

Trải rộng lợi ích từ toàn cầu hóa: Có thể học hỏi được gì từ phân tích chuỗi giá trị?

Raphael Kaplinsky

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, toàn cầu hóa đã trở nên gắn liền với tình trạng bất bình đẳng gia tăng trong phạm vi một nước và giữa các nước với nhau, với tỷ trọng lớn dân số thế giới sống trong đói nghèo vẫn mãi tồn tại dai dẳng. Giả như ‘những người thua thiệt’ chỉ giới hạn trong phạm vi những người không tham gia vào nền kinh tế toàn cầu, thì ý nghĩa chính sách xem ra thật rõ ràng – dự phần vào cuộc đua. Thế nhưng (như người ta đã thấy rõ ràng) ‘những người thua thiệt’ cũng bao gồm cả những người tham gia vào các quá trình toàn cầu, thì thử thách chính sách quả thật ám ảnh hơn nhiều. Đó không phải là vấn đề *nên hay không nên* tham gia vào các quá trình toàn cầu, mà vấn đề là làm điều đó *như thế nào* để mang lại tăng trưởng thu nhập bền vững cho người nghèo và các nước nghèo. Trong bối cảnh này, chính sách cần nhắm vào các quá trình sản xuất và phát triển sản phẩm, bao gồm cả tổ chức nội bộ công ty lẫn mối quan hệ giữa các công ty. Chính sách cũng cần hướng tới phương thức kết nối các nhà sản xuất nghèo và các nước nghèo với các nhà sản xuất và người tiêu dùng trong nền kinh tế toàn cầu.

Phân tích chuỗi giá trị, vốn bao gồm toàn bộ chu trình tổ chức, sản xuất và giao hàng từ đầu cho đến khi sử dụng và tái chế, mang lại một công cụ mô tả các lĩnh vực quan trọng của chủ trương tư nhân và chính sách công. Nhưng, còn hơn thế nữa, thông qua tập trung vào sự dịch chuyển động học của *đặc lợi nhà sản xuất* xuyên suốt chuỗi giá trị, trong những quá trình mà các tác nhân then chốt sự *quản trị* các hoạt động sản xuất diễn ra *trên cơ sở toàn cầu*, phân tích chuỗi giá trị mang lại sự thấu hiểu quan trọng những thử thách chính sách mà các tác nhân tư nhân và nhà nước phải đương đầu.

Bài viết này xem xét đặc điểm bất bình đẳng của các quá trình toàn cầu gần đây, tóm tắt các khái niệm lý thuyết then chốt mô tả khái niệm chuỗi giá trị và minh họa sự đóng góp của phân tích chuỗi giá trị thông qua tóm tắt bốn tình huống nghiên cứu chuỗi (rau quả tươi, hoa quả đóng hộp, giày dép và linh kiện phụ tùng ô tô). Bài viết cũng bao gồm phần kết luận về các phương thức thực tế qua đó phân tích chuỗi giá trị có thể thâm nhập vào chính sách như thế nào.

Tôi xin cảm ơn John Humphrey, Hubert Schmitz, Hans Singer và Adrian Wood đã có những nhận xét bổ ích về bản thảo trước đây. Tôi lấy làm tiếc về những sai sót và nhược điểm còn lại chỉ của riêng tôi mà thôi.

1. DẪN NHẬP

Đối với nhiều thành phần dân số trên thế giới, sự hội nhập ngày càng tăng vào nền kinh tế toàn cầu đã mang lại cơ hội tăng trưởng kinh tế bền vững. Điều này không chỉ phản ánh trong thu

nhập cao hơn, mà còn bộc lộ trong sự sẵn có nhiều hơn các sản phẩm sau cùng chất lượng tốt hơn và ngày càng khác biệt. Tuy nhiên, cùng lúc đó, toàn cầu hóa cũng có mặt tối của nó. Đã có xu hướng ngày càng tăng tình trạng bất bình đẳng trong phạm vi một nước cũng như giữa các nước và phạm vi bao trùm của mức đói nghèo tuyệt đối, không chỉ ở các nước nghèo. Những thuộc tính tích cực và tiêu cực này của toàn cầu hóa đã được trải nghiệm ở nhiều cấp độ khác nhau – cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp, thành phố, khu vực, ngành và quốc gia. Diễn tiến phân phối nổi lên trong những thập niên gần đây của toàn cầu vì thế vừa có tính dị biệt vừa phức tạp.

Giá như những người thua thiệt từ toàn cầu hóa chỉ hạn chế trong những người không tham gia mà thôi, thì ý nghĩa chính sách xem ra thật rõ ràng – thực hiện mọi biện pháp để trở nên tích cực dự phần vào hoạt động sản xuất và thương mại toàn cầu. Tuy nhiên, thử thách thật ra ám ảnh hơn nhiều, vì những người thua thiệt còn bao gồm nhiều người từng tích cực tham gia vào quá trình hội nhập toàn cầu. Vì thế, có một nhu cầu phải quản lý phương thức hòa nhập vào nền kinh tế toàn cầu như thế nào để bảo đảm thu nhập không giảm sút hay phân cực hơn nữa.

Có ba vấn đề trọng tâm phát sinh từ các quan sát này. Thứ nhất, tại sao sự lan rộng về mặt địa lý của hoạt động kinh tế và sự trải rộng lợi ích từ việc tham gia vào các thị trường sản phẩm toàn cầu lại ít tương ứng với nhau đến thế? Thứ hai, trong chừng mực nào thì người ta có thể nhận diện mối liên kết nhân quả giữa toàn cầu hóa và bất bình đẳng? Và thứ ba, ta có thể làm gì để không chế xu hướng bất bình đẳng của toàn cầu hóa? Ba câu hỏi có liên quan lẫn nhau này có những ý nghĩa phương pháp luận quan trọng – cách tốt nhất để mang lại thông tin cần thiết nhằm chứng minh cho diễn biến phát triển này trong sản xuất và chiếm hữu là gì, và làm thế nào ta nhận diện được các công cụ chính sách có thể không chế và đảo ngược phần nào những diễn biến phát triển này?

Dự định trọng tâm của bài viết này là: chuỗi giá trị mang lại một khung phân tích quan trọng để hướng tới các câu hỏi quan trọng này. Khi triển khai lập luận này, trong phần 2 chúng ta sẽ ghi chép lại ngắn gọn mối tương quan giữa hội nhập toàn cầu và tình trạng bất bình đẳng toàn cầu và đặt ra một mối quan hệ nhân quả giữa bất bình đẳng gia tăng và hội nhập sản xuất và thương mại toàn cầu. Trong phần 3, chúng ta phác thảo các yếu tố trọng tâm của phân tích chuỗi giá trị, và tiếp theo trong phần 4 là một loạt tình huống nghiên cứu ngắn minh họa đóng góp của phân tích chuỗi giá trị trong việc tìm hiểu mối quan hệ nhân quả này. Bài viết kết thúc thông qua rút ra kết luận cho nghiên cứu tương lai cũng như thiết kế và thực hiện chính sách.

2. TOÀN CẦU HÓA VÀ BẤT BÌNH ĐẲNG

Toàn cầu hóa không phải là một hiện tượng mới mẻ. Toàn cầu hóa từng có lúc thăng lúc trầm hơn một thế kỷ qua. Có nhiều thước đo ‘toàn cầu hóa’, không một thước đo nào không có khiếm khuyết. Tuy nhiên, một trong các chỉ báo về hội nhập gia tăng là tỷ trọng kim ngạch ngoại thương trong tổng sản lượng; số đo này đã tăng trưởng đáng kể ở hầu hết các nơi trong nền kinh

tế toàn cầu (Bảng 1).¹ Sự tăng trưởng rõ rệt của tỷ trọng ngoại thương/GDP của Trung Quốc và Ấn Độ đặc biệt đáng kể, như ta sẽ thấy dưới đây. Các mức độ hội nhập tương tự có thể được tìm thấy đối với các dòng tài chính và truyền thông.²

Bảng 1: Tỷ trọng kim ngạch ngoại thương trong GDP

Kim ngạch nhập khẩu + Kim ngạch xuất khẩu theo tỷ lệ phần trăm GDP	1960	1970	1985	1995
<u>Theo nhóm thu nhập:</u>				
Thu nhập cao	23.7	27.1	37.3	39.8
Thu nhập trung bình				55.9
Thu nhập trung bình cao	34.3	36.4	41.8	51.4
Thu nhập trung bình thấp				58.7
<u>Theo khu vực:</u>				
Đông Á và Thái Bình Dương	20.1	18.6	35.7	58.3
Châu Mỹ Latin và vùng Caribe	25.8	23.4	30.8	35.6
Châu Phi cận Sahara	47.4	44.3	51.0	56.1
Thu nhập thấp, không kể Trung Quốc và Ấn Độ		34.6	41.8	60.5
Trung Quốc	9.3	5.2	24.0	40.4
Ấn Độ	12.5	8.2	15.0	27.7
Thế giới	24.5	27.1	37.1	42.5

Nguồn: Các chỉ báo phát triển thế giới 1998.

Trước khi xem xét các vấn đề phân phối, điều quan trọng cần công nhận là nhiều thành phần dân số thế giới đã trải qua sự cải thiện đáng kể về mức sống trong những năm gần đây. Điều này đặc biệt đúng với Đông Á sau thập niên 60, Trung Quốc và Ấn Độ sau năm 1980. Ví dụ, nền kinh tế Trung Quốc tăng trưởng với tỷ lệ hàng năm 10,2 phần trăm trong thập niên 80 và 12,8 phần trăm trong nửa đầu thập niên 90. Phần lớn lợi ích từ sự tăng trưởng này đã được thụ hưởng bởi các tầng lớp đông đảo dân chúng.

Nhưng cùng lúc đó, khi toàn cầu hóa gắn liền với sự cải thiện mức sống của nhiều người, chuyện gì đã xảy ra cho tình trạng bất bình đẳng toàn cầu? Ta hãy xem ở cấp độ các nước, diễn tiến phân phối thu nhập giữa các nước đã trở nên phức tạp, với sự phát triển diễn tiến phân phối ‘hai hướng’. Hai nhóm nước đã nổi lên từ năm 1966 đến 1988 – một nhóm tập trung ở mức 5 phần trăm GDP của Hoa Kỳ trên một người lao động, và nhóm kia có thu nhập nằm trong khoảng từ một đến hai phần ba mức của Hoa Kỳ (Jones 1997).

¹ Một điểm có liên quan mà chúng ta sẽ xem xét trong thảo luận tiếp theo về bản chất của các mối quan hệ thương mại này.

² Đây là các hiện tượng được ghi nhận ở nhiều nơi. Tìm đọc nghiên cứu của Baldwin và Martin (1999) trình bày những xem xét gần đây về bằng chứng này và sự so sánh bổ ích với mức độ hội nhập vào cuối thế kỷ 19.

Nhưng điều này có tương ứng với sự xấu đi trong phân phối thu nhập giữa các nước? Một mặt, người ta lập luận rằng sự tăng trưởng nhanh chóng của Trung Quốc và Ấn Độ trong những năm gần đây đã dẫn đến thu hẹp chênh lệch thu nhập giữa các nước, nghĩa là cải thiện phân phối thu nhập giữa các nước (Wolf 2000). Điều này là do hai nước này, vốn đã trải qua sự gia tăng đáng kể thu nhập bình quân trên đầu người, chiếm tỷ trọng rất lớn trong dân số toàn cầu. Do đó, so sánh chênh lệch thu nhập giữa các nước trên cơ sở thu nhập bình quân theo trọng số dân số sẽ tạo ra một xu hướng bình đẳng hơn.³

Thế nhưng, tình trạng bất bình đẳng thu nhập toàn cầu cũng có thể được đo lường trong mối quan hệ với thu nhập cá nhân chứ không phải thu nhập bình quân giữa các nước. Theo nghiên cứu của Ehrenpreis (Ehrenpreis 2000), ngay cả nếu phép ước lượng của Wolf về phân phối thu nhập giữa các nước là đúng (mà như ta thấy trong chú thích số 3 ở cuối trang, kết luận này đã bị tranh cãi), thì khiếm khuyết trong lập luận của Wolf là không xem xét đến tình trạng bất bình đẳng xấu đi trong nội bộ Trung Quốc (xem dưới đây). Nghĩa là, cho dù thu nhập bình quân ở Trung Quốc có thể gia tăng, nhưng tình trạng bất bình đẳng thu nhập xấu đi, nghĩa là có rất đông người dân Trung Quốc bị loại ra khỏi lợi ích của tăng trưởng, hay thậm chí còn trở nên sa sút hơn. Nếu điều này được đưa vào phân tích, thì tỷ trọng thu nhập toàn cầu dành cho các cá nhân thật sự đã trở nên bất bình đẳng hơn trong hai thập niên qua.

