,6% (J.A.Young & Nguyễn Phú Sơn, 2002).

Quan hệ mua bán giữa họ dựa trên cơ sở thoả thuận tại thời điểm xảy ra thương vụ. Khi mua, các công ty sẽ đến nơi người nuôi lấy mẫu cá để kiểm tra dư lượng kháng sinh và đánh giá chất lượng cá qua màu mỡ, kích cỡ và trọng lượng. Sau đó, các công ty sẽ đưa ra giá mua, nếu người nuôi đồng ý, lúc đó họ bắt đầu ký hợp đồng mua bán với nhau. Trong trường hợp người nuôi là thành viên trong các câu lạc bộ của các CTCBXK, thì người nuôi sẽ được công ty hỗ trợ về mặt kỹ thuật nuôi, cung cấp con giống, thức ăn nuôi và thông tin thị trường. Ngược lại, người

nuôi phải tuân thủ theo qui trình nuôi mà công ty đưa ra. Khi thu hoạch, công ty sẽ mua lại cá nguyên liệu theo giá cả thị trường tại thời điểm mua. Trong quá trình thanh toán, người nuôi sẽ có trách nhiệm hoàn lại tất cả những chi phí do công ty ứng trước đây trong quá trình nuôi.

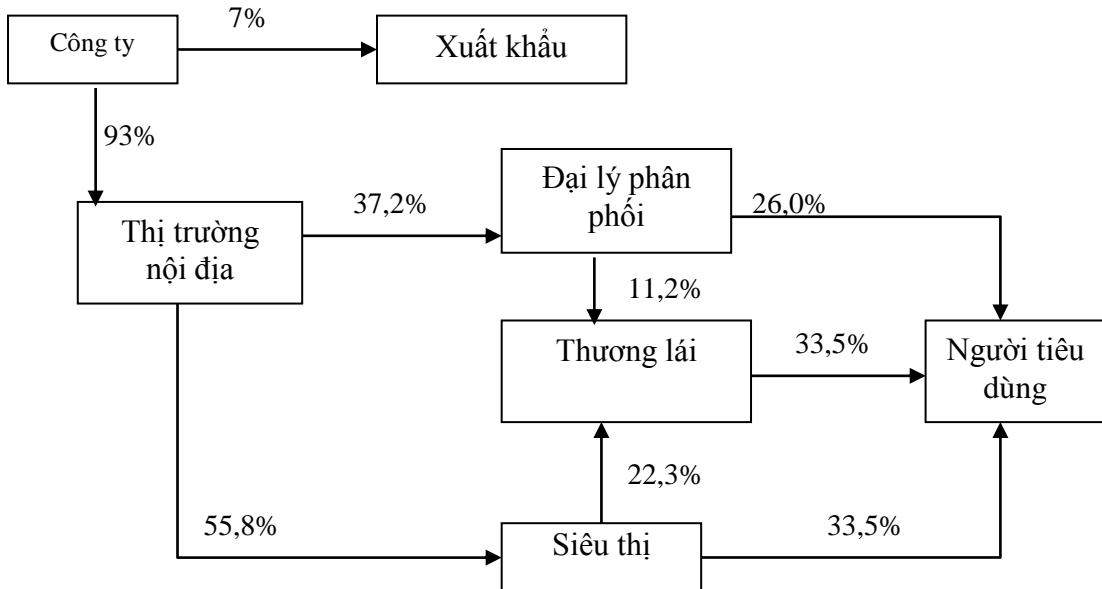


Sơ đồ 1: Kênh thị trường cá tra

Trong số 18,7% lượng cá nguyên liệu mà người nuôi bán cho thương lái, có 4,9% lượng cá với chất lượng tốt được các thương lái bán lại cho các công ty chế biến xuất khẩu. Còn 13,8% lượng còn lại được bán cho các nhà hàng/quán ăn (6,2%), và người bán lẻ (7,6%). Giá cả của lượng cá bán cho các đối tượng này thường thấp hơn giá bán cho các công ty từ 0,125-0,181 USD/kg. Theo kết quả điều tra, người nuôi đạt được mức lợi nhuận là 1,033 triệu đồng trên một tấn cá nguyên liệu, so với năm 2002, mức lợi nhuận này là 2,886 triệu đồng (J.A.Young & Nguyễn Phú Sơn, 2002). Tổng thu nhập biên của các tác nhân trên kênh thị trường là 4,544 triệu đồng/tấn và được phân phối như sau: 2,9% cho thương lái, 81,9% cho công ty, 12,9% cho các nhà hàng/quán ăn, 2,3% cho người bán lẻ. Kết quả phân tích cho thấy, lợi nhuận thu được trên một đơn vị sản lượng cá của người nuôi đã bị giảm đáng kể, do vậy để tăng tổng mức lợi nhuận, người nuôi sẽ có xu hướng mở rộng diện tích nuôi trong những năm tới. Điều này một lần nữa cho thấy rằng, trong những năm sắp tới chỉ có những người nuôi có vốn mạnh và kỹ thuật cao mới có khả năng trụ lại nghề nuôi này. Cũng qua kết quả phân tích cho thấy có sự sụt giảm trong thu nhập phân phối đối với thương lái và sự gia tăng đối với các công ty do kết quả của việc thay đổi chức năng thị trường của bộ phận thương lái (từ thương mại sang dịch vụ) và do sự gia tăng việc mua bán trực tiếp giữa công ty và người nuôi (làm giảm chi phí phân phối). Thêm vào đó, qua phân tích cũng cho thấy thu nhập phân phối của các tác nhân nhà hàng/quán ăn và người bán lẻ đã bị sụt giảm do lượng cung cá tra giảm trong thị trường nội địa (tập trung cho xuất khẩu) trong khi nhu cầu trong nước của sản phẩm này gia tăng (là sản phẩm thay thế cho thịt gia cầm), do vậy đã dẫn đến giá cả cá tra gia tăng và cuối cùng làm cho lợi nhuận của các tác nhân trên bị sụt giảm.

