



# Phát triển bền vững chuỗi giá trị ngành hàng tôm ở Việt Nam



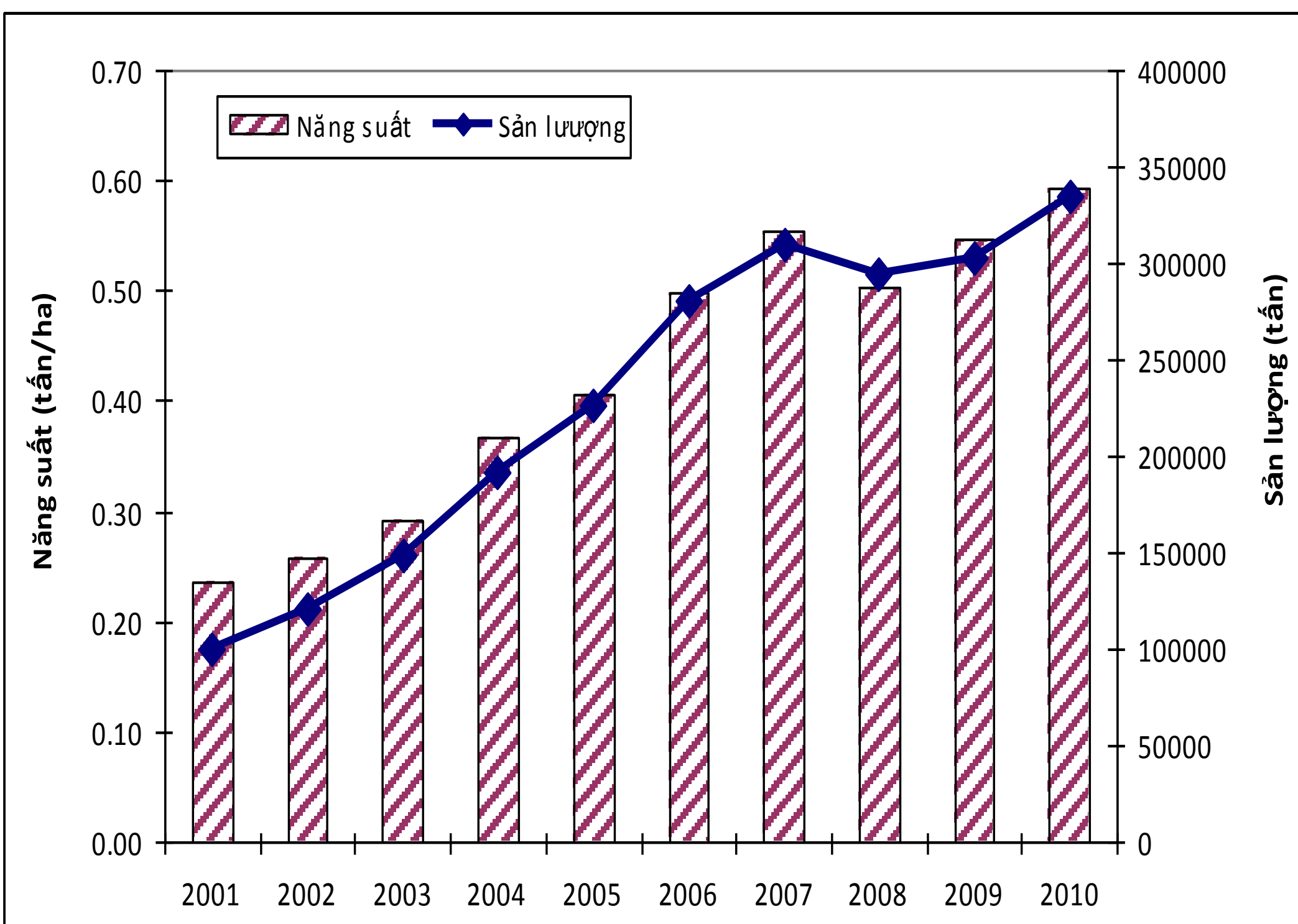
UNIVERSITY OF STIRLING

### Dự án SEAT là gì?

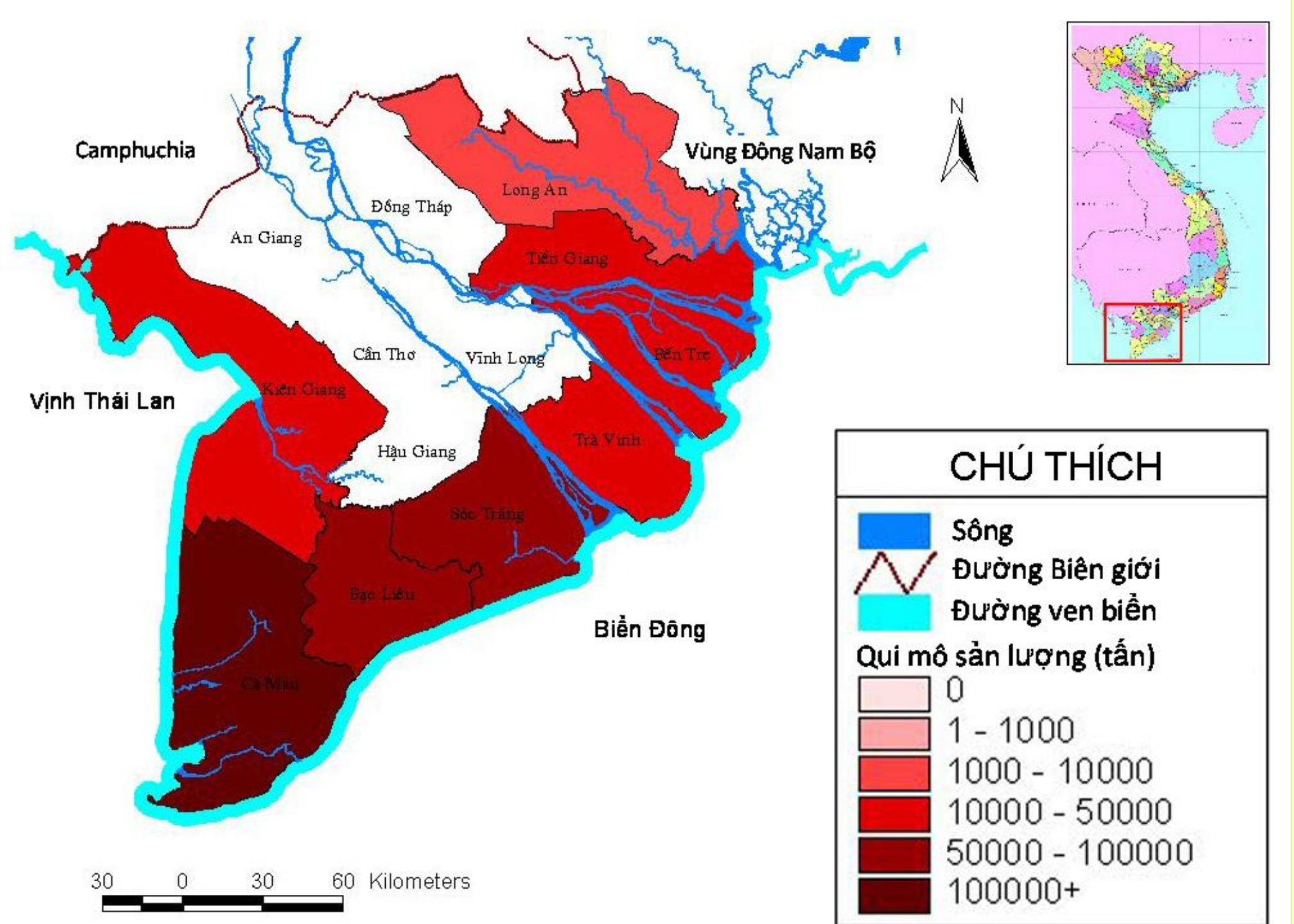
- Dự án phát triển nuôi trồng thủy sản theo chuẩn thương mại (SEAT) nghiên cứu tại bốn Quốc gia châu Á sản xuất thủy sản chính trên thế giới đó là Trung Quốc, Bangladesh, Thái Lan và Việt Nam.
- Tại Việt Nam, dự án SEAT được thực hiện bởi Trường Đại học Cần Thơ, và hiện đang tập trung vào nghiên cứu các bên liên quan dọc theo chuỗi giá trị ngành hàng tôm để tìm hiểu và nhận diện các vấn đề phát triển bền vững liên quan đến việc sản xuất và thương mại ngành hàng này (trong phạm vi Việt Nam và Quốc tế).
- Poster này được hoàn thành dựa trên kết quả nghiên cứu trong 02 năm với các bên liên quan trong chuỗi giá trị.

