

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG THỦY SẢN  
CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2035**

*Tô Việt Anh<sup>1</sup>*

*Thủy sản là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, không chỉ đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu chung mà còn khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ thương mại thủy sản toàn cầu. Trong giai đoạn 2018 - 2024, thủy sản Việt Nam đã có những bước phát triển ấn tượng và vươn lên trở thành một trong số các ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm 4 - 5% GDP của cả nước, góp phần tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho hàng triệu lao động. Giai đoạn 2018 - 2024, xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam có xu hướng gia tăng về kim ngạch, đa dạng hóa về sản phẩm và mở rộng thị trường xuất khẩu... Bên cạnh những kết quả đạt được, xuất khẩu hàng thủy sản còn một số hạn chế như: chất lượng sản phẩm chưa ổn định, sức cạnh tranh kém, phụ thuộc vào một số thị trường lớn... Vì vậy, bài viết phân tích thực trạng xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024 và đưa ra các giải pháp phát triển xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam đến năm 2035.*

**Từ khóa:** *Hội nhập; Thủy sản; Thương mại; Xuất khẩu.*

**1. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024**

Việt Nam khẳng định vị trí là một trong những quốc gia xuất khẩu hàng thủy sản hàng đầu thế giới. Tính đến năm 2024, Việt Nam đã xuất khẩu hàng thủy sản đến hơn 170 quốc gia và vùng lãnh thổ, là một trong 3 quốc gia xuất khẩu hàng thủy sản lớn nhất thế giới, có kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng trưởng, đạt 10.040,0 triệu USD vào năm 2024. Những mặt hàng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là tôm, cá tra, cá ngừ, mực, bạch tuộc, cua ghẹ và các thủy sản khác.

**1.1. Kết quả đạt được**

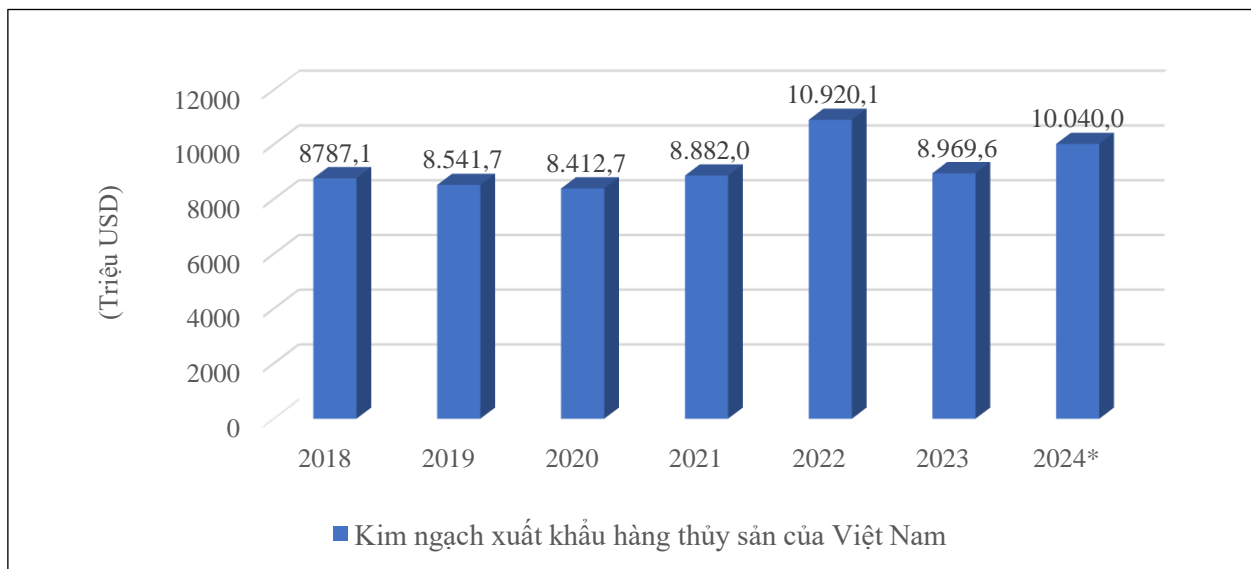
*Thứ nhất, kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam có xu hướng gia tăng trong giai đoạn 2018 - 2024:* Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản tăng từ 8.787,1 triệu USD năm 2018 lên 10.040,0 triệu USD năm 2024 (Hình 1). Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản đạt bình quân 2,74%/năm.

