

# Giải pháp nâng cấp các doanh nghiệp nông nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

PHAN THỊ THANH HUYỀN\*

Kể từ khi gia nhập WTO, các doanh nghiệp (DN) Việt Nam đã có cơ hội tận dụng thế mạnh để gia nhập vào chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) trong lĩnh vực nông nghiệp. Tuy nhiên, cho đến nay, các DN Việt Nam chỉ mới thành công trong việc bổ sung giá trị thấp vào nông sản thông qua việc xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp sơ cấp. Bài viết này xem xét các khái niệm và lý thuyết liên quan đến nâng cấp trong GVC, từ đó đề xuất một số giải pháp giúp các DN nông nghiệp Việt Nam cải thiện năng lực của mình và tiến lên vị trí tốt hơn trong chuỗi giá trị.

## KHÁI NIỆM VÀ LOẠI HÌNH NÂNG CẤP TRONG GVC LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP

Khái niệm “nâng cấp” (upgrading) trong GVC có thể hiểu là quá trình nâng cao khả năng của một DN hoặc một nền kinh tế để chuyển sang các lĩnh vực kinh tế có lợi nhuận và/hoặc công nghệ tinh vi hơn (Giuliani và cộng sự, 2005). Đối với các DN trong lĩnh vực nông nghiệp, nâng cấp có nghĩa là cải thiện kỹ năng canh tác và kinh doanh theo những cách cho phép họ nâng cao năng lực cạnh tranh và chuyển sang các hoạt động có giá trị cao hơn trong GVC. Nâng cấp không chỉ giúp DN nâng cao hiệu quả các hoạt động trong chuỗi giá trị hiện có, mà còn có thể giúp họ tìm ra phương pháp canh tác hiệu quả, những đối tác mới và ý tưởng tốt hơn để đưa sản phẩm đến với thị trường, từ đó gia tăng lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro.

Giuliani và cộng sự (2005) chỉ ra 4 loại hình nâng cấp điển hình trong GVC, bao gồm: nâng cấp quy trình, nâng cấp sản phẩm; nâng cấp chức năng và nâng cấp chuỗi liên kết. Trong đó:

- *Nâng cấp quy trình*: Trong loại hình này, DN tìm cách tăng sản lượng hoặc giảm chi phí sản xuất trên một khối lượng

sản phẩm nhất định thông qua cải tiến phương pháp canh tác, ứng dụng kỹ thuật nuôi trồng tốt hơn, đầu tư cho giống nuôi trồng, cải thiện thủy lợi, kiểm soát sâu bệnh và lưu trữ, cân nhắc đến việc đầu tư dây chuyền sản xuất và đóng gói tự động cũng như các công nghệ khác. Như vậy, nâng cấp quy trình một mặt tập trung vào nâng cấp sản phẩm; mặt khác là tối ưu hóa quy trình sản xuất và phân phối.

- *Nâng cấp sản phẩm*: DN chuyển sang các sản phẩm phức tạp hơn hoặc tinh vi hơn và có giá trị cao hơn, bởi yêu cầu cải thiện chất lượng sản phẩm đối với các chuỗi giá trị nông nghiệp toàn cầu ngày càng trở nên quan trọng khi người tiêu dùng ngày càng có kiến thức về chất lượng và hệ thống các tiêu chuẩn đã tăng lên ở hầu hết các quốc gia. Nâng cấp quy trình và sản phẩm có liên quan chặt chẽ với nhau, vì việc cải thiện chất lượng sản phẩm thường liên quan đến các cải tiến trong quy trình sản xuất.

- *Nâng cấp chức năng*: Xảy ra khi các đối tượng tham gia thực hiện nhiều nhiệm vụ hơn trong chuỗi. Ví dụ, nhà cung cấp đầu vào thực hiện việc canh tác để sản xuất ra sản phẩm, hoặc nông dân có thể chế biến, đóng gói hoặc thậm chí bán hàng, hay trường hợp nhiều nhà bán lẻ tự xây dựng trang trại sản xuất. Nâng cấp chức năng có thể giúp rút ngắn chuỗi giá trị bằng cách loại trừ các trung gian và phân phối lại chức năng giữa các đối tác của mỗi quan hệ dọc mới được hình thành. Để thành công trong việc tiếp nhận những hoạt động mới mẻ này, các chủ thể phải có kiến thức, trang thiết bị, cũng như nguồn tài chính tốt và kỹ năng tổ chức bài bản.

