

# HIỆN TRẠNG NUÔI CÁ CẢNH GIẢI TRÍ CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

## THE STATUS OF ORNAMENTAL FISH KEEPING IN HOCHIMINH CITY

Diệp Thị Quế Ngân<sup>(1)</sup>, Nguyễn Minh Đức<sup>(1\*)</sup>

<sup>(1)</sup>*Bộ môn Quản Lý và Phát triển Nghề Cá*

*Đại Học Nông Lâm Thành Phố Hồ Chí Minh*

<sup>(\*)</sup>Email: [qngan77@gmail.com](mailto:qngan77@gmail.com), [nmduc@hcmuaf.edu.vn](mailto:nmduc@hcmuaf.edu.vn)

### ABSTRACT

In Hochiminh City, one of the fastest growing areas in Vietnam, demand for ornamental fish is increasing. With data from a field survey of 200 respondents in years of 2010-2011 and binary logistic regression, this study describes the recent status of keeping freshwater ornamental fish in the city. Most fish keepers recognize the role of ornamental fish in reducing stress. Keeping ornamental fish also make keepers happier, enable their living spaces more beautiful and resilient as well as support their business. Factors influencing on keepers' decision of buying ornamental fish are their like and prices of the fish. The keepers satisfying more with ornamental fish are likely to be less-experienced keepers. A higher satisfaction is estimated to associate with the keepers who directly take care of the fish aquaria, the ones who have higher expectation to ornamental fish in stress mitigation and the ones have children in their family. The problems in keeping ornamental fish include the lack of knowledge in keeping technology and disease precaution, limited time and constrained budget. To spread out ornamental fish hobby, fish producers should diversify their fish species and lower price of the fish. Furtherly, more marketing activities would also be implemented to identify and meet keepers' demand and then raise their satisfaction with the ornamental fish keeping.

**Keywords:** ornamental fish, hobby, buying decision, satisfaction

### ĐẶT VẤN ĐỀ

Lịch sử thuần dưỡng và nuôi cá như một thú vui giải trí đã trải qua hơn 2.000 năm kể từ những năm 265-419 sau công nguyên (Võ Văn Chi, 1993). Ở TP Hồ Chí Minh, theo Võ Văn Sanh (2009) nghề nuôi và sản xuất cá cảnh có từ những năm 1930 và trước năm 1975, nghề sản xuất cá cảnh ở TPHCM từng giữ vị thế hàng đầu ở khu vực Đông Nam Á.

Việc nuôi cá cảnh thể hiện sự sành điệu cũng như đẳng cấp của người chơi cá cảnh. Một hồ cá hiện hữu trong phòng khách hay hòn non bộ đặt ở góc sân trước nhà cũng nói lên địa vị trong xã hội, tiềm lực kinh tế, tính cách của gia chủ. Cùng với quá trình phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế nước ta nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng, mức sống của người dân thành phố ngày càng được nâng cao cùng với dân số tại Tp.HCM ngày càng tăng. Từ đó, nhu cầu vui chơi, giải trí tinh thần ngày càng phát triển đa dạng hơn như Clont và Jolly (1993) hay Vogel (2007) đã khẳng định. Nhịp sống công nghiệp càng cao, áp lực công việc càng nặng, con người lại càng muốn trở về với thiên nhiên, hòa mình vào thiên nhiên để tìm niềm vui và thưởng thức những vẻ đẹp do thiên nhiên mang lại ở quanh mình. Do đó, nghề sản xuất cá cảnh ở TPHCM đã có cơ hội phát triển trở lại mạnh mẽ hơn và đa dạng hơn trong nhiều năm gần đây (Hung et al, 2005, Vũ Cẩm Lương, 2008). Hiện trạng sản xuất và kinh doanh cá cảnh nước ngọt cũng đã được mô tả trong các nghiên cứu trước đây của Hung et al. (2005), Vũ Cẩm Lương (2007) và Võ Thị Mộng Thu (2007). Tuy nhiên, những nghiên cứu này chưa đi sâu tìm hiểu hiện trạng nuôi và phân tích vai trò của cá cảnh đối với người nuôi giải trí, là những khách hàng cuối cùng của nghề sản xuất cá cảnh. Trong khi đó, để đáp ứng được những nhu cầu, thị hiếu, những đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng, các nhà sản xuất, kinh doanh phải không ngừng tìm hiểu, nghiên cứu, nắm bắt được những nhu cầu, hành

vi của khách hàng. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu rõ hơn thị hiếu, hành vi và mức độ quan tâm của những người đang nuôi cá cảnh nước ngọt tại Thành phố Hồ Chí Minh; từ đó, xác định vai trò của cá cảnh thông qua những lợi ích và sự hài lòng mà cá cảnh đã tạo ra cho người nuôi giải trí.

