TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đẩy mạnh tiêu thụ cá tra ở thị trường trong nước

15:08 26/09/2020

Do ảnh hưởng của dịch Covid-19, giá trị xuất khẩu cá tra Việt Nam sang các nước đều giảm đáng kể, đồng thời lượng hàng tồn kho tăng lên. Để khắc phục khó khăn, nhiều doanh nghiệp đã đẩy mạnh khai thác thị trường trong nước.

Theo Hiệp hội cá tra Việt Nam, đến nay, tổng diện tích nuôi cá tra tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long còn gần 2.000 ha, giảm 13%; diện tích thu hoạch 1.844 ha, giảm 21%; sản lượng đạt khoảng 615 nghìn tấn, giảm 17% so cùng kỳ năm 2019.

Tổng kim ngạch xuất khẩu sáu tháng đầu năm đạt 667,5 triệu USD, giảm 30,6% so cùng kỳ năm 2019. Giá trị xuất khẩu cá tra tính đến nửa đầu tháng 8 sang các thị trường lớn đều giảm đáng kể, trong đó, thị trường Trung Quốc - Hồng Công giảm 22,6%; thị trường Mỹ giảm 20,2%; thị trường ASEAN và EU cũng giảm mạnh, lần lượt 57,6% và 36,2% so cùng kỳ năm 2019.

Chủ tịch Hiệp hội Cá tra Việt Nam Dương Nghĩa Quốc cho biết: “Thời gian qua, dịch Covid-19 tác động mạnh đến chuỗi ngành hàng cá tra.

Trong đó, diện tích nuôi, thu hoạch, sản lượng, kim ngạch xuất khẩu cá tra giảm mạnh. Bên cạnh đó, lượng hàng tồn kho của các doanh nghiệp tăng, phải thuê kho lạnh để trữ hàng. Ngoài ra, chất lượng giống cá tra ngày càng suy giảm, khiến tỷ lệ hao hụt trong giai đoạn nuôi thương phẩm tăng cao dẫn đến hiệu quả sản xuất thấp...”.

Theo Phó Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Thủy sản Trường Giang (Đồng Tháp) Ong Hàng Văn, hiện đơn vị chỉ xuất được khoảng 50 đến 60% lượng hàng đã gia công, doanh nghiệp phải chịu nhiều thuế, phí duy trì kho bãi, duy trì sản xuất để tạo việc làm cho công nhân, người lao động...

Theo các chuyên gia thủy sản, cần nhiều giải pháp đồng bộ để gỡ khó cho ngành sản xuất, xuất khẩu cá tra như: Nhà nước cần tiếp tục tập trung nguồn lực để hỗ trợ kịp thời cho doanh nghiệp (về thuế, vốn vay ngân hàng, bảo hiểm,

tài chính, thủ tục hành chính...).

Riêng doanh nghiệp xuất khẩu cá tra cần tập trung phát triển các thị trường sẵn có, nhất là các thị trường Mỹ, EU, Trung Quốc, ASEAN... đồng thời cần khai thác tốt thị trường trong nước, bởi nhu cầu của người tiêu dùng trong nước đối với các sản phẩm cá tra cũng rất lớn.

Từ đầu năm đến nay, một số doanh nghiệp đã đẩy mạnh khai thác thị trường trong nước. Công ty cổ phần Nam Việt (Navico) ở Long Xuyên, An Giang. Hiện, bình quân mỗi tháng Công ty Nam Việt xuất bán cho đối tác trong nước từ 100 đến 200 tấn, phấn đấu từ nay đến cuối năm đạt khoảng 1.000 tấn cá tra. Công ty có các sản phẩm chả cá tra, cá tra cắt khúc, cá tra nguyên con, phi-lê...

Thị trường trong nước tiêu thụ cá tra đang giảm áp lực xuất khẩu cho doanh nghiệp từ 20 đến 30%. Để kết nối doanh nghiệp và thị trường, Trung tâm xúc tiến thương mại nông nghiệp (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) đã triển khai việc kết nối, tiêu thụ nông, thủy sản tại thị trường trong nước thông qua hình thức trực tuyến giữa các đơn vị cung ứng và các đơn vị tiêu thụ phân phối, nhất là tại đô thị lớn...

Trong hai tháng 5 và 6-2020, Trung tâm đã tổ chức hàng loạt hoạt động kết nối giao thương nhằm đẩy mạnh tiêu thụ nông, thủy sản tại thị trường trong nước, trong đó có tuần nông sản tại Big C Thăng Long, Big C Cần Thơ; phiên chợ thủy sản và các mặt hàng cá tra tại Hà Nội...

Sau các sự kiện này, một số đơn vị ở phía bắc như Xí nghiệp Bắc Hà (thuộc Công ty TNHH Một thành viên Đầu tư và Phát triển nông nghiệp Hà Nội - HADICO) đã kết nối tiêu thụ sản phẩm cá tra với Công ty Navico và liên tục tìm được các khách hàng ký hợp đồng tiêu thụ tại phía bắc.

Tính đến hết tháng 7-2020, Bắc Hà có khoảng hơn 30 đại lý ở các quận, huyện của Hà Nội. Hiện, số lượng cá tra và các sản phẩm từ cá tra được doanh nghiệp, bếp ăn công nghiệp, cung cấp suất ăn đăng ký đặt hàng qua Bắc Hà đạt khoảng 100 tấn/tháng. Dự kiến đến cuối năm, sản lượng tiêu thụ sẽ tăng lên khoảng 230 tấn/tháng...

Không chỉ với các sản phẩm cá tra tươi sống, đông lạnh, các doanh nghiệp chế biến cá tra ở phía nam cũng đang triển khai chế biến đa dạng các sản phẩm từ cá tra, phù hợp thị hiếu người tiêu dùng phía bắc, thí dụ các sản phẩm ăn sẵn theo khẩu vị ít ngọt, ít cay hơn, đa dạng các sản phẩm như giò cá, chả cá, cá bao bột chiên, chả cá viên, cá kho tộ...

Đây là bước đầu khởi sắc, hứa hẹn sẽ có bước tiến mới trong việc đưa cá tra tiếp cận thị trường trong nước, đặc biệt là Hà Nội với gần 9 triệu dân. Để hỗ trợ doanh nghiệp, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã chỉ đạo Tổng cục Thủy sản phối hợp các hiệp hội, doanh nghiệp chế biến cá tra đẩy mạnh kết nối, khai thác tiêu thụ tại thị trường trong nước, bởi dư địa còn rất lớn.

Vừa qua, Tổng cục Thủy sản đã làm việc với các địa phương và các nhà máy để rà soát lại diện tích nuôi nhằm cân đối cung cầu, hướng dẫn người nuôi duy trì xuống giống nhằm bảo đảm trong quý I và quý II năm 2021, vẫn sẵn sàng nguyên liệu cho chế biến, xuất khẩu...

Tổng cục Thủy sản cũng sẽ phối hợp Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công thương) nhằm đẩy mạnh phân phối các mặt hàng cá tra vào các hệ thống siêu thị, tiêu thụ qua các kênh trực tuyến, để phục vụ người tiêu dùng trong nước.

Tâm Thời