*Thứ hai, xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam duy trì vị trí top đầu trên thế giới:* Việt Nam tiếp tục nằm trong nhóm 3 quốc gia xuất khẩu hàng thủy sản lớn nhất thế giới, sau Trung Quốc và Na Uy. Dẫn đầu về xuất khẩu cá tra (chiếm hơn 90% thị phần toàn cầu) và duy trì vị trí cao trong xuất khẩu tôm, cạnh tranh trực tiếp với Ecuador và Ấn Độ.

*Thứ ba, đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu:* Trong giai đoạn 2018 - 2024, Việt Nam đã có những nỗ lực lớn trong việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu hàng thủy sản nhằm giảm phụ thuộc vào các thị trường truyền thống và mở rộng cơ hội tại các khu vực thị trường mới như: Châu Phi, Trung Đông và Nam Mỹ. Bên cạnh đó, Việt Nam không chỉ tập trung vào các mặt hàng truyền thống (tôm, cá tra) mà còn mở rộng danh mục xuất khẩu sang

<sup>1</sup> Nghiên cứu viên, Phòng Nghiên cứu chiến lược, chính sách thương mại - Viện Nghiên cứu chiến lược, chính sách Công Thương.

các mặt hàng như mực, bạch tuộc, cá ngừ, cá com và các sản phẩm chế biến sẵn. Việc đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu không chỉ giúp ngành thủy sản Việt Nam giảm rủi ro từ các thị trường lớn mà còn nâng cao giá trị xuất khẩu, góp phần ổn định kim ngạch trong bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động.



**Hình 1. Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024**

\* Sơ bộ

Nguồn: Tổng cục Hải quan

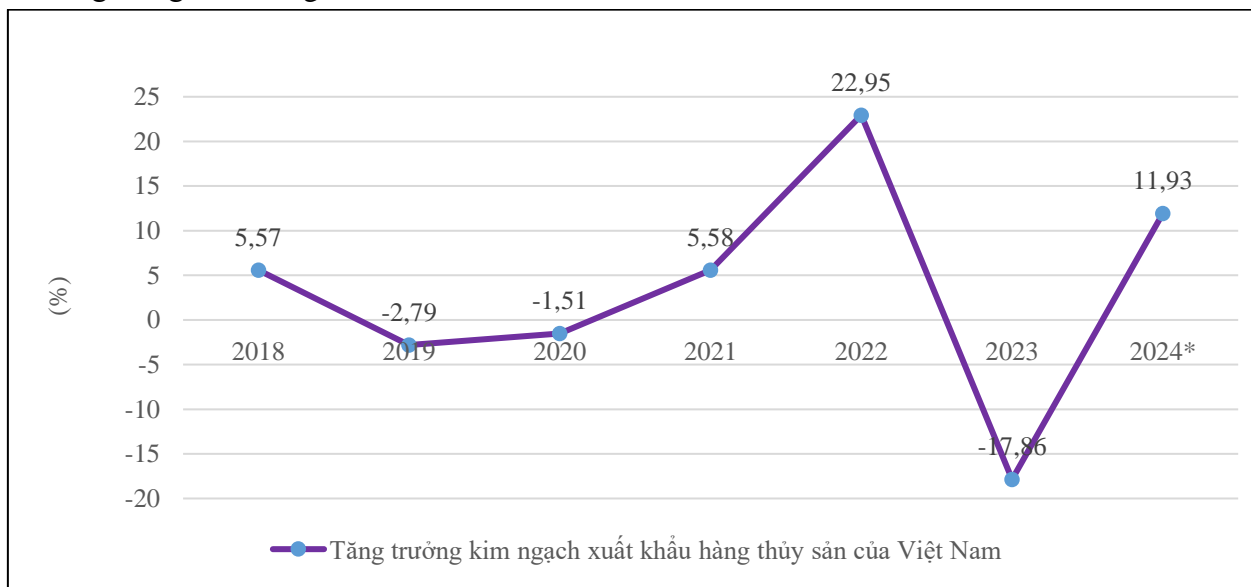
*Thứ tư, tích cực đổi mới công nghệ và nâng cao giá trị:* Áp dụng công nghệ sản xuất hiện đại như công nghệ sinh học và công nghệ nuôi trồng thông minh (Hệ thống tuần hoàn nước RAS, Cảm biến IoT và Big Data). Kết hợp với cải tiến trong chế biến và bảo quản, cùng với đó là đổi mới khâu quản lý chất lượng và truy xuất nguồn gốc (áp dụng các chứng nhận như ASC, MSC, HACCP, và VietGAP) đảm bảo sản phẩm đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt từ thị trường quốc tế. Ví dụ, nhờ việc đáp ứng các tiêu chuẩn như GlobalGAP và ASC, tôm Việt Nam đã xuất khẩu thành công sang Mỹ, EU và Nhật Bản. Năm 2022, Việt Nam vượt qua Ecuador và Ấn Độ để trở thành nhà cung cấp tôm hàng đầu cho thị trường Nhật Bản. Cũng vào năm đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đạt mức kỷ lục 10.920,1 triệu USD, khẳng định vai trò của ngành thủy sản trong nền kinh tế Việt Nam và trên thị trường quốc tế. Việc đổi mới công nghệ không chỉ giúp nâng cao giá trị sản phẩm mà còn đảm bảo phát triển bền vững, đáp ứng được các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe từ thị trường toàn cầu.