\* NCS, ThS., Học viện Chính sách và Phát triển

- *Nâng cấp liên chuỗi*: Sử dụng kiến thức và kinh nghiệm thu được từ hoạt động trong một chuỗi cụ thể để di chuyển sang các lĩnh vực khác - thường có lợi hơn. Chẳng hạn như chuyển từ nuôi trồng nông sản truyền thống sang trồng trọt cho xuất khẩu chất lượng cao. Tuy vậy, nâng cấp liên chuỗi thường lại là thách thức, với những đối tượng là nông dân hoặc DN nhỏ và vừa.

Theo Trienekens (2011), các hình thức nâng cấp quy trình, sản phẩm, chức năng và liên chuỗi đều liên quan đến đổi mới và sáng tạo để cung cấp các sản phẩm chất lượng hơn. Do đó, 4 loại hình này đều được xếp chung vào nhóm nâng cấp giá trị gia tăng trong sản xuất (upgrading of value added production). Các công ty dẫn đầu (người mua) thường ưa thích nâng cấp quy trình và sản phẩm hơn là hai kiểu còn lại, đặc biệt là nâng cấp chức năng, để tránh nguy cơ nhà cung cấp quay lại cạnh tranh. Đây cũng là lý do tại sao hầu hết các chứng nhận và tiêu chuẩn, bao gồm cả chứng nhận chính thức và phi chính thức trong các chuỗi giá trị nông nghiệp đều tập trung vào việc cải tiến các quy trình và sản phẩm.

Ngoài ra, Trienekens (2011) còn bổ sung thêm hai loại hình nâng cấp khác đối với DN trong GVC lĩnh vực nông nghiệp, bao gồm:

- *Phối hợp ngang*: Là sự phối hợp với những đối tác ngang hàng trong chuỗi, cùng loại hình hoạt động giống nhau, thường thấy ở điểm nút sản xuất và xử lý. Phối hợp ngang cho phép các nhà sản xuất đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô và giảm chi phí giao dịch. Chẳng hạn như, việc mua chung các nguyên liệu đầu vào sản xuất, sử dụng chung các cơ sở sản xuất và cùng tiếp thị sản phẩm... giúp giảm bớt chi phí và tiếp cận được nhiều thị trường hơn. Phối hợp ngang cũng làm tăng độ tin cậy và quy mô cho các giao dịch trong chuỗi, từ đó nông dân/chủ trang trại có quyền quyết định lớn hơn trong một chuỗi giá trị. Hình thức này không chỉ giúp nông dân/chủ trang trại dễ dàng thu mua các đầu vào cần thiết, mà còn có thể giúp họ vào các thị trường cần chứng nhận, như thị trường sản phẩm hữu cơ.

- *Phối hợp dọc*: Là phối hợp giữa các đối tác thực hiện những chức năng khác nhau trong chuỗi giá trị nông sản toàn cầu. Ví dụ, nông dân/chủ trang trại có thể hợp tác với các nhà chế biến hoặc siêu thị. Đây là bước phát triển cao hơn so với giao dịch thị trường, hướng đến các mối quan hệ dài hạn. Điển hình của phối hợp dọc là hợp đồng canh tác (contract farming), theo đó nhà bán lẻ hoặc nhà xuất khẩu ký hợp đồng với nông dân/chủ trang trại để sản xuất nhiều hơn một lượng nông sản nhất định, đáp ứng yêu cầu về chất lượng và quy trình cụ thể. Phối hợp theo chiều dọc thường được quản lý bởi một DN dẫn đầu, thường là một người mua lớn. Trong các mối quan hệ theo chiều dọc, các công ty lớn thường cung cấp cho nông dân/chủ trang trại các đầu vào với mức giá hấp dẫn, hỗ trợ tiếp cận tín dụng, kỹ thuật và trang thiết bị. Phối hợp dọc có thể cung cấp cho nông dân sự chắc

chắn và an toàn hơn về doanh thu và thu nhập trong tương lai. Mặc dù vậy, phối hợp dọc liên quan đến việc xây dựng niềm tin giữa người bán và người mua (để tránh kịch bản chung theo đó các nhà sản xuất phá vỡ các cam kết hợp đồng và bán sản phẩm của họ trên thị trường giao ngay khi giá cả cao hơn quy định trong hợp đồng), do đó, nó có thể là một quá trình kéo dài và khó khăn. Tin tưởng chỉ có thể phát triển khi tất cả các đối tác tham gia đều chắc chắn rằng mình sẽ được hưởng lợi.

