

Nông sản Việt tham gia chuỗi giá trị toàn cầu: Thực tiễn, vấn đề và giải pháp

Phạm Vĩnh Thắng¹

Hoạt động xuất khẩu nông sản nước ta trong những năm qua vẫn chủ yếu là các sản phẩm thô, giá trị gia tăng thấp như lúa gạo, cà phê, cao su, hạt điều nhân... và chưa có những sản phẩm chế biến có thương hiệu mang tầm quốc tế. Các sản phẩm nông sản xuất khẩu mới dừng lại ở cấp độ thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu, chủ yếu là các doanh nghiệp thu gom xuất khẩu, chưa trực tiếp tạo lập được kênh phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng trên thị trường quốc tế. Do vậy, nghiên cứu giải pháp nâng cao năng lực tham gia chuỗi giá trị nông sản toàn cầu là vấn đề mang tính thời sự.

Từ khóa: Chuỗi giá trị; Nông sản; Thị trường; Xuất khẩu.

1. Chuỗi giá trị nông sản toàn cầu

Ở góc độ toàn cầu, mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp là một giá trị, các giá trị này hợp lại với nhau sẽ tạo thành “chuỗi giá trị toàn cầu” - Global Value Chain (GVC). Như vậy, có thể hiểu GVC là một thuật ngữ để chỉ một dây chuyền sản xuất - kinh doanh theo phương thức toàn cầu hóa, trong đó các chủ thể kinh tế (chủ yếu là doanh nghiệp) của nhiều nước tham gia vào các công đoạn khác nhau, từ nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế, chế tạo, phân phối và marketing. Mô hình GVC cho phép các công đoạn của chuỗi đặt tại các quốc gia khác nhau có khả năng đạt hiệu quả cao nhất với chi phí thấp nhất. Trong GVC, các Tập đoàn đa quốc gia thường giữ vai trò then chốt do tính chất hoạt động xuyên biên giới và khả năng thu hút hợp tác, thương mại và đầu tư của các Tập đoàn này. Mặt khác, nó cũng cho phép các doanh nghiệp nhỏ và vừa của các nước đang phát triển có thể tham gia vào một số công đoạn có lợi thế so sánh, phù hợp với tiềm lực, kỹ năng và kinh nghiệm cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp. Đó cũng là phương thức thích hợp để các doanh nghiệp nhỏ và vừa tạo lập được chỗ đứng trên thị trường thế giới trong điều kiện toàn cầu hoá và sự bành trướng ngày càng lớn của các Tập đoàn đa quốc gia và xuyên quốc gia.

Chuỗi giá trị toàn cầu với sự hỗ trợ của công nghệ số sẽ mang lại lợi ích cho các nền kinh tế đang phát triển, giúp họ vươn lên những khâu có giá trị gia tăng cao hơn. Một quốc gia có thể chuyên môn hóa một hoặc một số hoạt động mà quốc gia đó có lợi thế so sánh. Tuy vậy, GVC cũng đòi hỏi các doanh nghiệp tham gia phải mở rộng quy mô kinh tế. Đây cũng là thách thức đối với các doanh nghiệp ở các nước có môi trường huy động vốn còn nhiều bất cập. So sánh các chuỗi giá trị, có thể thấy chuỗi giá trị hàng nông sản toàn cầu có một số đặc điểm sau:

- Khác với các loại hàng hóa công nghiệp số lượng các khâu trong chuỗi giá trị hàng nông sản có thể ngắn hơn và giá trị gia tăng ở một số khâu cũng khác nhau. Từ khâu nghiên cứu giống

¹ Tiến sĩ, Học viện Ngân hàng

và triển khai sản xuất thử nghiệm thành công có thể đưa ra trồng trọt, sản phẩm có thể đưa vào khâu phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng (như rau, quả tươi...). Có nhiều loại nông sản tiếp tục trở thành đầu vào của các ngành công nghiệp chế biến sau đó mới chuyển qua khâu phân phối và marketing.