## **1.2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân**

Bên cạnh những kết quả đạt được, xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024 còn những tồn tại, hạn chế sau:

*Thứ nhất, tăng trưởng xuất khẩu hàng thủy sản còn thấp và nhiều biến động:* Năm 2018, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đạt mức tăng trưởng 5,57%, tuy nhiên đến năm 2019 và 2020 lại có mức tăng trưởng âm (lần lượt là -2,79% và -1,51%). Năm 2022, xuất khẩu đạt mức tăng trưởng ấn tượng (22,95%) nhờ mở rộng thị trường và sự bùng nổ về nhu cầu đối với các sản phẩm thủy sản chế biến. Đến năm 2023, kim ngạch xuất khẩu thủy sản giảm 17,86%, nguyên

nhân do sự suy giảm nhu cầu tại các thị trường lớn (Mỹ, EU), cạnh tranh từ các quốc gia khác như Ecuador và Ấn Độ, cùng với tác động từ chi phí sản xuất tăng cao và những hạn chế liên quan đến môi trường cũng như biến đổi khí hậu. Mặc dù tăng trưởng xuất khẩu hàng thủy sản đã có sự phục hồi tích cực trong năm 2024 (tăng 11,93% so với năm 2023), những thách thức lâu dài mà xuất khẩu thủy sản phải đối mặt vẫn còn tồn tại, đặc biệt là việc duy trì sự ổn định và nâng cao giá trị trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.



**Hình 2. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024**

\* Sơ bộ      Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của Tổng cục Hải quan

