

MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ NÔNG SẢN TOÀN CẦU

Tác giả: TS Chu Tiến Quang, Trưởng ban Chính sách phát triển nông thôn

I. Một số khái niệm

1.1. Chuỗi giá trị. Theo từ điển Bách khoa toàn thư mở Wikipedia thì Chuỗi giá trị là một khái niệm dùng trong quản trị kinh doanh và được sử dụng đầu tiên bởi Michael Porter vào năm 1985 trong cuốn sách best-seller¹

Trong tài liệu này chuỗi giá trị được định nghĩa là: “Tổng thể các hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu thụ một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó. Trong chuỗi giá trị diễn ra quá trình tương tác giữa các yếu tố cần và đủ để tạo ra một hoặc một nhóm sản phẩm và các hoạt động phân phối, tiêu thụ sản phẩm, nhóm sản phẩm đó theo một phương thức nhất định. Giá trị tạo ra của chuỗi bao gồm tổng các giá trị tạo ra tại mỗi công đoạn của chuỗi”.

Trong chuỗi giá trị, các công đoạn cơ bản và tất yếu bao gồm: chuẩn bị sản xuất, sản xuất, sau sản xuất, tiếp thị và bán hàng. Các công đoạn này diễn ra kế tiếp nhau và tác động lẫn nhau để cùng tạo ra sản phẩm và tiêu thụ sản phẩm đó. Để chuỗi giá trị diễn ra bình thường thì bên cạnh các hoạt động sản xuất phải có các hoạt động dịch vụ hỗ trợ, đó là: quản lý hành chính, phát triển cơ sở hạ tầng, quản lý nguồn nhân lực, cung cấp thông tin, và những dịch vụ bảo trì thiết bị, nhà xưởng sản xuất...”

Tổng hợp các hoạt động khác nhau trong một chuỗi giá trị bao gồm: (i). Nghiên cứu chiến lược phát triển sản phẩm; (ii). Thiết kế mẫu mã sản phẩm, quy trình sản xuất; (iii). Tổ chức sản xuất; (iv). Tổ chức tiếp thị và bán hàng; (v). Phân phối lợi ích của chuỗi cho các tác nhân tham gia vào từng công đoạn của chuỗi; (vi). Dịch vụ chăm sóc, hậu mãi khách hàng; (vii). Các biện pháp bảo vệ môi trường và phát triển kinh doanh bền vững.

1.2. Chuỗi giá trị toàn cầu.

¹ Cuốn sách của Michael Porter có tựa đề: *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (tạm dịch là “lợi thế cạnh tranh: tạo dựng và duy trì hoạt động có hiệu quả”).

Quá trình phát triển kinh tế của loài người đến nay đã đạt tới sự liên kết, quan hệ vượt qua phạm vi biên giới một quốc gia để hình thành các công ty xuyên quốc gia trong một khu vực và tới nhiều khu vực khác trên thế giới. Đó là quá trình toàn cầu hóa về kinh tế trong một số thập niên gần đây. Trong quá trình này, các chuỗi giá trị của các sản phẩm đã hình thành trước đó trong một quốc gia đã từng bước mở rộng ra khỏi biên giới quốc gia đó, xâm nhập vào các quốc gia khác, tạo ra chuỗi sản phẩm dài hơn, mang lại giá trị cao hơn hay nói cách khác là quy mô lớn hơn, có nhiều tác nhân tham gia hơn.

Thực tiễn toàn cầu hóa về kinh tế những năm vừa qua, đặc biệt trong thập kỷ gần đây đã cho thấy rằng, một sản phẩm được sản xuất ra ở một quốc gia nào đó, được xuất khẩu và tiêu thụ ở những quốc gia khác đã tạo ra chuỗi các giá trị toàn cầu, trong đó có những giá trị được tạo ra ở nơi sản xuất và những giá trị tạo ra ở nơi tiêu thụ. Nói cách khác, giá trị của một chuỗi sản phẩm xuất khẩu bao gồm cả giá trị ở nước sản xuất và giá trị ở nước tiêu thụ cộng lại, giá trị đó được gọi là giá trị mang tính toàn cầu.

Trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ các công đoạn cơ bản nói trên sẽ hình thành nhiều công đoạn nhỏ với sự tham gia của nhiều tác nhân, đa dạng hơn trước rất nhiều. Ví dụ công đoạn nghiên cứu sản phẩm có thể được phân công cho các cơ sở nghiên cứu công nghệ ở một quốc gia hay một vài quốc gia cùng tham gia; công đoạn sản xuất ra sản phẩm cũng có thể diễn ra ở một nước hay một số nước với sự tham gia của một hay nhiều công ty (nhà sản xuất); công đoạn tiêu thụ được diễn ra theo hệ thống phân phối (màng lưới) ở nhiều nước tham gia vào chuỗi giá trị.