- Các tác nhân tham gia vào khâu trồng trọt/sản xuất của chuỗi chủ yếu là các hộ nông dân, các trang trại và một số ít doanh nghiệp. Tuy nhiên, yêu cầu để một tác nhân có thể tham gia vào chuỗi giá trị là sản phẩm hay dịch vụ phải đáp ứng được các tiêu chuẩn hoặc quy định của chuỗi. Chính vì vậy, ngay cả ở khâu có giá trị gia tăng thấp nhất như trồng trọt, nếu không đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng sản phẩm và điều kiện giao hàng thì cũng không thể tham gia được vào bất cứ chuỗi giá trị nào trên thị trường. Tham gia vào GVC, các quốc gia thường hỗ trợ để hàng nông sản của họ có thể tham gia được và tham gia vào các khâu có giá trị gia tăng cao.

- Để tham gia được vào GVC, vấn đề liên kết của những người sản xuất nhỏ sao cho có thể đáp ứng các yêu cầu tiêu chuẩn/quy định của GVC là rất quan trọng. Muốn vậy, cần phải xây dựng và phát triển các chuỗi giá trị đối với hàng nông sản từ nhỏ đến lớn, từ chuỗi giá trị có phạm vi địa phương đến khu vực và định hướng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu theo một số mô hình liên kết các tác nhân tham gia vào chuỗi đang hoạt động có hiệu quả.

2. Thực tiễn tham gia của nông sản nước ta vào GVC

Xuất khẩu nông sản được coi là một trong những định hướng chiến lược của nông nghiệp Việt Nam. Việt Nam là một trong 15 nước xuất khẩu nông sản lớn nhất thế giới, trở thành mắt xích quan trọng trong các chuỗi cung ứng toàn cầu. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản so với kim ngạch xuất khẩu hàng hóa dao động từ 5,4% đến 13,0% trong giai đoạn 2015-2024.

Nông sản Việt Nam nhìn chung có lợi thế so sánh cao đối với các sản phẩm trồng trọt. So sánh Chỉ số lợi thế so sánh hiển thị (Revealed comparative advantage- RCA) nông sản Việt Nam với một số đối thủ cạnh tranh trực tiếp trong khu vực như Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Malaysia... cho thấy Việt Nam có lợi thế cạnh tranh cao ở các mặt hàng như ngũ cốc, cà phê, cao su nguyên liệu nhưng không có lợi thế so sánh ở các mặt hàng như sản phẩm chăn nuôi, đường, thức ăn gia súc, dầu mỡ động thực vật.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ yếu

Đơn vị: Tỷ USD

	2015	2016	2020	2022	2023	2024	Tăng trưởng BQ 2016-24 (%)
Kim ngạch XK nông sản	14,034	15,107	16,632	19,941	23,48	52,5	15,8
Rau quả	1,839	2,457	3,272	3,317	5,602	7,2	16,4
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>13,1</i>	<i>16,3</i>	<i>19,7</i>	<i>16,6</i>	<i>23,9</i>	<i>13,7</i>	
Hạt điều	2,398	2,841	3,214	3,088	3,643	4,34	6,8

TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

<i>Tỉ trọng (%)</i>	17,1	18,8	19,3	15,5	15,5	8,3	
Cà phê	2,671	3,334	2,742	4,057	4,243	5,48	8,3
<i>Tỉ trọng (%)</i>	19,0	22,1	16,5	20,4	18,1	10,5	
Gạo	2,796	2,159	3,120	3,545	4,676	5,75	8,3
<i>Tỉ trọng (%)</i>	19,9	14,3	18,8	17,8	19,9	11,0	
Cao su	1,532	1,670	2,385	3,316	2,893	3,4	9,3
<i>Tỉ trọng (%)</i>	10,9	10,6	14,3	16,6	12,3	6,5	

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2020 - 2023, Tổng cục Thống kê và Báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Tốc độ tăng bình quân khối lượng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ yếu giai đoạn 2016-2023 có thể thấy qua bảng sau.

Bảng 2: Khối lượng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ yếu

Đơn vị: 1.000 tấn

	2015	2016	2020	2022	2023	2024	Tăng trưởng BQ 2016-24 (%)
Hạt điều nhân	328,3	347,0	515,0	519,8	644,0	724	9,2
Cà phê	1341,2	1780,0	1565,4	1777,4	1623,2	1.320	-
Gạo	6582,2	4809,0	6249,0	7105,2	8131,6	9.000	3,5
Cao su	1137,6	1253,0	1749,9	2145,0	2143,0	2.000	6,5

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2020 - 2023, Tổng cục Thống kê và Báo cáo của Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn.