Sự gia tăng bất bình đẳng toàn cầu phản ánh qua bất bình đẳng gia tăng trong phạm vi các nước, cả trong thể giới thu nhập cao và thể giới thu nhập thấp:

- Ở các nền kinh tế thu nhập cao nói chung, phân phối thu nhập có xu hướng trở nên bất bình đẳng hơn (Streeten 1998), nhất là ở các nền kinh tế Anglo Saxon (Dunford 1994).
- Trong bối cảnh nhịp độ tăng trưởng kinh tế và hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu rất nhanh – tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu/GDP tăng từ 10.5 phần trăm vào năm 1985 lên 32.3 phần trăm vào năm 1995 – Trung Quốc trải qua sự gia tăng mạnh về bất bình đẳng. Tình trạng bất bình đẳng này là giữa các vùng nông thôn và thành thị, giữa các tỉnh ven biển và sâu trong đất liền, và trong phạm vi nông thôn cũng như thành thị (Khan 1999).
- Ở Chile, thường được xem là nước được lợi điển hình từ toàn cầu hóa, hệ số Gini tăng từ 0.46 vào năm 1971 lên 0.58 năm 1989 (Rodrik 1999).
- Bất bình đẳng giữa người lao động phổ thông và người lao động có kỹ năng hưởng lương có xu hướng tăng lên tại các nước công nghiệp tiên tiến (Wood 1995 và 1998) và ở châu Mỹ Latin trong thập niên vừa qua (Wood 1997).
- Bất bình đẳng gia tăng đáng kể trong các nền kinh tế chuyển đổi (Báo cáo phát triển nhân lực 1999).
- Mức đói nghèo tuyệt đối không có dấu hiệu giảm. Căn cứ theo Ngân hàng Thế giới, số người sống dưới mức tương đương 1 USD/ngày (theo số liệu ngang bằng sức mua năm

³ Tuy nhiên, kết luận của Wolf đã bị đặt nghi vấn như một hệ quả của việc sử dụng một mẫu nhỏ các nước, và Lundberg và Milanovic trích dẫn các nghiên cứu sử dụng các mẫu lớn hơn, ước lượng rằng tình trạng bất bình đẳng giữa các nước thật ra đã gia tăng (Lundberg và Milanovic 2000).

1985) tăng từ 1.3 tỷ người lên 1.6 tỷ người (20 phần trăm dân số toàn cầu) từ năm 1993 đến 2000 (Ngân hàng Thế giới 1996). Ngay cả ở Trung Quốc, vốn tăng trưởng nhanh với sự tham gia nhiều càng nhiều vào các thị trường toàn cầu, cũng có bằng chứng cho thấy số người sống trong đói nghèo vẫn không có gì thay đổi, và thậm chí có thể đã gia tăng.⁴

Một cách giải thích khả dĩ cho mức độ bất bình đẳng gia tăng này là: toàn cầu hóa đã ‘bỏ qua’ phần lớn dân số thế giới, nhất là những người sống ở các nước nghèo. Có lẽ, nhưng cũng rõ ràng từ Bảng 1 là, ngày càng có nhiều hoạt động kinh tế gần như ở tất cả các nước chịu ảnh hưởng của sự trao đổi hàng hóa và dịch vụ toàn cầu (ấy là chưa nói đến các cấu phần khác của toàn cầu hóa). Hơn nữa, nhiều nước khốn khổ vì tỷ trọng thu nhập giảm sút cũng là những nước có có tỷ lệ ngoại thương/GDP gia tăng. Ví dụ, tỷ lệ ngoại thương/GDP của vùng Sahara châu Phi tăng từ 51 lên 56.1 phần trăm từ năm 1985 đến 1995. Như vậy, việc giải thích bất bình đẳng ngày càng gia tăng cũng nên giải thích rõ thêm là làm thế nào các nước và khu vực khi tham gia vào sự trao đổi toàn cầu ngày càng nhiều thì cùng lúc đó lại giảm sút tỷ trọng thu nhập tương đối (và thậm chí đôi khi còn giảm mức sống tuyệt đối). Vì lý do này, trọng tâm chú ý ắt hẳn là nằm ở phương thức tham gia vào quá trình sản xuất và trao đổi toàn cầu của các công ty, đất nước và khu vực.

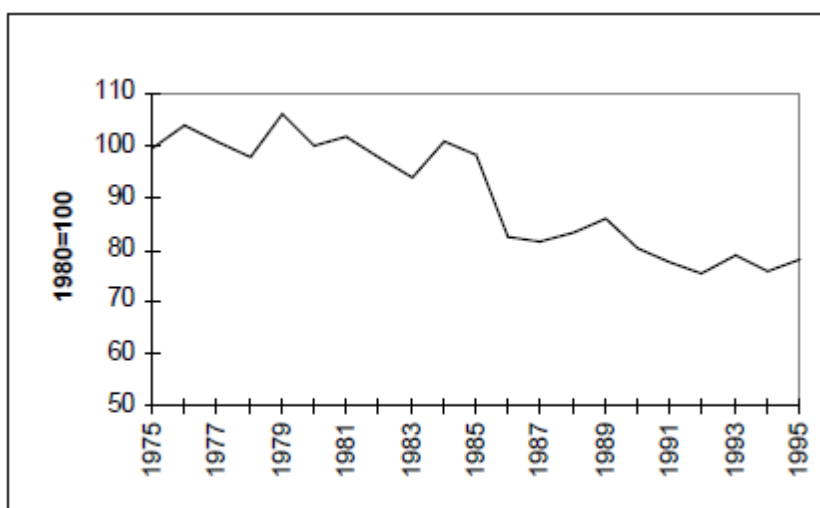
Một cách giải thích cho tỷ trọng thu nhập của đất nước giảm dần trong thu nhập toàn cầu trong bối cảnh tham gia ngày càng nhiều vào các thị trường toàn cầu có thể tìm thấy trong sự tập trung của các nước đang phát triển vào các lĩnh vực hàng hóa. Các nước này đã trải qua tình trạng giảm sút tỷ số giá ngoại thương trong một thời gian dài (Singer 1950; Prebisch 1950). Điều này quả thật là một vấn đề vẫn còn đau đầu tại nhiều nước đang phát triển, nhất là ở châu Phi cận Sahara. Như một hệ quả, từ lâu người ta vẫn cho rằng các nước nên nhắm vào mục tiêu thay đổi cơ cấu ở bất kỳ nơi nào có thể, nhằm hoàn tất quá trình chuyển đổi từ gia tăng và khai thác các hàng hóa sơ khai tiến lên chế tạo các sản phẩm công nghiệp. Nhưng ở đây, từ giữa thập niên 80 chúng ta đã chứng kiến xu hướng giảm sút tỷ số giá ngoại thương của nhiều hàng hóa công nghiệp chế tạo đang nổi lên – nhất là những hàng hóa sản xuất tại các nước đang phát triển (Hình 1).⁵ Điều đáng kể là sự giảm sút tỷ số giá ngoại thương của hàng công nghiệp chế tạo xuất khẩu

⁴ ‘... Cho đến khoảng năm 1985, Trung Quốc đã đạt được giảm số người nghèo đáng kể. Nhưng sau giữa thập niên 80, tỷ lệ giảm nghèo giảm mạnh và có thể cho rằng đã chững lại hay thậm chí còn đảo ngược’ (Khan 1999: 2).

⁵ Tỷ số giá ngoại thương công nghiệp chế tạo của các nước đang phát triển giảm sút đã được đặt giả thiết vào đầu thập niên 70 bởi Hans Singer (Singer 1971). Tính toán của Wood về tỷ số giá ngoại thương giảm sút của hàng xuất khẩu công nghiệp chế tạo được chứng thực bởi nghiên cứu gần đây về tỷ số giá ngoại thương hàng đổi hàng trong công nghiệp chế tạo giữa các nước đang phát triển và Liên minh châu Âu, ước lượng một tỷ lệ giảm hàng năm khoảng 2.2 phần trăm từ năm 1979 đến 1994 (Maizel và những người khác 1998). Trong một nghiên cứu sâu xa hơn tập trung vào tỷ số giá ngoại thương trong công nghiệp chế tạo giữa Hoa Kỳ và các nước đang phát triển trong giai đoạn 1981-1997, Maizel và những người kết luận rằng ‘trong suốt giai đoạn này, xu hướng tỷ số giá ngoại thương tương đối của các nước đang phát triển so với của các nước phát triển đã xấu đi đáng kể’ (Maizel và những người khác 1998: 23). Điều đáng kể là cả hai nghiên cứu gần đây của Maizel và những người khác không phản ánh sự giảm sút giá hàng xuất khẩu công nghiệp chế tạo sau cuộc khủng hoảng Đông Á 1997-8.

của các nước đang phát triển trùng hợp với sự tham gia của Trung Quốc vào các thị trường toàn cầu.⁶

Hình 1: Giá hàng xuất khẩu công nghiệp chế tạo của các nước kém phát triển so với giá hàng xuất khẩu máy móc, thiết bị giao thông và dịch vụ của các nước công nghiệp tiên tiến



Vấn đề sinh lợi giảm sút không chỉ xảy ra đối với các nền kinh tế, mà cả với các doanh nghiệp riêng lẻ. Khi các công ty hạn chế năng lực của họ trong việc lắp ráp nguyên liệu nhập khẩu, họ trở nên chịu sự cạnh tranh gia tăng và vì thế sinh lợi giảm sút. Ví dụ, ở Cộng hòa Dominic vào đầu thập niên 90, việc lắp ráp quần bò trong các khu chế xuất xảy ra trong bối cảnh cạnh tranh khu vực khốc liệt (thường xuất hiện trong các đợt phá giá đồng tiền cạnh tranh), dẫn đến giảm đơn giá lâu dài (Bảng 2).⁷

Bảng 2: Cạnh tranh gia tăng và đơn giá giảm sút: trường hợp sản xuất quần bò ở Cộng hòa Dominic

	Khối lượng (mỗi tuần)	Đơn giá (USD)
Tháng 1-1990	9,000	2.18
Tháng 10-1990	5,000	2.05
Tháng 12-1990	3,000	1.87
Tháng 2-1991	Thỏa thuận chấm dứt và việc lắp ráp được chuyển sang Honduras	
Tổng giá trị đầu tư thiết bị của công ty Cộng hòa Dominic là 150,000 USD		

Nguồn: Kaplinsky (1993).

⁶ Tìm đọc số liệu về tỷ trọng gia tăng nhanh chóng của Trung Quốc trên các thị trường toàn cầu trong các sản phẩm thâm dụng lao động trong nghiên cứu của Kaplinsky (2000).

⁷ Khả năng nâng cấp của các công ty Cộng hòa Dominic bị hạn chế bởi các điều khoản của Chương trình phát động thương mại vùng Caribe, giới hạn khả năng sử dụng các nguyên liệu dệt đầu vào của địa phương (Kaplinsky 1993).

Hậu quả của việc các công ty, các nhóm công ty và các nền kinh tế quốc gia không thể hội nhập phù hợp vào thị trường toàn cầu là: bóng ma ‘*tăng trưởng bền cùng hóa*’ hiện ra. Điều này mô tả tình trạng trong đó hoạt động kinh tế gia tăng (nhiều sản lượng hơn và nhiều việc làm hơn) nhưng sinh lợi kinh tế giảm sút. Ví dụ, hơn hai thập niên vừa qua, các nhà sản xuất giày Brazil đã kiểm soát hơn 12 phần trăm kim ngạch giày da toàn cầu. Đồng thời, từ năm 1970 đến 1980, tiền lương bình quân theo giá trị thực trong ngành vẫn đình trệ, và trong thập niên tiếp theo, tiền lương giảm xấp xỉ 40 phần trăm theo giá trị thực (Schmitz 1995). Ở Cộng hòa Dominic, tiền lương theo giá trị thực (được đo lường theo ngang bằng sức mua quốc tế) giảm 45 phần trăm trong nửa sau thập niên 90, chủ yếu như một hệ lụy của việc phá giá đồng tiền cạnh tranh nhau trong khu vực (Kaplinsky 1993).⁸

Liệu ta có thể xác định được những yếu tố ảnh hưởng đến việc phân phối lợi ích từ hoạt động sản xuất và trao đổi toàn cầu, giải thích lý do khiến một số bên được lợi trong khi những người khác gánh chịu thiệt thòi từ toàn cầu hóa? Hơn nữa, liệu ta có thể sử dụng phân tích này để nhận diện các đòn bẩy chính sách – phù hợp ở cấp độ cá nhân, hộ gia đình, công ty, khu vực và quốc gia – giúp dẫn đến một kết quả phân phối thuận lợi hơn? Mục tiêu của bài viết này là cho thấy rằng phân tích chuỗi giá trị có vai trò quan trọng trong việc đáp ứng các mục đích này.

54r

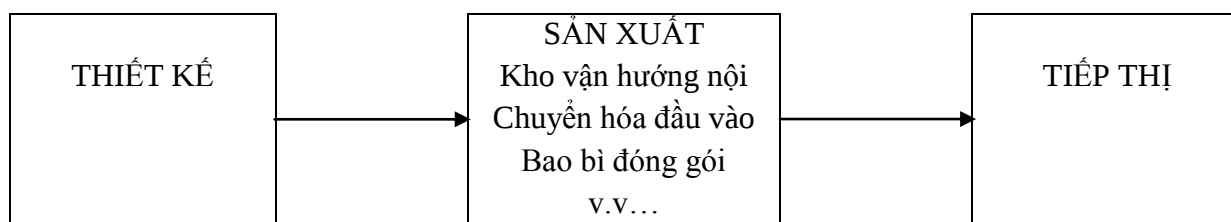
3. ĐÓNG GÓP CỦA PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ

Nhiều yếu tố gắn liền với toàn cầu hóa sẽ ảnh hưởng đến phân phối sinh lợi. Ví dụ, tình trạng xáo trộn kinh tế vĩ mô gắn liền với sự lưu chuyển vốn (và đặc biệt là sự biến động vốn) có thể có những hệ lụy to lớn đối với mức sống của nhiều triệu người, như thực tế sau cuộc khủng hoảng châu Á năm 1997 (Griffith Jones và Cailloux 1999). Nhưng, như ta sẽ thấy trong các tình huống nghiên cứu trong phần 4 dưới đây, trong chừng mực mà phân phối là một kết quả của toàn cầu hóa sản xuất và trao đổi, phân tích chuỗi giá trị mang lại một công cụ phương pháp luận giá trị để giải thích các diễn tiến phát triển này.