Các công đoạn nghiên cứu, phát triển và xây dựng thương hiệu, tiêu thụ sản phẩm của chuỗi là nơi tạo ra giá trị cao và đóng góp lớn nhất trong việc tạo lợi nhuận cho toàn chuỗi, những giá trị này thường nằm trong tay các nước phát triển, các nước giàu, có tiềm lực kinh tế mạnh, mang theo cả những giá trị được tạo ra ở nước nghèo hơn. Chính vì vậy, nếu các nước đang phát triển, kinh tế nghèo nàn, công nghệ thấp kém không nỗ lực vươn lên để chiếm lĩnh lại những thành tựu công nghệ mới theo khả năng và lợi thế của mình, từ đó giành lại lợi ích ở cả công đoạn nghiên cứu tạo sản phẩm mới, tạo giá trị gia tăng mới, cao hơn, thì sẽ luôn rơi vào tình trạng thua thiệt. Đây chính là thách thức to lớn đối với các tác nhân của nền kinh tế chậm phát triển khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Các quốc gia có nền kinh tế hàng đầu thế giới là những nước đang sở hữu những tập đoàn kinh tế có thương hiệu lớn và nắm giữ hầu hết các bằng phát minh sáng chế công nghệ sản phẩm mới của thế giới. Từ các công nghệ này họ khống chế chuỗi giá trị toàn cầu về một sản phẩm nào đó và kéo theo nhiều quốc gia tham gia. Tuy nhiên quá trình toàn cầu hóa cũng tạo ra lợi thế khác cho các nền kinh tế chậm phát triển, đó là lợi thế cạnh tranh hơn về chi phí lao động rẻ và các nguồn đầu vào về tài nguyên như đất đai, năng lượng...mà các nước giàu không có được. Vì vậy, trong chuỗi giá trị toàn cầu các nước nắm công nghệ cơ bản của chuỗi buộc phải chuyển giao cho các nước kém phát triển hơn, chẳng hạn nhiều mặt hàng nổi tiếng mang thương hiệu Nhật Bản, Mỹ, Đức, Pháp, Phần Lan, Đan Mạch...nhưng đã hàng chục năm nay đã được chuyển giao sản xuất tại các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Những sản phẩm nổi tiếng của Intel, Sam Sung, Mercedes, Hon Da, Mitsumitsi, Hyudai, Nokia... đã không chỉ sản xuất ở chính quốc, mà đã được sản xuất tại nhiều nước khác có nền kinh tế nghèo nàn hơn và mang thương hiệu của các hãng này.

Sự tham gia của nhiều nước vào quá trình sản xuất các sản phẩm dưới thương hiệu của các hãng nổi tiếng nói trên là một quá trình phát triển chuỗi giá trị ngày càng phong phú, phức tạp. Trong quá trình này lợi ích của các hãng chính quốc đã buộc phải chia sẻ nhiều hơn cho các tác nhân ở các nước chậm phát triển hơn, khi họ tham gia được vào chuỗi giá trị diễn ra ngay trên quê hương họ và chính các tác nhân này vừa làm giàu thêm cho chuỗi (nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi) vừa phân phối lại lợi nhuận được tạo ra trong sản xuất và phân phối sản phẩm đó, theo đó chuỗi giá trị khi mở rộng ra nhiều nước (theo sự phát triển của các công ty đa quốc gia) thì lợi ích càng phải chia sẻ nhiều hơn, chi phí ngày càng lớn hơn.

Như vậy có thể thấy bản chất của chuỗi giá trị toàn cầu là sự phát triển của những hoạt động sản xuất trực tiếp và những hoạt động liên quan đến sản xuất, phân phối một sản phẩm xuyên quốc gia, theo nhiều kênh và phương thức khác nhau, với sự tham gia ngày càng nhiều các tác nhân ở các nước mà sản phẩm của chuỗi với đến, từ đó tạo ra sự đa dạng của các chuỗi giá trị và sự đa dạng về quy mô, về giá trị và số lượng tác nhân tham gia vào chuỗi.

Với sự phát triển mang tính rộng mở và hấp dẫn nhiều đối tượng tham gia, đặc biệt trong công đoạn phân phối sản phẩm² mà ngày nay chuỗi giá trị toàn cầu đã có thể mang sản phẩm của mình đến tất cả các nước trên hành tinh này. Những chuỗi giá trị như vậy đã và đang trở thành công cụ để kết nối các nền kinh tế, không phân biệt chế độ chính trị trên quy mô toàn cầu. Trong sự kết nối đó, lợi ích của chuỗi được chia sẻ cho các tác nhân tham gia (tuy chưa đồng đều và thỏa đáng giữa các công đoạn và các tác nhân tham gia chuỗi) và đồng thời làm tăng giá trị với sự thu hút thêm nhiều tác nhân tham gia. Khi đó, sự liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị toàn cầu ngày càng trở nên chặt chẽ hơn, phụ thuộc vào nhau nhiều hơn.