### Nuôi tôm ở Việt Nam

- Ngành hàng tôm ở ĐBSCL giữ một vai trò quan trọng trong lĩnh vực NTTS của Việt Nam, năm 2010 ngành công nghiệp tôm sú tại vùng ĐBSCL đã chiếm 88% diện tích nuôi và 65% sản lượng tôm sú cả nước.
- Hệ thống trang trại nuôi tôm đã phát triển nhanh chóng cả về diện tích và sản lượng nuôi trong những năm gần đây.



- Cà Mau, Bạc Liêu và Sóc Trăng là các tỉnh chủ lực trong phát triển nuôi tôm sú, và đã đóng góp khoảng 76% tổng sản lượng tôm sú nuôi cả nước năm 2010 (xem Bản đồ).



### Hệ thống sản xuất

- Hệ thống nuôi Tôm ở ĐBSCL (năm 2010):
  - Hệ thống nuôi đầu tư thấp bao gồm Tôm kết hợp trong rừng ngập mặn, hoặc nuôi tôm trên ruộng lúa: mật độ ~3-6 PL/m<sup>2</sup> → năng suất đạt ~250-700 kg/ha. Hệ thống này chiếm khoảng 90% tổng diện tích tôm nuôi và sản xuất được 62% tổng sản lượng tôm nuôi.
  - Hệ thống nuôi bán thâm canh: mật độ ~10-15 PL/m<sup>2</sup> → năng suất đạt ~1,0-2,0 tấn/ha. Hệ thống này chỉ đóng góp 2% tổng diện tích nuôi và khoảng 4% tổng sản lượng tôm nuôi.
  - Hệ thống nuôi thâm canh: mật độ ~20-40 PL/m<sup>2</sup> → năng suất đạt ~2,5-6 tấn/ha. Hệ thống này chiếm khoảng 8% tổng diện tích và đóng góp 34% tổng sản lượng tôm nuôi. Vùng sản xuất tập trung chủ yếu ở tỉnh Sóc Trăng và Bạc Liêu.

**Chúng tôi mong muốn bạn tham gia với dự án!**

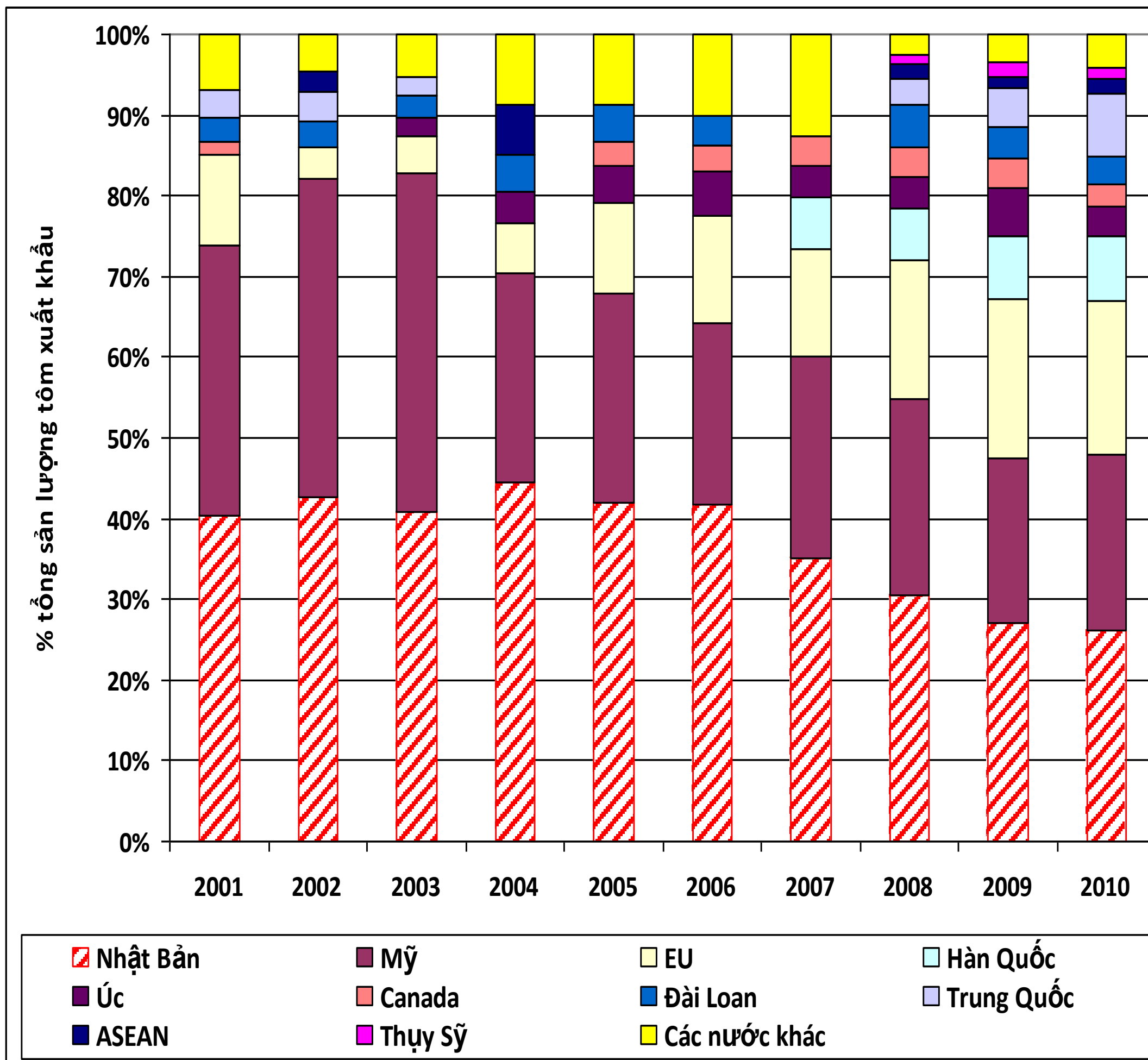
- ✓ Năm tới, dự án SEAT muốn làm việc với các bên liên quan trong chuỗi giá trị để giải quyết các vấn đề về phát triển bền vững quan tâm.
- ✓ Nếu bạn muốn trở thành đối tác trong các hoạt động nghiên cứu "trọng điểm" hoặc nếu bạn có các đóng góp thêm gì cho Poster này thì vui lòng liên hệ với chúng tôi.

