

# THƯỜNG MAI **THUY SẢN**

Năm thứ 13 – Số 152 – Tháng 8/2012

ISSN 1859 – 1175



**TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI CHẾ BIẾN VÀ XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM**  
**MAGAZINE OF VIETNAM ASSOCIATION OF SEAFOOD EXPORTERS AND PRODUCERS**

## Sách lược ba bước để khôi phục hình ảnh cá tra Việt Nam

▣ Jean-Charles Diener



CÁ TRA CÓ THỂ COI LÀ LOÀI CÁ NUÔI TỐT NHẤT, THẬM CHÍ LÀ LOÀI VẬT NUÔI TỐT NHẤT QUẢ ĐẤT HIỆN NAY, NHƯNG CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM PHILÊ CÁ TRA LẠI ĐANG THẤP DẴN VÀ TÍNH HẤP DẪN NGÀY MỘT KÉM ĐI.

Nhờ khả năng phát triển nuôi bền vững, cá tra là ứng viên sáng giá để lấp đầy sự thiếu hụt protein cho cư dân ngày một tăng thêm trên thế giới. Phile cá tra ngon, không đắt và có thể thích ứng dễ dàng với nhiều kiểu nấu nướng khác nhau.

Những loài sinh vật làm thực phẩm như cá tra có thể góp phần vào việc giải quyết nhiều vấn đề trên thế giới, nhưng cũng vì những ưu điểm của mình, cá tra dễ trở thành đối thủ cạnh tranh nặng ký của nhiều thủy sản khác và cũng vì thế phải đối mặt với hàng loạt chiến dịch phản tuyên truyền chống lại nó.

Trong khi đó, chính các nhà cung cấp cá tra Việt Nam lại tìm cách hạ thấp chất lượng để giảm giá bán, tìm cách cạnh tranh không lành mạnh để hy vọng mở rộng thị phần. Đó là cái “vòng kim cô” cần nhanh chóng gỡ bỏ và nhà sản xuất cá tra phải có giải pháp tối ưu để chống lại những chiến dịch bôi xấu và phục hồi danh tiếng cho sản phẩm.

Theo tôi, giải pháp khôi phục hình ảnh cá tra có thể gói gọn trong 3 bước cơ bản sau đây:

1. Định giá sản XK cá tra.
2. Quan tâm hơn đến sản phẩm cá tra và xây dựng chiến lược marketing hiệu quả cho nó.
3. Nâng cao chất lượng dinh dưỡng cho sản phẩm.

Cần nhận thức sâu sắc, rằng

những chiến dịch chống cá tra không chỉ ảnh hưởng riêng cá tra mà còn làm xấu đi hình ảnh thủy sản Việt Nam nói chung. Sự phát triển tích cực của cá tra sẽ ảnh hưởng tích cực đến cả các nhà sản xuất và XK thủy sản khác như tôm hay cá ngừ.

Nhiều người đã nhận ra những khiếm khuyết trong ngành cá tra. Nhiều hội nghị đã được tổ chức để đề xuất ra nhiều sáng kiến. Vấn đề lúc này là những hành động cụ thể, và có vẻ nhiều người cũng đồng tình với sách lược 3 bước nói trên.

Chắc chắn sẽ có người hỏi, thực hiện sách lược đó thế nào?

### Bước 1. Tác động vào giá bán cá tra

*Chấm dứt ngay tình trạng hạ giá bán cá tra – bởi chính giá quá thấp đã là vấn đề!*

Khách hàng nước ngoài không còn tin tưởng vào cá tra nữa và tỏ ra vô cùng hoang mang trước cả mớ lời chào mời với giá cả chênh nhau một trời một vực. Với hơn 300 công ty kinh doanh loại sản phẩm này, sẽ rất khó đặt ra một tiêu chuẩn chung cho các nhà XK.

Có người nói, cần hành động để xác lập một mức giá XK tối thiểu có thể chấp nhận được. Đó là việc khó, ngành cá tra Việt Nam cần cùng nhau thực hiện với sự hỗ trợ của VASEP – và nếu cần



– cả sự tham gia của nhà nước. OFCO sẵn sàng hợp tác trong công cuộc này. Các ngành như cá ngừ, tôm và các sản phẩm thủy sản khác của Việt Nam đang theo sát xu thế của thế giới nên không cần Nhà nước can thiệp. Nhưng trong trường hợp cá tra, sự hỗ trợ từ bên ngoài để quản lý thị trường là cần thiết. Việt Nam là nhà XK cá tra lớn duy nhất nên chính Việt Nam phải khống chế giá của sản phẩm này.