II. Các kênh tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

Về bản chất, sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của một tác nhân (một DN, một tổ chức hay một cá nhân) của một quốc gia nào đó phụ thuộc vào nhiều yếu tố liên quan đến bản thân DN, tổ chức và cá nhân của một quốc gia³. Một nền kinh tế phát triển và có mối quan hệ kinh tế rộng mở với thế giới sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các DN, tác nhân trong nước tham gia vào các chuỗi giá trị sản phẩm toàn cầu khác nhau theo lợi thế của nền kinh tế đó và lợi thế của từng tác nhân trong nền kinh tế đó có được. Chính vì vậy, việc nâng cao vị thế kinh tế của mỗi quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu trở thành một vấn đề quan trọng đối với các tác nhân trong nước muốn tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu nào đó, sức mạnh kinh tế của một quốc gia sẽ là điều kiện cần để các tác nhân của quốc gia đó tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu với những lĩnh vực hoạt động mà quốc gia đó có lợi thế trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm toàn cầu.

Trong sự toàn cầu hóa chuỗi giá trị, các tác nhân của một quốc gia có thể tham gia vào khâu đầu cũng như khâu cuối của chuỗi, nghĩa là có thể tham gia cả vào lĩnh vực nghiên cứu, phát triển sản phẩm, sản xuất ra sản phẩm, cung cấp một số bộ phận nào đó của sản phẩm và tham gia phân phối, tiêu thụ.

Sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu là sự lựa chọn tất yếu của các nền kinh tế chậm phát triển và để thoát khỏi tụt hậu. Tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu là quy luật tất yếu trong phát triển các nền kinh tế trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. Nền kinh tế Việt nam và nhiều DN

² Phân phối ở đây được hiểu là hoạt động bán buôn, bán lẻ sản phẩm của chuỗi giá trị

³ Được hiểu là một nền kinh tế

Việt Nam đang hướng đến quá trình này, như các công ty phát triển phần mềm, các công ty trong ngành nông, lâm, thủy sản, dệt may, giày da...đang tập trung vào nâng cao sự hiểu biết về chuỗi giá trị đang xâm nhập vào nền kinh tế nước ta.

Tuy nhiên, như đã trình bày, sự tham gia chuỗi giá trị toàn cầu đặt ra nhiều thách thức đối các tác nhân trong toàn nền kinh tế do sự lệ thuộc vào những chuỗi này. Sự phát triển thuận hay không thuận của các chuỗi giá trị sẽ tác động ngay đến kinh tế trong nước, điều này nghĩa là việc tham gia các chuỗi giá trị toàn cầu sẽ mang lại lợi ích, đồng thời cũng phải đối mặt với những thách thức và rủi ro không nhỏ, chẳng hạn ngành điện tử VN khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu nếu chỉ khai thác sản phẩm cũ thì lợi nhuận gần như không có, giá trị gia tăng của ngành sẽ rất thấp. Ngành công nghiệp chế tạo ô tô cũng như vậy và trong ngành da thì hãng Nike đã vào Việt Nam với hệ thống văn phòng gồm 30 xí nghiệp vệ tinh, nhưng đều do các DN, tác nhân của Hàn Quốc, Đài Loan và Hong Kong... đầu tư chưa phải các DN, tác nhân của VN, do vậy những lợi ích kinh tế mà các chuỗi giá trị này tạo ra ở Việt Nam đã không chia sẻ cho các DN Việt Nam.

2.1. Sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Xét theo cách thức tham gia chuỗi giá trị thì sự tham gia của một tác nhân nào đó vào chuỗi giá trị toàn cầu thường đi theo những kênh trực tiếp và gián tiếp.

a. Sự tham gia trực tiếp.

Một tác nhân tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị toàn cầu, khi tác nhân đó phải thực hiện một hoạt động nào đó tạo ra một phần của sản phẩm hoặc những dịch vụ mà chuỗi giá trị cần có. Nói cách khác là tác nhân đó phải tạo ra giá trị gia tăng cho chuỗi ở một khâu nào đó, tại một địa điểm nào đó với một chi phí nào đó được chuỗi sản phẩm thừa nhận. Ví dụ trong chuỗi giá trị của ngành sản xuất điện tử thế giới thì Việt nam đang tham gia ở công đoạn cuối của chuỗi với các hoạt động lắp ráp sản phẩm cuối cùng, những bộ phận của sản phẩm này do những công ty ở nước ngoài sản xuất, đem đến Việt Nam được lắp ráp tại đây, chỉ một số ít linh kiện được sản xuất tại Việt Nam, thường là những linh kiện được sản xuất với công nghệ giản đơn, nguyên liệu tương đối phổ dụng và có thể khai thác ngay tại chỗ, vì vậy giá trị gia tăng ở công đoạn này rất ít ỏi.