### SỰ THAM GIA CỦA DN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM TRONG GVC

Toàn cầu hóa và sự phát triển của thương mại quốc tế đã tạo cơ hội cho các DN ở Việt Nam tham gia sâu rộng vào các chuỗi giá trị nông sản toàn cầu bằng cách trở thành nhà cung cấp đầu vào là nguyên vật liệu sản xuất cho các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, gia dụng, xơ sợi và nhiên liệu ở nước ngoài. Đặc biệt, trong bối cảnh mở rộng của thương mại nông sản toàn cầu hiện nay, cùng với tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, như: EVFTA, CPTPP..., con đường hội nhập vào GVC đối với các DN nông nghiệp Việt Nam càng rộng mở. Tuy nhiên, chính điều này cũng tạo ra thách thức mới cho các DN trong việc cải thiện năng lực cạnh tranh, cung cấp các sản phẩm nông nghiệp đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế và thoát ra khỏi ấn tượng “nông sản giá trị thấp” để có thể tham gia vào các chuỗi cung ứng nông sản giá trị cao.

Nhiều kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, các DN nông nghiệp Việt Nam chỉ mới tham gia được ở công đoạn cung cấp nguyên liệu thô (Nguyễn Bích Thủy, 2015; Tô Linh Hương, 2017; Nguyễn Đình Quyết, 2020...). Đây là công đoạn tạo ra giá trị ít nhất trong chuỗi giá trị nông sản toàn cầu. Trong khi đó, các khâu mang lại giá trị gia tăng cao, như: chế biến, đóng gói, thương mại... chưa được chú trọng. Chính các yếu tố này đã làm cho các DN nông nghiệp Việt Nam dễ tổn thương và kém sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Ngoài ra, một thực tế đáng buồn là có đến 80% nông sản Việt Nam được bán ra thông qua các thương hiệu nước ngoài (Nguyễn Bích Thủy, 2015).

Người tiêu dùng thế giới không biết đến nông sản Việt Nam, bởi hầu hết các mặt hàng xuất khẩu đều không có thương hiệu, hoặc một số sản phẩm có thương hiệu, thì quy mô quá nhỏ. Theo thống kê của Bộ Công Thương (2020), chỉ tính riêng thị trường xuất khẩu nông sản lớn nhất là Trung Quốc (chiếm 28% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản Việt Nam), có đến 60%-70% nông sản, thủy sản được xuất khẩu qua đường tiểu ngạch với các quy định lỏng lẻo về an toàn thực phẩm, bao bì và truy xuất nguồn gốc. Do đó, các DN ít khi chú trọng đến vấn đề cải tiến chất lượng, đóng gói bao bì, xây dựng thương hiệu... để vượt qua các hàng rào kỹ thuật khi xuất khẩu. Về lâu dài, điều này có thể trở thành “con dao hai lưỡi”, bởi các DN vốn quen với việc xuất khẩu hàng hóa giá trị thấp, không thể đáp ứng những yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng ở những thị trường khó tính hơn, như: châu Âu, Nhật Bản, Mỹ..., từ đó mất đi cơ hội tiếp cận các thị trường đem đến lợi nhuận cao.

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Như đã phân tích, lợi nhuận mà DN Việt Nam thu được từ việc tham gia vào GVC trong lĩnh vực nông nghiệp chủ yếu đến từ xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp sơ cấp hoặc sản phẩm qua chế biến. Để thúc đẩy lợi nhuận, đảm bảo năng lực cạnh tranh và phát triển trên thị trường toàn cầu, các DN cần gia tăng giá trị cho các mặt hàng nông nghiệp mà họ cung cấp.

Thông thường, quá trình này liên quan đến việc đạt được các chứng nhận chất lượng quốc tế, hoặc liên kết chặt chẽ hơn với doanh nghiệp, nhà chế biến hoặc nhà bán lẻ nước ngoài. Đồng thời, quá trình gia tăng giá trị yêu cầu bản sắc và tính đặc biệt của sản phẩm phải được thiết lập tại điểm xuất xứ và được duy trì, khi nó di chuyển dọc theo chuỗi giá trị. Để đạt được điều này, đòi hỏi đầu tư vào các kỹ năng và vốn cần thiết để giúp các DN vượt qua những hạn chế ở thị trường nội địa và cho phép tăng năng suất và tăng trưởng giá trị gia tăng. Các quá trình này gắn chặt với sự nâng cấp của DN trong GVC. Do đó, tầm nhìn chiến lược dài hạn cho DN Việt Nam là nên tập trung vào việc nâng cấp lần lượt ở tất cả các cấp - từ

nâng cấp sản phẩm đến quy trình, sau đó là nâng cấp chức năng và liên ngành. Một số giải pháp cụ thể được đề xuất như sau:

**Một là**, các DN nông nghiệp cần cải thiện ở khâu sản xuất, đổi mới phương thức canh tác thực hành nông nghiệp tốt để tạo ra các sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế cũng như yêu cầu của khách hàng. Thay vì canh tác truyền thống, DN cần nghiên cứu các phương pháp canh tác theo chiều dọc, gồm khí canh và thủy canh để tăng năng suất cây trồng và giải quyết được các vấn đề như thiếu không gian (quỹ đất) để trồng trọt, giảm chi phí vận chuyển. Việc trồng trong các không gian kín giúp DN sản xuất dễ dàng điều chỉnh các điều kiện môi trường, tránh được các tác động của khí hậu trong tự nhiên, từ đó giảm việc sử dụng các hóa chất tổng hợp. Các sản phẩm thu hoạch cũng đáp ứng tốt hơn nhu cầu về dư lượng các thành phần hóa học. Đồng thời, phương pháp này cũng giúp nhà sản xuất kiểm soát các yếu tố dinh dưỡng để thúc đẩy năng suất, thâm canh liên tục, nhưng không gây hại đến môi trường.

DN cần chủ động tìm hiểu và áp dụng các quy trình sản xuất thực hành nông nghiệp tốt, áp dụng kỹ thuật vào nuôi trồng để đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, đạt được chứng nhận quốc tế. Đây là điều kiện tiên quyết để có thể xuất khẩu sang các thị trường có lợi nhuận cao, như: châu Âu, Mỹ, Nhật Bản...

**Hai là**, DN cần chủ động tìm hiểu và ứng dụng công nghệ vào sản xuất để tăng năng suất và chất lượng sản phẩm.

*Đối với DN trong lĩnh vực sản xuất trồng trọt*, cần ứng dụng các công nghệ mới trong canh tác, như: sử dụng con giống năng suất cao, hệ thống nhà màng, hệ thống tưới nước tự động, hệ thống đèn led kích thích tăng trưởng cây trồng...

*Đối với các DN trong lĩnh vực sản xuất chăn nuôi*, tìm hiểu và xây dựng hệ thống nông nghiệp tuần hoàn là một giải pháp công nghệ quan trọng. Nuôi côn trùng cung cấp bổ sung nguồn dinh dưỡng cho động vật không chỉ giảm chi phí nhập khẩu thức ăn chăn nuôi và hỗ trợ sản xuất chăn nuôi, mà còn giảm được lượng phát thải khí nhà kính. Điều này giúp DN đáp ứng tốt hơn các yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường khi hợp tác với các khách hàng trong các chuỗi cung ứng bền vững.

*Đối với các DN chế biến nông sản*, việc đầu tư vào công nghệ chế biến là cách thức hiệu quả để giảm tổn thất sau thu hoạch, nâng cao chất lượng sản phẩm và giá trị cho sản phẩm xuất khẩu. Các công nghệ chế biến cần quan tâm từ khâu làm sạch và phân loại, sấy khô và bảo quản, đóng gói và xay xát, sử dụng sản phẩm phụ, sưởi ấm và làm mát, làm lạnh bằng tủ lạnh và bảo quản lạnh.

**Ba là**, nghiên cứu chuyển đổi sang sản xuất các mặt hàng có giá trị gia tăng cao hơn như sản phẩm nông nghiệp hữu cơ. Canh tác hữu cơ là một hệ thống tổng thể dựa trên các phương pháp thực hành đúng đắn, tập trung vào các chiến lược phòng ngừa các tác động xấu

đến sản phẩm nông nghiệp. Quá trình chuyển đổi từ sản xuất các mặt hàng truyền thống sang các sản phẩm hữu cơ đòi hỏi DN có sự chuẩn bị kỹ lưỡng về kiến thức, đầu tư đúng mực vào công nghệ sản xuất. Tuy nhiên, điều này là xứng đáng bởi các sản phẩm hữu cơ thường có giá cao hơn ít nhất từ 10%- 40% và thậm chí gấp vài lần so với giá các sản phẩm tương tự được sản xuất theo cách thông thường.

**Bốn là**, xây dựng thương hiệu cho nông sản và các sản phẩm chế biến từ nông sản để gia tăng giá trị xuất khẩu. DN sản xuất và cung ứng nông sản cần đầu tư nguồn lực để xây dựng thương hiệu cho mình, bắt đầu từ việc lựa chọn tên gọi cho sản phẩm; thiết kế bao bì, logo, màu sắc và nhãn mác cho sản phẩm... Đối với các DN đã có thương hiệu, có thể xem xét cải tiến bao bì, mẫu mã sản phẩm.