## **PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

Nghiên cứu được tiến hành từ 10/2010 đến 10/2011 tại Thành phố Hồ Chí Minh với 100 người đang nuôi cá cảnh giải trí có độ tuổi từ 15 tới 70 được phỏng vấn ngẫu nhiên các quận nội thành (đại diện cho khu vực có mức độ đô thị hóa cao), quận mới (đại diện cho khu vực có mức độ đô thị hóa khá cao) và huyện (đại diện cho khu vực đang đô thị hóa). 100 người chưa nuôi cá cảnh cũng được phỏng vấn để so sánh.

Do ở TP.HCM, chỉ có 20 cửa hàng bán cá cảnh biển (Nguyễn Ngọc Quyển và Nguyễn Minh Đức, 2011), nghiên cứu này chỉ giới hạn khảo sát đối với cá cảnh nước ngọt do sự phổ biến trên thị trường TP.HCM.. Với bảng câu hỏi soạn sẵn, chúng tôi tiến hành thu thập thông tin trực tiếp ngay tại hiện trường thông qua các cuộc phỏng vấn, quan sát trực tiếp các cửa hàng, các khu vui chơi, nhà dân,... theo phương pháp điều tra hoàn toàn ngẫu nhiên và thuận tiện. Số liệu khảo sát được tổng hợp và xử lý bằng các thống kê mô tả với phần mềm MS Excel, SPSS. Mô hình logistic nhị phân cũng được xây dựng nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người nuôi đối với chất lượng cá cảnh cũng như dịch vụ hỗ trợ việc nuôi cá cảnh của người dân TPHCM.

## **KẾT QUẢ - THẢO LUẬN**

### **Độ tuổi, nghề nghiệp và thu nhập của người nuôi cá cảnh giải trí**

Tuổi tác và giai đoạn của chu kỳ sống của mỗi cá nhân quyết định đến chủng loại sản phẩm mà một cá nhân tiêu thụ (Kotler et al., 2003). Trong số những người đang nuôi cá cảnh giải trí được phỏng vấn, có đến 40,00% ở độ tuổi 31-40. Đây là điều hết sức thú vị và ngạc nhiên vì trước khi tiến hành điều tra, chúng tôi vẫn cho rằng những người nuôi cá cảnh thường là những người lớn tuổi, nhàn hạ.. Trong khi đó, nhóm người ở độ tuổi 50 trở lên chỉ chiếm 12,00% . Đây là độ tuổi vẫn cho rằng có đủ điều kiện như thời gian, kinh nghiệm, thú đam mê tiêu khiển-giải trí... để chăm sóc, nuôi cá cảnh tốt nhất nhưng lại có tỷ lệ thấp và gây bất ngờ nhất. Số người đang nuôi cá cảnh giải trí trong độ tuổi 15-30 chiếm 35,00%. Qua những kết quả trên cho thấy chỉ có thể tạm thời nhận định rằng xu hướng nuôi cá cảnh giải trí cá cảnh hiện nay đang có những chuyển hướng tích cực theo hướng đa dạng, năng động, luôn đổi mới, cập nhật giống, loài, phương thức nuôi, thích ứng với tâm lý của tuổi trẻ.

Nghề nghiệp của mỗi người cũng ảnh hưởng rất lớn đến quyết định mua sắm, quyết định khả năng lựa chọn một sản phẩm và chủng loại sản phẩm nào đó của người đó (Kotler et al., 2003). Qua đợt khảo sát, nhân viên văn phòng là nhóm người nuôi cá cảnh nhiều nhất (chiếm 36,0% số mẫu phỏng vấn) do họ có thời gian rảnh tương đối và ổn định nên việc nuôi chăm sóc cá cảnh dễ dàng hơn. Nhóm người nuôi cá cảnh kế tiếp là giới kinh doanh (20,0%) có thể do người làm kinh doanh có điều kiện về thời gian và tài chính. Việc nuôi cá cảnh giải trí còn được thúc đẩy bởi những lý do hỗ trợ công việc mua bán, kinh doanh khi bể cá cảnh có những giá trị thẩm mỹ cũng như những giá trị tâm linh, phong thủy. Một số giống loài cá cảnh còn được cho rằng mang lại nhiều may mắn, cho người kinh doanh. Nhóm công chức-viên chức là nhóm có thu nhập khác nhau, nghề nghiệp đa dạng từ giảng viên, cán bộ, bác sỹ, kỹ sư, mặc dù bận rộn thời gian rảnh thót thường do phải đi công tác..... cũng tham gia nuôi cá cảnh khi có đến 17,0% số người trả lời phỏng vấn thuộc nhóm ngành nghề này. Có 16,00% người nuôi cá cảnh được phỏng vấn là nội trợ, về hưu, hay làm nghề tự do như thợ hồ, xe ôm... Riêng có 11,0% người đang nuôi cá cảnh được phỏng vấn là học sinh, sinh viên. Đây là nhóm đối tượng tuy vốn thời gian không nhiều, song sở thích và đam mê nuôi cá cảnh giải trí cũng rất mãnh liệt.