Hay một ví dụ khác là ngành công nghiệp xe hơi, có rất nhiều hoạt động sản xuất phụ trợ như: sản xuất linh kiện, phụ tùng ô tô với các loại sản phẩm chủ yếu như gương, kính, ghế, dây điện, săm lốp, ắc quy, các chi tiết nhựa... Việt Nam đã tham gia sản xuất những sản phẩm này tuy với số lượng còn quá nhỏ bé và công nghệ chưa cao, chủng loại sản phẩm còn nghèo nàn, nhiều loại chưa đủ chất lượng và chưa đủ đồng đều.

Như vậy, tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị toàn cầu bằng việc sản xuất và cung cấp những bộ phận cấu thành của sản phẩm là cách mà các DN và tác nhân ở các quốc gia có thể thực hiện và thực hiện thành công, nếu như nắm bắt đúng nhu cầu về các bộ phận cấu thành của sản phẩm và đi sâu vào sản xuất ra những cấu thành đó theo khả năng của mình với chất lượng tốt nhất và giá thành có tính cạnh tranh cao nhất. Ngày nay trong chuỗi giá trị toàn cầu, một quốc gia khó có thể đảm nhận sản xuất được đầy đủ các bộ phận cấu thành của sản phẩm do những bất lợi thế về nhân lực và vật lực, đây chính là cơ hội để các quốc gia khác tham gia chuỗi giá trị bằng cách đảm nhận sản xuất ra những bộ phận của sản phẩm với chất lượng ưu việt và giá thành cạnh tranh.

Chính vì vậy mỗi quốc gia cần xem xét những lợi thế và bất lợi của mình để quyết định lựa chọn sẽ sản xuất bộ phận nào của sản có lợi nhất và có khả năng cạnh tranh cao nhất, trên cơ sở đó tập trung đầu tư phát triển công nghệ cao và hiện đại để giữ vững vị trí của mình trong chuỗi và tạo sức cạnh tranh cao đối với các đối thủ khác cũng tham gia sản xuất bộ phận sản phẩm đó.

Theo ý kiến của nhiều chuyên gia quốc tế thì trong điều kiện toàn cầu hóa hiện nay, thay vì phát triển cả hệ thống công nghệ cho sản phẩm cuối cùng của chuỗi giá trị thì một quốc gia chỉ cần tham gia thật tốt một công đoạn của hệ thống chuỗi sản phẩm trong thị trường toàn cầu. Thực tiễn đã chứng minh, việc đầu tư nghiên cứu sản xuất các bộ phận của sản phẩm chính (gọi là sản phẩm phụ trợ) sẽ mất ít thời gian và đỡ tốn kém hơn so với đầu tư để sản xuất toàn bộ sản phẩm, đồng thời nguy cơ về rủi ro và tổn thất cũng được giảm tới mức tối đa, mà giá trị gia tăng thu được cũng rất đáng kể. Sony, Honda hay Hyundai là những tập đoàn kinh tế đã có những thành công trên thị trường toàn cầu là những ví dụ điển hình về chuỗi giá trị có nhiều quốc gia tham gia sản xuất các sản phẩm phụ trợ.

Sự tham gia của các quốc gia vào chuỗi giá trị sản phẩm theo cách trực tiếp là sản xuất ra những bộ phận phụ trợ của sản phẩm chính thông qua áp dụng những công nghệ đã được Mỹ hoặc Châu Âu sáng chế, từ đó dần làm chủ được công nghệ riêng biệt cho từng sản phẩm phụ trợ và phát triển thành những sản phẩm của riêng mang thương hiệu quốc gia, đồng thời hoàn thiện và nâng cấp công nghệ đã áp dụng với năng lực sáng tạo riêng của mình và tạo ra sản phẩm cạnh tranh với nền công nghệ mà họ đã học được trước đó.

b. Sự tham gia gián tiếp.