Về thị trường xuất khẩu, châu Á là thị trường xuất khẩu lớn nhất của các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam, với thị phần chiếm bình quân là 48,2%. Châu Mỹ và châu Âu, với thị phần lần lượt là 23,7% và 11,3%. Thị phần của 2 khu vực châu Phi và châu Đại Dương tương đối nhỏ, chiếm 1,8% và 1,4%.

Theo quốc gia, Hoa Kỳ với thị phần 21,7%, Trung Quốc chiếm 21,6% và Nhật Bản là 6,6%, đây là 3 thị trường xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản lớn nhất của Việt Nam.

Nhìn chung nông sản nước ta khá đa dạng, nhưng khả năng cung cấp một khối lượng lớn, trong thời gian ngắn là chưa tốt. Có rất nhiều cơ chế, chính sách phát triển nhưng để tiếp cận không dễ, nhất là đối với hộ nông dân. Do trình độ phát triển và chi phí đầu tư cho công nghiệp chế biến còn thấp nên tỷ lệ sản phẩm nông sản chế biến đạt chất lượng quốc tế mới chỉ đạt khoảng trên dưới 10% và số doanh nghiệp chế biến nông sản đăng ký chất lượng sản phẩm hiện mới dừng ở tỷ lệ khoảng 15%.

Việc đa dạng hóa và phát triển theo chiều sâu còn hạn chế. Chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu chậm, thiếu đột phá, còn phụ thuộc quá lớn vào một số thị trường xuất khẩu chủ lực. Sức cạnh tranh của còn thấp, thiếu bền vững và dễ bị thương tổn bởi những thay đổi của môi trường quốc tế cũng như thay đổi chính sách của các thị trường nhập khẩu.

3. Thuận lợi và những bất cập của hàng nông sản Việt Nam khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Nhìn chung, các mặt hàng nông sản chủ yếu của Việt Nam đều có khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Một số yếu tố thuộc về thể chế môi trường kinh doanh đã bước đầu góp phần tạo lập năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào GVC. Nhờ đó, một số loại nông sản và một số chuỗi giá trị riêng biệt của doanh nghiệp đã tham gia được vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong GVC. Tuy nhiên, khi tham gia vào các GVC, vẫn tồn tại nhiều khó khăn, bất cập, thể hiện trên các khía cạnh và bình diện sau:

(i) Năng lực nhận thức và tư duy về quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh theo mô hình chuỗi cũng như năng lực tham gia của các tác nhân vào GVC.

Tham gia vào GVC có nhiều tác nhân khác nhau như: hội nông dân, HTX, doanh nghiệp, các cơ quan nghiên cứu và hỗ trợ. Năng lực tham gia của từng tác nhân và nhóm tác nhân của nước ta nhìn chung còn thấp. Hầu hết các hộ nông dân đều không có năng lực tiếp cận với thị trường, họ sản xuất theo kinh nghiệm và dựa vào những tính toán chủ quan về thị trường.

Với giới hạn về hạn điền và trình độ áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ, về vốn cho sản xuất và khả năng tiếp cận thị trường bị hạn chế, sản phẩm của nông dân sản xuất ra buộc phải qua các khâu trung gian là các nhà mua gom và chế biến. Mặc dù khối lượng và kim ngạch xuất khẩu nông sản tăng lên nhưng chủ yếu là sản phẩm của các hộ sản xuất nhỏ lẻ, chất lượng và sản phẩm không đồng đều. Tỷ lệ chế biến sâu chưa cao, công nghệ chế biến nông sản còn ở trình độ thấp.

Để đáp ứng được đủ khối lượng và yêu cầu về chất lượng của các nhà nhập khẩu, các nhà xuất khẩu buộc phải mua gom thông qua hệ thống thương lái. Việc mua gom hàng nông sản ở Việt Nam từ các hộ nhỏ lẻ là chủ yếu, khó có thể đáp ứng được yêu cầu giao hàng trực tiếp cho nhà nhập khẩu đúng thời gian và chất lượng đồng đều.

Bán hàng qua các trung gian để thu hồi vốn nhanh diễn ra phổ biến hiện nay. Nếu xét một cách chi tiết và toàn diện về năng lực tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào GVC thì các tác nhân này chỉ tham gia đến khâu cung cấp đầu vào cho chế biến, giá trị gia tăng thu được rất thấp.

TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

Mặc dù có nhiều Viện nghiên cứu, Trung tâm khuyến nông và Trung tâm xúc tiến thương mại nhưng với tính chất là đơn vị nghiên cứu, đơn vị sự nghiệp có thu nên bị hạn chế bởi số lượng các công trình nghiên cứu và việc triển khai các kết quả nghiên cứu và thực tiễn. Ngay cả đối với giống cây trồng, nông dân cũng phải tự tìm kiếm ở thị trường, do các hộ kinh doanh cung cấp.

(ii) Khả năng đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm của thị trường thế giới.

Hàng nông sản phải đáp ứng được các quy định tiêu chuẩn khác nhau của nước nhập khẩu hay nhà nhập khẩu như quy định về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, quy định về kiểm dịch động thực vật, quy định về sở hữu trí tuệ đối với giống cây trồng, quy định về bảo vệ môi trường, quy định về truy xuất nguồn gốc, quy định về quy trình kiểm tra và công nhận... Đồng thời, phải đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm và quy trình sản xuất như Codex, HACCP, ISO..., các quy định trong Hiệp định SPS hoặc theo tiêu chuẩn của nước nhập khẩu như Eurep GAP, GLOBAL GAP... Bên cạnh các quy định và tiêu chuẩn của các nước nhập khẩu, các nhà nhập khẩu và chế biến cũng có thể đưa ra các tiêu chuẩn và quy định riêng, thông thường các quy định này có thể phức tạp hơn và ở mức cao hơn so với tiêu chuẩn chung. Các quy định đó có thể là khối lượng một lô hàng và thời điểm giao hàng, các chứng chỉ chất lượng do tổ chức quốc tế cấp theo chỉ định của nhà nhập khẩu, kiểm tra trước khi giao hàng, lí lịch của lô hàng theo mẫu của nhà nhập khẩu... Tuy nhiên, Việt Nam còn thiếu tiêu chuẩn cho hàng nông sản hoặc nếu có thì chưa hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế. Thậm chí, có những mặt hàng chúng ta đã xây dựng được tiêu chuẩn Việt Nam tương đương tiêu chuẩn quốc tế nhưng lại chưa thực hiện được.

(iii) Các chuỗi giá trị hàng nông sản của Việt Nam có quy mô nhỏ và vị thế thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Các chuỗi giá trị hàng nông sản của Việt Nam có quy mô nhỏ và vị thế đàm phán thấp vì phần lớn các doanh nghiệp đều ở vào tình trạng thiếu vốn, việc tiếp cận với tín dụng ngân hàng khó khăn và phải trả lãi suất tiền vay khá cao cho ngân hàng.

Phần lớn hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường thế giới chưa có thương hiệu là một trong những hạn chế lớn. Đây cũng là một trong những nguyên nhân làm sản phẩm của chúng ta mất lợi thế cạnh tranh trên thương trường quốc tế. Nhiều sản phẩm của Việt Nam luôn bị ép giá hoặc muốn bán phải lấy thương hiệu của nước khác. Hình ảnh về hàng hoá và doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ đến được khách hàng là các nhà nhập khẩu, ít đến được với người tiêu dùng cuối cùng tại nước nhập khẩu. Chúng ta cũng thiếu các doanh nghiệp dẫn đạo thị trường, có thương hiệu mạnh để có thể liên kết và dẫn dắt các tác nhân nhỏ lẻ liên kết để tham gia chuỗi. Hậu quả là vị thế đàm phán thấp, hàng nông sản của Việt Nam luôn phải bán với giá thấp hơn hàng cùng loại của nước khác.

(iv) Các chính sách, giải pháp tạo lập và nâng cao năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Các quy định về hạn điền hạn chế phát triển nông nghiệp sản xuất hàng hóa với quy mô

lớn và áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ. Mặt khác, công tác dồn điền đổi thửa vẫn diễn rất chậm chạp do các chính sách về tích tụ và tập trung ruộng đất cho sản xuất nông nghiệp còn nhiều bất cập. Công tác quy hoạch sử dụng đất không tốt đã dẫn đến quy hoạch chồng lấn, quy hoạch điều chỉnh nhiều lần và quy hoạch nhưng không thực hiện theo quy hoạch. Đặc biệt, quy hoạch mạng lưới phân phối, chế biến không gắn kết với quy hoạch vùng nguyên liệu cũng là những khó khăn và bất cập khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu đối với hàng nông sản.