Thông thường người ta sẽ tiêu dùng nhiều hơn khi thu nhập tăng, tuy nhiên đối với một số mặt hàng thông thường hay cấp thấp, sẽ có xu hướng ngược lại (Kotler et al., 2003). Thu nhập bình quân hàng tháng của những người trả lời phỏng vấn đa phần từ 3 đến 7 triệu (chiếm 63,4%). Số người có thu nhập hàng tháng dưới 3 triệu chiếm 21,10%, trong khi trên 7 triệu là 15,55%. Trong đó thu nhập ở mức thu nhập từ 3- 5 triệu đồng chiếm tỉ lệ cao nhất (47%).

### **Lợi ích của việc nuôi cá cảnh giải trí**

Tỷ lệ người đồng ý rằng cá cảnh sẽ giúp người nuôi giảm stress chiếm tỷ lệ cao nhất (86,00%). Những lợi ích khác của việc nuôi cá cảnh bao gồm: giúp cho không gian nhà và nơi làm việc đẹp hơn (79,00%), giúp cuộc sống vui vẻ (75,00%), mang lại may mắn, thịnh vượng cho gia đình (34,10%) và giúp làm ăn thuận lợi (33,70%). Có 24% số người nuôi cho rằng họ nuôi cá cảnh là vì phong thủy. Thực tế, khi nuôi cá cảnh, người chơi gắn liền các hoạt động chăm sóc cá như xử lý nước nuôi, thay nước, cho ăn, vệ sinh hồ nuôi định kỳ, phòng và trị bệnh cho cá, chăm sóc hàng ngày... Những công việc này đòi hỏi người nuôi phải dành nhiều thời gian, tập trung cao độ, thật tỉ mỉ, nhẹ nhàng, say mê và dành nhiều thời gian ngắm cá... Những lúc như vậy họ gần như hòa mình và làm bạn với cá, với cảnh quan hồ cá, với không gian nghệ thuật thường ngoạn hấp dẫn này, cảm xúc khoan thai, thoải mái và sáng khoái trào dâng, cũng đồng nghĩa bao mệt nhọc, lo toan, phiền muộn, trần trở dần tan biến, sẵn sàng cho một ngày làm việc mới đầy nhiệt huyết, đầy hiệu quả.

### **Hiện trạng nuôi cá cảnh giải trí**

#### ***Kinh nghiệm và hình thức nuôi cá cảnh***

Kết quả khảo sát cho thấy tỉ lệ người có số năm nuôi từ 1-3 năm chiếm cao nhất khoảng 58,00 % , 4-6 năm chiếm 23,00 % , 7-10 năm chiếm 17,00 % , 11-14 năm và 15-18 năm có cùng tỉ lệ là 1,00 % . Kiểu hồ nuôi cá cảnh phổ biến nhất là bể kiếng đặt trên giá đỡ chiếm tỉ lệ cao nhất 78,64%. Kiểu hồ treo tường chiếm tỉ lệ ít nhất 2,91% trong khi các kiểu hồ khác như hồ non bộ, hồ xi măng cạn, chậu, hũ... chiếm 18,45%.

Đối với cá cảnh, không gian để cá nuôi thể hiện hết sự nổi bật của màu sắc, kiểu dáng, cá tính cũng phụ thuộc vào vị trí đặt hồ hay bể cá. Cùng với vẻ đẹp của hồ (bể) cá, cá nuôi sẽ được tôn vinh hơn khi được nhiều người chiêm ngưỡng, ngắm nghía, quan sát để cùng nhau bình luận, thưởng thức. Kết quả phỏng vấn cho thấy 69,23% người nuôi đặt bể cá cảnh ở phòng khách ngoài mục đích làm đẹp không gian sống, còn ngắm ngắm định với mọi người về khả năng tài chánh, vị thế trong xã hội, tham vọng trong kinh doanh, quan niệm trong tinh thần, tính cách,... Bên cạnh đó, có khoảng 28,85% số người nuôi bố trí hồ cá cảnh tại các vị trí khác như ngoài sân, trên sân thượng hoặc tại những nơi dễ chăm sóc. Cũng có một số ít người nuôi đặt bể cá tại phòng riêng (1,92%) có thể là do không gian rộng rãi cùng với sự thể hiện mức độ sành điệu trong việc chơi cá cảnh.

Bể cá cảnh đẹp cũng phụ thuộc ít nhiều vào phụ kiện trang trí. Việc trang trí tùy thuộc vào quy mô bể cá và sở thích của người nuôi. Người nuôi cá có thể tự trang trí, lắp đặt phụ kiện hay nhờ người thân, bạn bè hoặc người có trình độ chuyên môn. Kết quả điều tra cho thấy tự bản thân người nuôi trang trí cho bể cá của họ chiếm tỉ lệ cao nhất 79,21%. Điều này lý giải rằng người nuôi tự họ trang trí theo sở thích, óc thẩm mỹ của họ cũng như giảm được chi phí thuê người trang trí và không muốn làm phiền đến bạn bè. Tỷ lệ người nuôi cá cảnh nhờ người thân và bạn bè trang trí hồ chỉ chiếm 9,90 %, thuê người có chuyên môn chiếm 8,91 %.