Để phát triển thị trường và mở rộng quy mô sản xuất, các công ty đa quốc gia buộc phải tăng chi phí cho mạng lưới lưu thông, phân phối sản phẩm trên quy mô toàn cầu, bởi quy mô thị trường ở một hay một số quốc gia của chuỗi là rất hạn chế. Quá này sẽ hình thành nhiều kênh phân phối của chuỗi giá trị và định vị ở nhiều địa phương ở mỗi quốc gia mà các công ty đa quốc gia đưa sản phẩm của mình tới. Ở mỗi kênh phân phối sẽ có nhiều tác nhân địa phương tham gia với tư cách là những “đại lý phân phối sản phẩm” của công ty lớn. Đây là cơ hội để các DN và tác nhân ở quốc gia sở tại tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ở công đoạn phân phối sản phẩm ngay trên quê hương mình. Phương thức này được xem là gián tiếp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Ngày nay hệ thống thương mại, phân phối sản phẩm của các chuỗi giá trị trên quy mô khu vực và toàn cầu chưa nhiều, vẫn đang còn những khoảng trống lớn mà bản thân các tập đoàn, công ty đa quốc gia không thể tự vượt qua được. Vì vậy, các quốc gia có quan hệ thương mại với các tập đoàn kinh tế này có thể tham gia vào phần thương mại của chuỗi giá trị trên lãnh thổ nước mình với nhiều hình thức và quy mô khác nhau. Song điều quan trọng là để thâm nhập thành công vào các kênh thương mại của chuỗi giá trị mà các tập đoàn kinh tế đã đặt chân lên lãnh thổ của mình, thì bản thân quốc gia đó cần chủ động làm việc và thiết lập quan hệ với các công ty chi phối hệ thống thương mại của tập đoàn kinh tế nắm chuỗi giá trị đó, chủ động tạo điều kiện hình thành tổ chức phân phối sản phẩm của tập đoàn với chi phí hợp lý và những điều kiện hạ tầng thuận lợi, chứ không ngồi chờ đợi họ tìm đến các chủ thể trong nước và thiếu chủ động tạo dựng những điều kiện hạ tầng cho sự hình thành và phát triển hệ thống này như thực tiễn đang xảy ra ở một số quốc gia chậm phát triển, trong đó có Việt Nam.

III. Chuỗi giá trị nông sản toàn cầu

Về cơ bản sự hình thành và phát triển các chuỗi giá trị nông sản toàn cầu cũng giống như sự hình thành và phát triển các chuỗi giá trị sản phẩm phi nông sản như đã trình bày trên đây. Tuy nhiên do những đặc thù rất riêng của sản xuất hàng hóa nông sản từ khâu canh tác trên đồng ruộng tới chế biến và tiêu thụ mà chuỗi giá trị hàng nông sản có những đặc thù và tính chất riêng cần lưu ý, nghiên cứu để tham gia thành công và có hiệu quả vào các chuỗi giá trị này. Những đặc điểm riêng của chuỗi giá trị nông sản toàn cầu được khái quát như sau

3.1. Đặc điểm về tính mùa vụ và bảo quản.

Do đối tượng cây trồng, vật nuôi của sản xuất nông nghiệp luôn mang tính mùa vụ nên hàng hóa nông sản làm ra cũng mang tính mùa vụ theo, làm cho chuỗi giá trị sản phẩm nông sản thường mang đặc điểm không liên tục và có sự thay đổi rất nhanh khối lượng, chất lượng trong quá trình cung ứng ra thị trường. Thể hiện: vào vụ thu hoạch, khối lượng hàng hóa nông sản tăng nhanh, chất lượng cao và nhu cầu bán ra thị trường rất lớn, làm cho giá nông sản trên thị trường hạ, ngược lại khi hết vụ thu hoạch thì hàng hóa giảm rất nhanh, chất lượng thấp, nhưng giá bán trên thị trường lại cao. Đặc điểm này làm cho việc phân phối hàng hóa trở nên rất khó khăn và giá cả không ổn định.

Nông sản là hàng hóa sinh vật tươi sống, dễ bị hỏng, nhanh giảm phẩm chất sau khi thu hoạch, việc vận chuyển đi xa khó khăn nếu không được chế biến, bảo quản tốt trước khi vận chuyển, điều này đồng nghĩa với giá thành sản xuất sẽ tăng lên nếu sản phẩm được trải qua các cộng đoạn chế biến, chọn lọc và bảo quản đúng yêu cầu kỹ thuật. Đặc điểm này gây ra nhiều khó khăn cho người sản xuất và hạn chế sự phát triển mở rộng của chuỗi giá trị, đặc biệt đối với những sản phẩm được tiêu dùng dưới trạng thái tươi sống như rau xanh, hoa tươi, động vật sau giết mổ, sữa nước... Và cũng vì vậy, tính toàn cầu hóa các hàng hóa nông sản trở nên rất hạn chế, muốn phát triển được các chuỗi giá trị toàn cầu các sản phẩm này tới nhiều quốc gia và với không gian mở rộng, đòi hỏi các nhà sản xuất, kinh doanh phải có công nghệ công nghệ cao, thích hợp về chế biến và bảo quản đồng thời giá cả tiêu thụ phải tăng lên nhiều lần so với giá bán sản phẩm tại nơi sản xuất. Công nghệ được sử dụng để kéo dài chuỗi giá trị các sản phẩm này thường

là đông lạnh, bảo quản bằng hóa chất hoặc chân không. Nói chung chi phí để bảo quản là rất lớn và thời gian bảo quản không được lâu.