Mức giá tối thiểu (giá sàn) phải thiết lập hợp lý, không chỉ căn cứ vào những gì đang xảy ra ở Việt Nam mà cần cân nhắc cả tình hình thị trường phôi cá thịt trắng thế giới. Cần có mức giá sàn cho sản phẩm theo những đặc tính khác nhau (*Untrimmed, Well trimmed, Intermediary trimming; mạ băng 10%, 20%, v.v...*) và phải ghi rõ những đặc tính đó trên bao bì và tài liệu kèm theo. Bởi vì, chẳng hạn hiện nay đang cấm XK phôi cá tra mạ băng cao hơn 20%, nhưng nếu quản lý giá không chặt chẽ, hiệu lực của lệnh cấm

sẽ không cao. Để mua được giá rẻ, nhà NK thường đòi hỏi người sản xuất vi phạm lệnh đó.

Đây là bước đầu tiên để khôi phục lòng tin của khách hàng, đồng thời buộc các nhà XK phải cạnh tranh bằng chất lượng thay vì giảm giá, từ đó nâng cao chất lượng và uy tín của sản phẩm.

Giá sàn ban đầu nên thiết lập ở mức khả thi nhất, không nên cao quá, để số đông có thể thực hiện. Dần dần giá sẽ nâng lên tùy theo mức độ chấp nhận của thị trường.

Vẫn có thể duy trì mức giá thấp cho những thị trường chỉ yêu cầu chất lượng thấp hơn. Tuy nhiên, có rất nhiều cách để giảm giá bán mà không làm cho nhà NK và người tiêu dùng hoang mang. Vì thế, đặc điểm sản phẩm phải được ghi rõ trên bao bì và các văn bản kèm theo, để chứng minh: “*Tiền nào của ấy*”.

Các nhà XK có thể trích tỷ lệ nhỏ từ giá bán (hoặc một mức phí cố định theo kilô) để đóng góp vào một quỹ quốc gia, nhằm tài trợ cho những chiến dịch XTTM gián tiếp. Trước hết, Việt Nam cần tiến hành một chiến dịch tuyên truyền song song với quá trình cải thiện chất lượng cá tra.

**Bước 2. Tin tưởng hơn vào ưu thế của cá tra**

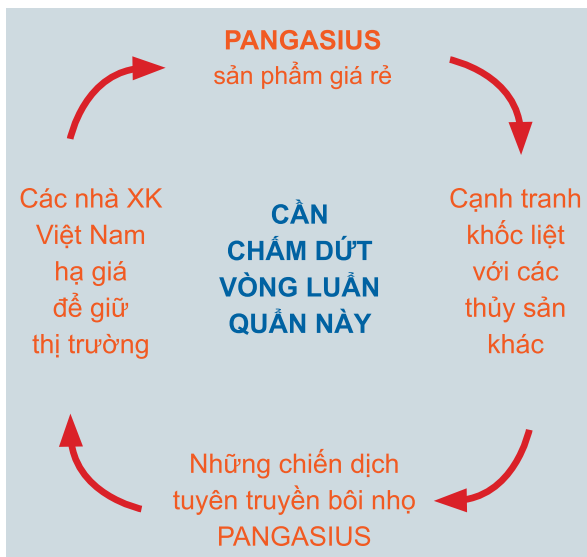
*Cá tra có thể*

*trở thành sản phẩm chất lượng cao và người Việt cần tin tưởng vào chính sản phẩm của mình!*

