

SẢN PHẨM TÔM (HS 160520) – THỊ TRƯỜNG CANADA XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng của người Canada

Mặc dù nhu cầu tiêu thụ thủy sản của cư dân Canada thấp hơn so với các nước châu Âu như Anh, Tây Ban Nha và Pháp, nhưng vẫn khá cao so với một số nước châu Mỹ. Sau khi đạt đỉnh 10,03 kg/người năm 1999, tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người của nước này liên tục giảm do sản lượng khai thác giảm. Các giá trị tương ứng vào năm 2008, 2009 và 2010 là 7,11kg; 7,18kg; và 7,32kg/người. Dự báo, trong thời gian tới, tiêu thụ thủy sản bình quân trên đầu người của Canada sẽ tăng vì người tiêu dùng Canada quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe. Họ nhận thấy thủy sản là thực phẩm có lợi cho sức khỏe, cung cấp nhiều protein và có đủ các acid amin, muối khoáng với các chất vi lượng quan trọng. Theo báo cáo của Liên minh Nuôi trồng Thủy sản Canada (CAIA), 77% người dân Canada ăn thủy sản 1-5 lần/tháng, trong đó có tới 15% ăn 6-10 lần/tháng.

Xu hướng và nhu cầu của người tiêu dùng Canada gần giống Hoa Kỳ, nhưng tiêu dùng bình quân đầu người ở Canada cao hơn đáng kể. Tại thị trường này, hải sản khai thác được ưa chuộng nhất và đang có xu hướng tăng.

Ngày càng nhiều các loại thủy sản sống được đưa vào phục vụ trong các nhà hàng, quầy thực phẩm ở Canada, phổ biến nhất là các loại cá bơn, cá mú, cá chỉ vàng đỏ, cá kiểng và tôm. Một trong những nguyên nhân chính về sự phổ biến dùng thủy sản là người tiêu dùng Canada quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe, dinh dưỡng và văn hóa ẩm thực của các dân tộc khác như người Canada gốc Ấn, Thái Lan, Việt Nam, Trung Quốc. Rất nhiều sản phẩm sử dụng các chất chiết xuất từ hải sản để điều trị các bệnh phổ biến như: loãng xương, huyết áp cao, các bệnh về não.

Hiện, thị trường tôm Canada có xu hướng rất rõ ràng với những yêu cầu về sức khỏe, dinh dưỡng và thuận lợi cho người tiêu dùng. Họ ngày càng quan tâm đến vấn đề nguồn gốc sản phẩm, an toàn vệ sinh thực phẩm; sản phẩm được sản xuất có trách nhiệm và bền vững với môi trường.

Chứng nhận

Đối với người tiêu dùng Canada, dinh dưỡng, độ an toàn, tính tiện lợi và tính bền vững là những tiêu chí hàng đầu đánh giá chất lượng thủy sản. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm chất lượng cao. Thủy sản nhập khẩu vào Canada phải đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm của Canada do Cục giám định thực phẩm Canada (CFIA) cấp phép và phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP. Vì vậy, để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang thị trường tiềm năng này, các nhà xuất khẩu không những phải nâng cao chất lượng sản phẩm để tăng tính cạnh tranh mà cần có chiến lược tiếp thị bài bản, đặc biệt lưu ý đến nhãn mác, thời gian và điều kiện giao hàng, khả năng cung ứng, giá.

Thủy hải sản nhập khẩu vào Canada thường bị tạm giữ đến khi có sự cho phép nhập khẩu của Cục Giám định thực phẩm Canada (CFIA).

Theo quy định hiện hành, nhập khẩu tôm vào Canada không cần có chứng thư vệ sinh do Cục Quản lý Chất lượng Nông Lâm sản và Thủy sản (NAFIQAD) cấp. Tuy nhiên, giữa NAFIQAD và Cục giám định thực phẩm Canada (CFIA) đã ký biên bản thỏa thuận song phương; theo đó, lô hàng nào có chứng thư của NAFIQAD sẽ được giảm tần suất kiểm tra. Vì vậy, khách hàng Canada thường yêu cầu phải có chứng thư của NAFIQAD. Để có

được chứng thư này, doanh nghiệp phải mất 1.200 - 1.500 USD/lô hàng, để kiểm tra các chỉ tiêu vi sinh và kháng sinh. Điều này gây khó cả về thời gian lẫn chi phí cho doanh nghiệp xuất khẩu tôm sang Canada.

