

Những vấn đề của cá tra: hãy hành động khi còn chưa quá muộn

▣ JEAN-CHARLES DIENER

GIÁM ĐỐC CÔNG TY OFCO SOURCING (VIET NAM) LTD.



Jean-Charles Diener là người sáng lập và là Giám đốc OFCO Sourcing (Viet Nam) Ltd. – một công ty liên kết các nhà cung cấp Việt Nam với khách hàng trên thế giới. Ông đến Việt Nam kinh doanh trong ngành cá tra từ năm 1999 và đã đưa sản phẩm này đến mọi nơi trên thế giới. Ông tự ghi lại ý kiến của mình tại hội thảo góp ý chiến lược phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010, tổ chức tại TP HCM ngày 29/8 vừa qua, thành bài viết này như những suy nghĩ tâm huyết của một khách hàng đóng góp cho sự phát triển bền vững của ngành cá tra Việt Nam.

Muốn duy trì những thành tựu phát triển của cá tra, chúng ta cần hiểu rõ vì đâu loài cá này lại nhanh chóng nổi tiếng đến vậy và cái gì từ sản phẩm đó đã khiến chúng ta rất đỗi tự hào?

CÁ TRA LÀ MẶT HÀNG TUYỆT VỜI, THẬM CHÍ CÓ THỂ COI LÀ LOÀI CÁ SỐ MỘT THẾ GIỚI VỀ NHIỀU PHƯƠNG DIỆN. SONG, LÚC NÀY, NẾU CHÚNG TA KHÔNG NHANH CHÓNG HÀNH ĐỘNG THÌ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM CỦA NÓ SẼ LÀM TIÊU TAN DANH TIẾNG VÀ GIẾT CHẾT TƯƠNG LAI XÁN LẠN CỦA CHÍNH LOÀI CÁ NÀY.

Ta cũng phải hiểu nguyên nhân sâu xa ẩn đằng sau những chiến dịch tuyên truyền tiêu cực chống lại cá tra ở nhiều nước NK, để từ đó xác định, hoặc chúng ta sẽ phối hợp chặt chẽ với nhau trong những hành động thận trọng và tích cực nhất nhằm bảo vệ tương lai của ngành cá tra to lớn này, hoặc sẽ làm cho nó lụi tàn mãi mãi?

Cá tra - mặt hàng tuyệt vời

Phải luôn nhắc lại điều này, vì dường như nhiều người, không những ở châu Âu mà ngay cả ở Việt Nam cũng không còn nhớ nữa.

Đúng, cá tra là một nguyên liệu lý tưởng để tạo thành vô số món ăn hấp dẫn vì nó ít mùi tanh, vị nhẹ và có thớ thịt mịn màng.

Loài cá này rất dễ thích ứng với những phong cách nấu nướng khác nhau và có giá rất rẻ. Chính vì thế, không loài cá nào

trên đời này có thể đạt tới thành công nhanh chóng như cá tra. Trên khắp thế giới, loài cá này đã được người tiêu dùng chấp nhận và nhanh chóng hòa nhập vào công thức nấu nướng của các địa phương khác nhau.

Tuyệt vời như vậy, sao không phải lúc nào cũng suôn sẻ với cá tra?

Hiện nay, phần lớn những người NK cá tra ở châu Âu đều không mua nó cho nhà mình. Tôi bán rất nhiều cá cho những nhà NK khác nhau, nhưng bản thân những người ấy không ăn sản phẩm này. Đáng lo ngại hơn nữa, mọi người đều nghe những lời bôi nhọ sản phẩm cá tra, còn nhà chức trách về nghề cá ở các nước NK lại thường kín đáo ủng hộ cho những lời vu cáo xấu xa ấy.

Bộ Thủy sản Braxin đã thật sự tham gia làm một thành phần

trong chiến dịch chống lại cá tra, và kết quả của chiến dịch đó – trong trường hợp tệ nhất – là tăng thuế NK, hoặc đơn giản hơn là cấm NK. Đây sẽ là một thiệt hại nghiêm trọng, vì Braxin có đầy đủ tiềm năng để trở thành một nhà NK cá tra lớn.