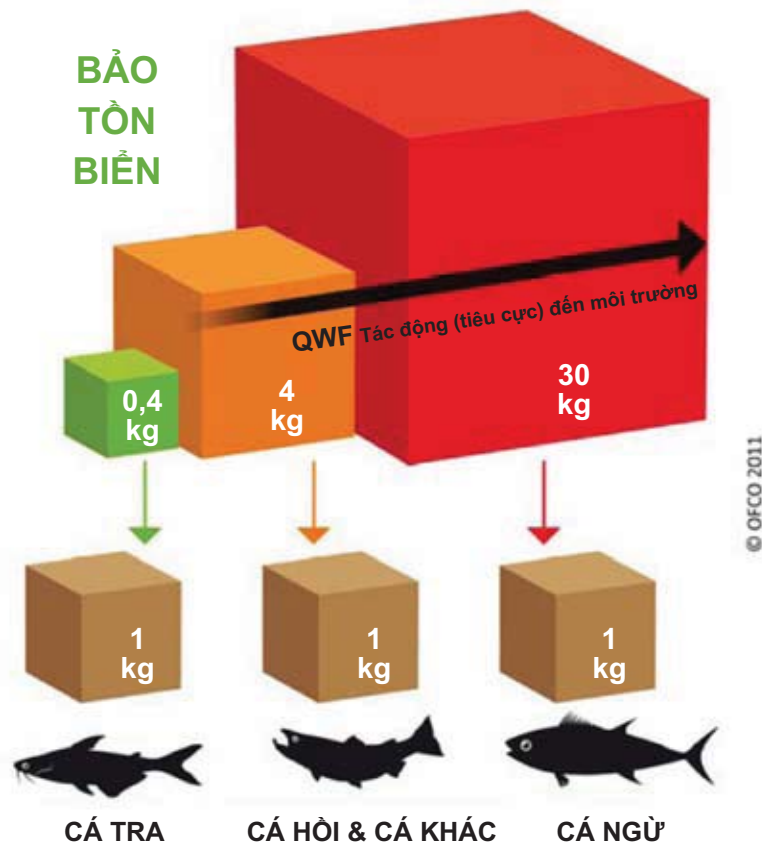
Những chiến dịch bôi nhọ cá tra trong 10 năm qua ở các nước NK đã tạo ra ấn tượng xấu về cá tra. Trên thực tế, cá tra là sản phẩm tốt. Việc bán với giá rẻ không có nghĩa cá tra là xấu. Giá rẻ vì Việt Nam có mức tiền công lao động rất cạnh tranh để sản xuất ra sản phẩm này và cũng vì đây là một loài cá ăn tạp. Cũng giống như loài heo, cá tra có thể hấp thụ cả prôtêin động vật lẫn thực vật.

Nuôi các loài cá ăn tạp như cá tra có hiệu quả và tính bền vững cao hơn hẳn phần lớn các loài cá nuôi khác, nhất là các loài cá ăn động vật như cá hồi, cá ngừ. Cá ăn động vật đòi hỏi nhiều prôtêin động vật trong khẩu phần, trong đó nguồn đạm chủ yếu do nghề đánh cá biển công nghiệp cung cấp, không chỉ rất đắt mà còn tác hại đến tài nguyên thiên nhiên.

Nhiều người cho rằng NTTS là sự thay thế hiệu quả cho nghề khai thác thủy sản tự nhiên và là đóng góp tích cực để bảo vệ nguồn lợi biển. Nhưng để sản xuất ra 1kg cá hồi hay phần lớn các loài cá nuôi thông thường khác, đòi hỏi tới 4kg cá tự nhiên (bị khai thác để làm bột cá). Chẳng hạn cá trống có sản lượng khai thác lớn nhất nhưng chủ yếu chỉ dùng làm bột cá cung cấp cho ngành NTTS. Cho đến nay, mặc dù thức ăn cho cá tra chưa được nghiên cứu thấu đáo như đối với cá hồi, nhưng khối lượng cá tự nhiên (Quantity of Wild Fish – QWF) cần để sản xuất 1 kg cá



**HÌNH MINH HỌA HỆ SỐ QWF**  
(khối lượng cá tự nhiên cần để sản xuất 1kg cá nuôi)



tra cũng chỉ bằng 0,4 kg. Nếu nghiên cứu chu đáo hơn, giá trị QWF chắc chắn sẽ còn thấp hơn.

Cũng có nhiều ý kiến cho rằng nuôi cá ngừ là một giải pháp tích cực để bảo vệ nguồn lợi tự nhiên khỏi bị suy thoái. Tuy nhiên, với việc sử dụng tới 30 kg cá tự nhiên để thu được 1 kg cá ngừ, hậu quả của nó còn tệ hơn việc nuôi các loài cá khác rất nhiều.