Cục giám định thực phẩm Canada áp dụng hệ thống HACCP để kiểm soát dư lượng chất độc hại trên thực phẩm nhập khẩu. Để biết thêm về vai trò của Cục giám định thực phẩm Canada trong việc thực hiện Chương trình Nâng cao An toàn Thực phẩm, nhà nhập khẩu truy cập trang web: www.inspection.gc.ca.

Muốn nhập hàng thủy sản vào Canada, nhà nhập khẩu phải có giấy phép có hiệu lực do CFIA cấp. Do vậy, nhà xuất khẩu nên yêu cầu nhà nhập khẩu xác nhận là đã có một trong 3 giấy tờ sau:

- Giấy phép nhập khẩu cá: cấp cho các nhà nhập khẩu đáp ứng đầy đủ yêu cầu về thu hồi, khiếu nại và kiểm soát qui trình.
- Giấy phép cho nhà nhập khẩu theo QPMI: theo Chương trình quản lý chất lượng (QPMI), nhà nhập khẩu phải tiến hành phân tích tiêu chuẩn hàng nhập khẩu và đệ trình tất cả kết quả cho CFIA.
- Giấy phép cho nhà nhập khẩu theo QPMI nâng cao: Theo Chương trình quản lý chất lượng, nhà nhập khẩu ngoài phân tích tất cả các tiêu chuẩn còn phải tiến hành một vài phân tích chuyên sâu hàng nhập khẩu và đệ trình cho CFIA.

Theo thông báo của Cơ quan Thanh tra thực phẩm Canada (CFIA), kể từ ngày 08/04/2013, một số loài/ dạng sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào Canada dùng làm thực phẩm phải tuân thủ Quy định về Thú y (Health Animals Regulations) của Canada, cụ thể như sau:

- Đối tượng chịu sự điều chỉnh: các loài thủy sản (cá, giáp xác, nhuyễn thể) có mã số HS nằm trong Danh sách nêu tại Phụ lục 1 (gửi kèm) còn sống hoặc đã chết chưa được loại bỏ phụ phẩm và phụ phẩm của các loài này xuất khẩu vào Canada dùng làm thực phẩm. Ví dụ một số trường hợp không thuộc đối tượng điều chỉnh: cá đã loại bỏ nội tạng như cá fillet (fish fillets), tôm chỉ còn đuôi (tail only shrimp), nhuyễn thể đã bỏ vỏ hoàn toàn hoặc một phần (half shell or shucked molluscs).
- Để được xuất khẩu vào Canada các lô hàng thủy sản thuộc đối tượng điều chỉnh nêu trên cần có Giấy phép nhập khẩu (Import permits) do CFIA cấp. Nhà nhập khẩu phải liên hệ với CFIA để đăng ký và được cấp Giấy phép nhập khẩu. Ngoài ra, lô hàng phải kèm theo Chứng thư kiểm dịch (Health certificate) do cơ quan thẩm quyền nước xuất khẩu cấp.
- CFIA cũng đã thông báo thời điểm áp dụng Quy định nêu trên được tính theo ngày cập cảng (không tính theo ngày tàu chạy). Do vậy, các lô hàng thủy sản thuộc đối tượng điều chỉnh nhập khẩu vào Canada kể từ ngày 08/4/2013 phải được kèm theo Chứng thư kiểm dịch.

2. Xu hướng về phong cách sống

Canada xuất khẩu trên 75% hàng thủy sản tới 80 quốc gia trên thế giới. Mặc dù là nước xuất khẩu thủy sản ròng, nhưng ngành thủy sản Canada vẫn không thể đáp ứng nổi nhu cầu trong nước. Mức tiêu thụ thủy sản trên đầu người của Canada khá cao so với một số nước châu Mỹ. Mấy năm gần đây nhập khẩu thủy sản vào nước này vẫn tăng đáng kể, nhất là từ châu Á (Trung Quốc, Thái Lan, Việt Nam, Ấn Độ...); trong đó, tăng mạnh nhất từ Thái Lan, Trung Quốc.