3.1. Chuỗi giá trị là gì?

Chuỗi giá trị mô tả toàn bộ các hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hay dịch vụ từ lúc hình thành ý tưởng, thông qua các công đoạn trung gian sản xuất (liên quan đến sự kết hợp giữa chuyển hóa vật chất và đầu vào các dịch vụ sản xuất khác nhau), cung ứng đến người tiêu dùng cuối cùng, và xử lý sau sử dụng. Xem xét dưới dạng cơ bản nhất, chuỗi giá trị có dạng như mô tả trong Hình 2, cho dù trên thực tế, các chuỗi giá trị mở rộng hơn nhiều so với hình này. Như ta có thể thấy, *bản thân* sản xuất không thôi chỉ là một trong nhiều mắt xích giá trị gia tăng. Hơn nữa, có nhiều hoạt động trong mỗi mắt xích của chuỗi (chỉ những hoạt động trong mắt xích sản xuất được mô tả chi tiết trong hình).

⁸ Việc thảo luận mở rộng về tăng trưởng bền cùng hóa cần xem xét đến sự ngang bằng sức mua của thu nhập, bất kể tỷ số giá ngoại thương hàng hóa giảm sút có gắn liền với sự giảm sút tỷ số thu nhập hay không, và xem xét đến chi phí cơ hội của các hoạt động xuất khẩu trong bối cảnh tỷ số giá ngoại thương hàng hóa giảm sút. Một số vấn đề này được thảo luận trong nghiên cứu của Kaplinsky và Readman (2000).

Hình 2: Một chuỗi giá trị đơn giản

Khái niệm chuỗi giá trị được sử dụng vào thập niên 60 và 70 bởi các nhà phân tích lập biểu đồ mô tả lộ trình phát triển của các nền kinh tế xuất khẩu khoáng sản (Girvan 1987). Khái niệm này cũng được áp dụng trong tư liệu lập kế hoạch của Pháp gần đây dưới hình thức phân tích *filier*.⁹ Nhưng trong thập niên 90, phân tích chuỗi giá trị đã trở nên được sử dụng rộng rãi. Một nguồn tư liệu cơ bản nổi bật gần đây về chuỗi giá trị như một công cụ cơ cấu phân tích phát sinh từ nghiên cứu của Michael Porter, trong đó ông xác định hai cấu trúc then chốt cần thiết để nâng cấp năng lực quốc gia (Porter 1980, 1985, 1990). Cấu trúc thứ nhất là cái được gọi một cách khá lẫn lộn là *chuỗi giá trị*, phân biệt các công đoạn khác nhau của quá trình cung ứng (logistics hướng nội, hoạt động, logistics hướng ngoại, tiếp thị và bán hàng, và dịch vụ hậu mãi) và các dịch vụ hỗ trợ mà công ty bố trí để thực hiện nhiệm vụ này (qui hoạch chiến lược, quản lý nguồn nhân lực, phát triển công nghệ và thu mua). (Khái niệm này tương ứng với các cấu phần khác nhau trong mắt xích sản xuất thuộc chuỗi giá trị phác thảo trong Hình 2 trên đây.) Tầm quan trọng của chuỗi giá trị theo ý nghĩa này là nó lôi kéo sự chú ý ra khỏi việc tập trung duy nhất vào hoạt động chuyển hóa vật chất trong phạm vi doanh nghiệp để bao gồm các dịch vụ hỗ trợ cần thiết nhằm duy trì sản xuất. Porter bổ sung cho khái niệm chuỗi giá trị của ông bằng khái niệm *hệ thống giá trị*. Về cơ bản, hệ thống giá trị mở rộng ý tưởng chuỗi giá trị cho các mối liên kết liên ngành, và không có sự khác biệt thiết yếu giữa hai khái niệm, ngoại trừ phạm vi. Ta cũng thấy rõ ràng là thực chất, hệ thống giá trị không khác gì với khái niệm *filier* thảo luận trên đây, mà cũng không khác với việc sử dụng cụm từ ‘dòng giá trị’ trong quyển sách có nhiều ảnh hưởng của Womack và Jones (Womack và Jones 1996). Nguồn tư liệu thứ hai nổi bật gần đây về khái niệm chuỗi giá trị phát sinh từ nghiên cứu của Gereffi, xây dựng trên phân tích hệ thống thế giới. Ta sẽ xem xét tư liệu nghiên cứu này chi tiết hơn dưới đây.

Xem xét theo cách này, chuỗi giá trị chỉ là một cấu trúc mô tả, nhiều nhất cũng chỉ mang lại một khung khổ tự khám phá để tạo ra dữ liệu. Tuy nhiên, các diễn biến phát triển gần đây của khung khổ chuỗi giá trị đã bắt đầu mang lại một cơ cấu phân tích, mà như ta sẽ thấy dưới đây, mang lại sự thấu hiểu quan trọng về mối quan ngại kép của chúng ta liên quan đến các yếu tố xác định phân phối thu nhập toàn cầu và việc nhận diện đòn bẩy chính sách hữu hiệu để xóa bỏ những xu

⁹ Theo nghĩa đen, từ *filier* có nghĩa là sợi chỉ, hay dòng, mạch, và được sử dụng vào cuối thập niên 70 và đầu thập niên 80 để mô tả nhu cầu về công suất công nghiệp của Pháp nhằm mở rộng dòng hoàn chỉnh của một chuỗi giá trị.

hướng bất bình đẳng.¹⁰ Có ba yếu tố quan trọng của chuỗi giá trị cần được công nhận và giúp chuyển hóa một công cụ tự khám phá thành một công cụ phân tích:

- Các chuỗi giá trị là những kho chứa đặc lợi, và những đặc lợi này có tính động.
- Những chuỗi giá trị vận hành hữu hiệu liên quan đến một mức độ ‘quản trị’ hữu hiệu.
- Những chuỗi giá trị hữu hiệu phát sinh từ tính hiệu quả hệ thống chứ không phải hiệu quả của một điểm nào đó.

3.2. Ba yếu tố then chốt của phân tích chuỗi giá trị

Hàng rào gia nhập và đặc lợi¹¹

Lý thuyết đặc lợi kinh tế được xây dựng đầu tiên bởi Ricardo, ông phân biệt giữa đặc lợi như một thu nhập của yếu tố sản xuất – ‘nói cụ thể ra, thuật ngữ được áp dụng cho bất kỳ những gì một nhà nông trả cho địa chủ’ – và đặc lợi kinh tế (economic rent) – ‘đặc lợi là một phần sản phẩm của đất được nộp cho địa chủ vì đã sử dụng sức mạnh nguyên thủy và không thể phá hủy của đất’ (Ricardo 1817: 33). Ở đây Ricardo làm rõ vai trò đáng kể của sự khan hiếm, vì đặc lợi kinh tế không phát sinh từ sự màu mỡ khác nhau của chính đất đai (vốn là trọng tâm phân tích của Ricardo) mà từ sự tiếp cận không đồng đều với nguồn lực này.

Nhưng như Schumpeter cho thấy, sự khan hiếm có thể được xây dựng. Nghĩa là, sự khan hiếm có thể phát sinh từ hành động cố ý chứ không phải như một hệ quả của phần thưởng của thiên nhiên. Đối với Schumpeter, nhà kinh doanh đóng vai trò độc đáo trong việc ‘thực hiện những cách kết hợp mới’ (Schumpeter 1961: 107). Thặng dư nhà kinh doanh là sinh lợi của việc phát minh ra một ‘cách kết hợp mới’ và phát sinh khi giá của sản phẩm theo sau việc giới thiệu ‘cách kết hợp mới’ lớn hơn so với sinh lợi cần thiết để đáp ứng chi phí của phát minh đó. Sinh lợi của phát minh này là một hình thức siêu lợi nhuận và đóng vai trò thu hút sự bất chước của các nhà kinh doanh khác.

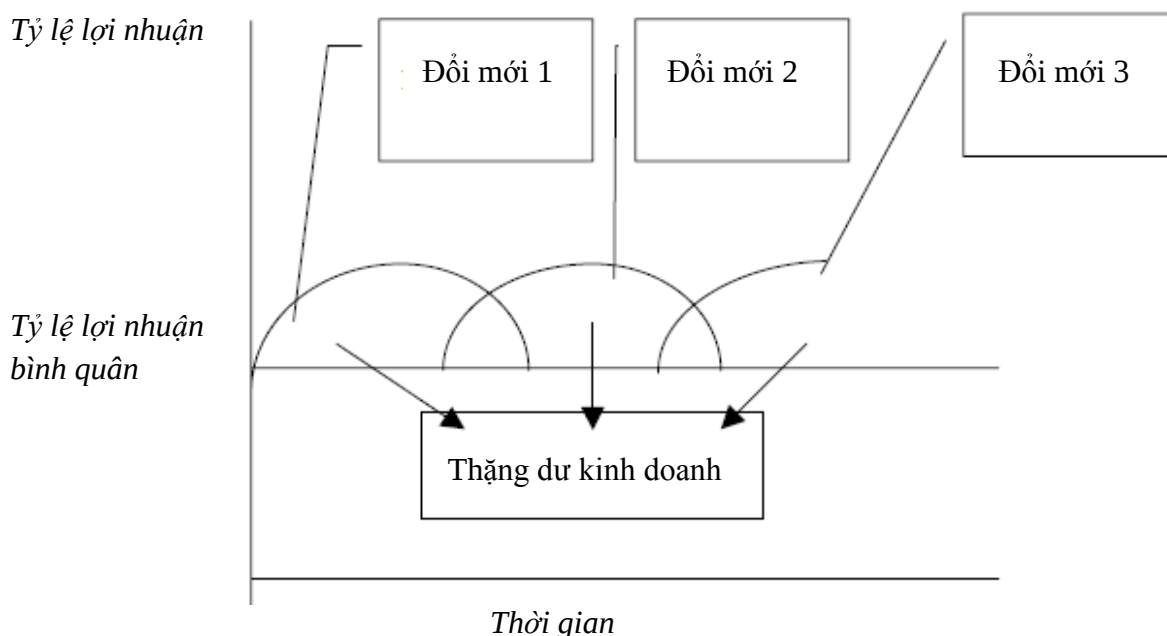
Hình 3 trình bày quá trình vận hành. Trong mỗi ngành, trạng thái cân bằng được định nghĩa là tỷ lệ lợi nhuận ‘bình quân’. Theo sau việc giới thiệu một ‘cách kết hợp mới’, nhà kinh doanh gạt hái được ‘thặng dư’ – những gì mà ta có thể gọi là đặc lợi nhà sản xuất. Sau đó, khi cách kết hợp

¹⁰ Đáng tiếc thay, cụm từ ‘chuỗi giá trị’ bao hàm cả hai chủng loại tự khám phá và phân tích. Điều này khiến cho một số người đi tìm một danh pháp khác. Ví dụ, Gereffi đã sáng tạo cụm từ ‘chuỗi hàng hóa toàn cầu’ (GCC) (Gereffi 1994) và trong một đóng góp gần đây đã lập luận rằng GCC khác biệt ở chỗ nó đưa vào một bình diện quốc tế, tập trung vào sức mạnh của các công ty dẫn đầu và sự điều phối các hoạt động toàn cầu, và chính thức công nhận tầm quan trọng của học hỏi tổ chức (Gereffi 1999b). Những điều này gần giống như ba đặc điểm mà ta đề cập đến trong bài viết này. Nhưng cho dù tiêu biểu cho mục đích đóng góp lớn cho tư duy của chúng ta về các mạng lưới sản xuất toàn cầu, cụm từ ‘chuỗi hàng hóa toàn cầu’ của Gereffi có vướng mắc vì từ ‘hàng hóa’ ngụ ý việc sử dụng những hàng hóa chuẩn hóa, không khác biệt, trong những quá trình có hàng rào gia nhập thấp. Vấn đề với cụm từ này như ta sẽ thấy dưới đây là, việc tìm kiếm tăng trưởng thu nhập bền vững đòi hỏi các nhà sản xuất phải định vị bản thân chính xác trong những hoạt động không chuẩn hóa, có hàng rào gia nhập cao trong chuỗi giá trị. Vì những lý do này, và khi không có một thuật ngữ chung, ta sẽ tiếp tục sử dụng từ ‘chuỗi giá trị’ nhưng trong bối cảnh phân tích.

¹¹ Tìm đọc thảo luận dài hơn về đặc lợi kinh tế trong nghiên cứu của Kaplinsky (1998).

mới này bị bắt chước – một quá trình phân tán – đặc lợi nhà sản xuất bị tiêu tán, giá giảm xuống, và phát minh tích lũy dưới hình thức thặng dư người tiêu dùng. Nhưng tất cả những gì quá trình này mang lại là: hoạt động tìm kiếm một ‘cách kết hợp mới’ lại được tiếp tục hoặc bởi chính nhà kinh doanh đó, hoặc bởi một nhà kinh doanh khác, trong nỗ lực không ngừng tìm kiếm thặng dư kinh doanh.