Sự tổn kém prôtêin làm thức ăn nuôi cá ăn động vật cũng là lời giải cho thấy tại sao cá tra rẻ hơn so với các loài cá ăn thịt ấy. Nuôi các loài cá ăn tạp cũng là giải pháp tốt hơn nhiều so với những nỗ lực phát triển phương pháp

nuôi cá ăn động vật bằng thức ăn có nguồn gốc thực vật hiện nay.

Còn có thể kể ra nhiều ưu thế của ngành cá tra, như sự ổn định, có thể nuôi quanh năm nhờ khí hậu nhiệt đới ẩm áp, khả năng TXNG hoàn toàn, cấu trúc cơ thịt và mùi vị thích hợp để chế biến thành nhiều kiểu sản phẩm khác nhau. Những cái đó cũng đã đủ để lý giải cho sức mạnh cạnh tranh của cá tra.

Có nhiều tổ chức đang lớn tiếng về sự bền vững, một số họ đã có mặt tại Việt Nam và đang tìm cách thu lợi từ “chương trình chứng nhận ngành nuôi cá tra bền vững”, thậm chí cả bằng cách

đưa ra tuyên truyền xấu về nghề nuôi cá tra để tạo ra nhu cầu giả tạo về chương trình chứng nhận của họ. Những tổ chức đó không giúp ích gì cho sự phát triển của ngành cá tra. Họ ở đây chỉ để nói lại với thế giới cái điều mà mọi người ta đều biết: *Cá tra là sản phẩm bền vững!*

Tự thân cá tra đã là một trong những vật nuôi bền vững nhất trái đất – không chỉ so với thủy sản mà với cả những động vật nuôi khác. Cá tra là thực phẩm tuyệt vời để đáp ứng nhu cầu chất đạm ngày càng cao cho cư dân đang tăng trên trái đất. Cá tra cũng góp phần giải quyết nhiều vấn đề khác tầm cỡ thế giới, mà trước hết là cách tốt nhất để gìn giữ cân bằng sinh thái trên các đại dương.

Chú trọng vào đặc điểm **nuôi bền vững** là cách tuyên truyền tốt nhất cho cá tra trước các loài thủy sản nuôi khác, và thậm chí cả thủy sản khai thác tự nhiên, vốn thường không bền vững. Thế giới đang lo ngại các nguồn lợi thủy sản trong đại dương bị suy thoái và các loài như cá tra sẽ có thể là cứu cánh!

Mặc dù nghề nuôi và chế biến cá tra chưa thật hoàn hảo nhưng cũng đã nhận được sự chấp nhận rất cao. Thị trường hoàn thiện hơn và chấp nhận giá cao hơn sẽ dễ dàng xóa bỏ những khoảng tối trong sản xuất cá tra.

### **Bước 3. Nâng cao chất lượng**

*Có thể bán cá tra ra hầu hết thị trường trên thế giới mặc dù chất lượng dinh dưỡng của philê cá tra không cao.*

Về mặt tiêu cực, philê cá tra khá nghèo giá trị dinh dưỡng. Tuy nhiên, điều đó có thể dễ dàng khắc phục bằng cách thiết lập chế độ cho ăn hợp lý trong quá trình nuôi và sử dụng những phương pháp thích hợp để giảm hàm lượng nước khi chế biến. Tất nhiên, chỉ thực hiện được điều đó ở mức giá cá tra cao hơn.

“Ăn gì được nấy”, cũng như thịt gia súc và mọi nông sản khác, có thể gia tăng giá trị dinh dưỡng của cá tra để giúp các nhà XK Việt Nam tìm được nhiều thị trường mới sẵn sàng trả giá đắt hơn cho sản phẩm philê cá tra chất lượng cao hơn. Đồng thời, cũng phải thiết lập hệ thống kiểm soát chất lượng tốt hơn, có thể loại trừ sự hiện diện của dư lượng các chất kháng sinh hoặc các hóa chất bị cấm khác để bảo đảm tính an toàn từ ao nuôi đến sản phẩm cuối.