Hình thức nuôi đơn một loài cá là lựa chọn của nhiều người và chiếm tỷ lệ cao nhất 52,83%, nuôi ghép nhiều loài cá chiếm 34,90% và ghép cá với cây thủy sinh chiếm 12,26%. Nhưng xu hướng nuôi ghép cá với cây thủy sinh hiện nay chiếm tỷ lệ cao nhất khoảng 43,00 %. Điều này cho thấy rằng xu hướng nuôi ghép cá với cây thủy sinh ngày càng phát triển,

đồng thời chứng tỏ sự cập nhật thông tin liên tục, mở rộng kiến thức và mức độ sành điệu của người chơi, người nuôi ngày càng được quan tâm, đầu tư và nâng cao.

Các loài cá đang được nuôi phổ biến là cá vàng, bảy màu, chép Nhật, koi, rồng, la hán, đĩa, ông tiên, cá đá, hồng kim, hồng kết, hòa lan, hỏa tiễn, lông gà, neon, bình tích, phượng hoàng, sọc ngựa, nàng hai, hải tượng, tai tượng Phi Châu, lòng tong, massage, tra. Kết quả phỏng vấn cho thấy cá vàng và cá bảy màu là loài cá được nuôi phổ biến nhất (chiếm tỉ lệ lần lượt là 20,75% và 15,10%). Theo Vũ Cẩm Lương (2008) ở Tp. HCM vào giai đoạn 2005-2008 tại 81 cửa hàng kinh doanh cá cảnh có 91,40% cửa hàng bán cá vàng và 90,10 % có bán cá bảy màu, đây là điều kiện thuận lợi để người nuôi dễ mua. Mặc khác, loài cá này rẻ tiền, dễ nuôi và có vẻ đẹp sinh động. Cá rồng cũng là loài cá hiện được thị trường quan tâm nhiều (13,20%), hơn cá la hán (11,32%), chép Nhật (8,18%), cá đĩa (7,55%).

#### *Nơi mua cá*

Kết quả phỏng vấn có 40,95% người mua cá cảnh tại các cửa hàng lớn và 38,09% mua gần nhà. Đây có thể là do sự thuận lợi, lợi thế về khả năng đáp ứng, cung cấp cá, vật tư trang thiết bị, tiện dụng trong đi lại. Ngoài ra, cá cũng được mua ở nơi khác như các trại cá cảnh hay là cá được họ mua hoặc trao đổi cho nhau, tỷ lệ này chiếm khoảng 15,24%. Cũng qua phỏng vấn chỉ có 5,72% người đang nuôi cá cảnh mua cá từ những người bán dạo.

#### *Yếu tố quyết định mua cá*

Qua kết quả điều tra cho thấy việc mua cá cảnh chủ yếu do sở thích của bản thân chiếm tỷ lệ 66,70% và yếu tố cá đẹp chiếm 48,50% trong số các phương án lựa chọn. Mặc dù yếu tố cá đẹp là tiêu chí quan trọng nhất để chọn các loài cá cảnh nhưng khái niệm đẹp tùy theo sở thích của các nhóm cá nhân khác nhau (Vũ Cẩm Lương, 2008), chính vì thế yếu tố chọn cá theo sở thích chiếm tỷ lệ cao nhất. Yếu tố giá cả hợp lý chiếm 21,20% và các yếu tố khác như người thân họ thích loài cá đó hay mua loài cá cho mục đích nuôi phong thủy hay nuôi theo phong trào chiếm 5,10%. Trên thực tế, sở thích của bản thân khi quyết định chọn nuôi một loài cá nào đó cũng xuất phát từ tiêu chí loài cá đó đẹp về màu sắc, kiêu sa và quyến rũ về kiểu dáng, cách bơi lội...

#### *Chi phí nuôi cá cảnh*

Chi phí ban đầu cho việc nuôi cá cảnh nước ngọt tại Tp.HCM trung bình là 1.825.900 đồng (Bảng 1). Chi phí nuôi chênh lệch rất lớn tùy thuộc loài cá nuôi. Có loài cá chỉ vài ngàn đồng như cá bảy màu, hồng kim, sọc ngựa...; có loài lên đến vài triệu đồng như cá rồng, la hán,... Do đó, sai số của chi phí ban đầu cho nuôi cá nước ngọt rất cao.