Bên cạnh đó, cần quảng bá hình ảnh thương hiệu thông qua việc tham gia các hội chợ triển lãm, thay vì đầu tư quá nhiều tiền cho các phương tiện quảng cáo và truyền thông. Đồng thời, cần tạo lập uy tín thương hiệu từ việc nghiêm túc thực hiện các cam kết với khách hàng. Chủ động tìm kiếm cơ hội hợp tác với các khách hàng lớn để gia tăng sự đảm bảo về mặt danh tiếng.

**Năm là**, doanh nghiệp cần tăng cường liên kết với nhà cung cấp để tạo nguồn cung bền vững cho sản xuất và chế biến nông sản xuất khẩu. Với nguồn lực ít, quy mô canh tác nhỏ, sự liên kết, gia tăng việc bảo quản, chế biến và tiêu thụ nông sản theo chuỗi giá trị là chìa khóa để các DN hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp có thể phát triển và lớn mạnh.

Hiện nay, mô hình mỗi xã một sản phẩm đang lan rộng nhằm thúc đẩy tái cơ cấu nông nghiệp ở khu vực nông thôn. DN có thể tận dụng mô hình này để xây dựng vùng nguyên phụ liệu cho mình. Ngoài ra, để tránh trường hợp nông dân phá vỡ hợp đồng canh tác, DN nên cam kết mức giá linh động tùy theo tình hình

thực tế của thị trường sẽ thuận lợi cho đôi bên. Để tăng cường sự gắn kết, đảm bảo chất lượng nông sản thu mua phục vụ chế biến xuất khẩu, DN có thể hỗ trợ nông dân về đầu vào sản xuất nông nghiệp, công nghệ bảo quản hoặc tư vấn kiến thức, kỹ năng canh tác cho nông dân.

**Sáu là**, tìm kiếm cơ hội mới trong các GVC mở rộng. DN nông nghiệp có thể mở rộng sự tham gia vào GVC thông qua cung cấp nguyên liệu nông sản cho các ngành khác, như: ngành nhiên liệu, dược phẩm, hóa học và mỹ phẩm...

Bên cạnh đó, các DN nông nghiệp cũng có thể kết hợp với ngành du lịch để phát triển du lịch sinh thái. Thực tế, nhiều sản phẩm du lịch sinh thái nông nghiệp đã được khai thác tốt, phát huy giá trị và trở thành các nét đặc trưng cho du lịch của các địa phương, như: du lịch sinh thái miệt vườn của các tỉnh vùng Đồng bằng sông Cửu Long; du lịch sinh thái biển tại các khu nuôi hải sản tại Nha Trang (Khánh Hòa) và vịnh Hạ Long (Quảng Ninh); làng trồng rau Trà Quế (Quảng Nam); làng trồng hoa và cây ăn trái công nghệ cao ven Đà Lạt (Lâm Đồng); làng vải Thanh Hà (Hải Dương); làng trồng nho Ninh Thuận... Các DN với phương thức hoạt động chuyên nghiệp có thể phối hợp với sở du lịch địa phương để thiết kế các chương trình du lịch khám phá “từ trang trại đến bàn ăn” thu hút khách du lịch nước ngoài, song song với việc mở các quầy bán hàng và quảng bá sản phẩm nông nghiệp Việt Nam. □

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2020). *Báo cáo Xuất Nhập khẩu Việt Nam 2019*, Nxb Công Thương
2. Ngân hàng Thế giới (2016). *Báo cáo Phát triển Việt Nam 2016: Chuyển đổi Nông nghiệp Việt Nam tăng giá trị*, Nxb Hồng Đức
3. Nguyễn Bích Thủy (2015). Tham gia chuỗi giá trị toàn cầu: lối thoát cho nông sản Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, *Tạp chí Cộng sản*, số 873, 64-69
4. Tô Linh Hương (2017). *Chuỗi giá trị toàn cầu ngành hàng chè và sự tham gia của Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội
5. Nguyễn Đình Quyết (2020). *Nâng cao hiệu quả tham gia chuỗi giá trị toàn cầu đối với nông sản Việt Nam*, truy cập từ <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/820611/nang-cao-hieu-qua-tham-gia-chuoi-gia-tri-toan-cau-doi-voi-nong-san-viet-nam.aspx>
6. Giuliani, E. et al. (2005). Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters, *World Development*, 33(4), 549-573
7. Maertens, M., Swinnen, J. (2015). *Agricultural trade and development: A value chain perspective*, WTO Staff Working Paper, No. ERSD-2015-04
8. OECD (2020). Global value chains in agriculture and food: A synthesis of OECD analysis, *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers*, No.139
9. Trienekens, J. H. (2011), Agricultural Value Chains in Developing Countries A Framework for Analysis, *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2)