Hình 3: Việc tạo ra và phân tán thặng dư kinh doanh



Như vậy, tóm lại:

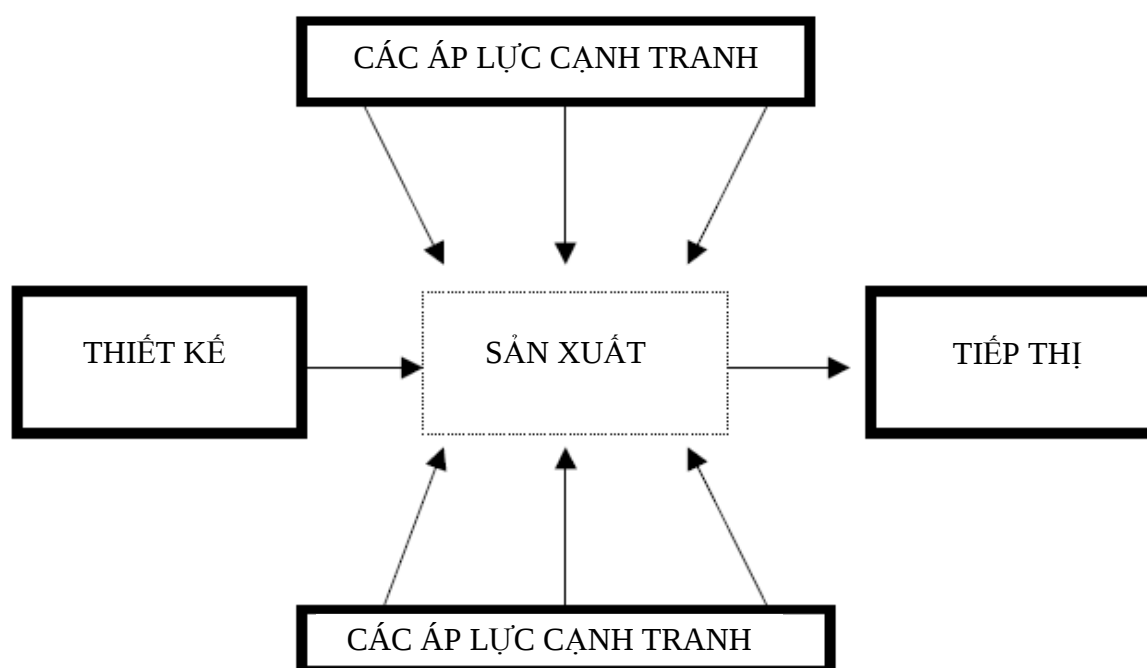
- Đặc lợi kinh tế phát sinh khi có sự khác biệt về năng suất của các yếu tố sản xuất (tinh thần kinh doanh cũng được kể là một yếu tố sản xuất) và có các hàng rào cản trở sự tham gia (nghĩa là có tình trạng khan hiếm).
- Đặc lợi kinh tế có thể phát sinh không chỉ từ phần thưởng của thiên nhiên, mà còn như thặng dư của nhà sản xuất được tạo ra bởi hành động cố ý.¹² Đặc lợi tăng thêm này đã trở nên ngày càng quan trọng từ sau sự gia tăng thâm dụng công nghệ vào giữa thế kỷ 19 (Freeman 1976) và sự tăng trưởng những sản phẩm khác biệt hóa sau thập niên 70 (Piore và Sabel 1984).
- Hầu hết đặc lợi kinh tế có bản chất động, bị xói mòn bởi các áp lực cạnh tranh. Đặc lợi nhà sản xuất vì thế được chuyển hóa thành đặc lợi người tiêu dùng thông qua quá trình cạnh tranh.

¹² Cho dù đặc lợi độc quyền (như được định nghĩa bởi tư liệu nghiên cứu về tìm kiếm đặc lợi) cũng phát sinh như một hệ quả của hành động cố ý, nó khác với các hình thức đặc lợi do phát minh đổi mới, vốn phản ánh việc tìm kiếm những ‘cách kết hợp mới’ khi theo đuổi thặng dư kinh doanh.

- Quá trình cạnh tranh – việc tìm kiếm những ‘cách kết hợp mới’ cho phép nhà kinh doanh thoát khỏi sự áp đặt tỷ lệ lợi nhuận thông thường, và việc tranh giành đặc lợi kinh tế của các đối thủ cạnh tranh – giúp tiếp thêm nhiên liệu cho quá trình phát minh đổi mới đẩy nền kinh tế thị trường tiến lên.

Khi ngày càng có nhiều nước xây dựng năng lực trong các hoạt động công nghiệp, hàng rào cản trở sự tham gia sản xuất hạ xuống và áp lực cạnh tranh tăng cường (Hình 4). Điều này biểu hiện rõ rệt từ khi Trung Quốc, với dồi dào nguồn lao động có trình độ, tham gia thị trường thế giới vào giữa thập niên 80.¹³ Chính điều này cũng làm nền tảng cho tỷ số giá ngoại thương giảm sút trong sản phẩm công nghiệp chế tạo của các nước đang phát triển (xem trên đây). Vì thế, đặc lợi kinh tế cơ bản trong chuỗi sản xuất ngày càng được tìm thấy ở những công đoạn bên ngoài hoạt động sản xuất. Ta sẽ thảo luận vấn đề này chi tiết hơn trong phần 4 dưới đây.

Hình 4. Áp lực cạnh tranh trong chuỗi giá trị



Quản trị

Một yếu tố cân nhắc thứ hai giúp chuyển hóa chuỗi giá trị từ một khái niệm tự khám phá thành một khái niệm phân tích là: các hoạt động khác nhau trong chuỗi – trong phạm vi doanh nghiệp và trong sự phân công lao động giữa các doanh nghiệp – phụ thuộc vào cái mà Gereffi gọi một cách bổ ích là ‘quản trị’ (Gereffi 1994). Nghĩa là có những tác nhân then chốt trong chuỗi nhận

¹³ Tỷ trọng hàng công nghiệp chế tạo xuất khẩu tăng từ 49.4 phần trăm vào năm 1985 lên 85.6 năm 1995 (Khan 1999).

trách nhiệm phân công lao động giữa các doanh nghiệp, và nhận trách nhiệm về năng lực của những người tham gia cụ thể để nâng cấp các hoạt động.

Tại sao điều này quan trọng? Điều này là do bản chất chứ không phải mức độ ngoại thương trong thời đại toàn cầu hóa gần đây. Đối với nhiều nước, tỷ trọng ngoại thương/GDP vào cuối thế kỷ 19 đầu thế kỷ 20 và cuối thế kỷ 20 thì không khác nhau. Điểm khác biệt cốt lõi là, trong giai đoạn trước, hoạt động ngoại thương nói chung xảy ra trong những mối quan hệ rạch ròi sòng phẳng không có sự kết nối khăng khít, với những sản phẩm sau cùng nói chung được sản xuất tại một nước cụ thể rồi được xuất khẩu. Trái lại, trong giai đoạn sau, hoạt động ngoại thương ngày càng xảy ra trong các cấu phần linh kiện và dịch vụ và vì thế phức tạp hơn nhiều (Feenstra 1998; Hummels, Ishii và Yi 1999). (Sự tương phản này cho phép ta phân biệt một cách bổ ích giữa cái có thể gọi là ‘quốc tế hóa’ vào cuối thế kỷ 19 và ‘toàn cầu hóa’ vào cuối thế kỷ 20.) Sự rắc rối và phức tạp của hoạt động ngoại thương trong thời đại toàn cầu hóa đòi hỏi phải có những hình thức điều phối tinh xảo, không chỉ về kho vận (ai giao hàng những gì, ở đâu và khi nào) mà còn liên quan đến sự hòa nhập các cấu phần linh kiện vào thiết kế sản phẩm sau cùng và các tiêu chuẩn chất lượng mà từ đó đạt được sự hội nhập. Chính vai trò điều phối này, và vai trò hỗ trợ là nhận diện các cơ hội đặc lợi động cũng như phân bổ vai trò cho những người tham gia chủ chốt, phản ánh hành động quản lý hay quản trị chuỗi cung ứng.

Khái niệm quản trị này – và sự phân biệt giữa các loại chuỗi khác nhau – là đóng góp to lớn cho hiểu biết của chúng ta về sự vận hành của các chuỗi giá trị. Điều mà phân tích chuỗi giá trị làm được là giúp soi rọi những yếu tố xác định bản chất của việc hòa nhập các nhà sản xuất khác nhau vào sự phân công lao động toàn cầu. Vì, như ta đã quan sát trong Phần 1 trên đây, vấn đề không phải là liệu các nhà sản xuất có hay không tham gia vào nền kinh tế toàn cầu xác định sinh lợi sản xuất của họ, mà vấn đề là làm điều đó như thế nào và theo các điều khoản gì.

Mở rộng khái niệm của Gereffi, ta có thể phân biệt ba hình thức quản trị dựa vào các nguyên tắc quản trị dân chính.¹⁴ Những qui tắc cơ bản xác lập điều kiện tham gia vào chuỗi cần được ấn định. Đây có thể được gọi là ‘*quản trị lập pháp*’. Cũng cần phải kiểm tra kết quả hoạt động và kiểm tra sự tuân thủ với các qui tắc này – điều này có thể được xem là sự ‘*quản trị tư pháp*’. Tuy nhiên, để đáp ứng các qui tắc tham gia này, cần có một hình thức cai quản tích cực nhất định (mà có thể được gọi là ‘*cai quản hành pháp*’) giúp hỗ trợ những người tham gia chuỗi giá trị trong việc đáp ứng các qui tắc hoạt động này. Phần lớn thảo luận hiện nay về quản trị không công nhận sự phân biệt ba mặt này, vốn là một trong những lý do khiến người ta thường lẫn lộn về bên nào thật sự quản trị một chuỗi giá trị cụ thể và miễn cưỡng thừa nhận rằng các bên khác nhau có thể tham gia vào các hình thức quản trị khác nhau trong cùng một chuỗi giá trị. Như hình 5 cho thấy, các vai trò quản trị này có thể được cung ứng trong nội bộ chuỗi hoặc từ bên ngoài chuỗi.

¹⁴ Tìm đọc phân tích tương tự và có phần hơi trùng lặp về thành phần của các hình thức cai quản khác nhau trong nghiên cứu của Dolan và những người khác (1998).

Hình 5: Các ví dụ về quản trị chuỗi giá trị về mặt lập pháp, tư pháp và hành pháp

	Việc quản trị thực hiện bởi các bên trong nội bộ chuỗi	Việc quản trị được thực hiện bởi các bên nằm ngoài chuỗi
Quản trị lập pháp	• Ấn định tiêu chuẩn cho các nhà cung ứng liên quan đến việc giao hàng đúng hạn, tần suất giao hàng và chất lượng	• Các tiêu chuẩn môi trường • Các tiêu chuẩn lao động trẻ em
Quản trị tư pháp	• Giám sát kết quả hoạt động của các nhà cung ứng trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn này	• Giám sát các tiêu chuẩn lao động bởi các tổ chức phi chính phủ • Các công ty chuyên môn giám sát việc tuân thủ các tiêu chuẩn ISO
Quản trị hành pháp	• Người quản lý chuỗi cung hỗ trợ các nhà cung ứng đáp ứng các tiêu chuẩn này • Các hiệp hội sản xuất hỗ trợ các thành viên hiệp hội đáp ứng các tiêu chuẩn này	• Các nhà cung ứng dịch vụ chuyên môn • Sự hỗ trợ bằng chính sách công nghiệp của chính phủ

Xây dựng trên khái niệm quản trị này, Gereffi đã phân biệt một cách bổ ích hai loại chuỗi giá trị. Loại thứ nhất mô tả những chuỗi trong đó vai trò quản trị then chốt được đảm trách bởi một khách hàng. *Các chuỗi giá trị do khách hàng quyết định* có đặc điểm là những ngành thâm dụng lao động (và do đó hết sức phù hợp với các nước đang phát triển) như giày dép, quần áo, đồ gỗ hay đồ chơi. Loại thứ hai mô tả một thế giới trong đó các nhà sản xuất then chốt trong chuỗi, nói chung có những công nghệ quan trọng, đóng vai trò điều phối các mắt xích khác nhau: *các chuỗi giá trị do nhà sản xuất quyết định*. Ở đây, nhà sản xuất đảm nhận trách nhiệm hỗ trợ hiệu quả hoạt động của các nhà cung ứng và khách hàng của họ. Trong một nghiên cứu gần đây hơn, Gereffi đã cho thấy rằng so với các chuỗi do khách hàng quyết định, thì các chuỗi do nhà sản xuất quyết định có thể là đặc trưng của đầu tư trực tiếp nước ngoài nhiều hơn (Gereffi 1999a).