2.2 Phân tích thị trường sản phẩm giá trị gia tăng

Sau vụ kiện “bán phá giá”, một số CTCBXK của Việt Nam không chỉ áp dụng chiến lược mở rộng thị trường sang các nước châu Âu và châu Á, mà còn áp dụng chiến lược phát triển sản phẩm mới - sản phẩm GTGT để khai thác thị trường trong nước và những thị trường nước ngoài tiềm năng. Những sản phẩm GTGT được sản xuất từ cá tra nguyên liệu và các phụ phẩm của chúng trong quá trình chế biến cá tra phi lê. Theo kết quả khảo sát, nói chung tỷ trọng doanh thu từ những sản phẩm GTGT của các CTCBXK chỉ chiếm khoảng 5-10% tổng doanh thu. Trong đó, những công ty dẫn đầu trong việc sản xuất những sản phẩm này là công ty AGIFISH và AFIEX ở An Giang, công ty VĨNH HOÀNG ở Đồng Tháp. Kênh thị trường của sản phẩm GTGT qua kết quả điều tra được thể hiện qua sơ đồ dưới đây



Sơ đồ 2: Kênh thị trường của sản phẩm giá trị gia tăng

Có 93% sản phẩm được tiêu thụ trong thị trường nội địa và 7% lượng còn lại được xuất khẩu. Đối với kênh thị trường nội địa, sản phẩm được phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng qua hệ thống siêu thị (chiếm 55,8%) và hệ thống đại lý của công ty (chiếm 27,2%). Những sản phẩm GTGT trên kênh thị trường xuất khẩu còn nằm trong giai đoạn giới thiệu sản phẩm, do vậy giá trị xuất khẩu của chúng chiếm tỷ trọng không cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của các công ty. Tuy nhiên, tiềm năng xuất khẩu của chúng rất lớn nếu như các công ty đeo đuổi chiến lược kinh doanh này đi cùng với việc đẩy mạnh xúc tiến thương mại. Trong khi đó, những sản phẩm này được tiêu dùng trong thị trường nội địa dường như có xu hướng khả quan hơn do (1) thu nhập người tiêu dùng gia tăng, (2) quỹ thời gian dành cho việc nấu nướng của gia đình bị hạn chế, đặc biệt ở các thành phố lớn, và (3) chúng được tiêu dùng làm sản phẩm thay thế cho thịt gia cầm (lượng cung thịt gia cầm giảm mạnh do ảnh hưởng của dịch cúm gia cầm). Hiện tại, hệ thống đại lý của các công ty được thiết lập tại một số thành phố lớn như: Hà Nội, Đà Nẵng, Thành Phố Hồ Chí Minh và Cần Thơ. Mặc dù hiệu quả kinh tế từ việc thương mại những sản phẩm này chưa cao, nhưng chắc chắn trong tương lai nó sẽ được cải thiện nếu như các công ty sẵn lòng đầu tư nghiên cứu hành vi tiêu dùng, đầu tư ngân sách cho việc phát triển sản phẩm mới và quảng bá sản phẩm. Cuối cùng, nếu

các công ty đẩy mạnh việc nghiên cứu tìm kiếm thị trường cho những sản phẩm này, cùng với sự tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, chắc chắn thị trường của những sản phẩm này sẽ phát triển mạnh mẽ hơn, ít nhất và trước mắt trong thị trường nội địa.