### Các thông tin thêm

- o Dự án SEAT (giai đoạn: 2009-2013) được tài trợ bởi Chương trình công việc số 7 và được điều phối bởi Trường Đại học Stirling, Vương quốc Anh.
- o Liên hệ BQL địa phương: PGS.TS. Nguyễn Thanh Phương (DD: 0913870344; Email: [ntphuong@ctu.edu.vn](mailto:ntphuong@ctu.edu.vn)); TS. Vũ Nam Sơn (DD: 0939480663; Email: [vnson@ctu.edu.vn](mailto:vnson@ctu.edu.vn))
- o Liên hệ BQL dự án: TS. Francis Murray (Email: [fjm3@stir.ac.uk](mailto:fjm3@stir.ac.uk)); hoặc xem trên websites: [www.seat.ctu.edu.vn](http://www.seat.ctu.edu.vn) và [www.seatglobal.eu](http://www.seatglobal.eu)
- o Địa chỉ: Khoa Thủy Sản, Đại học Cần Thơ, Khu 2, Đường 3/2, Quận Ninh Kiều, Tp.Cần Thơ, Việt Nam

### Thị trường & xuất khẩu

- Tôm nuôi đã gia tăng nhanh trong việc đóng góp vào tỷ trọng xuất khẩu thủy sản Việt Nam suốt một thập kỷ vừa qua.
- Năm 2010, sản phẩm tôm xuất khẩu đã đạt 228.813 tấn tương đương khoảng 2 tỷ đô la Mỹ. Xuất khẩu Tôm chiếm 18% về khối lượng và 42% về giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.
- Xu hướng thị trường xuất khẩu Tôm chính từ năm 2001: Thị trường Liên minh Châu Âu trong khi thị trường Nhật Bản và Mỹ có xu hướng giảm.
- Các nước châu Âu nhập khẩu tôm nhiều: Đức, Anh, Pháp và Bỉ.