Trong mỗi chuỗi này, sản xuất chịu ảnh hưởng của ba hình thức quản trị nói trên theo những mức độ khác nhau. Ví dụ, ta hãy xem trường hợp mà Gereffi gọi là ‘tam giác công nghiệp chế tạo’ trong chuỗi giá trị đồ chơi, trong đó hoạt động sản xuất ở Trung Quốc được điều phối bởi các trung gian Đài Loan và được dành cho khách hàng (các thị trường sau cùng) ở Mỹ. Các tiêu chuẩn mà nhà sản xuất phải đáp ứng (ví dụ như sử dụng sơn không chì) được qui định về mặt lập pháp bởi chính phủ và bởi các nhà bán lẻ Hoa Kỳ - sự cai quản lập pháp. Thông thường, cả hai bên đều giám sát việc tuân thủ các tiêu chuẩn này – sự quản trị tư pháp. Các trung gian Đài Loan khi đó sẽ điều phối hoạt động sản xuất thông qua nhiều nhà cung ứng (và thường cũng có các nhà thầu phụ) và khi cần thiết sẽ hỗ trợ những công ty phải đáp ứng các tiêu chuẩn thịnh hành trong chuỗi – sự quản trị hành pháp. Quản trị trong các chuỗi khác – ví dụ như trong ngành máy tính – có thể phức tạp hơn, với nhiều bên mua hàng cùng tham gia qui định lập pháp và giám sát

các tiêu chuẩn, cũng như các nhà cung ứng dịch vụ chuyên môn hỗ trợ vai trò của các công ty dẫn đầu trong việc quản trị hành pháp.

Hiệu quả hệ thống

Yếu tố phân tích thứ ba của phân tích chuỗi giá trị là: phân tích này dịch chuyển trọng tâm chú ý từ hiệu quả điểm sang hiệu quả hệ thống (nghĩa là hiệu quả của cả chuỗi giá trị). Tại sao điều này là quan trọng? Ta có thể rút ra một ví dụ bổ ích từ hoạt động tái cơ cấu chiến lược của một trong các nhà bán lẻ chính của châu Âu. Tesco đã đạt được sự tăng trưởng đáng kể về thị phần và lợi nhuận nhờ vào khả năng tinh giản hàng tồn kho, bảo đảm một quá trình tồn kho vừa kịp lúc từ các nhà kho riêng và các nhà kho của các nhà cung ứng chính trong các cửa hàng bán lẻ của họ. Nhưng họ ngày càng nhận thức rằng các hoạt động này chỉ chiếm một tỷ trọng mỏng trong tổng giá trị gia tăng của sản phẩm và trừ khi công ty ‘quản trị’ chuỗi giá trị nhằm đạt được trình độ hội nhập hệ thống bao quát hơn, thì gần như không thể làm được gì để đạt được lợi thế cạnh tranh. Ví dụ, trong một bài tập được thiết kế để nhận diện những lĩnh vực hoạt động lãng phí trong chuỗi giá trị của một sản phẩm cụ thể, người ta thực hiện việc phân tích các hoạt động giá trị gia tăng liên quan trong quá trình sản xuất và làm mát một lon Coca cola. Phân tích này cho thấy rằng trong tình huống tối ưu, người ta phải mất tổng thời gian tối thiểu là ba giờ để sản xuất ra một sản phẩm hoàn chỉnh. Thế nhưng trên thực tế, thời gian trôi qua thực sự trong quá trình này là 319 ngày, dẫn đến chi phí đáng kể trong vốn lưu động xuyên suốt chuỗi (Womack và Jones 1996). Vì thế, Tesco bắt đầu dành nguồn lực đáng kể để cố gắng cải thiện hiệu quả xuyên suốt chuỗi, vì công ty nhận thấy rằng những hoạt động mà công ty trực tiếp chịu trách nhiệm trong hoạt động nội bộ chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng chi phí sản phẩm.

Khi các chuỗi giá trị ngày càng được phân đoạn và phụ thuộc vào sự phân công lao động ngày càng chuyên sâu – một quá trình tất yếu ứng với hàm lượng tri thức ngày càng tăng trong sản xuất – thì khả năng tác động đến sức cạnh tranh thông qua cải thiện hiệu quả của từng mắt xích trong chuỗi trở nên ngày càng có hạn. Sự hội nhập hệ thống liên quan đến sự điều phối chặt chẽ hơn giữa các mắt xích trong chuỗi, và điều này thường liên quan đến trách nhiệm nâng cao đối với người cai quản, cũng như sự tăng trưởng mức độ tín nhiệm nhiều hơn giữa các mắt xích khác nhau trong chuỗi. Có lẽ quan trọng hơn cả nhìn từ góc độ của chúng ta, các chuỗi giá trị ngày càng mở rộng biên giới quốc gia, và những người cai quản chuỗi do đó cũng buộc phải học cách nâng cấp các nhà sản xuất tại các nước thu nhập thấp.

3.3. Ba đặc điểm phân tích của chuỗi giá trị liên quan như thế nào đến mối quan ngại của chúng ta về việc trải rộng lợi ích từ toàn cầu hóa?

Ba yếu tố phân tích này – đặc lợi động, quản trị chuỗi và lợi ích hiệu quả hệ thống – có quan hệ mật thiết với nhau. Động lực trung tâm là sự cạnh tranh ép lợi nhuận giảm xuống thông qua hạ thấp hàng rào gia nhập, và cạnh tranh lại càng gia tăng hơn khi các nhà sản xuất tại nhiều nước

ngày càng tham gia hoạt động thương mại toàn cầu.¹⁵ Điều này thôi thúc những người tham gia xuyên suốt chuỗi tìm kiếm các dạng đặc lợi mới. Khi đạt được điều này, các tác nhân mạnh hơn trong chuỗi ngày càng buộc phải lôi kéo (và hỗ trợ) các nhà cung ứng và khách hàng của họ thay đổi các qui trình hoạt động riêng. Đồng thời, họ không ngừng tìm kiếm các nhà cung ứng mới (nỗ lực hệ thống để hạ thấp hàng rào gia nhập trong các mắt xích khác trong chuỗi) và khách hàng. Các mục tiêu này đòi hỏi họ phải hành động như những người quản trị chuỗi giá trị, cho dù với mức độ khác nhau. Sự tăng trưởng đạt được trong việc phân công lao động xã hội đòi hỏi rằng những người quản trị này hành động trong một lãnh địa thể chế và địa lý ngày càng rộng lớn để tìm kiếm hiệu quả hệ thống.

Ta đã quan sát trong Phần 2 rằng khi sự mở rộng hoạt động toàn cầu tăng lên, thì phân phối thu nhập giữa các nước cũng trở nên phức tạp hơn và nói chung xấu đi. Các hiện tượng này kết nối với nhau như thế nào? Thứ nhất, các hàng rào gia nhập là yếu tố xác định phân phối đặc lợi. Nghĩa là chúng xác định ai được và ai mất trong chuỗi sản xuất. Những người điều khiển đặc lợi, và có khả năng tạo ra những lãnh địa đặc lợi mới khi các hàng rào gia nhập bị đổ xuống, sẽ là những người hưởng lợi. Trái lại, những người bị kẹt vào những hoạt động có hàng rào gia nhập thấp sẽ thua thiệt và trong một thế giới ngày càng cạnh tranh, mức độ thua thiệt này ngày càng tăng theo thời gian. Thứ hai, các lĩnh vực đặc lợi ngày càng được tìm thấy trong những phần vô hình của chuỗi giá trị. Người ta đã nhận thấy một diễn tiến phát triển đặc thù trong thập niên vừa qua là: các hàng rào gia nhập trong công nghiệp chế tạo, vốn là một khả năng khan hiếm chủ chốt trước kia chỉ có ở các nước công nghiệp tiên tiến, giờ đây đã bắt đầu hạ xuống. Ngày càng có nhiều công ty, với chi phí tiền lương ngày càng thấp hơn (đặc biệt là ở Trung Quốc và Ấn Độ) đã phát triển năng lực chuyển hóa đầu vào vật chất thành các đầu ra vật chất chất lượng cao một cách đáng tin cậy với chi phí thấp. Chính điều này giải thích cho tỷ số giá ngoại thương giảm dần của hàng công nghiệp chế tạo xuất khẩu từ các nước đang phát triển như quan sát trên đây. Đồng thời, bản quyền và thương hiệu có một thời hạn sử dụng rất lâu (hơn 70 năm đối với bản quyền và vô hạn đối với thương hiệu), và điều này tiêu biểu cho các hình thức đặc lợi kinh tế ‘tuyệt đối và bất biến’. Do đó, chẳng lạ gì các nước thu nhập cao nói chung (và Hoa Kỳ nói riêng) hết sức chú trọng vào quyền sở hữu trí tuệ trong những năm gần đây. Tương tự, khi các chuỗi giá trị trở nên ngày càng phức tạp và phụ thuộc vào sự điều phối, đặc lợi dành cho chính sự quản trị điều phối này (một hình thức đặc lợi quan hệ nhất định – Kaplinsky 1998) cũng gia tăng.

Các diễn biến phát triển này có thể được nhận thấy rõ rệt trong một số ví dụ ngắn gọn nổi bật. (Xem chi tiết hơn trong Phần 4 dưới đây.) Ví dụ, Nike hiện đang tập trung vào ‘D’ (develop: phát triển) và ‘S’ (sell: bán) nhiều hơn so với ‘M’ (make: chế tạo) và ‘B’ (buy: mua) trong chuỗi giá trị. Những người thắng cuộc bao gồm Nike trên cương vị người điều phối và thông qua việc thể chế hóa hoạt động thiết kế, tiếp thị và những người nổi tiếng chủ chốt như cầu thủ bóng rổ Michael Jordan. Những kẻ thua cuộc là các chủ sở hữu nhà máy và người lao động bán kỹ năng

¹⁵ Trong quyển sách năm 1994, Gereffi, Korzeniewicz và Korzeniewicz nhận xét rằng ‘cách tiếp cận GCC giúp giải thích sự phân phối của cải trong chuỗi như một hệ quả của cường độ cạnh tranh tương đối trong các mắt xích khác nhau,’ nhưng không đưa phân tích này tiến thêm (trang 4). (Tôi xin cảm ơn Hubert Schmitz đã chỉ cho tôi đoạn trích này.)

tại các địa điểm sản xuất thuộc các nước đang phát triển khi Nike di dời hoạt động sản xuất tới những địa phương có tiền lương rẻ hơn và những nơi mà áp lực cạnh tranh thôi thúc chính phủ phá giá đồng tiền, vì thế làm xói mòn sức mua quốc tế của tiền lương trong nước. Có lẽ đáng kể hơn, hãng xe hơi Ford (mà trong hai thập niên đầu tiên của thế kỷ 20 từng tiên phong trong việc phát triển các dạng đặc lợi tổ chức và công nghệ mới trong công nghiệp chế tạo) gần đây đã bắt đầu tái cơ cấu chính bản thân công ty. Công ty nhìn thấy lợi nhuận tương lai ngày càng phát sinh từ sự kiểm soát thương hiệu và từ hiệu quả quản trị chuỗi. Vì thế, công ty bắt đầu gia tăng hoạt động khắp bề rộng của chuỗi (tham gia vào thị trường linh kiện phụ tùng thay thế, cho thuê ô tô và tiếp thị) và giảm bề sâu hoạt động trong các mắt xích riêng lẻ của chuỗi, nhất là trong công nghiệp chế tạo (lĩnh vực này hiện công ty thậm chí đang nghĩ đến hoạt động lắp ráp gia công ngoài, vốn trước đây từng là đặc lợi kinh tế cốt lõi của công ty). Người thua thiệt ở đây là những công ty và người lao động trong các lĩnh vực lắp ráp, gia công lắp ráp, và linh kiện, chịu sự cạnh tranh ngày càng tăng từ nhiều nhà cung ứng khác hay các nước cung ứng khác.

Tất cả những điều này ảnh hưởng đến sự phân phối thu nhập giữa các nước. Nhưng việc tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu cũng ảnh hưởng đến sự phân phối thu nhập trong phạm vi một nước. Điều này là vì yêu cầu của các thị trường sản phẩm sau cùng tại các nước thu nhập cao không tránh khỏi đòi hỏi những năng lực nằm ngoài khả năng của người nghèo, các nông trại và doanh nghiệp nghèo (thường là các doanh nghiệp qui mô vừa và nhỏ). Các nhu cầu này có xu hướng nằm trong các hoạt động thương mại thuộc ‘chuỗi giá trị được cai quản’ hơn là trong các hoạt động thương mại rạch ròi không có sự kết nối khăng khít. Điều này là do trong hình thức thương mại không có kết nối khăng khít này, hàng rào gia nhập thấp và sinh lợi thấp không thu hút tinh thần kinh doanh tìm kiếm đặc lợi, vốn đóng vai trò quan trọng đến thế trong hoạt động sản xuất và trao đổi những hàng hóa và dịch vụ ngày càng khác biệt hơn (và nói chung đỡ cạnh tranh hơn). Cũng vì lẽ đó, các nông trại và doanh nghiệp nhỏ và những người dựa vào thu nhập từ các nông trại và doanh nghiệp nhỏ này có thể khốn khổ, và những người nằm trong hoạt động sản xuất nông trại lớn có thể được lợi.

3.4. Phân tích chuỗi giá trị khác biệt như thế nào so với phân tích ngành thông thường và so với những gì các nhà khoa học xã hội (và nhất là các nhà kinh tế) thường làm?¹⁶

Theo truyền thống, việc chú trọng vào các hoạt động sản xuất và hòa nhập các nhà sản xuất địa phương vào thị trường toàn cầu thuộc về ngành kinh tế và lĩnh vực kinh tế. Các nước đang phát triển được xem là có lợi thế so sánh tiềm năng trong những ngành sơ khai, và các nước công nghiệp có lợi thế so sánh trong các hoạt động kinh tế thứ cấp và dịch vụ thương mại giá trị gia tăng. Trong lĩnh vực công nghiệp, trọng tâm thường nằm ở các ngành cụ thể (dựa vào phân loại ISIC hay SITC/HS) như ngành quần áo, giày dép, hóa chất, điện tử, chế biến thực phẩm, và trong bối cảnh quốc gia. Vì thế, việc phân tích có xu hướng tập trung vào qui mô và sự tăng trưởng của

¹⁶ Thảo luận này thẩm thấu những thông tin bổ ích từ các bản ghi nhớ được chuẩn bị cho mạng lưới nghiên cứu Trải rộng lợi ích từ toàn cầu hóa của Gereffi, Sturgeon và Humphrey (2000), và Wood (2000).

ngành về số người lao động và tổng sản lượng (thay vì vào giá trị gia tăng ròng), kết quả ngoại thương và phân phối qui mô doanh nghiệp.

