(SGGP).- Theo Hi□p h□i Ch□ bi□n và xu□t kh□u th□y s□n (VASEP), nhi□u doanh nghi□p (DN) ch□ bi□n th□y s□n đang g□p khó khăn trong vi□c đ□a hàng phân ph□i vào h□ th□ng siêu th□ trong n□□c, nh□t là nh□ng siêu th□ ch□ đ□u t□ ngo□i. Khó khăn l□n nh□t là b□ áp m□c chi□t kh□u r□t cao và tăng hàng năm, DN nào không ch□p nh□n b□ d□a c□t h□p đ□ng cung c□p hàng. Đ□i v□i các siêu th□ trong n□□c m□c chi□t kh□u v□n □ m□c d□ ch□u, cao nh□t là 10%, nh□ng v□i các siêu th□ n□□c ngoài, m□c chi□t kh□u cao h□n nhi□u, t□ 10% tr□ lên, th□m chí 25%/doanh thu.

Có nh□ng kho□n chi□t kh□u t□i các siêu th□ n□□c ngoài vô lý nh□: Chi phí tháng cho th□□ng l□□ng chung, chi phí tháng t□p h□p đ□n hàng, chi phí tháng cho t□i □u hóa phân ph□i s□n ph□m trong m□ng l□□i các c□a hàng, chi phí cho vi□c dùng th□ s□n ph□m (DN đã có ch□□ng trình v□i chi phí riêng)... M□i kho□n chi□t kh□u 1%-2% t□□ng đ□□ng v□i s□ ti□n 100 - 200 tri□u đ□ng (n□u doanh s□ c□a doanh nghi□p 10 t□ đ□ng/năm). M□i năm l□i xu□t hi□n thêm m□t vài kho□n chi□t kh□u m□i. Các siêu th□ còn đ□a ra nhi□u yêu sách đ□i v□i nhà cung c□p, đ□ng th□i đ□ ngh□ tăng m□c chi phí h□ tr□ các ho□t đ□ng th□□ng xuyên nh□: h□ tr□ cho l□ h□i khách hàng/1 c□a hàng tăng t□ 6,2 tri□u đ□ng (năm 2013) lên 7 tri□u đ□ng (năm 2014), h□ tr□ sinh nh□t/1 c□a hàng t□ 2,5 tri□u (2013) lên 3 tri□u (năm 2014), h□ tr□ khai tr□□ng siêu th□ m□i t□ 0,5% (năm 2013) lên 1% (năm 2014). T□ năm ngoái, chi phí tháng cho vi□c tham gia ch□□ng trình khuy□n mãi hay catalogue tăng lên 4%-5% so v□i m□c 3,6% trong năm 2013, chi phí cho th□□ng l□□ng chung t□ 2% lên 3%, chi phí hàng tháng cho v□n chuy□n t□ 3% lên 6%.

M□i đây, m□t s□ siêu th□ n□□c ngoài g□i đ□ ngh□ t□i các DN th□y s□n đòi tăng m□c chi□t kh□u t□ 0,75%-1,2% b□ sung cho h□p đ□ng đã ký năm 2015, gây b□c xúc cho các DN, vì s□ làm giá bán tăng theo. Hi□n nay các siêu th□ th□□ng xây d□ng bi□u giá bán l□ cao h□n t□ 20%-35% so v□i giá bán c□a nhà cung c□p. Nh□ng đi□u này làm giá bán nhi□u s□n ph□m th□y s□n trong siêu th□ cao h□n các kênh bán l□, phân ph□i khác nh□ ch□, đ□i lý và ng□□i tiêu dùng ph□i tr□ kho□n chênh l□ch này.

ĐĂNG LÃM