Việt Nam hoàn toàn đủ kiến thức và năng lực công nghệ để biến loài cá này thành những sản phẩm tuyệt vời, nhưng cá tra chỉ có mức giá cao hơn và được thị trường chấp nhận rộng rãi hơn khi nào những kiến thức và năng lực ấy được thể hiện trong sản phẩm. Nếu Việt Nam cải thiện được chất lượng dinh dưỡng của cá tra, thị trường sẽ hoàn toàn rộng mở cho nó.

### Lời kết

Nếu tăng được giá cá tra, sẽ có nhiều hệ quả tích cực kèm theo: chất lượng được cải thiện, những lời nói xấu sẽ phải tự tắt, còn thị trường thì sẽ rộng mở hơn. Các nhà NK, bán buôn và cả các công

ty phân phối cũng vững tâm xúc tiến sản phẩm này để sáng tạo ra nhiều mặt hàng mới. Đây sẽ là cuộc cạnh tranh lành mạnh với các loài cá khác và mọi người đều có lợi.

Nông dân và nhà XK Việt Nam sẽ thu được lợi nhuận xứng đáng từ cá tra. Đồng thời, ngành thủy sản Việt Nam cũng gián tiếp có lợi từ hình ảnh tốt đẹp hơn của nó. Nhà NK và bán buôn có thể phát triển chiến lược kinh doanh thuận lợi và thu được lợi nhuận cao hơn. Ngành chế biến có thể sử dụng nguyên liệu cá tra rộng rãi hơn, để từ đó mở ra những cơ hội mới cho chính loài cá này. Và quan trọng nhất, chỉ cần mất thêm mấy xen, người tiêu dùng sẽ mua được món hàng có chất lượng cao hơn hẳn.

Nghề nuôi cá tra là tốt, ngành chế biến cá tra là tốt và cá tra là một trong những loài cá nuôi bền vững nhất trái đất. Các nhà XK Việt Nam cần xây dựng chiến lược kinh doanh đúng đắn và điều chỉnh giá hợp lý. Người mua hàng sẽ muốn mua cá tra mà không đòi hỏi giá phải ngày một rẻ hơn. Với sự hỗ trợ của nhà NK và phân phối, Việt Nam có thể xúc tiến cá tra như là **loài cá nuôi số một thế giới**.

*Biểu đồ QWF do OFCO xây dựng không phải là thông tin mới trong giới chuyên môn thủy sản, song nếu người tiêu dùng ở các nước phát triển biết và nhận thức được nó, thì mọi nhận định của họ về cá tra sẽ thay đổi tích cực và họ sẽ chấp nhận rộng rãi loài cá này.*

*Để đến được với những người*

*tiêu dùng ấy, sẽ phải đầu tư lớn cho những chiến dịch XTTM và quảng cáo. Nhưng cũng có cách rẻ hơn nhiều – đó là tìm đúng người có thể đưa những điều ấy đến đúng những tổ chức có thể chuyển tải thành những thông tin chân thực cho người tiêu dùng. Nhiều nhà XK cá tra lớn đã gọi hỗ trợ OFCO đứng lên bảo vệ lợi ích của cá tra. Nhưng có kết quả thật sự tích cực, tất cả các nhà XK cá tra phải thống nhất nói cùng một giọng.*

*Cá tra Việt Nam phải xuất hiện trên mọi diễn đàn NTTS quốc tế quan trọng. Trước mắt, Hội nghị Thủy sản Quốc tế tại Hồng Kông vào tháng 9 tới sẽ có chủ đề thảo luận về NTTS bền vững và Việt Nam nhất thiết phải trình bày về nuôi cá tra bền vững ở đó.*

**Để hiện thực hóa sách lược 3 bước này, các nhà XK thủy sản Việt Nam phải có một người đại diện cho cá tra, có đủ sức mạnh, quyền hạn và tiền bạc để biến tư tưởng thành hành động cụ thể.**



**Jean-Charles Diener,**  
Thạc sỹ nông học, chuyên ngành nuôi trồng thủy sản nhiệt đới  
Giám đốc  
OFCO Sourcing Việt Nam  
393 đường 16, An Phú - An Khánh,  
Quận 2, Tp. HCM  
Tel: +84 86 28 18 016  
Fax: +84 86 28 18 017  
Email: vietnam@ofco.info