So với phân tích ngành truyền thống, phân tích chuỗi giá trị giúp soi rọi các yếu tố xác định phân phối thu nhập trong phạm vi một nước và giữa các nước, và nhất là theo thời gian. Ví dụ:

- Do chú trọng vào tính chất động của đặc lợi, bối cảnh phân tích chuỗi giá trị buộc nhà phân tích phải vượt ra ngoài các lĩnh vực và ngành kinh tế. Ví dụ trong chuỗi lâm nghiệp và đồ gỗ, các hoạt động giàu đặc lợi ngày càng được tìm thấy trong di truyền học về giống cây trồng và trong thiết kế và thương hiệu đồ gỗ, chứ không phải trong các tiêu ngành nông nghiệp, công nghiệp hay dịch vụ riêng lẻ (có xu hướng là lãnh địa của các phân tích ngành truyền thống). Chỉ thông qua tầm nhìn toàn diện của cả chuỗi thì ta mới có thể nhận diện được những mắt xích nào trong chuỗi hay những phân đoạn nào trên thị trường sản phẩm có đặc lợi cao hay đang tăng trưởng.
- Liên quan đến vấn đề này, phân tích chuỗi giá trị giúp ta có thể dò tìm thông qua một mạch *hoạt động giàu đặc lợi* vốn không thể dễ dàng nắm bắt bằng phân tích ngành hay lĩnh vực. Ví dụ, ta đã thấy rằng tri thức vô hình ngày càng có hàng rào gia nhập cao, và chủ sở hữu tri thức này được lợi nhiều nhất từ toàn cầu hóa sản xuất và trao đổi. Tương tự, các hoạt động quản trị thường có hàng rào gia nhập đáng kể và vì thế mang lại sinh lợi cao. Quả thật như vậy, khả năng nhận diện các hoạt động giàu đặc lợi dọc theo toàn bộ chuỗi giá trị gia tăng mang lại cho ta chiếc chìa khóa để tìm hiểu sự chiếm hữu sinh lợi sản xuất toàn cầu.
- *Dữ liệu* được tạo ra một cách đặc trưng trong hầu hết các phân tích ngành hay lĩnh vực làm người ta khó lý giải tầm quan trọng của những chỉ báo then chốt như ‘sản lượng’, ‘doanh số’, và ‘chi phí’. Vì thế, các yếu tố xác định phân phối thu nhập khó được làm rõ. Số liệu thống kê thương mại đặc biệt có vấn đề ở đây, vì ít có khả năng bóc tách giá trị gia tăng. Ví dụ, vào cuối thập niên 80, Cộng hòa Dominic trải qua sự gia tăng đáng kể tổng giá trị sản lượng và kim ngạch xuất khẩu giày. Nhưng ‘sản xuất giày’ diễn ra trong các khu chế xuất sử dụng nguyên liệu đầu vào nhập khẩu – giá trị của một đôi giày xuất khẩu chỉ bằng 0.23 USD. Trái lại, giá trị một đôi giày xuất khẩu từ Ý có thể phản ánh giá trị gia tăng đầy đủ hơn. Vậy thì, theo ý nghĩa này, liệu ta có thể so sánh ngành giày tại hai nước này mà không sử dụng phân tích chuỗi giá trị - xem xét biểu đồ các mối quan hệ đầu vào-đầu ra tinh tế - được hay không?
- Bản chất động của đặc lợi được tạo ra trong các hoạt động toàn cầu của một chuỗi giá trị sẽ *bị che khuất bởi việc tập trung vào các ngành công nghiệp quốc gia*. Ví dụ, khi sản xuất diễn ra trong bối cảnh giá sản phẩm toàn cầu đang giảm, các hệ thống hạch toán quốc gia có thể phản ánh sự tăng trưởng trong hoạt động và giá trị, mà không tương ứng với sức mua quốc tế của hoạt động ngành này. Vấn đề đặc biệt sâu sắc khi các quyết định về phân bổ nguồn lực *quốc gia* – ảnh hưởng đến dòng thu nhập theo thời gian – được đưa ra mà không tham khảo động học *toàn cầu* về sinh lợi của các hoạt động khác nhau trong chuỗi. Như vậy, chính trọng tâm toàn cầu của phân tích chuỗi giá trị - chứ không phải trọng tâm quốc gia của các nghiên cứu ngành - sẽ giúp ta nhận diện chính xác hơn các cơ hội thích hợp để gia tăng thu nhập trong bối cảnh quốc gia.

- Những nghiên cứu về cơ cấu thị trường mà không phân tích trong bối cảnh chuỗi giá trị thì không thể giải thích thỏa đáng *các yếu tố xác định phân phối thu nhập theo quy mô doanh nghiệp*. Ví dụ, sự tập trung sở hữu cao độ trong ngành đồ gỗ Nam Phi không phát sinh từ hành vi thị trường trong phạm vi ngành đồ gỗ. Thay vì thế, sự tập trung sở hữu này được giải thích bởi mức độ tập trung cao trong ngành bán lẻ, mà tiếp đến lại gắn liền với sự tập trung sở hữu trong trung gian tài chính (Kaplinsky và Manning 1998). Ta cũng có quan sát tương tự trong ngành giày dép, nhưng trong trường hợp này, các mối liên kết giữa các ngành có liên quan mở rộng ra bên ngoài biên giới quốc gia (Schmitz và Knorringa 1999).¹⁷

Đối với phần lớn hoạt động tìm hiểu nghiên cứu là như thế. Nhưng ý nghĩa đối với trọng tâm phân tích theo ngành là gì?

- Vì việc tìm hiểu chuỗi giá trị bao trùm các ngành và các lĩnh vực kinh tế khác nhau, nên việc phân tích hữu hiệu đòi hỏi phải tham gia vào các bộ môn chuyên ngành khác nhau. Điều này xảy ra rõ ràng nhất khi trọng tâm phân tích là về các hệ thống sản xuất nông nghiệp và công nghiệp, nhưng trọng tâm phân tích về động học đặc lợi cũng đòi hỏi phải có đầu vào từ các nghiên cứu quản lý và công trình. Hơn nữa, vì quyền lực là cấu phần then chốt của cai quản, và sự tin cậy là quan trọng để nâng cao hợp tác giữa các doanh nghiệp và các hình thức tổ chức công việc mới, nên đồng thời cũng có nhu cầu dựa vào sự thấu hiểu khoa học chính trị và xã hội học. Chính vì lý do này mà Wood nghĩ rằng phân tích chuỗi giá trị mang lại ‘nơi gặp gỡ của kinh tế học, quản trị kinh doanh và xã hội học công nghiệp để nghiên cứu một khía cạnh quan trọng của toàn cầu hóa, ấy là sự hội nhập kinh tế đồng thời của các nước, và sự phân chia các quá trình sản xuất’ (Wood 1999: 24).
- Đã có một số thử thách đặt ra cho *phân tích kinh tế* truyền thống. Định lý Heckscher Ohlin về sự cân bằng giá các yếu tố sản xuất dự đoán rằng trong một nền kinh tế mở, sinh lợi của các yếu tố sản xuất, như tiền lương, sẽ có xu hướng hội tụ giữa biên giới các nước và trong phạm vi một số biên giới các nước. Thế nhưng, người ta thường không quan sát thấy điều này trên thực tế, một phần do chi phí lưu chuyển lao động giảm xuống, khi người lao động có kỹ năng cao hoạt động trong các chuỗi giá trị có điều phối, có thể tương tác với người lao động có kỹ năng cũng như lao động phổ thông tại các nền kinh tế khác nhau (Wood 1999). Khả năng nhận diện và nắm bắt vai trò của các kỹ năng lưu chuyển này được nâng cao đáng kể khi việc phân tích diễn ra thông qua lăng kính chuỗi giá trị. Nhiều phân tích kinh tế về phân phối thu nhập có xu hướng tập trung vào các cá nhân như một đơn vị hạch toán, và chắc chắn đúng là thu nhập tích tụ vào các cá nhân trên cương vị người sở hữu tài sản (ví dụ như kỹ năng và vốn sở hữu). Thế nhưng, tuy rằng cá nhân là người thụ hưởng thu nhập, nhưng các sinh lợi này được hình thành bởi sự tham gia của họ vào các tổ chức (nghĩa là các doanh nghiệp), vốn theo đuổi một cách hệ

¹⁷ Như một hệ quả, sự tập trung gia tăng ở ngành bán lẻ Ý, Tây Ban Nha và Hy Lạp có thể xói mòn sức mạnh lịch sử của khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước này.

thống những chính sách được thiết kế nhằm nâng cao thu nhập này thông qua dựng lên hàng rào gia nhập chống lại sự cạnh tranh. Việc tìm hiểu các quá trình xây dựng hàng rào gia nhập đòi hỏi ta phải phân tích vượt ra ngoài lãnh địa của nhiều phân tích kinh tế, vốn xem tiến bộ công nghệ là ngoại sinh, và không công nhận khả năng các công ty xây dựng môi trường cạnh tranh mà họ hoạt động trong đó (chứ không hành động như những người chấp nhận mức giá). Hơn nữa, việc tìm hiểu bản chất và tầm quan trọng của niềm tin trong các mối quan hệ liên công ty trong phạm vi chuỗi giá trị đòi hỏi các nhà kinh tế cũng phải tham gia vào sự phát sinh các yếu tố xác định nguồn vốn xã hội và xã hội học về các yếu tố này.

- Theo cách thức tương tự, các bộ môn chuyên ngành khác cũng buộc phải suy nghĩ lại về khung phân tích của họ thông qua tập trung vào các chuỗi giá trị. Wood lập luận rằng kinh tế học không chỉ mang lại một khung hạch toán, trong đó vẽ ra bản đồ các chuỗi giá trị, mà việc tìm hiểu còn phải tập trung vào các yếu tố kinh tế xác định vị trí địa điểm, nhất là cơ cấu chi phí (Wood 1999). Như vậy, sự phân công lao động (bổ trợ) có thể được mô tả như sự phân công trong đó các nhà kinh tế xác định nền tảng của *lợi thế so sánh* (nghĩa là tiềm năng các môi trường khác nhau xác định các đặc lợi kinh tế đạt được) còn các ngành khác thì nhận diện các yếu tố xác định *lợi thế cạnh tranh* (những yếu tố giải thích lý do khiến một số công ty có thể chiếm hữu các đặc lợi kinh tế này).

Liệu các thuộc tính này của chuỗi giá trị có giúp cải thiện sự phù hợp của nghiên cứu với chính sách? Kết luận cơ bản của chúng ta là, khung phân tích này mang lại tiềm năng nhận diện những hành động chính sách – của các tác nhân tư nhân cũng như nhà nước – có thể ảnh hưởng đến các kết quả phân phối. Chúng ta sẽ quay lại với chủ đề này trong thảo luận kết luận dưới đây, nhưng vào lúc này ta có thể đưa ra ba quan sát:

- Như ta đã thấy, phân tích chuỗi giá trị bao trùm nhiều hoạt động kinh tế liên quan lẫn nhau, vượt ra ngoài các ngành và các lĩnh vực, và vì thế mang lại tiềm năng điều phối những gì có thể gọi là ‘*các chính sách kết hợp*’ giữa các nhánh khác nhau của chính phủ.
- Thông qua tập trung vào các yếu tố thể chế xác định đặc lợi, phân tích chuỗi giá trị điều hướng chính sách đến những công cụ ảnh hưởng tới hành vi của *các cá nhân hợp thành nhóm trong phạm vi doanh nghiệp và các tổ chức khác*, định hình sự phân phối sinh lợi từ sản xuất và trao đổi. Như vậy, chìa khóa để duy trì tăng trưởng và trải rộng thu nhập nằm ở khả năng ảnh hưởng đến hành vi của các nhóm người hành động một cách hài hòa, chứ không phải hành động của những cá nhân hưởng lợi từ các hoạt động liên kết này.
- Thông qua tập trung vào động học về đặc lợi, phân tích chuỗi giá trị điều hướng chính sách đến *việc phát triển những năng lực và quỹ đạo tổ chức* giúp tạo ra thu nhập bền vững theo thời gian.

Đây là những nhận định mạnh mẽ tạo thành lập luận thuyết phục cho tính ưu việt của phân tích chuỗi giá trị. Nhưng những nhận định này có được xác nhận bằng thực tế hay không? Trong phần tiếp theo, chúng tôi sẽ trình bày một số ví dụ hỗ trợ cho các nhận định này, chủ yếu dựa vào các phát hiện nghiên cứu mà chúng tôi đã thực hiện trong một loạt chuỗi giá trị chọn lọc.