**Bảng 1.** Chi phí nuôi cá cảnh nước ngọt (ngàn đồng)

Khoản chi phí	N	Min	Max	Mean
Chi phí mua cá	89	20	15000	853,31
Chi phí mua hồ và giá đỡ	80	70	4400	766,88
Chi phí mua thiết bị lọc	76	70	1000	226,25
Chi phí mua vật trang trí	42	30	300	103,10
Cphí khác (Thuốc, hóa chất...)	22	20	300	104,77
Chi phí mua cây thủy sinh	11	30	200	134,55

#### *Những khó khăn trong quá trình nuôi*

Kết quả điều tra cho thấy phòng trị bệnh là khó khăn lớn nhất đối với người nuôi cá cảnh (43,00%). Khó khăn kế tiếp là thiếu thời gian chăm sóc (34,00%) và kỹ thuật nuôi (24,00%). Mặc dù 20% người nuôi cho rằng không có khó khăn, cũng có 2% người chưa nuôi cá nêu lý do là vì người thân trong gia đình không cho nuôi. Tuy gặp nhiều khó khăn trong quá trình nuôi nhưng vẫn có 22,00% người nuôi cá có ý định tăng thêm hồ và có 27,00%

người nuôi có ý định thay đổi loài cá nuôi. Điều này có thể do loài cá họ đang nuôi khó nuôi hay họ thích loài cá khác có giá trị hơn hay loài cá đang thịnh hành.

### **Mức độ quan tâm của người nuôi cá cảnh**

Thời gian chăm sóc và ngắm nhìn cá nuôi cũng phản ánh được mức độ đam mê cá cảnh của người chơi. Kết quả điều tra cho thấy thời gian chăm sóc và ngắm cá dưới 30 phút/ngày chiếm tỷ lệ 59,00%, từ 30-60 phút/ngày chiếm 28,00% và trên 60 phút/ngày 13,00%. Dù tốn nhiều hay ít thời gian trong ngày thì 100% người nuôi cá cảnh cho rằng chỉ có đam mê, yêu thích, và biết thưởng ngoạn cá cảnh mới dành thời gian để chăm sóc cá cảnh.

Kết quả điều tra cho thấy tỷ lệ người tự chăm sóc cá là 75,00%, người thân trong gia đình là 13,00% và tất cả các thành viên trong gia đình là 12,00%. Trong đó, người có sở thích và đam mê cá cảnh thì tự bản thân người đó sẽ chăm sóc cho cá của họ chiếm tỷ lệ cao nhất.

Tần suất mua thức ăn tùy thuộc vào loại thức ăn cho cá, có khoảng 58,00% người sử dụng thức ăn tự nhiên, 33,00% là thức ăn viên, có khoảng 9,00% sử dụng cả 2 loại thức ăn. Do đó, tần suất mua dưới ba ngày/lần chiếm cao nhất là 32%, từ 3 đến 7 ngày/lần chiếm 24%, 7 -14 ngày/lần chiếm 18% và trên 14 ngày/lần chiếm 26%.

### **Mức độ hài lòng của người nuôi đối với nghề sản xuất cá cảnh hiện nay**

Qua kết quả phỏng vấn cho thấy 73% số người đang nuôi cá cảnh nước ngọt hài lòng đối với chất lượng cá cảnh hiện đang được kinh doanh trên thị trường TPHCM. Cá cảnh lôi cuốn người chơi bằng vẻ đẹp quyến rũ, bằng kiểu dáng thướt tha. Việc nuôi cá cảnh đã giúp cho đời sống con người thêm vui vẻ, hạnh phúc, giảm stress điều này làm họ hài lòng lớn nhất. Một tỷ lệ đáng kể 27,00% những người đang nuôi cá cảnh không hài lòng về chất lượng cá cảnh với những lý do chủ quan của bản thân và gia đình như ngại chăm sóc, nuôi dưỡng, tài chánh eo hẹp... Tuy nhiên, có đến 70% người nuôi hài lòng với việc nuôi cá cảnh.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người nuôi đối với việc nuôi cá nước ngọt được xác định thông qua việc xây dựng mô hình logistic nhị phân. Từ các hệ số hồi quy tìm được và các kiểm định về sự phù hợp của mô hình, các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng đối với cá cảnh nước ngọt được viết lại như sau:

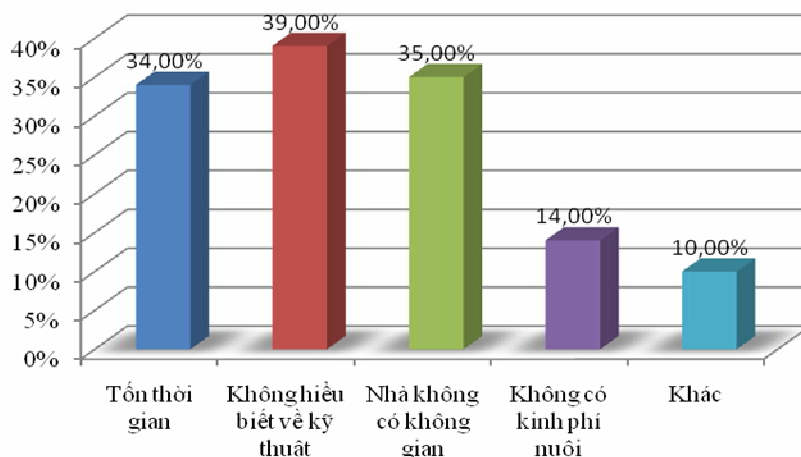
$Logit[P(Y=1)] = -2,095 - 0,265 \text{ kinh nghiệm nuôi cá} + 1,410 \text{ nhà có trẻ em} - 1,791 \text{ vị trí đặt bể} + 2,007 \text{ hài lòng về dịch vụ cá cảnh} + 2,585 \text{ trẻ em có chăm sóc cá} + 1,731 \text{ nhận thức về vai trò giảm stress của cá cảnh} - 0,862 \text{ người chăm sóc chính} + e$