Thứ hai, xuất khẩu hàng thủy sản còn bị phụ thuộc vào một số thị trường lớn: Một trong những hạn chế lớn nhất của xuất khẩu thủy sản Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024 là sự phụ thuộc vào các thị trường truyền thống như Mỹ, EU, Nhật Bản, và Trung Quốc. Các thị trường này chiếm trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu, khiến xuất khẩu thủy sản dễ tổn thương trước biến động của kinh tế và thương mại toàn cầu. Việc EU áp dụng "thẻ vàng" IUU từ năm 2017 tiếp tục làm giảm lượng thủy sản khai thác xuất khẩu vào khu vực này. Đồng thời, lạm phát cao tại Mỹ và EU trong năm 2022 và 2023 khiến nhu cầu tiêu dùng giảm mạnh, ảnh hưởng trực tiếp đến tăng trưởng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Thứ ba, chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu chưa cao và nguồn cung chưa ổn định: Mặc dù kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ trở lại đạt 10.040,0 triệu USD vào năm 2024, nhưng giá trị gia tăng của sản phẩm vẫn chưa đạt mức kỳ vọng. Phần lớn sản phẩm xuất khẩu là nguyên liệu đông lạnh hoặc chế biến sơ cấp, với tỷ trọng sản phẩm chế biến sâu chỉ chiếm khoảng 25 - 30% tổng kim ngạch. Điều này làm giảm lợi thế cạnh tranh so với các nước khác, nơi các sản phẩm chế biến cao cấp như Nhật Bản và Thái Lan đã chiếm lĩnh thị trường cao cấp với giá trị gia tăng cao hơn. Bên cạnh đó, nguồn cung nguyên liệu thủy sản của Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Sản lượng khai thác thủy sản tự nhiên chỉ đạt khoảng 3,5 triệu tấn/năm, nhưng tình trạng khai thác quá mức và ô nhiễm môi trường đã làm suy giảm chất lượng nguồn lợi. Trong nuôi trồng, sản lượng đạt trên 4,8 triệu tấn/năm,

nhưng chi phí đầu vào cao và ảnh hưởng từ dịch bệnh thường xuyên khiến khả năng cung cấp nguyên liệu không ổn định. Đặc biệt, biến đổi khí hậu đang gây ra nhiều tác động tiêu cực đến môi trường nước, ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất nuôi trồng.

*Thứ tư, cạnh tranh quốc tế khốc liệt và những rào cản thương mại:* Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các nước xuất khẩu hàng thủy sản lớn như Ấn Độ, Ecuador và Thái Lan. Trong khi Ecuador gia tăng đáng kể xuất khẩu tôm sang Mỹ, với sản lượng đạt hơn 350.000 tấn vào năm 2022, thì Ấn Độ tận dụng lợi thế chi phí sản xuất thấp hơn để cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm thủy sản của Việt Nam. Điều này làm giảm thị phần của các mặt hàng chủ lực như tôm và cá tra trên thị trường quốc tế. Hơn nữa, các rào cản thương mại ngày càng trở nên khắt khe, đặc biệt tại các thị trường lớn như Mỹ, EU và Nhật Bản. Các yêu cầu nghiêm ngặt về truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Một số lô hàng thủy sản đã bị trả về từ EU do vượt ngưỡng dư lượng hóa chất. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp có lô hàng bị trả về mà còn làm tổn hại đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam và ảnh hưởng đến uy tín của thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

*Thứ năm, chi phí sản xuất tăng cao và liên kết chuỗi giá trị chưa chặt chẽ:* Trong giai đoạn 2018 - 2024, giá thức ăn nuôi trồng thủy sản tăng trung bình 15 - 20%, kéo theo chi phí sản xuất tăng cao, làm giảm sức cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam. Chi phí sản xuất tôm tại Việt Nam cao hơn khoảng 25% so với Ecuador, khiến sản phẩm Việt Nam khó cạnh tranh về giá. Ngoài ra, giá năng lượng và chi phí lao động cũng tăng, tạo áp lực lớn lên lợi nhuận của doanh nghiệp. Liên kết giữa các khâu trong chuỗi cung ứng, từ sản xuất nguyên liệu, chế biến đến xuất khẩu vẫn lỏng lẻo. Nhiều hộ nuôi trồng nhỏ lẻ chưa có sự phối hợp chặt chẽ với các nhà máy chế biến, dẫn đến tình trạng nguyên liệu không ổn định về chất lượng và giá cả. Sự thiếu đồng bộ này ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của toàn bộ chuỗi giá trị thủy sản và khả năng cạnh tranh của thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

*Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế trong xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2018 - 2024:*