- Đóng góp của khoa học công nghệ vào giá trị gia tăng sản phẩm còn hạn chế. Công nghiệp chế biến, bảo quản hàng nông sản chưa tạo ra nhiều sản phẩm có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng.

- Kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật cần thiết để phát triển nông nghiệp hiện đại như hệ thống giao thông, thủy lợi, chế biến, thông tin thị trường...còn kém phát triển. Hàng hóa được sản xuất ra nhưng công tác vận chuyển, tiêu thụ sản phẩm còn khó khăn do hạ tầng thương mại yếu kém, không đủ hệ thống kho tàng, bến bãi, phương tiện vận chuyển không đảm bảo yêu cầu. Không chỉ chính sách khuyến khích đầu tư chưa đủ tạo sức hấp dẫn mà cả các chính sách hỗ trợ của Nhà nước cũng chưa tạo điều kiện thuận lợi cho việc nâng cao năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Rủi ro trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp đang gia tăng nhưng hệ thống bảo hiểm chậm phát triển. Chính sách tài chính và tín dụng còn nhiều bất cập, các doanh nghiệp khó tiếp cận được với nguồn tín dụng ưu đãi.

Nhìn chung, còn khá nhiều trở ngại cho việc tham gia của hàng nông sản nước ta vào chuỗi giá trị toàn cầu, theo thứ tự và được sắp xếp từ cao xuống thấp như sau: (i) Sức cạnh tranh của sản phẩm; (ii) Vị thế của doanh nghiệp; (iii) Thiếu vốn; (iv) Hạn chế về thông tin thị trường; (v) Sản xuất phân tán và phụ thuộc vào mùa vụ; (vi) Môi trường cạnh tranh thiếu minh bạch; (vii) Khó tiếp cận được với các nguồn hỗ trợ của Nhà nước; (viii) Không làm chủ được nguyên liệu và giá cả đầu vào; (ix) Hạn chế về khả năng tiếp cận trực tiếp với doanh nghiệp phân phối của nước nhập khẩu cuối cùng; (x) Môi trường pháp lý thiếu đảm bảo cho ký kết hợp đồng; (xi) Thiếu kho bảo quản; (xii) Công nghệ chế biến lạc hậu, hạn chế trong việc tiếp cận thông tin khoa học kỹ thuật; (xiii) Thiếu lao động lành nghề; (xiv) Máy móc thiết bị lạc hậu.⁴

4. Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao năng lực tham gia GVC của hàng nông sản Việt Nam

Thương mại hàng nông sản đang diễn ra ngày càng phức tạp. Phân công lao động trong chuỗi giá trị hàng nông sản toàn cầu ngày càng sâu sắc với mức độ chuyên môn hoá ngày càng cao, từ khâu R&D sản phẩm, sản xuất đến marketing và phân phối sản phẩm. Các nước tham gia vào chuỗi giá trị hàng nông sản đang tìm cách để thâm nhập vào những khâu tạo ra giá trị gia tăng cao.

Thị trường nông sản thế giới đang đặt ra khá nhiều thách thức: bảo hộ thương mại đang ngày càng gia tăng ở các quốc gia, đặc biệt là EU và Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, những thị

trường xuất khẩu chính của nông sản Việt Nam. Chuyển đổi xanh vẫn đang là áp lực không nhỏ. Nhiều nhà mua hàng đã yêu cầu các nhà máy tham gia vào chuỗi cung ứng phải đạt tiêu chuẩn xanh. Các doanh nghiệp còn phải chuẩn bị sẵn tâm thế có đơn hàng rồi nhưng có thể bị hủy bất cứ lúc nào. Bởi chỉ cần sức mua chững lại chừng 1-2 tuần là nhà mua hàng có thể yêu cầu nhà cung cấp ngưng sản xuất.

Sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam chưa gắn kết với quá trình phân công và hợp tác trong điều kiện kinh tế và kinh doanh quốc tế có nhiều thay đổi. Vì vậy, dù là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản cao, nhưng thiếu tính bền vững, vẫn còn những khiếm khuyết lớn từ các khâu giống, kỹ thuật, chăm sóc cho đến thu hoạch, bảo quản, chế biến sau thu hoạch và tiêu thụ. Nhìn chung, nông sản của Việt Nam tham gia vào GVC nhưng mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp đầu vào là nông sản thô, trong khi giá trị gia tăng đối với hàng nông sản lại chủ yếu do khâu chế biến, bao gói và thương mại. Hay nói cách khác, Việt Nam mới tham gia được ở khâu tạo ra giá trị thấp nhất trong GVC.

Để nâng cao năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào GVC trong điều kiện hiện nay, rất cần một hệ thống các chính sách, bao gồm (i) Các chính sách nhằm đổi mới tư duy trong tổ chức sản xuất kinh doanh; (ii) Các chính sách về phân bổ lại nguồn lực theo yêu cầu của tham gia chuỗi giá trị sản phẩm toàn cầu; (iii) Các chính sách hỗ trợ của Chính phủ đối với sự tham gia của các tác nhân vào chuỗi giá trị sản phẩm nông sản toàn cầu; (iv) Thu hút FDI vào khu vực nông nghiệp, khuyến khích tham gia vào chuỗi giá trị hàng nông sản của các TNCs, MNCs và tham gia vào GVC thông qua phát triển hoạt động nhượng quyền kinh doanh... cũng như hệ thống các giải pháp tăng cường tham gia vào GVC cho từng ngành hàng.

Nhà nước cần giữ vai trò “Nhạc trưởng”, tạo môi trường thể chế, cụ thể là: (i) Hoàn thiện công tác quy hoạch và chiến lược phát triển nông sản xuất khẩu; (ii) Khuyến khích liên kết trong chuỗi sản phẩm; (iii) Phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất và thương mại; (iv) Tăng cường công tác XTTM và dự báo thị trường; (v) Hoàn thiện hệ thống quy định vệ sinh an toàn thực phẩm; (vi) Thực hiện các chính sách hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh và (vii) Cải thiện môi trường kinh doanh của chuỗi giá trị.

Theo định hướng trên, cần thực thi các giải pháp sau:

(i) Tiếp cận nhanh xu thế và thị hiếu của người tiêu dùng và thị trường để có những sản phẩm đáp ứng kịp thời nhu cầu. Đẩy mạnh xúc tiến thương mại (XTTM) cả ở cấp chính phủ, hiệp hội và doanh nghiệp. Chú trọng các chương trình XTTM dài hơi (thời gian một vài năm) hướng vào một mặt hàng, một thị trường trọng điểm cho tới khi đạt kết quả cụ thể; ứng dụng thương mại điện tử trong XTTM.

Nghiên cứu thành lập, tổ chức Phòng/Không gian trưng bày hàng mẫu nông sản Việt Nam tại các Cơ quan đại diện Việt Nam. Đây là biện pháp thiết thực để hỗ trợ địa phương và doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, do tập quán văn hóa kinh doanh cần được trực tiếp xem và kiểm tra các mặt hàng trước khi giao dịch. Tuy nhiên, để triển khai tốt mô hình này, các địa phương, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản và logistics cần chú trọng phối hợp, gắn kết chặt chẽ, thường xuyên

hơn với các Đại sứ quán Việt Nam tại khu vực trong việc xác định sản phẩm ưu tiên thúc đẩy quảng bá đối với từng thị trường, cách thức tổ chức mô hình trưng bày; chủ động cung cấp hàng mẫu, tài liệu thông tin giới thiệu sản phẩm phù hợp một cách thường xuyên, lâu dài...

(ii) Bổ sung, sửa đổi các quy định liên quan đến quản lý, kiểm nghiệm chất lượng, bảo đảm an toàn thực phẩm đối với sản phẩm xuất khẩu đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đã công bố và phù hợp theo quy định của Luật tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, Luật Chất lượng sản phẩm hàng hóa và Luật An toàn thực phẩm.