Kết quả mô hình logistic cho thấy sự hài lòng đối với việc nuôi cá cảnh tỷ lệ nghịch với kinh nghiệm nuôi cá. Những người có kinh nghiệm nuôi cá thường mong đợi nhiều hơn từ chất lượng cá cảnh cho đến những giá trị từ việc nuôi cá cảnh. Đối với những người nuôi cá đặt bể cá ở phòng khách, những người nuôi có trẻ em trong gia đình và trẻ em cũng tham gia vào chăm sóc cá được dự đoán sẽ hài lòng hơn với việc nuôi cá cảnh. Sự hài lòng này cũng cao hơn ở những người tự tay chăm sóc cá nuôi hay ở những người nhận thức cao hơn về vai trò giảm stress của cá cảnh. Với 71% người nuôi hài lòng với sự hỗ trợ kỹ thuật từ các cửa hàng kinh doanh cá cảnh, những người có sự hài lòng đối với dịch vụ hỗ trợ từ người kinh doanh cũng được dự đoán sẽ hài lòng nhiều hơn với việc nuôi cá cảnh.

### **Nguyên nhân chưa nuôi cá cảnh**

Việc nuôi cá cảnh giải trí làm mất thời gian cũng như đòi hỏi kỹ thuật chăm sóc nhiều hơn là nuôi chó, mèo hay động vật cảnh khác. Thu nhập thấp, ít thời gian rảnh, không gian sinh sống chật hẹp, kiến thức ít ỏi về cá cảnh, tính cách, niềm đam mê chưa đủ, điều kiện tiếp cận kỹ thuật nuôi hạn chế là những nguyên nhân khiến nhiều người dân TPHCM còn ngần ngại, chưa dám theo đuổi thú vui nuôi cá cảnh (Biểu đồ 1). Theo kết quả phỏng vấn trực tiếp những người chưa nuôi về nguyên nhân chưa nuôi cá cảnh, có 39% do không hiểu biết kỹ thuật nuôi, 35% cho rằng diện tích nhà không đủ rộng để nuôi cá, 34% cho là mất nhiều thời

gian, 14% không có kinh phí để nuôi, và có 10,00% là do các nguyên nhân khác như họ đã thích loài thú nuôi khác (chó, mèo, chim, thỏ...), họ không muốn nuôi vì sợ làm cá chết.