Mấy năm gần đây, Canada tiêu thụ khá nhiều tôm nước ấm (như tôm sú, tôm thẻ chân trắng của các nước Đông Nam Á, Trung Quốc, ...). Bên cạnh đó, người tiêu dùng Canada

ngày càng ưa chuộng sản phẩm thủy sản chế biến, nhất là tôm chế biến và tôm đông lạnh, do tính tiện dụng cao. Trong thực đơn nhiều nhà hàng, các món chế biến từ tôm ngày càng phổ biến. Tuy nhiên, mặt hàng tôm còn vỏ ướp đá hoặc đông lạnh được chuộng hơn cả. Tôm đông lạnh nhập khẩu được người Canada ưa thích cả về hình thức lẫn kích cỡ phổ biến. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn cho sản phẩm chất lượng tốt.

3. Xu hướng trong những phân khúc

Có một sự khác biệt rất lớn giữa các sản phẩm đã có nhãn mác và nhãn hiệu riêng biệt. Tôm đã có nhãn mác đặc biệt rất quan trọng trong phân khúc sản phẩm đông lạnh và đã được chế biến.

Các thương hiệu có thể mạnh trong các quốc gia như tôm đông lạnh sẽ được mua nhiều trong các cửa hàng tổng hợp hay siêu thị, trong các hệ thống cửa hàng chuyên biệt và độc lập. Nói chung, các sản phẩm của các quốc gia đang phát triển được bán ở các chuỗi hệ thống bán lẻ dưới thương hiệu của các công ty và tập đoàn lớn của Canada.

4. Xu hướng đổi mới

Các chuỗi siêu thị lớn đang ngày càng có yêu cầu cao về tôm đóng gói sẵn hoặc được đóng gói trong thành những khẩu phần thức ăn nhỏ dành cho những hộ gia đình ít người. Xu hướng này có khả năng dẫn đến gia tăng khối lượng tiêu thụ. Các siêu thị cũng có nhu cầu cao về sản phẩm tôm đông lạnh đóng gói sẵn. Việc phát triển kỹ thuật đóng gói và làm lạnh mới (như đóng gói chân không) đem lại hiệu quả cao trong việc kéo dài thêm hạn sử dụng. Hầu hết các nhà xuất khẩu Việt Nam với quy mô sản xuất lớn vẫn giữ nguyên chi phí-giá và có xu hướng chuyển sang giá trị gia tăng.

Tại Canada, thủy sản tươi và đông lạnh thường có nhu cầu cao hơn. Tuy nhiên với tính tiện dụng cao, thủy sản chế biến cũng được người tiêu dùng rất ưa thích, nhất là tôm chế biến và tôm đông lạnh. Các món ăn chế biến từ tôm xuất hiện ngày càng nhiều trong các thực đơn nhà hàng. Người dân Canada ưa chuộng tôm đông lạnh nhập khẩu do hình thức và kích cỡ đa dạng. Nhu cầu sản phẩm giá trị gia tăng cũng đang tăng lên.

5. Xu hướng phát triển sản phẩm/giá trị gia tăng

Tại Canada, thủy sản tươi và đông lạnh thường có nhu cầu cao hơn. Tuy nhiên với tính tiện dụng cao, thủy sản chế biến cũng được người tiêu dùng rất ưa thích, nhất là tôm chế biến và tôm đông lạnh. Các món ăn chế biến từ tôm xuất hiện ngày càng nhiều trong các thực đơn nhà hàng. Người dân Canada ưa chuộng tôm đông lạnh nhập khẩu do hình thức và kích cỡ đa dạng. Nhu cầu sản phẩm giá trị gia tăng cũng đang tăng lên.

Đối với người tiêu dùng Canada, dinh dưỡng, độ an toàn, tính tiện lợi và tính bền vững là những tiêu chí hàng đầu đánh giá chất lượng thủy sản. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm chất lượng cao.