Ngoài các hình thức chế biến, bảo quản nói trên, để kéo dài chuỗi giá trị người ta thường sử dụng các công nghệ chế biến khác như: nấu chín và đóng hộp hoặc làm khô và bảo quản trong những thiết bị không quá tốn kém, nhưng chất lượng sản phẩm thường bị thay đổi và không thích ứng lắm với nhu cầu tiêu dùng của đa số dân cư các nước, do vậy cũng dẫn đến khó kéo dài chuỗi giá trị.

3.2. Đặc điểm về tác động của thời tiết, bệnh dịch và an toàn thực phẩm

Sản xuất nông nghiệp chịu tác động mạnh bởi các nhân tố khí hậu, nhiệt độ, ánh sáng và các nguồn lực khác như đất đai, nguồn nước. Sự thay đổi những nhân tố này theo bất kỳ chiều hướng nào cũng sẽ ảnh hưởng trực tiếp và mạnh mẽ đến kết quả sản xuất, có thể là tích cực có thể là tiêu cực và làm cho tính ổn định của chuỗi giá trị trở nên không bền vững và biến động mạnh theo thời gian.

Sự phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên đã làm cho sản xuất nông nghiệp bị hạn chế mạnh bởi những điều kiện tự nhiên không phù hợp và sản phẩm nông sản bị “khu vực hóa” mạnh mẽ, tập trung nhiều ở một số vùng, trong khi những vùng khác không thể phát triển được. Chính vì vậy hơn bất cứ sản phẩm nào của các ngành nghề phi nông nghiệp, chuỗi giá trị nông sản thường mang tính vùng rất cao. Cộng thêm khả năng vận chuyển khó khăn, chi phí tốn kém đã hạn chế mạnh khả năng phát triển các kênh tiêu thụ của chuỗi nông sản đến các vùng xa nơi sản xuất và tính toàn cầu bị hạn chế hơn nhiều so với hàng hóa phi nông sản.

Vấn đề dịch bệnh, đòi hỏi về an toàn thực phẩm, đồ uống cũng là những cản trở lớn đến sự phát triển chuỗi giá trị hàng nông sản trên phạm vi toàn cầu bởi những hàng hóa này ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, đời sống người tiêu dùng. Chính phủ các nước thường đặt ra những hàng rào kiểm soát chặt chẽ về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng nông sản nhập khẩu và không cho phép nhập khẩu những lô hàng kém phẩm chất, có mầm bệnh hoặc có chứa hóa chất độc hại quá mức cho phép. Những biện pháp này là chính đáng và cần thiết, nhưng ảnh hưởng xấu tới thương mại nông nghiệp toàn cầu vốn đã rất khó khăn do những đặc điểm nói trên, gây ra nhiều rủi ro cho người sản xuất nông nghiệp, mà ta thường gọi là thất bại

của thị trường, từ đó ảnh hưởng không thuận tới sự phát triển và lan tỏa của chuỗi giá trị nông sản.

3.3. Đặc điểm về tổ chức sản xuất nông nghiệp

Do tính truyền thống và tính sinh học của cây trồng, vật nuôi quy định nên tổ chức sản xuất nông nghiệp (phần cung hàng nông sản) cũng mang những đặc thù khác hẳn với tổ chức sản xuất của hàng hóa phi nông sản.

Sự khác biệt lớn nhất của chuỗi giá trị nông sản so với các chuỗi giá trị phi nông sản là quá trình sản xuất nông nghiệp thường có sự tham gia của số lượng rất đông các hộ nông dân với trình độ sản xuất, ý thức kinh doanh và nhận biết về thị trường nông nghiệp rất khác nhau. Điều này làm cho chuỗi giá trị trở nên phức tạp và rất khó điều chỉnh để có thể tạo ra khối lượng lớn sản phẩm đồng nhất về chất lượng, đặc biệt là khả năng tự điều chỉnh quy mô sản xuất theo tín hiệu của thị trường, nhất là đối với những sản phẩm được sản xuất ở những quốc gia có số lượng nông dân đông như Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, Thái Lan, Indônêsiá..