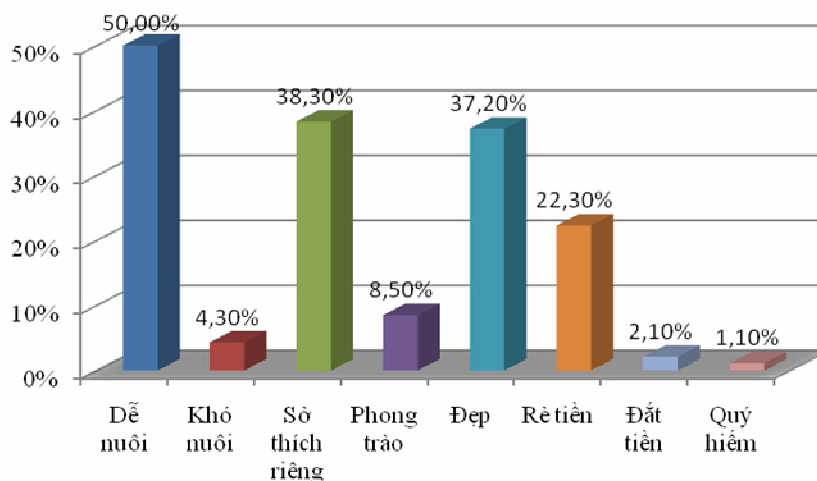


**Biểu đồ 1.** Nguyên nhân chưa nuôi cá cảnh giải trí

Theo kết quả khảo sát, tiêu chuẩn chọn cá cảnh của người chưa nuôi là cá phải dễ nuôi (chiếm 50% số người được hỏi). Điều này được lý giải là do họ chưa có kinh nghiệm nuôi, chưa có kiến thức về kỹ thuật nuôi cá nên họ sẽ nuôi những loài cá dễ nuôi trước (Biểu đồ 2). Cá đẹp và sở thích là 2 tiêu chuẩn khác để chọn lựa cá nuôi (chiếm lần lượt 37% và 38%), nhưng vẻ đẹp mang tính chủ quan và cảm nhận về đẹp sẽ khác nhau tùy theo sở thích. Tiêu chuẩn cá rẻ tiền được 22% số người đồng ý, có thể là do thu nhập của họ còn eo hẹp, do chưa có kinh nghiệm nuôi cá nên cá dễ chết, ban đầu họ chỉ muốn đầu tư ít cho việc mua cá. Chọn cá theo phong trào cũng chiếm 9% nhiều hơn các tiêu chuẩn như đắt tiền, quý hiếm. Các tiêu chuẩn này chỉ có một số ít người chọn là do họ muốn thể hiện sự đẳng cấp, sự sành điệu và cá tính.

Theo Maslow (1943), nhu cầu của con người được sắp xếp trật tự theo thứ bậc từ cấp thiết nhất đến ít cấp thiết nhất bao gồm nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu được tôn trọng và nhu cầu tự khẳng định mình. Con người khi đã thỏa mãn được một nhu cầu quan trọng nào đó thì họ sẽ cố gắng thỏa mãn nhu cầu quan trọng kế tiếp. Khi tài chính bắt đầu dư giả, các nhu cầu bậc thấp đã được thỏa mãn, người dân sẽ nghĩ đến nhu cầu cao cấp hơn như nhu cầu giải trí, thưởng ngoạn cũng như nhu cầu tự khẳng định mình. Theo kết quả phỏng vấn trực tiếp có khoảng 45% người đang nuôi động vật cảnh để phục vụ nhu cầu giải trí của họ và 55% số người còn lại chọn phương thức giải trí khác như chăm sóc cây cảnh, tham gia các khóa nữ công gia chánh, du lịch, mua sắm,...

Theo Maslow (1943), nhu cầu của con người được sắp xếp trật tự theo thứ bậc từ cấp thiết nhất đến ít cấp thiết nhất bao gồm nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu được tôn trọng và nhu cầu tự khẳng định mình. Con người khi đã thỏa mãn được một nhu cầu quan trọng nào đó thì họ sẽ cố gắng thỏa mãn nhu cầu quan trọng kế tiếp. Khi tài chính bắt đầu dư giả, các nhu cầu bậc thấp đã được thỏa mãn, người dân sẽ nghĩ đến nhu cầu cao cấp hơn như nhu cầu giải trí, thưởng ngoạn cũng như nhu cầu tự khẳng định mình. Theo kết quả phỏng vấn trực tiếp có khoảng 45% người đang nuôi động vật cảnh để phục vụ nhu cầu giải trí của họ và 55% số người còn lại chọn phương thức giải trí khác như chăm sóc cây cảnh, tham gia các khóa nữ công gia chánh, du lịch, mua sắm,...



**Biểu đồ 2.** Các tiêu chuẩn chọn cá nuôi

Bên cạnh đó, kết quả phỏng vấn cũng cho thấy rằng khi có điều kiện nuôi thú cưng trong nhà thì chó mèo là vật nuôi ưu tiên chiếm 43%, kế đến là cá cảnh 42%, chim cảnh 11% và động vật khác như thỏ, bọ, rùa... chiếm 3% số người được hỏi.

Ngoài ra, nếu được ai đó cho hồ kiếng thì có khoảng 70% số người đồng ý sẽ nuôi cá cảnh và khi được cho cá cảnh có khoảng 65,00 % số người đồng ý nuôi. Trong số những người nuôi khi được cho cá có khoảng 61,00 % có nhu cầu mua thêm cá để nuôi. Qua đó cho thấy thú vui nuôi cá cảnh được mọi người rất quan tâm, khi có một điều kiện nào thuận lợi như được cho hồ hay cho cá sẽ tạo điều kiện kích thích sự đam mê làm cho họ muốn và thích nuôi cá cảnh.

## **KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ**

Đa số người nuôi cá cảnh nhằm mục đích giảm stress, giúp cho không gian nhà và nơi làm việc đẹp hơn, góp phần tạo cuộc sống vui vẻ hơn. Một phần ba số người nuôi cá cảnh tin rằng việc nuôi cá cảnh mang lại may mắn, thịnh vượng cho gia đình và giúp công việc làm ăn kinh doanh thuận lợi hơn. Một phần tư số người nuôi cá cảnh thường đặt bể theo những quy tắc phong thủy. Những khó khăn trong việc nuôi cá cảnh bao gồm thiếu kiến thức về kỹ thuật nuôi và phòng trị bệnh cá, thiếu thời gian chăm sóc. Người nuôi cá cảnh thường mua cá cảnh tại các cửa hàng lớn hay mua gần nhà. Chỉ có 15% mua ở các trại cá cảnh, và cũng có 6% mua cá từ những người bán dạo. Những yếu tố chính quyết định việc mua cá cảnh bao gồm sở thích của bản thân và giá cả hợp lý. Đa số người mua và nuôi cá tự chăm sóc cá, một số ít nhờ người thân trong gia đình.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy có 73% người nuôi hài lòng với việc nuôi cá cảnh hiện nay, chứng minh khả năng phát triển nghề sản xuất cá cảnh tại Tp. HCM trong tương lai. Những người nuôi có kinh nghiệm nuôi nhiều hơn dường như ít hài lòng hơn với việc nuôi cá cảnh hiện nay. Những người nuôi có mức hài lòng cao hơn được dự đoán là người tự tay chăm sóc bể cá, những người nhận thức rõ hơn về vai trò giảm stress của cá cảnh và những người có trẻ em trong gia đình.

