

# THƯƠNG MẠI **THỦY SẢN**

Năm thứ 13 – Số 149,150 – Tháng 5,6/2012

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

## Cần khôi phục uy tín chất lượng và tăng giá bán cá tra

Ông Jean Charles Diener - GD Công ty Ofco Sourcing



Cá tra là một sản phẩm lý tưởng với vị nhạt, mùi nhẹ, cơ thịt săn chắc, dễ dàng chế biến theo nhiều cách. Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm GTGT từ cá tra hiện đã giảm rất nhiều. Trước đây, đã có khách hàng đề xuất phát triển kinh doanh lâu dài và chiến lược bán hàng cho cá tra. Một số tập đoàn lớn như Mc Donald rất muốn phát triển cá tra khi tìm kiếm sản phẩm mới. Đây cũng chính là kỳ vọng của DN cá tra khi xây dựng nhà máy chế biến sản phẩm GTGT và tẩm bột cho cá tra phилê. DN đã phải đầu tư rất nhiều tiền trang bị thiết bị và hệ thống sản xuất tự động để sản xuất hàng GTGT, nhưng nhà máy đã không thể hoạt động như mong muốn.

Hầu hết mọi người đang dần lãng quên mặt hàng này, không chỉ ở Châu Âu mà còn ở một số nước khác, thậm chí cả Việt Nam. Hầu hết nhà NK cá tra ở Châu Âu không đưa cá tra vào trong thực đơn hàng ngày của gia đình họ. Giải thích về vấn đề này, ông Alain Cadec - đại diện Ủy ban Châu Âu, Phó Chủ tịch Hiệp hội Thủy sản, nói rằng, đơn giản cá tra là một sản phẩm xấu! Cá tra đã và đang tác động đến nhiều ngành công nghiệp chế biến thủy sản ở Châu Âu, đồng thời tạo mâu thuẫn giữa nhà NK và nhà bán lẻ vì giá rất thấp và luôn có người bán với giá rẻ hơn, vì vậy họ phải

tiết giảm tối đa lợi nhuận cũng như khó kiếm lời từ loài cá này.

Cá tra có vẻ như gây ra cạnh tranh không công bằng cho nhiều ngành công nghiệp thủy sản ở Châu Âu và một số nước khác như Mỹ, Ôxtrâyliá.... Vì vậy, họ phải tự bảo vệ mình bằng cách tạo ra hình ảnh xấu và tuyên truyền chống lại cá tra. Một số thị trường mới như Braxin sớm muộn cũng rơi vào tình cảnh như Châu Âu, nếu Việt Nam không có sự thay đổi. Một số chính phủ và tổ chức phi chính phủ cũng đang có chiến dịch mạnh mẽ, có hệ thống chống lại cá tra. Tôi hiểu vì sao họ làm như vậy! Vì giá cá tra chỉ ở mức 3-6 euro/kg trong khi các loài cá thịt trắng khác có giá lên tới 7-12 euro.

Mặc dù ngành thủy sản Châu Âu bị ảnh hưởng bởi cá tra nhưng họ vẫn phải NK sản phẩm này vì người tiêu dùng cần đến sản phẩm cá tra. Nhưng họ không đầu tư để phát triển thông tin cho sản phẩm này. Họ không thực sự ủng hộ cá tra. Hầu hết nhà NK cá tra mà tôi biết đều không thích kinh doanh loài cá này, thậm chí họ sẽ thấy vui hơn nếu như cá tra không tồn tại ở Châu Âu. Họ buộc phải có loài cá này trên danh mục sản phẩm nếu không sẽ mất khách hàng và giảm khối lượng mua so với những loài cá khác. Cá tra chiếm rất nhiều diện tích trong kho lạnh của họ và chiếm ngày càng lớn vốn lưu động trong khi lợi nhuận ngày càng giảm.

Châu Âu muốn ngừng NK cá tra vì sản phẩm này không tốt cho nền kinh tế của họ. Đây là lý do vì sao ông Alain Cadec không thích loài cá này. Hiện tại họ chưa thể làm được điều này vì Châu Âu vẫn đang cần cá giá rẻ nên họ chưa ngăn chặn cá tra. Tuy nhiên, Việt Nam nên cẩn thận và liên kết với nhau để bảo vệ tốt hơn cho tương lai của ngành kinh doanh tuyệt vời này.