Đặc điểm số lượng nông dân đông trong sản xuất nông nghiệp đòi hỏi phải có các hình thức tổ chức sản xuất phù hợp để thu hút hữu hiệu nông dân cùng sản xuất ra sản phẩm cùng chất lượng, cùng mẫu mã và đưa ra thị trường khối lượng sản phẩm theo đúng nhu cầu thị trường, giảm thiểu tổn thất trạng bất cập giữa cung và cầu trên thị trường về sản phẩm nông sản nào đó. Đây là vấn đề nan giải của chuỗi giá trị nông sản toàn cầu và đang là những thách thức lớn đối với các nhà sản xuất, chế biến trong các chuỗi giá trị nông sản nói chung và chuỗi giá trị nông sản toàn cầu nói riêng.

3.4. Đặc điểm về chế biến và lưu giữ sản phẩm

Trong chuỗi giá trị nông sản, hàng hóa muốn vận chuyển đi xa đến những thị trường nằm cách xa nơi sản xuất thì hàng hóa đó không thể vận chuyển dưới trạng thái tươi sống, mà phải thông qua chế biến thành hàng hóa khô hoặc đóng hộp bảo quản, nếu là tươi sống thì cũng phải thông qua các thiết bị bảo quản tốn kém như đã trình bày. Chính vì vậy mà công nghiệp chế biến nông sản đã phát triển đa dạng với nhiều thành tựu to lớn về kỹ thuật và các bí quyết công nghệ cao trong những năm vừa qua, nhưng vẫn chưa tháo gỡ hết mọi vấn đề của chuỗi giá trị nông sản toàn cầu.

Thường những công nghệ chế biến cao cấp thì chi phí đầu tư sẽ rất lớn và từ đó giá thành sản phẩm nông sản đã qua chế biến sẽ rất cao, làm cho

hiệu quả của chuỗi giá trị có thể giảm, lợi ích của các tác nhân, nhất là những nông dân tham gia chuỗi bị ảnh hưởng tiêu cực và động lực tham gia có thể sẽ mất đi. Khi đó chuỗi giá trị có thể sẽ bị phá sản. Đặc điểm này thường là nguyên nhân gây ra tình trạng thiếu thừa lẫn lộn trên thị trường nông sản toàn cầu, tạo ra sự chênh lệch về giá tiêu thụ rất lớn giữa nơi sản xuất và nơi tiêu thụ tùy theo khoảng cách và điều kiện vận chuyển và hiện là thách thức lớn đối với các biện pháp mở rộng các chuỗi giá trị nông sản nói chung và chuỗi giá trị những nông sản mau hỏng, khó bảo quản... Những người nông dân tham gia sản xuất ở những chuỗi nông sản này thường chịu rủi ro và thu thiệt lớn khi thị trường biến động

IV. Các khả năng tham gia chuỗi giá trị nông sản toàn cầu.

4.1. Tham gia trực tiếp.

Như đã trình bày, một tác nhân muốn tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị thì tác nhân đó phải tham gia vào tác nghiệp sản xuất một bộ phận nào đó của chuỗi, nghĩa là phải tham gia vào một công đoạn nào đó của toàn bộ dây chuyền tạo ra sản phẩm chung của chuỗi giá trị.

Theo đó, trong chuỗi giá trị nông sản, sự tham gia trực tiếp vào chuỗi có thể ở công đoạn sản xuất nông nghiệp, tạo ra các sản phẩm thô (tươi sống), hoặc công đoạn chế biến bao gồm sơ chế và tinh chế các nông sản thô.

Việc tham gia trực tiếp vào sản xuất nông nghiệp thường là những hộ nông dân, các trang trại, điền trang với quy mô sản xuất rất khác nhau do điều kiện đất đai, nguồn nước và các điều kiện khác quyết định

Tham gia vào công đoạn chế biến nông sản có thể bao gồm nhiều hình thức khác nhau, chẳng hạn chế biến thủ công, chế biến cơ giới, chế biến tự động hóa và kết hợp giữa thủ công với tự động hóa.

Điều đáng lưu ý là giá trị gia tăng được tạo ra ở hai nhóm công đoạn trên rất khác nhau, thường ở công đoạn sản xuất nông nghiệp đưa ra sản phẩm thô với giá trị gia tăng rất thấp do quá trình sản xuất nặng về thủ công, lao động cơ bắp là chính, kỹ thuật truyền thống, năng suất lao động thấp, mặt khác những hộ nông dân đảm nhận công đoạn này là những người nghèo, khả năng đầu tư vào công nghệ mới rất hạn chế. Họ thường sản xuất theo kinh nghiệm từ đời này truyền qua đời khác.

