

(SGGP).- Theo Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản (VASEP), nhiều doanh nghiệp (DN) chế biến thủy sản đang gặp khó khăn trong việc đưa hàng phân phối vào hệ thống siêu thị trong nước, nhất là hệ thống siêu thị chế biến thủy sản ngoại. Khó khăn lớn nhất là áp lực cạnh tranh khốc liệt cao và tăng hàng năm, DN nào không chấp nhận bỏ đi các thị trường cung cấp hàng. Đối với các siêu thị trong nước cạnh tranh khốc liệt với các đối thủ, cao nhất là 10%, nhưng với các siêu thị nước ngoài, cạnh tranh khốc liệt cao hơn nhiều, từ 10% trở lên, thậm chí 25%/doanh thu.

Có những khoản chi phí khác từ các siêu thị nước ngoài vô lý như: Chi phí tháng cho thuê không gian chung, chi phí tháng tiếp cận hàng, chi phí tháng cho thuê hóa phân phối sản phẩm trong mạng lưới các cửa hàng, chi phí cho việc dùng thương hiệu sản phẩm (DN đã có chứng nhận và chi phí riêng)... Mỗi khoản chi phí khác từ 1%-2% tổng giá trị hàng hóa với số tiền 100 - 200 triệu đồng (nếu doanh nghiệp có doanh nghiệp 10 triệu đồng/năm). Mỗi năm lại xuất hiện thêm một vài khoản chi phí khác. Các siêu thị còn đưa ra nhiều yêu sách đối với nhà cung cấp, đồng thời đề nghị tăng mức chi phí hỗ trợ các hoạt động tiếp thị và truyền thông: hỗ trợ cho lễ hội khách hàng/1 cửa hàng tăng từ 6,2 triệu đồng (năm 2013) lên 7 triệu đồng (năm 2014), hỗ trợ sinh nhật/1 cửa hàng từ 2,5 triệu (2013) lên 3 triệu (năm 2014), hỗ trợ khai trương siêu thị mới từ 0,5% (năm 2013) lên 1% (năm 2014). Từ năm ngoái, chi phí tháng cho việc tham gia chương trình khuyến mãi hay catalogue tăng lên 4%-5% so với mức 3,6% trong năm 2013, chi phí cho thuê không gian chung từ 2% lên 3%, chi phí hàng tháng cho vận chuyển từ 3% lên 6%.

Mới đây, một số siêu thị nước ngoài lại đề nghị các DN thủy sản đòi tăng mức chi phí khác từ 0,75%-1,2% bổ sung cho tiếp cận hàng đã ký năm 2015, gây bức xúc cho các DN, vì sẽ làm giá bán tăng theo. Hiện nay các siêu thị tiếp thị xây dựng biên độ giá bán cao hơn từ 20%-35% so với giá bán của nhà cung cấp. Những điều này làm giá bán nhiều sản phẩm thủy sản trong siêu thị cao hơn các kênh bán lẻ, phân phối khác như chợ, đại lý và ngòai tiêu dùng phân phối kho bãi kênh phân phối này.

**ĐĂNG LÂM**