2.3 Phân tích hoạt động thị trường

2.3.1 Người nuôi

Thông qua khảo sát, người nuôi đã đưa ra một số điểm thuận lợi và khó khăn trong việc nuôi cá tra và ba sa. Trong đó, những điểm thuận lợi chủ yếu bao gồm: họ có thể quản lý được nguồn nước nuôi, được sự hỗ trợ của chính quyền địa phương, đặc biệt trong việc cung cấp tín dụng và người nuôi có kỹ thuật nuôi tốt, v.v... Bên cạnh đó, người nuôi cũng đã gặp phải những khó khăn chính yếu trong quá trình nuôi như: giá cả thị trường không ổn định, không đủ vốn để sản xuất mặc dù họ có thể tiếp cận dễ dàng với các tổ chức tín dụng, và việc tìm kiếm người mua, v.v...

2.3.2 Thương lái trong thị trường xuất khẩu

Những thuận lợi của thương lái trong quá trình kinh doanh:

- Mua bán trực tiếp với các CTCBXK thông qua hợp đồng cụ thể và họ có mối quan hệ kinh doanh tốt với các công ty, cũng như được hưởng những chính sách ưu đãi từ các công ty;
- Dễ dàng trong việc bán sản phẩm do có mối quan hệ lâu dài với các công ty;

Những khó khăn của thương lái trong quá trình kinh doanh:

- Giá cả thị trường không ổn định dẫn đến khó khăn trong việc mua, bán sản phẩm;
- Tỷ lệ hao hụt cao do thời gian vận chuyển và giao nhận hàng dài;
- Người nuôi thường không tuân thủ theo hợp đồng mua, bán;
- Hạn chế trong việc đánh giá chất lượng cá nguyên liệu trong quá trình mua cá nguyên liệu của người nuôi.

2.3.3 Nhà hàng/Quán ăn/Môi giới/Siêu thị

Những thuận lợi trong quá trình kinh doanh:

- Xu hướng tiết kiệm thời gian trong việc nấu nướng đã làm cho nhu cầu của các sản phẩm chế biến sẵn từ cá tra và ba sa (sản phẩm GTGT) sẽ gia tăng, như cá vò viên, tàu hũ cá ba sa và tra v.v...
- Những thức ăn được chế biến từ nguyên liệu cá tra và ba sa (sản phẩm GTGT) ngày càng được nhiều người tiêu dùng ưa chuộng hơn nhờ các hoạt động xúc tiến thương mại từ các CTCBXK;
- Do dịch cúm gia cầm, nên tỷ trọng doanh thu từ mặt hàng này gia tăng;
- Được hưởng huê hồng từ 5-15% khi bán những sản phẩm giá trị gia tăng từ các công ty chế biến xuất khẩu.

Những khó khăn trong quá trình kinh doanh:

- Khó để thay đổi hành vi tiêu dùng sản phẩm cá tươi của người tiêu dùng trong nước;

- Chiết khúc thị trường của những sản phẩm giá trị gia tăng chỉ bao gồm những người tiêu dùng có thu nhập cao ở các thành phố lớn;
- Chi phí bảo quản những sản phẩm giá trị gia tăng cao;

2.3.4 Người bán lẻ

Những thuận lợi trong quá trình kinh doanh:

- Có nơi buôn bán thuận lợi và khoảng cách vận chuyển cá từ nơi mua đến nơi bán ngắn;
- Có phương tiện vận chuyển nên chi phí vận chuyển thấp;
- Sức mua của người tiêu dùng cao;
- Có mối quan hệ tốt với người mua và người bán;

Những khó khăn trong quá trình kinh doanh:

- Thiếu vốn kinh doanh;
- Cạnh tranh cao trong thị trường bán lẻ;
- Thường thiếu nguồn hàng để bán trong những mùa xuất khẩu.