Dù việc nuôi cá cảnh là khá phổ biến ở TPHCM, số lượng người chưa nuôi vẫn còn nhiều. Những nguyên nhân chính khiến người dân chưa nuôi cá cảnh bao gồm kỹ thuật nuôi hạn chế (có 39%), nhà không đủ rộng (35%), thời gian eo hẹp (34%), khả năng tài chính chưa cao (14%). Tiêu chuẩn chọn cá cảnh của người chưa nuôi chủ yếu là cá dễ nuôi (50%), cá đẹp (37,20) và hợp sở thích (38%), giá cá thấp (22%).

Như vậy, để đạt mục tiêu mở rộng thị trường nội địa tại TPHCM, thì không chỉ hoàn thiện, nâng cao năng lực sản xuất nhằm tạo ra nhiều loài cá dễ nuôi, giá cả hợp lý, ngành cá

cảnh cần phải có những hoạt động marketing nhằm gia tăng sự đam mê của người dân, từ đó, phát sinh nhu cầu và nuôi cá cảnh. Để làm được những mục tiêu trên, các nghệ nhân cá cảnh cũng như các chuyên gia thủy sản cần xây dựng và xuất bản nhiều hơn những tài liệu, cẩm nang nuôi và phòng trị bệnh cá cảnh. Những nhà sản xuất và kinh doanh cá cảnh cần quan tâm và có những giải pháp để củng cố và gia tăng mức độ hài lòng của người nuôi đối với các loại hình dịch vụ, chất lượng cá, khả năng đáp ứng nhu cầu, nơi mua cá,... Từ đó, số lượng người nuôi cảnh sẽ gia tăng tại TPHCM nói riêng và cả nước nói chung, góp phần phát triển nghề nuôi cá cảnh ngày càng lớn mạnh và bền vững.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

### ***Tài liệu tiếng Việt***

Võ Văn Chi, 1993. *Cá cảnh*. Nhà Xuất bản Khoa Học Kỹ Thuật, 308 trang.

Vũ Cẩm Lương, 2007. “Một số đặc điểm phát triển thị trường cá cảnh nước ngọt ở TPHCM”. *Tạp chí KHKT Nông Lâm Nghiệp, ĐH Nông Lâm Tp. HCM*. Số 1&2/2007:162-168.

Vũ Cẩm Lương, 2008. *Cá cảnh nước ngọt*. Nhà xuất bản nông nghiệp, 263 trang.

Nguyễn Ngọc Quyển và Nguyễn Minh Đức, 2011. “Nhu cầu và vai trò cá cảnh biển trong nhận thức của người kinh doanh và người nuôi giải trí tại TPHCM” *Kỷ yếu Hội nghị sinh viên và cán bộ trẻ NCKH toàn quốc ngành NTTS*. Đại Học Nha Trang. 25-26/06/2011.

Võ Văn Sanh, 2009. “Lịch sử phát triển nghề cá cảnh Sài Gòn – TPHCM”. *Kỷ yếu Hội thảo Kết quả xây dựng dữ liệu cho ngành cá cảnh TP.HCM*. Sở NN&PTNT TPHCM. 16/9/2009.

Võ Thị Mộng Thu, 2007. *Khảo sát các chỉ tiêu hình thái làm cơ sở đánh giá tiềm năng phát triển cá cảnh nguồn gốc Nam bộ*. Luận văn thạc sĩ, ĐH Nông Lâm TP.HCM, Việt Nam.

### ***Tài liệu tiếng Anh***

Hung, L.T., Luong, V.C and Weschen. L, 2005. “*Current state and potential of ornamental fish production in Hochiminh City*”. Sterling University Newsletter No.

Clont H., and Jolly C., 1993. *Economics of aquaculture*. The Food Products Press, Binghamton, NY, 319 pages.

Maslow, H.A., 1943. A theory of human motivation, *Psychological Review* 50: 370 – 396.

Kotler P., Ang W.S., Leong M.S., and Tan T.C., 2003. *Marketing Management – A Asian Perspective*, 3<sup>rd</sup> edition, Pearson – Prentice Hall.

Vogel L.H., (2007). *Entertainment industry economics: A guide for Financial Analysis*. 7<sup>th</sup> Edition, Cambridge University Press, London, UK, 621 pages.