- Sự biến động của kinh tế và thương mại quốc tế đã tạo ra những thách thức lớn đối với xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2024. Xung đột thương mại Mỹ - Trung khởi phát vào năm 2018 đặt ra những rủi ro lớn. Việc Mỹ áp thuế cao đối với hàng hóa Trung Quốc đã thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu từ các quốc gia khác, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, điều này cũng gây áp lực lớn khi Trung Quốc tìm cách đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang các thị trường mà Việt Nam đang khai thác, tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt hơn. Cuối năm 2019, dịch bệnh bùng phát trên thế giới đã làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, làm cho hoạt động xuất khẩu hàng thủy sản đối mặt với hàng loạt khó khăn. Ngoài ra, năm 2022 và 2023 lạm phát cao tại Mỹ và EU kéo theo sự suy giảm chi tiêu của người tiêu dùng. Đây là hai thị trường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam, nên những biến động này đã gây tác động tiêu cực đáng kể đến xuất khẩu thủy sản. Đặc biệt, EU còn tiếp tục duy trì "thẻ vàng" IUU đối với ngành khai thác thủy sản Việt Nam, làm giảm khả năng cạnh tranh của các sản phẩm xuất khẩu vào khu vực này. Bên cạnh đó, xung đột giữa Nga và Ukraina năm 2022 đã làm tăng

giá năng lượng toàn cầu, dẫn đến chi phí sản xuất và vận chuyển tăng mạnh. Đồng thời, các quốc gia nhập khẩu chuyển hướng ưu tiên tiêu thụ các sản phẩm thiết yếu với giá thành thấp, thay vì các sản phẩm thủy sản chế biến cao cấp từ Việt Nam. Những thay đổi này đã ảnh hưởng đến cấu trúc sản phẩm xuất khẩu, buộc nhiều doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược. Biến đổi khí hậu toàn cầu cũng tác động sâu sắc đến sản xuất và xuất khẩu thủy sản. Nhiệt độ nước biển tăng cao, hiện tượng xâm nhập mặn và thời tiết bất thường đã ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất nuôi trồng. Những thay đổi này không chỉ làm giảm sản lượng mà còn đe dọa chất lượng nguồn nguyên liệu, gây khó khăn trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của các thị trường lớn.

- Hệ thống chính sách và pháp luật hỗ trợ xuất khẩu thủy sản Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, gây ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành. Việc quản lý khai thác thủy sản chưa đồng bộ khiến EU duy trì "thẻ vàng" IUU, trong khi các chính sách hỗ trợ đổi mới công nghệ và phát triển vẫn thiếu hiệu quả, chưa thu hút được đầu tư mạnh mẽ từ doanh nghiệp. Bên cạnh đó, quy hoạch vùng nuôi trồng chưa gắn kết chặt chẽ với hạ tầng chế biến và logistics, làm tăng chi phí sản xuất và giảm sức cạnh tranh. Ngoài ra, hệ thống kiểm soát an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc chưa đáp ứng yêu cầu khắt khe của các thị trường quốc tế, dẫn đến nguy cơ bị cảnh báo hoặc từ chối nhập khẩu. Những hạn chế này đòi hỏi sự cải cách toàn diện để nâng cao hiệu quả và tính bền vững của ngành thủy sản Việt Nam.

- Hạn chế trong cơ sở hạ tầng chế biến và logistics cũng gây ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của ngành xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2024. Hệ thống chế biến thủy sản tại nhiều địa phương còn lạc hậu, phân tán, và thiếu đầu tư đồng bộ, đặc biệt ở các vùng nuôi trồng trọng điểm. Nhiều nhà máy chế biến quy mô nhỏ chưa đủ điều kiện áp dụng công nghệ hiện đại, dẫn đến hiệu suất thấp và không đảm bảo các tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng logistics như kho lạnh, hệ thống vận chuyển và cảng biển chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành, làm tăng chi phí bảo quản và vận chuyển. Những hạn chế này không chỉ làm giảm khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủy sản Việt Nam mà còn gây khó khăn trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu.