4. MỘT SỐ NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG MINH HỌA

Để minh họa các nhận định này, chúng tôi sẽ thực hiện việc phân tích theo ba cấu phần phân tích chuỗi giá trị - thành phần đặc lợi thay đổi, vai trò của những người điều phối và bản chất hệ thống của hiệu quả chuỗi – và chú trọng vào ý nghĩa phân phối và chính sách của những điều quan sát được. Tài liệu nghiên cứu tình huống xem xét hoạt động sản xuất, xuất khẩu và tiếp thị của:

- Rau quả tươi (Dolan, Humphrey và Harriss Pascal 1999; Humphrey và Oeter 1999)
- Hoa quả đóng hộp (Kaplan và Kaplinsky 1999)
- Giày dép (Schmitz 1995; Schmitz và Knorringa 1999)
- Linh kiện phụ tùng ô tô (Barnes và Kaplinsky 2000a và 2000b sắp xuất bản; Humphrey 1999; Humphrey 2000 sắp xuất bản).

Như ta đã thấy, động học về đặc lợi kinh tế chịu nhiều thay đổi như một hệ quả của áp lực cạnh tranh gia tăng giúp người ta vượt qua các hàng rào gia nhập đáng kể trong lịch sử trong phạm vi các bộ phận khác nhau của chuỗi giá trị. Điều này có nghĩa là vị thế tĩnh của các nhà sản xuất, hoặc trong phạm vi các hoạt động cụ thể trong những mắt xích cụ thể của chuỗi (ví dụ như lắp ráp nguyên liệu thay vì chế tạo nguyên liệu), hay trong những mắt xích cụ thể của chuỗi (ví dụ như chuyển hóa đầu vào thành đầu ra, chứ không phải tiếp thị) có thể gắn liền với tỷ số giá ngoại thương giảm sút, và vì thế làm giảm thu nhập tương đối và (hoặc) thu nhập thực.

Bảng 3 minh họa quá trình động học này thông qua tóm tắt kinh nghiệm của bốn chuỗi giá trị - rau quả tươi (FFV), hoa quả đóng hộp (CDF), giày dép và phụ tùng linh kiện ô tô.

Bảng 3: Phân phối động đặc lợi trong bốn chuỗi giá trị

Ngành	Các mắt xích trong chuỗi giá trị	Nguồn đặc lợi kinh tế chính			Gợi ý đối với các hoạt động sản xuất
		Quá khứ	Hiện tại	Tương lai	
Rau quả tươi	Thiết kế giống ↓ Trồng ↓ Xử lý sau thu hoạch ↓ Xuất khẩu ↓ Bán lẻ	Trồng Bán buôn	Thiết kế giống và phát triển sản phẩm mới Điều phối hiệu quả chuỗi giá trị Chuỗi bán lẻ	Thiết kế giống, phát triển sản phẩm mới	Công suất trồng (tùy khí hậu) được phổ cập và cạnh tranh cao Đặc lợi kinh tế trong các lĩnh vực vô hình (thiết kế giống, hoạt động trồng, hoạt động vệ sinh thực vật v.v...) Cuộc chiến giữa các chuỗi bán lẻ và thương hiệu để chiếm lĩnh kệ hàng
Hoa quả đóng hộp	Thiết kế giống ↓ Trồng ↓ Xử lý sau thu hoạch ↓ Xuất khẩu ↓ Khách hàng ↓ Bán lẻ	Người trồng ở Nam Phi và Úc Bán buôn	Người trồng và người đóng hộp hoa quả ở châu Âu và Hoa Kỳ Khách hàng và đại lý xuất khẩu Thương hiệu	Khách hàng Chuỗi bán lẻ thương hiệu riêng	Công suất trồng (tùy khí hậu) được phổ cập và cạnh tranh cao; cạnh tranh khốc liệt dẫn đến tỷ số giá ngoại thương giảm. Hàng rào gia nhập thấp có nghĩa là <i>đặc lợi thấp trong xuyên suốt chuỗi</i> . <i>Trong từng mắt xích</i> , đặc lợi kinh tế ngày càng thuộc về lĩnh vực vô hình (thiết kế giống, hoạt động trồng, hoạt động vệ sinh thực vật, thương hiệu và tiếp thị). Cuộc chiến giữa các chuỗi bán lẻ và thương hiệu để chiếm lĩnh kệ hàng.

Bảng 3: Phân phối động đặc lợi trong bốn chuỗi giá trị (tiếp theo)

Ngành	Các mắt xích trong chuỗi giá trị	Nguồn đặc lợi kinh tế chính			Ý nghĩa đối với các hoạt động sản xuất
		Quá khứ	Hiện tại	Tương lai	
Giày dép	Da ↓ Thiết kế ↓ Lắp ráp ↓ Xuất khẩu ↓ Khách hàng ↓ Bán lẻ	Da Lắp ráp	Thiết kế Mua hàng Bán lẻ	Thiết kế Mua hàng Bán lẻ	Thiết kế là then chốt khi cạnh tranh gia tăng trong sản xuất gây sức ép giảm tỷ số giá ngoại thương Người mua đóng vai trò chi phối trong hoạt động khai thác nguồn lực toàn cầu Thương hiệu ngày càng quan trọng
Phụ tùng linh kiện ô tô	Xử lý nguyên liệu ↓ Thiết kế ↓ Định dạng ↓ Lắp ráp ↓ Xuất khẩu ↓ Người sử dụng OEM ↓ Phụ tùng	Thiết kế Định dạng Lắp ráp	Thiết kế Điều phối chuỗi giá trị Một phần trong định dạng và lắp ráp Thương hiệu OEM	Thiết kế Điều phối chuỗi giá trị Thương hiệu OEM	Năng lực sản xuất chế tạo trở nên lan rộng; tăng trưởng hoạt động gia công toàn cầu, nhưng cạnh tranh khốc liệt dẫn đến giảm tỷ số giá ngoại thương. Đặc lợi đạt được <i>thông qua chuyển sang các mắt xích khác</i> trong chuỗi giá trị.

* Đối với rau quả tươi, xem nghiên cứu của Pascal Harriss và những người khác (1999) và Humphrey và Oeter (1999). Đối với hoa quả đóng hộp, xem nghiên cứu của Kaplan và Kaplinsky (1999); đối với giày dép, xem nghiên cứu của Schmitz (1995) và Schmitz và Knorringa (1999); đối với ô tô và linh kiện phụ tùng, xem nghiên cứu của Barnes và Kaplinsky (2000a và 2000b), và Humphrey (1999) và (2000).

4.1. Rau quả tươi¹⁸

Rau quả tươi tiêu biểu cho một thị trường chiến lược và đang tăng trưởng đối với các nhà bán lẻ tại các nước công nghiệp tiên tiến, vì đây là một trong một số ít mặt hàng mà người tiêu dùng sẽ thay đổi sự chọn lựa của hàng, và vì đó là những sản phẩm co giãn theo thu nhập. (Thu nhập trên đầu người của người mua hàng có thể được đo lường tốt nhất thông qua tỷ trọng rau quả tươi trong giỏ hàng của họ.) Hơn nữa, rau quả tươi nói chung không có thương hiệu (hay ít ra cũng chưa có), vì thế mang lại cho các cửa hàng bán lẻ khả năng chiếm hữu đặc lợi tiếp thị hoàn toàn thay vì chia sẻ với các nhà cung ứng có thương hiệu. Như vậy, rau quả tươi trở thành một ngành chiến lược đối với các nhà bán lẻ tại các nước thu nhập cao.

Vì đây là một ngành mà trong một số trường hợp, hoạt động sản xuất bị ràng buộc về mặt địa lý vì lý do khí hậu, và là một ngành có liên quan đến lượng đầu vào lao động phổ thông tương đối đông đảo (không chỉ trong việc trồng mà còn trong việc phân loại và đóng gói), nên hàng nhập khẩu vào các thị trường ôn đới sau cùng từ các nước đang phát triển đã gia tăng nhanh chóng. Ví dụ, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng HS 0708 (đậu) và HS0709 (atichokes, măng tây, nấm, và ớt chuông) sang EU tăng 140 phần trăm từ năm 1989 đến 1997 (Humphrey và Oeter 1999).¹⁹

Trước khi các nhà bán lẻ lớn chi phối thị trường rau quả tươi, những người trồng và các nhà bán buôn có xu hướng hoạt động trong một thị trường gần như hoàn hảo của các mối quan hệ rạch ròi không có sự kết nối mật thiết. Giá cả là yếu tố chính xác định thị phần, chịu ảnh hưởng của tình trạng sẵn có theo mùa. Nhưng một khi các nhà bán lẻ lớn bắt đầu tiếp thị rau quả tươi một cách nghiêm ngặt, họ bắt đầu áp đặt các yếu tố thành công then chốt mới cho ngành – chất lượng (là cơ bản); sự nhất quán của sản phẩm; nguồn cung ứng tin cậy (ngày càng có nghĩa là có hàng quanh năm nhờ vào việc khai thác nguồn lực toàn cầu); giá; và tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường và sức khỏe nước ngoài. Điều này đặt ra những thử thách mới cho những người trồng, nhất là tại các nước đang phát triển vốn không quen với các yếu tố thành công then chốt tại các thị trường thu nhập cao.

Các yếu tố thành công then chốt mới này, kết hợp với sự phát triển sản xuất tại những vùng cách xa thị trường sau cùng, có nghĩa là vai trò của các nhà bán buôn, vốn có truyền thống khai thác nguồn cung từ những vùng lân cận thị trường sau cùng và thực hiện những doanh vụ rạch ròi không có kết nối mật thiết với người trồng, bắt đầu bị xói mòn. Chức năng của họ trở nên được thực hiện bởi sự kết hợp hai phía đối tác: Các đại lý xuất khẩu tại nước sản xuất lo bảo đảm và giám sát nguồn cung, và ‘các nhà quản lý chủng loại’ (nghĩa là các nhà nhập khẩu) tại nước mua hàng giữ liên lạc với các nhà bán lẻ và các đại lý xuất khẩu (và đôi khi với các nhà sản xuất lớn). Nhưng tình trạng sẵn có ngày càng nhiều nguồn cung đồng nhất và đáng tin cậy trong những năm gần đây đã mang lại phần thưởng to lớn cho hoạt động phát triển những sản phẩm mới và giống mới. Ví dụ, vào đầu thập niên 90, giống cà chua thu hoạch sớm hơn mùa vụ thông thường và giống khoai tây mới sản xuất ở Cyprus đã đạt được những mức giá cao. Trong một ví dụ khác, các nhà khoa học Israel đã triển khai 18 giống sản phẩm chanh mỏng vỏ. Trong một số trường

¹⁸ Trừ khi có chú thích khác, phần thảo luận này được rút ra từ nghiên cứu của Dolan, Humphrey và Harriss Pascal (1999) và Humphrey và Oeter (1999).

¹⁹ So ra, kim ngạch nhập khẩu đồ gỗ được cho là một mặt hàng xuất khẩu tăng trưởng tương đối nhanh từ các nước đang phát triển, mà cũng chỉ tăng trưởng 81 phần trăm trong cùng kỳ.

hợp, quá trình phát triển sản phẩm mới này tách ly với hoạt động sản xuất. Cho dù các nhà khoa học hạt giống Israel phát triển các dòng cà chua mới, thay vì tự trồng loại hoa quả này (trong một vùng thiều nước đáng kể), họ gặt hái lợi nhuận bằng cách bán hạt giống cho những người trồng ở Morocco và Tây Ban Nha.

Ai thực hiện việc quản trị chuỗi giá trị này? Được dẫn dắt bằng hoạt động tìm kiếm lợi thế cạnh tranh và áp lực từ các tổ chức phi chính phủ và các cơ quan điều tiết, các nhà bán lẻ ấn định tiêu chuẩn ('quản trị lập pháp') và đòi hỏi sự tuân thủ thông qua hoạt động kiểm tra của các nhà quản lý chủng loại, những người này tiếp đến lại đặt ra yêu cầu đối với các đại lý xuất khẩu tại các nước sản xuất ('quản trị tư pháp'). Các chức năng quản trị tích cực ('quản trị hành pháp') được thực hiện thông qua kết hợp giữa các nhà xuất khẩu ở quốc gia đang phát triển và các nhà quản lý chủng loại ở thị trường sau cùng. Nhưng, việc quản trị hành pháp hữu hiệu đòi hỏi phải có sự hiện diện tích cực ở cả thị trường sản phẩm sau cùng và trong việc phân loại và đóng gói tại nước trồng cây. Vì thế, có một xu hướng ngày càng tăng về sự kết nối vốn sở hữu giữa các mắt xích khác nhau này trong chuỗi giá trị, và một số nhà sản xuất ở các nước đang phát triển cũng như các đại lý xuất khẩu đã bắt đầu thiết lập sự hiện diện tại các nước tiêu thụ chính (như đã xảy ra trong trong hoa quả đóng hộp như ta sẽ thấy dưới đây).

Tuy nhiên, bất chấp đặc lợi thu về cho hoạt động phát triển sản phẩm, phần thưởng lớn vẫn tiếp tục được gặt hái trong hoạt động tiếp thị của chuỗi, như ta có thể thấy trong Bảng 4. Nghĩa là, đặc lợi đáng kể nằm ở khâu bán lẻ, nơi mà biên lợi nhuận chiếm hơn một phần tư giá sản phẩm (so với 12 phần trăm dành cho các nhà sản xuất trong trường hợp đậu mangetout của Zimbabwe).