Xây dựng năng lực của các tổ chức thử nghiệm, tổ chức chứng nhận, phòng thí nghiệm quốc gia đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế để phục vụ việc đánh giá sự phù hợp tiêu chuẩn quốc gia, tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực và tiêu chuẩn riêng đối với hàng hóa xuất khẩu. Thúc đẩy việc xây dựng, hướng dẫn áp dụng các tiêu chuẩn riêng phổ biến tại các thị trường xuất khẩu chính, có các rào cản thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam về quản lý chất lượng hàng hóa cần nỗ lực cập nhật thông tin về các hàng rào kỹ thuật, môi trường, quy định, tiêu chuẩn quản lý chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm của thị trường nhập khẩu để xây dựng, điều chỉnh các quy định của Việt Nam cho phù hợp. Phổ biến, tư vấn, đào tạo các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu về các thông tin, kiến thức liên quan đến các tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật, môi trường, các quy định kiểm soát nhập khẩu của các nước. Với áp lực từ các tổ chức xã hội, những công ty tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu cũng phải tuân thủ các tiêu chuẩn về y tế, an toàn lao động và môi trường.

Đẩy nhanh việc xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực nhằm nâng cao khả năng đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, môi trường đối với hàng xuất khẩu cũng như thực thi cam kết trong các hiệp định thương mại tự do (FTAs), bao gồm: Hệ thống quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật TBT, các quy định, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm SPS; Các tiêu chuẩn về quy trình sản xuất, chế biến thân thiện môi trường (PPM); Quy định và tiêu chuẩn về bao bì, đóng gói, nhãn môi trường và nhãn sinh thái; Hệ thống tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm xã hội.

(iii) Áp dụng các tiêu chuẩn xanh, bền vững của các nước là một áp lực lớn với các doanh nghiệp xuất khẩu. Việc EU áp dụng Cơ chế điều chỉnh carbon qua biên giới, thực hiện Thỏa thuận xanh châu Âu và Chính sách từ nông trại đến bàn ăn sẽ là thách thức lớn trong khi hầu hết doanh nghiệp Việt chưa có đầy đủ thông tin, kiến thức, nguồn lực để tuân thủ. Do vậy, cần đẩy nhanh việc ứng dụng các giải pháp khoa học kỹ thuật phù hợp, đồng bộ dựa trên việc tiếp nối những kinh nghiệm tri thức bản địa với tinh thần gìn giữ môi trường, tôn trọng thiên nhiên, là cách thức mà đội ngũ nông dân chuyên nghiệp tại Việt Nam đã và đang thực hiện để hướng tới những cánh đồng “phát thải thấp”. Tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, đặc biệt là ban hành các quy chuẩn, tiêu chuẩn chất lượng, có các cơ chế khuyến khích, các ưu đãi về thuế với nông sản được sản xuất theo phương thức carbon thấp là những vấn đề mang tính thời sự.

(iv) Gia tăng xuất khẩu thông qua các hệ thống phân phối lớn là giải pháp trước mắt giúp cho doanh nghiệp từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng hàng hóa toàn

cầu. Tuy nhiên, để trở thành nhà cung ứng trong các kênh phân phối đa quốc gia, doanh nghiệp phải đáp ứng, duy trì các tiêu chuẩn đã cam kết trong suốt quá trình cung ứng. Đồng thời phải xác định chính xác phân khúc thị trường, thị hiếu khách hàng để có sản phẩm phù hợp...

(v) Đẩy mạnh xây dựng chỉ dẫn địa lý, mã số vùng trồng, chứng nhận hữu cơ... là động lực thúc đẩy sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng quy mô thương mại... giúp nông sản Việt từng bước tạo dựng được thương hiệu, chinh phục các thị trường lớn. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tiếp tục phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương và Bộ Khoa học và Công nghệ đẩy nhanh tiến độ xây dựng chỉ dẫn địa lý đối với các mặt hàng nông sản theo *Quy chế phối hợp xây dựng và quản lý chỉ dẫn địa lý*. Bên cạnh đó, cần xây dựng chương trình tổng thể về phát triển thương hiệu nông sản Việt (bao gồm đầy đủ các hướng dẫn thực hiện về lộ trình, các công cụ tài chính, kỹ thuật, thị trường, cơ chế phối hợp, hệ thống chia sẻ...) để các địa phương có căn cứ triển khai thực hiện.

