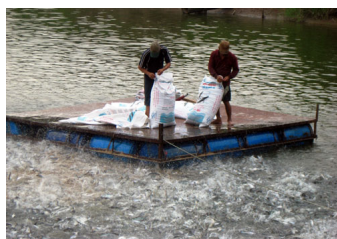


Nhưng năm qua, cá tra Việt Nam t i n c ngoài “b m d p” vì b truy n thông ch trích. Đ n gi , doanh nghiệ p Việt Nam m i nh n ra r ng, minh b ch thông tin v s n ph m cá tra, hay câu chuy n truy n thông, đã b b quên...



Nhưng hình nh t ao nuôi cá tra nh th này l i khi n ng i tiêu dùng nghi ng i v tính an toàn c a s n ph m. nh: T.H

“L ng c ng” t trong n c

TS Nguy n Ti n Thông - Đ i h c Nam Đan M ch, cho r ng, quan h n i t i gi a các doanh nghiệ p (DN) Việt Nam v i nhau trong ngành cá tra hi n nay là “v n đ không h đ n gi n”. Đây cũng là nguyên nhân khi n con cá tra “b m mình b m m y”.

T v i c các DN c nh tranh l n nhau, khi n cá tra m t uy tín, m t giá, Việt Nam cũng ch a có m t DN nào đ m nh đ có th chi ph i toàn b ngành. H n n a, gi a các DN h u nh ch a có chi n l c hành đ ng chung v i nhau trong s n xu t, marketing, kinh doanh cá tra.

Còn v m t marketing, Việt Nam th t b i hoàn toàn khi đ a ra nh ng hình nh cá tra lúc nhúc giành ăn trong ao nuôi. Ch a k , các thông tin v th c ăn, môi tr ng s ng, tác đ ng t môi tr ng bên ngoài... đ n con cá tra cũng r t t .

“Ng i tiêu dùng lên Google tìm ki m và s th y vô s nh ng hình nh không đ p m t v con cá tra Việt Nam. Nhưng hình nh này s tác đ ng tr c t i p t i hành vi mua hàng c a h . Trong khi đó, nh ng hình nh nuôi cá h i, cá minh thái... thì khác hoàn toàn v i h n c trong xanh, thanh bình” - ông Thông nh n đ nh.

Bà Tô Tô ng Lan – Phó Tô ng Thậ ký Hiệ p hậ i Chậ biệ n xuậ t khậ u thậ y sậ n Việ t Nam (VASEP) cũ ng thậ a nhậ n, cho đậ n nay, sậ quậ ng bá cậ a Việ t Nam cho cá tra chậ tậ p trung vào việ c tăng bán hàng bậ ng tiệ p cậ n B2B thông qua các hậ i chậ quậ cậ hay các kênh bán hàng khác. DN đánh giá sậ tăng trậ ng thông qua con sậ xuậ t khậ u tăng hàng năm, mậ rậ ng thậ trậ ng... nhậ ng chậ a có chiệ n lậ c tiệ p cậ n đậ n ngậ i tiêu dùng cuậ i cùng.

Còn đậ i vậ i thậ trậ ng trong nậ c, truyệ n thông cho hình ñ nh cá tra càng bậ bậ ngậ hậ n nậ a khi việ c tiệ p cậ n thông tin vậ i DN khá hậ n chậ . Có việ c, khi báo chí tìm đậ n tham đậ các buậ i hậ p tậ ng kậ t ngành hoặ c phậ ng vậ n cậ p nhậ t thông tin, đậ i điệ n mậ t hiệ p hậ i cá tra còn cho rậ ng, cá tra chậ yậ u xuậ t khậ u nên... không cậ n truyệ n thông trong nậ c.

Khó tìm tiệ ng nói chung

Nhậ n thậ y vai trò cậ a truyệ n thông cho cá tra ñ các thậ trậ ng lậ n nhậ Mậ , châu Âu..., đã có mậ t sậ DN đậ xuậ t cậ ng đậ ng cùng chung tay, cậ thậ là xây đậ ng mậ t quậ phát triệ n thậ trậ ng, nhậ m ñ ng phó vậ i các sậ cậ truyệ n thông tậ i nậ c nhậ p khậ u...

Chuyệ n là, đậ u năm nay, mậ t đậ i truyệ n hình tậ i Tây Ban Nha phát phóng sậ vậ i nậ i dung “kậ tậ i” con cá tra Việ t Nam và khuyệ n cáo ngậ i tiêu dùng chậ nên dùng cá tra 2 lậ n/tuậ n. Ngay lậ p tậ c, hàng loậ t các vậ tậ y chay cá tra xậ y ra tậ i khậ p các thành phậ lậ n cậ a Tây Ban Nha, nhậ t là nhậ ng nậ i tiêu thậ cá tra lậ n nhậ trậ ng hậ c, bậ nh việ n... Tiệ p theo đó, mậ t sậ nhà phân phậ i đã tậ chậ i bán khiệ n sậ n lậ ng cá tra Việ t Nam xuậ t khậ u vào thậ trậ ng này bậ ñ nh hậ ng trậ m trậ ng.