Vậy, để khôi phục hình ảnh cá tra cũng như phát triển mạnh hơn ngành hàng này, theo tôi, Việt Nam nên ngừng ngay việc giảm giá và đưa ra một mức giá sàn. Cá tra đã có thể bán ở mức giá tối thiểu cao hơn hiện nay 30-40% ở Châu Âu nếu có chiến lược tốt trong những năm trước đây. Người mua ở Châu Âu mệt mỏi với rất nhiều mức giá chào cá tra với các quy cách sản phẩm khác nhau

của hơn 300 DN XK Việt Nam. Cá tra cần phải có một giá XK tối thiểu.

Cùng với VASEP, các DN XK phải cùng nhau xác định mức giá tối thiểu không chỉ hợp lý với ngành cá tra Việt Nam mà còn phù hợp với thị trường cá phi lê thịt trắng trên thế giới. Giá XK cá tra tối thiểu cũng phải phù hợp với từng quy cách sản phẩm chính như phi lê đã chỉnh sửa và phi lê chưa chỉnh sửa, cũng như mạ băng 10% hay 20%..., và được ghi rõ trên bao bì cũng như chứng từ. Điều này sẽ khuyến khích DN XK cạnh tranh về chất lượng và giảm cạnh tranh về giá, đồng thời nhà NK cũng yên tâm hơn khi NK cá tra để kinh doanh. Giá tối thiểu đưa ra ban đầu có thể thấp nhưng các DN nên tuân thủ đúng mức giá tối thiểu của cộng đồng. Và sau đó, từng bước tăng giá cá tra ở mức chấp nhận được tùy thuộc vào thị trường.

Cá tra giá rẻ không có nghĩa là chất lượng không tốt mà vì Việt Nam có chi phí lao động rất cạnh tranh. Cá tra là một loài ăn tạp giống như nuôi lợn lấy thịt. Nuôi loài cá ăn tạp như cá tra hiệu quả hơn nhiều so với các loại cá ăn thịt khác trên thế giới như cá hồi, cá ngừ. Cá hồi và cá ngừ cần rất nhiều đạm trong chế độ ăn uống. Và hầu hết chất đạm trong thức ăn nuôi 2 loài cá này lấy ở các loài cá tạp ở biển, được khai thác theo phương thức công nghiệp, điều đó rất không tốt cho môi trường tự nhiên và càng không tốt cho đại dương.

Nhiều tổ chức cho rằng nuôi thủy sản rất tốt cho việc bảo vệ đại dương. Nhưng trên thực tế, 1 kg cá hồi cần tới 4 kg cá tạp đánh bắt để làm thức ăn; thậm chí 1 kg cá ngừ cần tới 30 kg cá biển tạp, trong khi cá tra chỉ cần 0,4 kg. Thức ăn của cá tra đơn giản hơn so với thức ăn nuôi cá hồi, chi phí sản xuất cá tra thấp hơn nhiều. Cá tra chính là loài thủy sản nuôi nhằm bảo vệ đại dương cũng như là nguồn thực phẩm cho thế giới với dân số ngày càng tăng.

Vì vậy, tuyên truyền nuôi cá tra bền vững chính là con đường đúng đắn nhất để phát triển cá tra. Thế giới đang lo lắng việc suy giảm nguồn lợi đại dương và cá tra sẽ là một loài cá nuôi thay thế tối ưu. Cá tra là một ngành nuôi bền vững và đây chính là thông điệp tốt nhất để quảng bá cá tra.

Ta cũng phải tăng giá trị dinh dưỡng cho cá



Áp phích cổ động cho cá tra của OFCO

tra phi lê để sản phẩm này ngày càng tốt hơn bằng cách cải thiện thành phần thức ăn phù hợp trong nuôi trồng cũng như giảm tăng trọng bằng hóa chất trong sản xuất. Tôi khẳng định Việt Nam có thể dễ dàng tăng giá trị dinh dưỡng cho cá tra và giành được nhiều thị trường mới với giá bán tốt hơn, thậm chí là giá cao hơn.

Tôi cho rằng người nuôi và DN XK Việt Nam sẽ kiếm được nhiều lợi nhuận từ cá tra vì cá tra là sản phẩm gần như “độc tôn” của Việt Nam trên thị trường thế giới. Trong khi đó, nhà NK và nhà bán lẻ nước ngoài cũng sẽ có thêm lợi nhuận, vì vậy họ cũng sẽ có chiến lược phát triển sản phẩm này trở thành loài cá nuôi tuyệt vời nhất trên thế giới, cũng như có chương trình quảng bá bán hàng để tăng lợi nhuận cho cá tra. Và người tiêu dùng chỉ phải bỏ thêm vài xu nhưng sẽ có sản phẩm với chất lượng tốt hơn.

Việt Nam nên bắt đầu khôi phục hình ảnh cá tra ngay từ bây giờ để bảo vệ quyền lợi của nền công nghiệp cá tra! ■