Còn ở Mỹ, Bộ Thương mại (DOC) đã đưa ra kết luận sơ bộ về mức thuế chống bán phá giá rất cao cho cá tra. Một số DN đang tích cực vận động để chống lại mức thuế “không lành mạnh” này.

Nếu chúng ta không hành động để xây dựng một chiến lược tiêu thụ lành mạnh hơn cho cá tra Việt Nam, những cuộc chiến chống bán phá giá với mức thuế cao như vậy sẽ không những không giảm mà còn ngày càng cao hơn.

Châu Âu không là ngoại lệ. Các cơ quan quản lý nghề cá ở đây không hài lòng với cách mà con cá tra Việt Nam tác động đến hoạt động của họ và đang tìm cách để ngăn chặn làn sóng NK sản phẩm này. Mặc dù, với cơ chế của mình, việc đưa ra các quyết định ở châu Âu không diễn ra nhanh chóng, nhưng một khi đã đưa ra rồi thì cũng không dễ để thay đổi chúng.

Còn ở Việt Nam thì sao? Cách đây 7-10 năm, các nhà XK luôn cảm thấy tự hào vì nó và loại cá này thường có trong thực đơn ở gia đình họ. Tôi không dám chắc mọi chuyện bây giờ vẫn còn như vậy, ...

Vài năm trước, khách hàng rất mong muốn thiết lập mối quan hệ làm ăn bền vững và nhiều người đã đặt ra chiến lược kinh doanh dài hạn cho sản phẩm cá tra. Những tập đoàn đa quốc gia như McDonald cũng muốn phát triển sản phẩm mới và xúc tiến cho loài cá này. Nhiều công ty đã dự kiến xây dựng thêm nhà máy sản xuất sản phẩm giá trị cao và phile bao bột từ cá tra.

Nhưng đó đã là quá khứ! Thật đáng ngạc nhiên khi ngày càng ít người muốn sản xuất sản phẩm cá tra giá trị cao, trong khi hiện nay loài cá này đã quen thuộc ở hầu khắp các thị trường thủy sản trên thế giới!

“Cảm giác bất an” đó bắt nguồn từ đâu?

Cá tra đã trở thành một sản phẩm hàng hóa đặc biệt.

Nó tốt, rẻ và thuận tiện cho nhiều mục đích sử dụng đến nỗi có thể cạnh tranh với hầu hết các loài cá khác và làm nhiều nghề cá bị tổn thương.

Pangasius cũng gây nhiều rắc rối cho các nhà NK và bán buôn vì mức giá quá thấp của nó và sự cạnh tranh quá hỗn loạn, khiến cho lợi nhuận của họ bị đe dọa. Luôn luôn có người chào bán với giá thấp hơn, do đó người bán buôn cũng phải thường xuyên cắt giảm mức lợi nhuận của mình để có



Cá nướng



Cá cắt miếng



Cá tra với rau thơm và gia vị



Cá bao bột

thể đứng chân trong cuộc đua.

Cuộc cạnh tranh có vẻ thiếu lành mạnh đối với những người kinh doanh thủy sản ở châu Âu (và cũng như vậy ở các nước khác) đến mức họ chỉ còn cách tự vệ duy nhất là dựng lên một cuộc chiến bằng cách bôi nhọ và xuyên tạc chống lại cá tra. Chúng ta phải hiểu rằng, tuy đó không phải là cách phản ứng đàng hoàng, nhưng là cách họ phải làm để tồn tại, để có thể bán cá của họ với giá 7-12 ơrô/kg, khi mà cá tra chỉ có giá từ 3 đến 8 ơrô 1kg.

Cả ngành thủy sản châu Âu bị cá tra tác động đến và dường như chẳng ai cam tâm với tình trạng này. Cá tra đang gây bất lợi cho kinh tế châu Âu và ảnh hưởng đến nghề cá toàn cầu.

Nhiều công ty châu Âu NK cá tra đã không còn thu được lợi nhuận từ sản phẩm này, tuy nó chiếm tỷ trọng ngày càng quan trọng trong doanh số của họ. Họ vẫn phải tiếp tục NK cá tra vì

người tiêu dùng vẫn có nhu cầu.