2.3.5 Công ty chế biến xuất khẩu

Những thuận lợi trong quá trình kinh doanh:

- Vùng ĐBSCL có lợi thế so sánh trong việc nuôi cá tra và ba sa so với các nước trong khu vực, lợi thế này không chỉ có lợi cho người nuôi mà còn có lợi cho các CTCBXK;
- Nguồn lao động tại địa phương dồi dào và giá cả thuê mướn rẻ;
- Người nuôi đã bắt đầu có ý thức trong việc sản xuất cá sạch do vậy rất dễ dàng cho công ty trong việc tạo nguồn nguyên liệu ổn định;
- Do việc sử dụng sản phẩm phụ của chế biến để tạo những sản phẩm GTGT ngày càng tăng đã góp phần làm hạ giá thành sản phẩm chế biến, và do vậy làm tăng lợi thế cạnh tranh của sản phẩm;
- Các công ty được Hiệp hội các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản (VASEP) đã cung cấp những thông tin thị trường quốc tế, tổ chức những hội chợ để xúc tiến sản phẩm.

Những khó khăn trong quá trình kinh doanh:

- Do giá cả xuất khẩu không ổn định nên đã tạo ra tình trạng không ổn định nguồn cá nguyên liệu cho chế biến;
- Rào cản kỹ thuật đi cùng với những rào cản thương mại ngày càng gia tăng ở các nước nhập khẩu;
- Vẫn còn một bộ phận người nuôi chưa tuân thủ theo những qui trình chất lượng nên đã tạo ra tình trạng chất lượng cá nguyên liệu thấp;
- Chưa có sự liên kết thực sự giữa các CTCBXK trong nước với nhau, do vậy làm giảm sức cạnh tranh với các công ty khác trên thương trường quốc tế;
- Chưa có mối quan hệ kinh doanh thực sự tốt giữa các công ty và người nuôi trong việc thực hiện các hợp đồng mua, bán.

3 ĐÁNH GIÁ XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

3.1 Về mặt sản xuất

Với giá cả cá nguyên liệu như hiện nay, người nuôi sẽ tiếp tục mở rộng diện tích nuôi, đặc biệt mở rộng dưới hình thức nuôi đăng quàng do hình thức nuôi này có hiệu quả hơn các hình thức nuôi khác. Qui mô nuôi chủ yếu được mở rộng bởi các hộ có năng lực về vốn, kỹ thuật và đất đai. Xu hướng mở rộng qui mô này sẽ dẫn đến nhu cầu hợp tác cao hơn giữa những người nuôi với nhau và giữa người nuôi với các CTCBXK. Một xu hướng tích cực khác là người nuôi đã quan tâm nhiều hơn đến yếu tố chất lượng của cá nguyên liệu. Xu hướng này chắc chắn sẽ làm tăng nhu cầu thị trường đối với cá giống sạch bệnh và thức ăn cho cá. Cuối cùng, kết quả của việc gia tăng qui mô sản xuất sẽ dẫn đến tình trạng vượt cung nguồn cá nguyên liệu nếu như không có những chính sách can thiệp phù hợp của nhà nước, đặc biệt đối với việc qui hoạch vùng nguyên liệu và cung cấp thông tin thị trường.

3.2 Về mặt chế biến

Với năng lực chế biến hiện tại (khoảng 200.000 tấn/năm) và tăng trưởng xuất khẩu 15% hàng năm trong giai đoạn 2003-2005 thì các CTCBXK sẽ có xu hướng mở rộng qui mô chế biến thêm khoảng 33.000 tấn/năm (nguồn: VASEP). Tuy nhiên, quan trọng hơn đối với các CTCBXK là việc tích trữ lượng cá chế biến đủ lớn để khắc phục tính thời vụ trong xuất khẩu. Do vậy, việc đầu tư xây dựng kho lạnh để trữ cá chế biến trở nên rất cần thiết cho việc đáp ứng nhanh và kịp thời nhu cầu của thị trường xuất khẩu. Lượng cung các sản phẩm giá trị gia tăng từ nguyên liệu cá Tra và Ba Sa sẽ gia tăng do nhu cầu tiêu dùng trong và ngoài nước gia tăng, cộng với xu hướng giảm giá thành chế biến sản phẩm cá phi lê của các CTCBXK.