- Các tiêu chuẩn khắt khe từ các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản và Trung Quốc đã tạo ra những thách thức lớn cho ngành xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam, bao gồm việc tăng chi phí sản xuất và kiểm soát chất lượng, rủi ro bị cảnh báo hoặc từ chối hàng hóa và áp lực cạnh tranh gay gắt từ các quốc gia có công nghệ tiên tiến. Đồng thời, yêu cầu về truy xuất nguồn gốc và chứng nhận bền vững cũng hạn chế khả năng mở rộng thị phần tại các thị trường cao cấp. Tuy nhiên, các tiêu chuẩn này cũng thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam đổi mới công nghệ, cải tiến sản phẩm và phát triển theo hướng bền vững, góp phần nâng cao giá trị và uy tín của thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

## **2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam đến năm 2035**

### ***2.1. Giải pháp về phía Nhà nước***

(1) *Hoàn thiện khung chính sách và quy định pháp lý về xuất khẩu hàng thủy sản:* Tiếp tục rà soát, sửa đổi và bổ sung các chính sách quản lý xuất khẩu, đảm bảo tính đồng bộ, minh

bach, và phù hợp với cam kết quốc tế. Việc xây dựng các tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế là một bước quan trọng để thủy sản Việt Nam vượt qua rào cản kỹ thuật tại các thị trường khó tính như Mỹ, EU và Nhật Bản. Bên cạnh đó, cần triển khai các chính sách hỗ trợ xây dựng thương hiệu quốc gia, trong đó tập trung vào các sản phẩm chủ lực như cá tra, tôm và hải sản chế biến.

(2) *Đổi mới mô hình sản xuất và khai thác thủy sản bền vững*: Tái cơ cấu ngành thủy sản theo hướng bền vững, đặc biệt là trong nuôi trồng và khai thác. Quy hoạch các vùng nuôi trồng tập trung, ứng dụng công nghệ cao, và đạt các tiêu chuẩn quốc tế như GlobalGAP, ASC không chỉ giúp nâng cao năng suất mà còn đáp ứng các yêu cầu về môi trường. Trong khai thác, cần giảm dần hoạt động đánh bắt gần bờ, đồng thời triển khai các chương trình bảo tồn nguồn lợi thủy sản nhằm đảm bảo phát triển bền vững.

(3) *Tăng cường đầu tư cho hạ tầng và công nghệ chế biến*: Để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng thủy sản xuất khẩu, việc đầu tư cho công nghệ chế biến hiện đại và phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng là điều cấp thiết. Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn ưu đãi để nhập khẩu máy móc, công nghệ chế biến sâu, đồng thời nâng cấp hệ thống kho lạnh, cảng cá và logistics để đảm bảo chất lượng sản phẩm trong suốt chuỗi cung ứng.

(4) *Mở rộng thị trường xuất khẩu và đàm phán quốc tế*: Tăng cường đàm phán mở cửa thị trường, đặc biệt trong các FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và RCEP. Việc thiết lập các thỏa thuận công nhận lẫn nhau về kiểm dịch và tiêu chuẩn chất lượng sẽ giúp giảm thiểu các rào cản phi thuế quan, tạo điều kiện cho thủy sản Việt Nam tiếp cận dễ dàng hơn với các thị trường khó tính. Ngoài ra, cần phát huy hiệu quả vai trò của các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài trong việc hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác và quảng bá sản phẩm.

(5) *Đẩy mạnh xúc tiến thương mại và phát triển thương hiệu quốc gia*: Triển khai các chương trình xúc tiến thương mại quy mô lớn, tập trung quảng bá thương hiệu thủy sản Việt Nam tại các thị trường quốc tế. Xây dựng một chiến lược thương hiệu tổng thể không chỉ giúp nâng cao giá trị cho các sản phẩm thủy sản mà còn khẳng định vị thế của ngành thủy sản Việt Nam trên bản đồ thương mại toàn cầu.