Nhưng họ không đưa ra những chiến dịch truyền thông để bảo vệ cá tra. Họ sẽ không tiếp tục ủng hộ Pangasius một cách lâu dài!

Cuộc chỉ rối phải gỡ từ đâu?

Chúng ta sẽ làm sao để quảng bá cho cá tra và chống lại cuộc chiến bôi nhọ sản phẩm này? Tác giả có những đề xuất như sau.

Châm dứt ngay cuộc đua hạ giá bán: Giá bán thấp quá chính là cốt lõi của vấn đề.

Nếu mấy năm qua chúng ta đã chú ý xây dựng một chiến lược bán hàng đúng đắn, thì đến nay đã có thể bán cá tra ở châu Âu với giá ít nhất cũng cao hơn từ 30 đến 70% so với mức giá hiện hành.

Xin đừng hiểu lầm, tôi là một nhà buôn và tôi không hề muốn mua cá tra với giá đắt hơn những người khác, dù chỉ 5%. Tôi phải mua theo giá thị trường.

Khách hàng châu Âu không

còn cảm thấy tự tin đối với sản phẩm cá tra, thậm chí còn bị rối tinh rối mù với cả mớ đơn chào hàng họ nhận được. Nhưng quá thật, với hơn 300 công ty đua nhau chào bán cùng một loại sản phẩm, thật vô cùng khó khăn để tạo dựng một tiêu chuẩn chung cho mọi nhà XK.

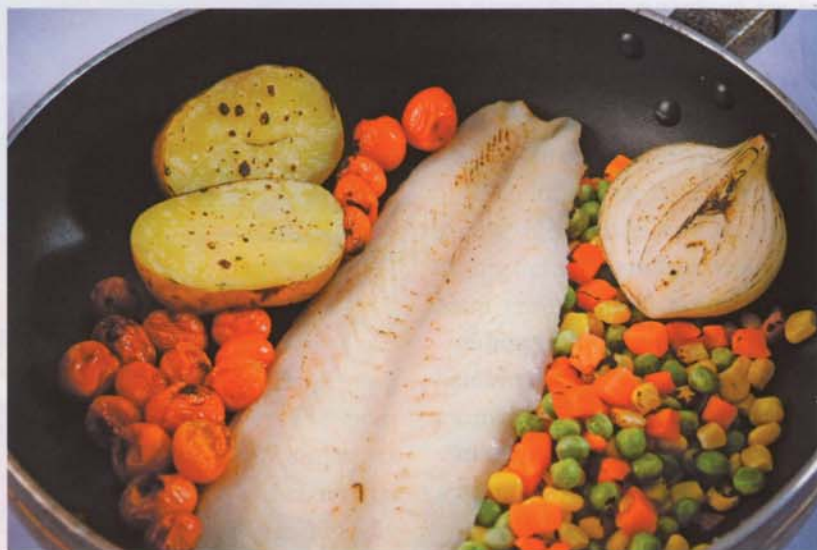
Phải định ra một mức giá sàn, đó là điều tối quan trọng phải làm ngay

Với sự chủ trì của VASEP, chúng tôi sẵn sàng ngồi lại với nhau để xác định mức giá sàn một cách hợp lý.

Tất nhiên, giá sàn sẽ khác nhau tùy theo thị trường đích, nhưng nó phải là mức sàn không phụ thuộc vào các điều kiện khác (tỷ lệ mạt bằng, phụ gia, cách xử lý, v.v...). Việc định ra mức giá này sẽ buộc nhà chế biến tập trung nhiều hơn vào chất lượng sản phẩm mà không phải tìm mọi cách để hạ giá thành, từ đó chất lượng sản phẩm được nâng lên và được khách hàng tín nhiệm hơn.

Có thể bắt đầu đặt giá sàn ở mức tương đối dễ chấp nhận (không cao quá), sau đó nâng dần từng bước tùy theo sự chấp nhận của thị trường. Chẳng hạn, ta không đặt ngay mức giá sàn tới 3,4 ơrô/kg ở châu Âu (là mức lẽ ra khách hàng có thể chấp nhận, nhưng hiện mọi người đang bán cho họ với mức thấp hơn nhiều), mà bắt đầu với mức, ví dụ là 2,5 ơrô/kg, sau đó sẽ tăng dần. Vấn đề là mọi người phải tôn trọng và chấp hành mức giá sàn đó.