Nhà nhập khẩu và người tiêu dùng thường có yêu cầu cao hơn về khả năng cung cấp đều đặn và chất lượng ổn định. Đáp ứng được yêu cầu trên chỉ có thể là 2 sản phẩm sau: tôm sú cỡ từ lớn đến 25, tôm chân trắng cỡ từ 26 đến nhỏ.

Đã có một sự gia tăng nhu cầu về sản phẩm giá trị gia tăng và thuận tiện. Ví dụ như tôm có kích cỡ lớn còn nguyên vỏ, tôm xếp trong khay đã được đóng gói sẵn cho người tiêu dùng, và tôm đã được chế biến sẵn cho các bữa ăn. Người tiêu dùng thường mua sản

phẩm tôm được đóng gói thành từng phần nhỏ và tôm được chế biến sẵn để giảm bớt thời gian nấu ăn.

Các sản phẩm giá trị gia tăng được thiết kế chủ yếu để:

- Lôi cuốn nhóm khách hàng mục tiêu
- Mở rộng các kênh phân phối mới (tôm dành cho bữa ăn trưa, ăn tối nhanh và ăn liền tại chỗ)
- Lôi cuốn khách hàng có mức thu nhập khá chi tiêu bằng cách thuyết phục họ với các sản phẩm đắt giá.

6. Cơ hội thị trường

Do nguồn cung nhiều nên Canada không bị thiếu sản phẩm thủy sản tiêu dùng. Vì vậy, để thâm nhập vào thị trường thủy sản Canada, nhà xuất khẩu phải luôn luôn cạnh tranh gay gắt với các đối thủ đã hiện diện ở thị trường này từ nhiều năm qua.

Hầu hết các nhà nhập khẩu thủy sản Canada đều muốn đến tận cơ sở sản xuất, kinh doanh của nhà xuất khẩu để đánh giá thực tế năng lực của nhà cung cấp, để từ đó xét xem có thể thiết lập mối quan hệ làm ăn lâu dài được hay không.

Nhiều nhà xuất khẩu băn khoăn rằng đơn đặt hàng từ nhà nhập khẩu Canada thường nhỏ. Tuy nhiên, nhà xuất khẩu cần ghi nhớ rằng thị trường Canada chỉ bằng 10% thị trường Hoa Kỳ và do đó họ cần sẵn sàng phục vụ các đơn đặt hàng nhỏ.

Thông thường nhà nhập khẩu Canada đòi hỏi nhà xuất khẩu phải cung cấp mẫu hàng, kèm theo giấy chứng nhận phân tích của một cơ quan có thẩm quyền ở nước xuất khẩu.

Sức tăng trưởng về giá trị xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Canada chưa thật sự ấn tượng, nhưng theo nhận định của nhiều chuyên gia, Canada vẫn là thị trường tiềm năng của thủy sản Việt Nam. Tuy nhiên, để thành công trên thị trường này, doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần phải hiểu rõ thị trường, có chiến lược cụ thể, quan tâm nhiều hơn đến mẫu mã hàng hóa, phát triển mặt hàng mới, chú trọng chất lượng dịch vụ, bao gói, nhãn mác, giá cả phù hợp... Đồng thời, doanh nghiệp nên giới thiệu thông tin về mình qua email cho đối tác, thông qua ảnh chụp, giá cả hàng hóa, giấy chứng nhận về sản phẩm doanh nghiệp một cách cụ thể... Để khai thác thị trường thủy sản Canada thành công nhà xuất khẩu phải có một chiến lược tiếp thị bài bản, đặc biệt lưu ý đến:

- Hàng mẫu;
- Gây thiện cảm ngay từ khi giao tiếp lần đầu;
- Thời gian và điều kiện giao hàng;
- Khả năng cung ứng hàng: chất lượng, số lượng, cấp độ;
- Giá cả và điều kiện thanh toán;
- Đóng gói, lưu kho và vận chuyển;
- Khuyến mại, đặc biệt đối với sản phẩm mới;
- Nhãn mác;
- Ngôn ngữ.