3.3 Về mặt thị trường

Thị trường xuất khẩu sẽ tiếp tục gia tăng tại một số nước châu Âu và châu Á. Tuy nhiên, thị trường Mỹ vẫn là thị trường đầy hứa hẹn của Việt Nam sau khi vụ kiện được giải quyết. Đứng trên phương diện cạnh tranh quốc tế, có một xu hướng xấu đến lợi thế cạnh tranh của Việt Nam là sự tăng cường đầu tư và phát triển sản xuất ngành sản xuất này ở một số nước có điều kiện nuôi cá tra và ba sa như: Thái Lan, Bangladesh, Trung Quốc và Mỹ. Xu hướng này sẽ dẫn đến một sự sụt giảm trong giá cả xuất khẩu, và do vậy đòi hỏi cả người nuôi và các CTCBXK cần có một chiến lược hướng tới việc giảm chi phí sản xuất và chế biến, tăng năng suất, nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường các hình thức liên kết giữa người nuôi và các CTCBXK và giữa những người nuôi với nhau. Thông qua khảo sát cho thấy sự nối kết này đã bắt đầu có những dấu hiệu tích cực, được thể hiện qua sự thay đổi hành vi mua, bán giữa họ từ hình thức gián tiếp qua lực lượng thu gom sang hình thức mua, bán trực tiếp, và do vậy trong ngắn hạn, vai trò phân phối của lực lượng thu gom sẽ bị thu hẹp.

4 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG

4.1 Tạo môi trường kinh doanh hoàn hảo

Thông qua việc thiết lập hệ thống thông tin thị trường cho các tỉnh có diện tích nuôi lớn trong ngắn hạn và một hệ thống thông tin thị trường chung cho vùng

ĐBSCL trong dài hạn. Hệ thống này được xem là sản phẩm công, do vậy cần được sự đầu tư từ nguồn ngân sách của nhà nước cũng như sự đóng góp của các tác nhân trên kênh ngành hàng.

4.2 Nâng cao năng lực sản xuất và chế biến

Thông qua việc tổ chức các lớp tập huấn về kiến thức nuôi cá sạch và thị trường cho người nuôi và các tác nhân khác trên kênh thị trường. Thêm vào đó, cần cải thiện hoạt động của các hiệp hội nghề cá ở các tỉnh để hỗ trợ cho người nuôi trong việc tổ chức sản xuất và nối kết với các doanh nghiệp chế biến. Ngoài ra, do đặc tính thời vụ của sản phẩm và thị trường giữa các tỉnh có nuôi cá Tra nên xây dựng dự án kêu gọi đầu tư kho lạnh dự trữ sản phẩm chế biến để đáp ứng kịp thời nhu cầu của thị trường, cũng như tạo sự ổn định sản xuất cho người nuôi.

4.3 Mở rộng thị trường trong nước và phát triển mô hình nối kết nông dân với thị trường

Tăng cường việc chế biến các sản phẩm GTGT để trước hết cung cấp cho thị trường trong nước và kế đó để vươn tới thị trường nước ngoài thông qua các đối tượng khách du lịch đến Việt Nam ngày càng tăng. Đồng thời với việc phát triển sản phẩm này thì việc củng cố lại kênh phân phối và tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại cũng nên được tiến hành. Ngoài ra, việc nghiên cứu và phát triển các mô hình nối kết giữa người nuôi và các CTCBXK, cũng như giữa các công ty với nhau nên được thực hiện để tạo sự ổn định trong sản xuất, chế biến và xuất khẩu.

4.4 Qui hoạch vùng nguyên liệu và đầu tư, phát triển thị trường cá giống sạch bệnh và thức ăn

Với nhu cầu thị trường trong và ngoài nước gia tăng như đã được phân tích, rất có khả năng xảy ra tình trạng vượt cung sản phẩm do người nuôi mở rộng diện tích nuôi. Do vậy, các tỉnh trong ĐBSCL có nuôi cá Tra nên cùng nhau xây dựng một vùng nguyên liệu cho cả khu vực nói chung và trong nội bộ của từng tỉnh. Đồng thời, do xu hướng hội nhập kinh tế với nhiều hàng rào kỹ thuật của các nước nhập khẩu, cũng như tiềm năng cạnh tranh quốc tế gia tăng, nên các tỉnh cần đầu tư và phát triển có kiểm soát thị trường cá giống sạch bệnh và thức ăn cho cá nhằm đáp ứng nhu cầu về chất lượng từ phía người mua và giảm chi phí sản xuất cho người nuôi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo cáo hàng năm (1997-2005) của các sở Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn ở Đồng bằng sông Cửu Long
- Báo cáo kết quả nghiên cứu thủy sản của tỉnh An Giang, 2004
- Bản tin thương mại số 1 đến số 52/2005 và từ số 1 đến số 8/2006 của VASEP
- Báo cáo hàng năm (1997-2005) của Sở Thương Mại tỉnh An Giang
- J.A.Young, NP Son, Market Study of Cultured Pangasius from the Mekong Delta, Vietnam, 2002