Rút kinh nghiệ m tậ nhậ ng lậ n bậ “bê u rậ u” trậ c đó, lậ n này, 20 DN xuậ t khậ u cá tra lậ n đã ngậ i lậ i vậ i nhau, quyậ t đậ nh thành lậ p quậ chung đậ ñ ng phó vậ i các sậ cậ truyệ n thông ñ châu Âu. Mậ c tiêu cậ a các DN là đóng góp khoậ ng 200.000 USD đậ xây đậ ng lậ i hình ñ nh cho cá tra ñ thậ trậ ng này.

Thậ nhậ ng, theo bà Tô Tô ng Lan, sau mậ t thậ i gian phát đậ ng, quậ chậ thu đậ c tậ vậ i doanh nghiệ p lậ n, rậ i cũ ng phậ i “kê u” lên Bậ NNPTNT nhậ hậ trậ tậ o nguậ n lậ c ñ ng phó sậ cậ nêu trên.

TS Nguyệ n Tiệ n Thông cho rằ ng, nậ cá tra Việ t Nam làm đượ c nhậ sậ n phậ m cá hậ i Nauy, trích ra mậ t phậ n lớ i nhuậ n đượ đặ y mậ nh nghiê n cậ u, phát triệ n thậ trậ ng, làm thậ ng hiệ u cho cá tra thì nay, hiệ u quậ kinh doanh đã khác.

“Nậ các DN xuậ t khậ u cá tra chậ cậ n bậ ra 0.05% giá trậ xuậ t khậ u thì đã có đượ c 1 triệ u USD cho hoậ t đượ ng R&D (nghiê n cậ u và phát triệ n). Sậ tiệ n này có thậ dùng đượ thành lập các việ n nghiê n cậ u, phát triệ n sậ n phậ m mậ i và nhiệ u việ c khác cho sậ phát triệ n cậ a cá tra trong tậ ng lai” - ông Thông nhậ n đượ nh.

Còn theo bà Trậ ng Thậ Lậ Khanh - Chậ tậ chậ Tậ p đườ n Vĩnh Hoàn, điệ u khiệ n DN bà loậ ng là hiệ n nay, nhiệ u nhà nhậ p khậ u tìm hiệ u thông tin nhà xuậ t khậ u ở hậ i chậ hoậ c kậ t hậ p đi thậ công ty, nhà máy... Đây cũng là điệ u tậ t nhậ ng nó cũng nói lên rằ ng, phía nhà nhậ p khậ u có cậ m giác không tin tậ ng nhà xuậ t khậ u, không có nhiệ u thông tin vậ nhà xuậ t khậ u.

Do đó, nậ DN Việ t Nam làm tậ t khậ u quậ ng cáo, marketing bậ n thân thì mậ c đượ nhậ n điệ n trên thậ trậ ng cũng tậ t hậ n. Nhiệ u nhà nhậ p khậ u thậ m chí phậ i đượ t văn phò ng tậ i Việ t Nam hoậ c phậ i di chuyệ n quá nhiệ u, tặ ng chi phí đượ n tậ i việ c e ngậ i khi hậ p tác kinh doanh vậ đượ tác Việ t Nam.

“Mậ t DN dù có mậ nh đượ n đầ u thì cũng khó có thậ “ôm sộ” hậ t đượ c phậ n nghiê n cậ u thậ trậ ng, tậ o ra sậ n phậ m mậ i... Do đó, cậ n có mậ t quậ nghiê n cậ u và phát triệ n chung cho ngành cá tra, và các DN phậ i biệ t chung tay lớ i” - TS Nguyệ n Tiệ n Thông nhậ n mậ nh.

Ở trong nậ c, VASEP đượ c xem là “đượ i điệ n truyệ n thông” cậ a các DN hoậ t đượ ng chậ biệ n và xuậ t khậ u thậ y sậ n Việ t Nam, nhậ m phậ i hậ p, liên kậ t hoậ t đượ ng cậ a các DN, giúp nhau nâng cao giá trậ , chậ t lớ ng, khậ năng cậ nh tranh cậ a sậ n phậ m thậ y sậ n Việ t Nam... Thậ nhậ ng, theo đánh giá cậ a nhiệ u chuyê n gia, VASEP chậ mậ i giậ i quyậ t các vậ n đượ hậ ng ngày, hậ ng thá ng cậ a ngành mà chậ a có nhậ ng nghiê n cậ u vậ các vậ n đượ lâu dài, chậ a chậ ra đượ c đượ ng hậ ng phát triệ n cậ a ngành.

20/09/2017

Thậ n Hậ i

Báo Dân Việt