Trong khi đó, sở hữu công đoạn chế biến là những nhà kinh doanh có vốn, có tham vọng đầu tư để kinh doanh và thu lợi nhuận, họ giữ bí quyết chế biến và sử dụng nó để mưu cầu lợi nhuận cá thể. Một nhà chế biến có thể quan hệ với rất nhiều nông dân sản xuất nông nghiệp, vì vậy họ quan hệ với nông dân thường đi theo nguyên lý “mua đứt - bán đoạn”. Nghĩa là thuận mua vừa bán và họ luôn nằm ở vị thế có lợi, có quyền định giá sao cho phần lợi thuộc về họ. Sự chia sẻ lợi ích giữa hai công đoạn sản xuất nông nghiệp với chế biến công nghiệp là rất khó khăn và luôn mang những mâu thuẫn, đôi khi là đối kháng, bất hợp tác kéo dài từ năm này qua năm khác và phổ biến ở hầu hết các chuỗi giá trị nông sản.

Sự hợp nhất giữa hai nhóm chủ thể ở hai công đoạn nói trên là con đường tạo ra mối liên kết dọc và là điều kiện tiên quyết của sự hình thành và phát triển chuỗi giá trị nông sản nói chung là chuỗi giá trị toàn cầu nói riêng. Trong trường hợp là chuỗi giá trị nông sản toàn cầu thì hai công đoạn này phải được tổ chức rất chặt chẽ để tạo nên mối liên kết dọc bền vững giữa sản xuất nông nghiệp với chế biến công nghiệp, điều này là vô cùng khó vì nhà chế biến nông sản thường không quan tâm sự hài lòng hay không hài lòng của người nông dân đã cung cấp nguyên liệu cho họ, hơn nữa họ ít khi gắn trực tiếp với nông dân mà thường thông qua các “đại lý, nhà thu gom” mà không được tổ chức, kiểm soát một cách chặt chẽ theo một cách thống nhất nào đó.

Chính vì vậy sự tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị nông sản ở công đoạn sản xuất nông nghiệp tuy không khó khăn, thậm chí là dễ dàng vì không đòi hỏi người tham gia phải có nhiều vốn và kỹ thuật cao xa, không chịu sự kiểm soát của những tác nhân kế tiếp. Nhưng ở các chuỗi này thường gặp phải những thất bại, rủi ro, nảy sinh từ tình trạng liên kết lỏng lẻo, có thể gọi là “vô tổ chức” giữa các tác nhân trong cùng một công đoạn và giữ các tác nhân ở các công đoạn khác nhau trong chuỗi.

4.2. Tham gia gián tiếp.

Tham gia gián tiếp vào chuỗi giá trị nông sản là sự tham gia vào phân phối các sản phẩm của chuỗi tại những thị trường mà chuỗi vươn tới. Trong sự phát triển của chuỗi giá trị nông sản các kênh phân phối cũng phát triển theo và thu hút sự tham gia của nhiều tác nhân tại địa bàn tiêu thụ.

Vấn đề là, giá trị gia tăng ở công đoạn phân phối thường rất nhỏ và những tác nhân tham gia vào công đoạn này khó thu được lợi nhuận cao, đặc biệt khi các nhà phân phối của chuỗi thường là một bộ phận chính của tác nhân chế biến, họ hưởng tới năm gần như toàn bộ lợi nhuận tạo ra từ chuỗi.

Nhìn chung, bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, việc tham gia gián tiếp vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu là không dễ dàng do các công ty đa quốc gia có thương hiệu lớn đã nắm giữ hầu như toàn bộ khâu này, các tác nhân ở một quốc gia nào đó muốn tham gia chuỗi thì họ buộc phải đương đầu cạnh tranh với các công ty này. Trong những điều kiện nhất định, nếu các tác nhân mới hình thành và tham gia vào công đoạn phân phối, thì tác nhân đó phải đủ sức đầu tư tạo ra mạng lưới phân phối riêng có hệ thống tiêu thụ tốt, thuận tiện và có tính cạnh tranh cao. Đây là vấn đề cần được nghiên cứu sâu đối với chuỗi giá trị nông sản toàn cầu ở nước ngoài và những chuỗi đã xâm nhập vào thị trường Việt Nam để tìm ra những ngách thị trường mà các doanh nghiệp và tổ chức kinh tế Việt Nam có đủ sức tham gia lâu dài./

Tài liệu tham khảo

- 1. Chuỗi giá trị;** Bách khoa toàn thư mở Wikipedia
- 2. Chuỗi giá trị toàn cầu: Con đường ngắn nhất tới tương lai ;** Kim Giang; Báo Thế giới và Việt nam;
- 3. Kinh doanh theo chuỗi giá trị;** Kim Nga; Báo nông thôn điện tử 16/01/2007
- 4. Về tham gia Chuỗi giá trị toàn cầu của ngành hàng xe máy Việt Nam;** Ths. Đinh Hồng Long
Bài đăng trên Tạp chí Thương mại, số 16-2008