Sau thành công bước đầu, ta sẽ bước sang giai đoạn 2, xác định giá sàn theo từng thị trường



Cá tra rán chảo

với những tiêu chuẩn sản phẩm nhất định. Cách làm này sẽ giúp khách hàng đánh giá rõ ràng hơn và dễ hơn các mức giá trong cả mớ đơn chào hàng.

Tự tin hơn vào sản phẩm của mình

Cá tra có giá rẻ không có nghĩa nó là sản phẩm tồi. Nó rẻ vì chúng ta có mức chi phí nhân công rất cạnh tranh ở Việt Nam.

Và cũng vì cá tra ăn được thức ăn đa dạng. Nghĩa là cũng như con heo, cá tra hấp thụ được cả đạm động vật và đạm thực vật. Nuôi các loài cá ăn thức ăn đa dạng như cá tra có hiệu quả cao hơn rất nhiều so với nuôi các loài chỉ ăn thịt như cá hồi hay cá ngừ.

Nuôi cá ăn thịt rất tốn đạm động vật. Lượng chất đạm đó do ngành khai thác cá công nghiệp cung cấp, giá đắt và có hại cho

môi trường. Nhiều người nói rằng ngành nuôi thủy sản là có lợi cho việc bảo vệ biển, nhưng nếu bắt 4 kg cá tự nhiên để làm bột cá nuôi lấy 1kg cá hồi hay nhiều loài cá nuôi khác (còn với cá ngừ thì tỷ lệ trao đổi lên tới 30:1) thì thật không đáng và có hại cho tự nhiên, có hại cho đại dương. Và cũng chính vì vậy mà sản phẩm của họ đắt hơn Pangasius của chúng ta rất nhiều.

Cải thiện chất lượng dinh dưỡng của phôi cá tra

Điểm cuối cùng, chất lượng dinh dưỡng của cá tra hiện nay rất kém. Nhưng điều đó có thể cải thiện dễ dàng bằng cách điều chỉnh công thức thức ăn. Tất nhiên, chỉ có thể làm như vậy nếu chúng ta cùng nhau nâng được giá bán cá tra.

Đó là những gì phải làm để cho cá tra thực sự trở thành một sản phẩm lý tưởng và một loài cá hoàn hảo

Việc làm đó là một mũi tên trúng nhiều mục tiêu. Không chỉ người nuôi và nhà XK Việt Nam thu được nhiều lợi ích hơn, mà cả người NK, bán buôn cũng thắng, vì họ có thể xây dựng chiến lược kinh doanh lâu dài và gia tăng lợi nhuận. Cuối cùng, người tiêu dùng sẽ hài lòng hơn vì có được chất lượng sản phẩm tốt hơn với giá không đắt!

Khi chúng ta thực hiện thành công chiến lược này, những luận điệu tuyên truyền chống lại cá tra sẽ không còn cơ sở để tồn tại. Các nhà NK, người bán buôn và cả bán lẻ cũng sẽ cùng với chúng ta truyền bá, xúc tiến và sáng tạo ra nhiều sản phẩm giá trị cao từ nguyên liệu Pangasius, làm cho ngành cá tra có thể cạnh tranh bình đẳng và lành mạnh với các ngành thủy sản khác.

Khi đó, cá tra sẽ là loài cá nuôi thành công nhất trên trái đất này!

Song, nếu Việt Nam vẫn cố thúc đẩy ngành cá tra tăng trưởng một cách vũ đoán, bất chấp những tác động của nó đến nghề cá của các nước NK, thì không có cách nào khác, ngành thủy sản các nước đó sẽ không ngừng chống lại việc NK loại sản phẩm này để tự vệ. Và tôi không dám nghĩ, chuyện gì sẽ đến với ngành cá tra Việt Nam. ■

Thái Thanh Dương dịch