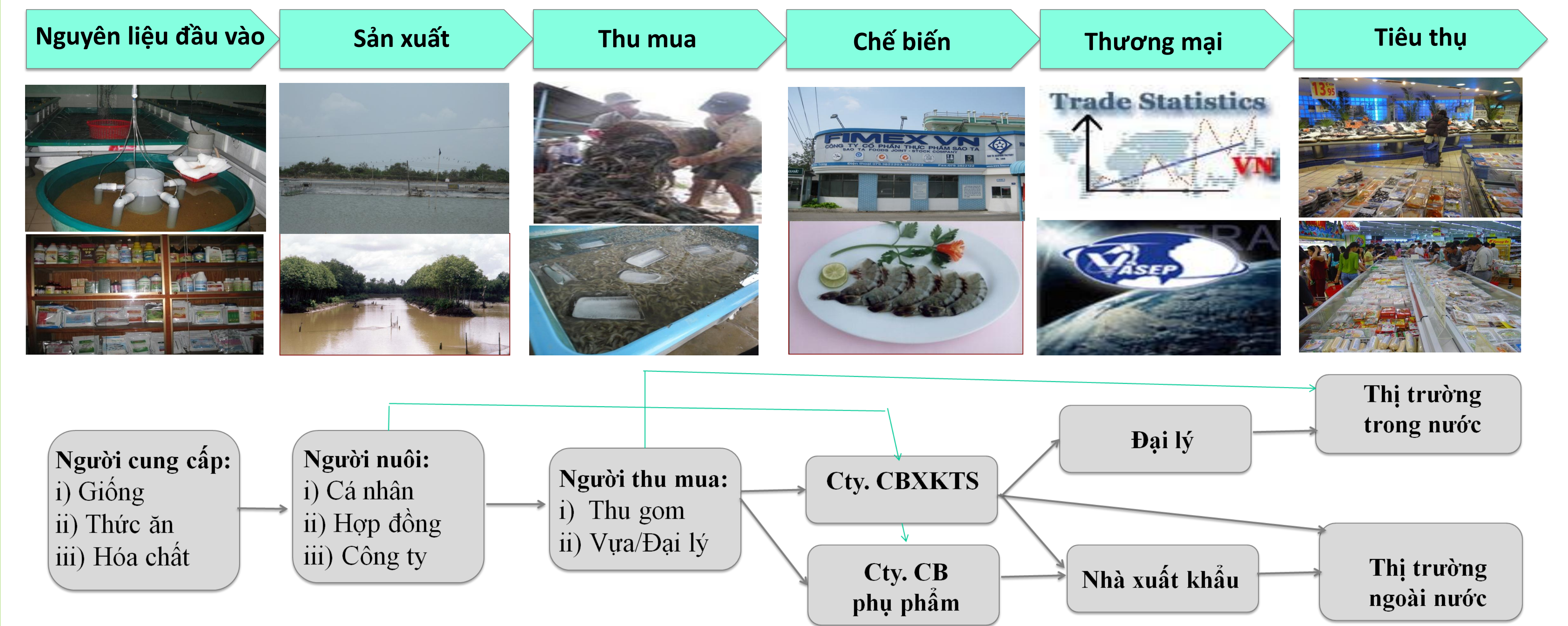
### Khách hàng Châu Âu muốn gì?

- Châu Âu là thị trường tiêu thụ sản phẩm thủy sản lớn nhất trên Thế giới.
- Khoảng 50% sản phẩm thủy sản tiêu thụ ở Châu Âu là từ nhập khẩu.
- Nhật bản là thị trường xuất khẩu lớn nhất các sản phẩm tôm của Việt Nam.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm thủy sản:
  - Nhu cầu đối với thực phẩm tiện lợi: chủ yếu là do thiếu thông kiến thức về sản phẩm, và làm thế nào để chuẩn bị món ăn.
  - Tư tưởng về giá cả: người tiêu dùng muốn chất lượng bền vững nhưng giá thấp.



- Các siêu thị chịu ảnh hưởng lớn bởi các tổ chức phi chính phủ về môi trường (NGOs).
- Số sản phẩm thủy sản còn lại sẽ được tiêu thụ qua lĩnh vực dịch vụ ăn uống như căng tin, nhà hàng, bar, v.v...
- Ở đây có một thị trường với yêu cầu về sản phẩm nuôi hữu cơ và ít thâm canh hóa điều mà trước đây chưa được quan tâm.

### Phân lớp chuỗi giá trị ngành hàng



### Nhận thức của các bên liên quan về các yếu tố tác động đến hoạt động của họ trong tương lai

Khía cạnh	Các yếu tố phát triển bền vững	Nhóm SX Giống	Nhóm nuôi cá	Cung cấp dịch vụ	Nhà máy CBTS	Nhóm quản lý
Môi trường	Hạn chế về nguồn vốn đầu tư		*		*	
	Chi phí đầu vào cao			*		
	Nguồn nguyên liệu không ổn định				*	
	Giá sản phẩm thấp và không ổn định				*	
	Thị trường không ổn định				*	
Xã hội/Tổ chức	Bệnh và dịch hại		*			*
	Quản lý dịch bệnh	*				*
	Tác động tiêu cực về môi trường				*	*
	Chất lượng giống giảm			*		*
Xã hội/Tổ chức	Biến động chất lượng nước và nguồn nước	*	*	*		*
	Mất việc do thị trường không ổn định		*		*	
	Các quy định và chính sách thiếu hiệu quả	*			*	*