(vi) Sự tham gia của các doanh nghiệp logistics nội địa sẽ giúp gia tăng tính chủ động của xuất khẩu nông sản. Ngoài việc quy hoạch những trung tâm logistics vùng, bổ sung hạ tầng có tính tích hợp như kho bãi kiêm bảo quản, đóng gói... đối với các nhóm hàng hóa nông sản chất lượng cao, có kim ngạch chưa lớn, cần phát triển thị trường mới theo tuyến vận tải, nghiên cứu các phương án kết hợp vận chuyển các mặt hàng khác nhau, phối hợp giữa các doanh nghiệp cùng lĩnh vực kinh doanh ... giúp tối đa hóa hiệu quả, giảm thiểu chi phí.

(vii) Triển khai chính sách tín dụng ưu đãi cho nông dân, các hợp tác xã, doanh nghiệp trong các hoạt động: Đầu tư xây dựng và mở rộng mô hình sản xuất tập trung, nông sản hữu cơ, tuân thủ quy trình sản xuất, kỹ thuật canh tác, trang bị công nghệ chế biến, bảo quản hiện đại, áp dụng HACCP kết hợp với GMP (Tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt) nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch; hỗ trợ áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (GAP), hỗ trợ thiết bị và kinh phí kiểm tra dư lượng kháng sinh, an toàn thực phẩm; khuyến khích chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu sang sản phẩm chế biến sâu, giá trị gia tăng cao, thân thiện môi trường; đầu tư giống, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón nhằm giảm trừ dịch bệnh, khôi phục sản xuất vùng bị thiệt hại do thiên tai; hỗ trợ chi phí đăng ký đạt chuẩn cho một số tiêu chuẩn như VietGAP, GlobalGAP vì hiện còn quá cao so với các hộ nông dân...

(viii) Áp dụng các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản như hoàn thuế giá trị gia tăng (GTGT), xem xét điều chỉnh giảm thuế GTGT đối với sản phẩm nông sản chế biến; miễn, giảm thuế nhập khẩu máy móc, thiết bị phục vụ chế biến xuất khẩu; xem xét miễn giảm thuế, phí kho bãi, vận chuyển đối với hàng nông sản xuất khẩu qua đường hàng không, hỗ trợ giá cước vận chuyển nông sản từ Việt Nam đi các thị trường trọng điểm, nhất là hỗ trợ các dịch vụ vận chuyển thuận lợi cho các sản phẩm rau quả tươi Việt Nam có lợi thế cạnh tranh như thanh long, nhãn, chôm chôm, bưởi, xoài...

Giải pháp cấp bách hiện nay là cần sớm phát triển các chuỗi giá trị riêng biệt đối với một số ngành hàng theo hướng có thể đi tắt, đón đầu mà không nhất thiết phải leo theo các nấc thang của chuỗi giá trị gia tăng. Đồng thời, xây dựng và phát triển các chuỗi giá trị đối với hàng nông

sản của Việt Nam có năng lực cạnh tranh cao ở trong nước làm tiền đề và điều kiện cho việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban thư ký WTO (2023), *Báo cáo Thương mại Thế giới 2023*.
2. Báo cáo Tổng kết Bộ Công Thương 2015- 2024.
3. Báo cáo Tổng kết Bộ nông nghiệp & Phát triển nông thôn 2015- 2024.
4. Bộ NN và PTNT, Đề án “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê đến năm 2015 và định hướng 2020*”.
5. Bộ NN và PTNT, Đề án *Phát triển thương mại nông lâm thủy sản đến năm 2015 và tầm nhìn đến năm 2020*.
6. Bộ NN và PTNT, *Đề án Phát triển cà-phê đặc sản Việt Nam giai đoạn 2021-2030*.
7. Anthony M. Zola, *The Role of Global Value Chains in Agribusiness SME Development in the GMS*, Group Meeting on Promoting SMEs Participation in GVC in GMS, 20069.

VIETNAMESE AGRICULTURAL PRODUCTS PARTICIPATE IN THE GLOBAL VALUE CHAIN: PRACTICE, PROBLEMS AND SOLUTIONS

Pham Vinh Thang

In recent years, Vietnam’s export of agricultural products has mainly been raw products with low added value such as rice, coffee, rubber, cashew nuts, etc. and there are no processed products with international brands. The exported agricultural products have been in a low level in the global value chain, mainly export collection enterprises, and have not directly established a direct distribution channel to consumers in the international market. Therefore, researching solutions to improve the capacity to participate in the global agricultural value chain is a topical issue.

Keywords: Agricultural products; ; Export; Global value chain; Market.