### **2.2. Giải pháp về phía Doanh nghiệp**

(1) *Đầu tư vào nâng cao chất lượng và áp dụng tiêu chuẩn quốc tế*: Đẩy mạnh áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế như ASC, BAP hoặc GlobalGAP trong sản xuất, nuôi trồng và chế biến thủy sản. Việc kiểm soát chất lượng chặt chẽ ngay từ giai đoạn nguyên liệu đến thành phẩm sẽ giúp sản phẩm đáp ứng yêu cầu khắt khe về an toàn thực phẩm của các thị trường xuất khẩu. Đồng thời, doanh nghiệp cần tập trung phát triển các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm chế biến sâu nhằm gia tăng giá trị và sự khác biệt cho sản phẩm.

(2) *Ứng dụng công nghệ hiện đại trong chế biến và bảo quản*: Tăng cường đầu tư vào công nghệ chế biến hiện đại để tối ưu hóa quy trình sản xuất, từ đó giảm chi phí, tăng hiệu suất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Việc phát triển các dòng sản phẩm chế biến sâu như thủy sản đông lạnh, đồ hộp, hoặc thực phẩm chế biến sẵn sẽ giúp đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường quốc tế.

(3) *Chủ trọng xây dựng thương hiệu và chỉ dẫn địa lý*: Để bảo vệ và nâng cao giá trị thương hiệu, doanh nghiệp cần thực hiện các biện pháp đăng ký nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Đặc biệt, với những sản phẩm đã có chỗ đứng trên thị trường quốc tế như tôm và cá tra, việc xây dựng thương hiệu mạnh sẽ giúp doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh và định vị vững chắc hơn.

(4) *Tận dụng hiệu quả các FTA thế hệ mới*: Chủ động tìm hiểu và tận dụng tối đa ưu đãi từ các FTA, đặc biệt là các ưu đãi về thuế quan trọng như CPTPP, EVFTA và RCEP. Việc chuẩn bị hồ sơ đầy đủ và chính xác để xin cấp giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) sẽ giúp sản phẩm hưởng mức thuế ưu đãi, tạo lợi thế cạnh tranh tại các thị trường nhập khẩu.

(5) *Tăng cường xúc tiến thương mại và kết nối thị trường*: Tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm quốc tế để tìm kiếm đối tác và mở rộng mạng lưới thị trường. Đồng thời, cần tích cực hợp tác với các cơ quan xúc tiến thương mại, hiệp hội ngành hàng và các Thương vụ Việt Nam để nâng cao hiệu quả xúc tiến và kết nối thị trường. Việc nghiên cứu kỹ lưỡng các tiêu chuẩn, quy định nhập khẩu và văn hóa kinh doanh của từng thị trường cũng là yếu tố quyết định để doanh nghiệp thành công trong xuất khẩu./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cảnh Kỳ (2023), “Việt Nam lọt top 3 nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới”, <https://cafef.vn/>, đăng ngày 14-01-2023.
2. Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (2024), *Báo cáo Kết quả sản xuất, xuất khẩu thủy sản 2023 - cơ hội, thách thức trong 2024 và các kiến nghị giải pháp củng cố, gia tăng năng lực cạnh tranh ngành hàng*, Tp. Hồ Chí Minh – 09/01/2024.
3. Nguyễn Hường (2023), “Đẩy mạnh xúc tiến thương mại - Nỗ lực phục hồi đà tăng trưởng xuất khẩu thủy sản”, <https://moit.gov.vn/>, đăng ngày 31-10-2023.
4. “01/BC-VASEP: Báo cáo Kết quả sản xuất, xuất khẩu thủy sản 2023 - cơ hội, thách thức trong 2024 và các kiến nghị giải pháp củng cố, gia tăng năng lực cạnh tranh ngành hàng”, <https://vasep.com.vn/>, đăng ngày 09-01-2024.
5. Website của Tổng cục Hải quan Việt Nam, <http://www.gso.gov.vn/>
6. Website của Trung tâm Thương mại Quốc tế, ITC <http://www.trademap.org/>