Bảng 4: Cơ cấu chi phí của rau quả tươi châu Phi xuất khẩu vào Anh

Công đoạn	Xuất khẩu một tấn đậu mangetout từ Zimbabwe		Xuất khẩu rau tươi từ Kenya
	Giá một tấn (£)	% của giá sau cùng	% của giá sau cùng
Nhà sản xuất	630	11.9	14.1
Nhà xuất khẩu	291	5.5	
Đóng gói	274	5.2	13.1
Vận chuyển hàng không và xử lý (a)	1036	19.6	21.2
Tổng giá CIF từ châu Phi	2230	42.2	48.4
Phí nhập khẩu và hoa hồng	624 ^(b)	11.8	6.1
	714	13.5	
	285	5.4	45.5
	1427	27.0	
	5281	100.0	100

Siêu thị Xả hàng tồn (c) Chi phí khác Chênh lệch giá bán và chi phí	
Tổng giá	

Chú thích:

- (a) Phí vận chuyển hàng không tuy xem ra khá cao, nhưng vẫn tương xứng với phí của Gambia vào đầu thập niên 90. Trong trường hợp này, chi phí vận chuyển hàng không chiếm 45 phần trăm tổng chi phí xuất khẩu theo giá CIF (giá hàng + phí bảo hiểm + phí vận chuyển).
- (b) Bao gồm xử lý hàng không, vận chuyển và lưu kho ở Anh, cũng như hoa hồng của nhà nhập khẩu (nghĩa là nhà quản lý chung loại). Trong ví dụ của Kenya, chi phí sân bay Anh có thể bao gồm trong mục ‘vận chuyển hàng không và xử lý’.
- (c) Bao gồm tổn thất do hàng không bán được v.v...

Nguồn: Dolan, Humphrey và Harriss Pascal (1999).

Vì thế, ta có thể quan sát thấy phạm vi thụ hưởng đặc lợi dịch chuyển trong chuỗi này – từ sản xuất, đến phát triển sản phẩm, điều phối chuỗi giá trị và tiếp thị. Nhưng nếu các hàng rào gia nhập tiếp tục bị xói mòn ở các công đoạn khác nhau trong chuỗi, thì có thể rau quả tươi sẽ trở thành một hàng hóa chuẩn hóa giống như chè và cà phê. Sức mạnh của các hàng rào gia nhập vẫn chưa được kiểm chứng ở một số lãnh địa then chốt, nhưng rõ ràng là nếu chỉ trông cậy không thôi thì không chắc mang lại phần thưởng đáng kể. Thử thách then chốt đối với các nhà sản xuất ở các nước đang phát triển đang cố gắng gia tăng tỷ trọng sinh lợi từ chuỗi giá trị này là phải nhanh chóng phát triển năng lực triển khai các giống mới và điều phối sản xuất và kho vận dọc theo chuỗi.

Đối với việc phân phối sinh lợi giữa các nước là như thế. Nhưng còn sự trải rộng thu nhập của ngành này trong phạm vi đất nước thì sao? Bằng chứng cho thấy rằng bản chất của các yếu tố thành công then chốt mới trên thị trường sau cùng đòi hỏi khả năng theo dõi các tiêu chuẩn vệ sinh thực vật. Hơn nữa, các phương tiện phân loại và đóng gói trên qui mô lớn và nhu cầu đảm bảo việc trữ lạnh và xử lý nhanh hàng xuất khẩu bằng hàng không, thì liên quan đến lợi thế kinh tế theo qui mô trong các hoạt động sau thu hoạch. Cả hai yếu tố này đều ràng buộc vai trò của các nhà nông nhỏ và các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong các mắt xích xử lý và xuất khẩu trong chuỗi. Mười nhà xuất khẩu hàng đầu đã chiếm đến 70 phần trăm kim ngạch xuất khẩu rau quả tươi của Kenya, và bốn công ty lớn nhất mua không đến 20 phần trăm nguồn cung của họ từ các nhà nông nhỏ. Thị trường Zimbabwe thậm chí còn mang tính tập trung hơn – chỉ có hai trong sáu nhà sản xuất lớn nhất sử dụng sản phẩm từ các nhà nông nhỏ mua không đến 15 phần trăm từ nguồn này.

Trong chừng mực mà việc trải rộng thu nhập có tương quan với qui mô, thì điều này cho thấy rằng tham gia vào thị trường toàn cầu lại càng làm tăng thêm tình trạng bất bình đẳng trong phân phối thu nhập. Nhưng mối liên kết giữa qui mô và phân phối thu nhập và ảnh hưởng gián tiếp của sản xuất cho thị trường toàn cầu là những vấn đề phức tạp. Những vấn đề ấy đòi hỏi rằng, ngoài những yếu tố khác, phân tích còn phải tập trung vào sự phân phối thu nhập trong nội bộ hộ gia đình, sự phân phối các tài sản khác nhau trong hộ, giỏ hàng tiêu dùng của những người làm việc trong chuỗi giá trị, và chi phí cơ hội của nguồn lực dành cho việc sản xuất và xử lý hoa quả

tươi.²⁰ Vì thế, còn quá sớm để phân xét tác động của toàn cầu hóa là như thế nào đối với phân phối thu nhập nội bộ đất nước tại các nước sản xuất có thu nhập thấp.

4.2. Hoa quả đóng hộp²¹

Hoa quả đóng hộp là một sản phẩm được chế biến nhiều hơn so với rau quả tươi, và theo một vài lý lẽ nào đó, có thể cho rằng đây là một ngành lý tưởng để các nước thu nhập thấp đa dạng và gia tăng tỷ trọng sinh lợi trong các chuỗi giá trị (Grivan 1987). Thế nhưng sinh lợi của người trồng (12.4 phần trăm) và nhà bán lẻ tại các nước giàu (26.7 phần trăm) thì chẳng khác trường hợp rau quả tươi là mấy (Bảng 5).²² Trong quá khứ, trước khi EU hỗ trợ các nhà sản xuất EU, nguồn đặc lợi chính được tìm thấy trong các mắt xích trồng và đóng hộp của chuỗi giá trị. Vì lý do này, quyền thụ hưởng sinh lợi chủ yếu của chuỗi giá trị thuộc về các nhà sản xuất ở Nam Phi và Úc, cả hai đều có các ngành chế biến nông sản được tổ chức hiệu quả. Thế nhưng trong thập niên 80, Liên minh châu Âu bắt đầu hỗ trợ ngày càng nhiều ngành kinh doanh nội địa, cả về phía sản lượng (thông qua bảo hộ bằng thuế quan) và thông qua trợ cấp cho đầu vào hoa quả. Vì thế, bất chấp chi phí sản xuất thấp và các tiêu chuẩn chất lượng cao, các nhà sản xuất miền Nam ngày càng bị o ép ra khỏi các thị trường toàn cầu bởi các nhà sản xuất châu Âu (nhất là Hy Lạp). Được bảo hộ trên thị trường châu Âu, họ sử dụng đặc lợi chính sách thương mại này để trợ cấp chéo cho việc bán hàng vào các thị trường thứ ba như Nhật Bản và châu Mỹ Latin. Tương tự, các nhà nông và các công ty đóng hộp Hoa Kỳ cũng được bảo hộ bằng sự kết hợp giữa thuế quan và các tiêu chuẩn vệ sinh thực vật của Cơ quan quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA).

Bảng 5: Phân tích chuỗi giá trị đào đóng hộp

Các công đoạn trong chuỗi giá trị	Đóng góp vào giá trị sản phẩm sau cùng (%)
Trong phạm vi Nam Phi:	
Đào	12.4
Hộp	11.6
Đường	4.2
Đóng hộp	14.7
Lao động	7.4
Khác (ví dụ như khấu hao, điện nước, lợi nhuận, vận chuyển nội bộ)	7.3
Tổng giá trị gia tăng về phía Nam Phi	42.9
Bên ngoài Nam Phi:	
Giao hàng, thuế, bảo hiểm, phí dỡ hàng	24.2
Biên lợi nhuận của nhà nhập khẩu	6.3
Biên lợi nhuận của siêu thị	26.7
Tổng giá trị gia tăng bên ngoài Nam Phi	57.1

Nguồn: Kaplan và Kaplinsky (1999).

²⁰ Những vấn đề này là đề tài nghiên cứu tương lai ở IDS.

²¹ Thảo luận này được rút ra từ nghiên cứu của Kaplan và Kaplinsky (1999).

²² Các suất sinh lợi này là của các thương hiệu riêng của siêu thị. Như ta sẽ thấy sau đây, các sản phẩm có thương hiệu được bán với giá cao hơn đáng kể. Trong trường hợp của các sản phẩm có thương hiệu này, tỷ trọng lợi nhuận dành cho người trồng cây và các nhà chế biến thấp hơn đáng kể.

Vì thế hiện nay, hai trong số những người thụ hưởng đặc lợi kinh tế chính là người trồng cây và công ty đóng hộp ở các nước thu nhập cao. Nhưng quyền được hưởng sinh lợi chuỗi giá trị quan trọng thứ hai thuộc về người sở hữu những sản phẩm có thương hiệu. Trên khía cạnh này, hoa quả chế biến rất khác so với rau quả tươi. Các chuỗi bán lẻ thường bán hoa quả đóng hộp thương hiệu riêng của họ mà bị lỗ. Vì thế, họ phải trả những khoản phí cao (nhượng quyền) cho những dòng hàng có thương hiệu toàn cầu lớn (54 phần trăm) và các dòng hàng có thương hiệu nhà sản xuất khác (22 phần trăm). Đứng trước sự phân phối sinh lợi từ chuỗi giá trị này, các nhà sản xuất Nam Phi đã cố gắng chuyển lên các mặt hàng có thương hiệu toàn cầu, nhưng với thành công hạn chế. Một trong các nhà sản xuất nội địa đã mua thương hiệu Del Monte, nhưng chỉ cho các thị trường bên ngoài châu Âu và Bắc Mỹ nơi mà thương hiệu này gần như không có trọng lượng! Trong một trường hợp khác, một khoản tiền nhượng quyền được trả cho một công ty có thương hiệu lớn, nhưng số tiền đó quá lớn đến mức nó ngốn hết đặc lợi thương hiệu tạo ra. (Ta cũng đừng ngạc nhiên khi biết rằng nội dung hàm lượng của các sản phẩm có thương hiệu này cũng giống hệt như nội dung hàm lượng của các sản phẩm thương hiệu riêng của các nhà sản xuất Nam Phi, được bán với giá chiết khấu 25 phần trăm!)

Việc quản trị chuỗi này tương đối đơn giản. ‘Quản trị lập pháp’ được thực hiện bởi các nhà bán lẻ sản phẩm sau cùng, người xác định các tiêu chuẩn cần được đáp ứng, theo thông báo của cơ quan lập pháp quốc gia ấn định tiêu chuẩn sản phẩm. Việc kiểm tra các tiêu chuẩn này – ‘quản trị tư pháp’ – được thực hiện bởi sự kết hợp các đại diện siêu thị, đến tham quan các nhà sản xuất và ‘các nhà quản lý chủng loại’, vốn là các đại diện nhập khẩu, quản lý việc cung ứng sản phẩm cho các siêu thị và cùng với các siêu thị tìm các nguồn cung mới. ‘Quản hành pháp’ – việc hỗ trợ các nhà cung ứng để họ đáp ứng các tiêu chuẩn yêu cầu – được thực hiện bởi các siêu thị dành cho các nhà đóng hộp và bởi chính các nhà đóng hộp này dành cho các nhà cung ứng hoa quả, hộp thiếc, và đường. Tuy nhiên, các hành động quản trị hành pháp này nói chung có bản chất vừa phải.

Khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp trong nền kinh tế quốc gia chịu ảnh hưởng mạnh của hiệu quả hệ thống của các bộ phận trong chuỗi giá trị trong phạm vi nền kinh tế. Như ta có thể thấy từ Bảng 5 phân tích thành phần giá trị gia tăng trong ngành hoa quả đóng hộp của Nam Phi, đóng góp của mất xích đóng hộp cho tổng giá trị gia tăng của sản phẩm (14.7 phần trăm) chỉ hơi cao hơn giá trị gia tăng của mất xích nguyên liệu đào (12.4 phần trăm) và sản xuất hộp (11.6 phần trăm). Một lộ trình mở ra cho ngành hoa quả đóng hộp vốn đang có mức lợi nhuận rất thấp trước sự trợ cấp của châu Âu, là nâng cao hiệu quả hệ thống của chuỗi. Tuy nhiên, mức độ niềm tin và hợp tác thấp – di sản của thời kỳ phân biệt chủng tộc Apartheid – có nghĩa là việc đạt được lợi ích hệ thống này cực kỳ khó khăn. Điều này thể hiện qua tình trạng phi hiệu quả giữa tất cả các mối liên kết trong chuỗi – giữa người trồng và người đóng hộp, giữa các nhà sản xuất thép và các nhà làm hộp, giữa các nhà làm hộp và các nhà đóng hộp, và giữa nhà đóng hộp và các nhà sản xuất đường.²³ Các mối liên kết cận tối ưu giữa các công ty này tồn tại bất chấp nỗ lực của từng mất xích nhằm cải thiện hiệu quả nội bộ; thế nhưng lợi ích của việc nâng cao các mối liên kết giữa các công ty vượt xa lợi ích mang lại từ sự cải thiện nội bộ công ty. Tương tự, có cơ hội đáng kể để nâng cao các mối liên kết hàng ngang giữa các công ty, nhất là giữa các công ty đóng hộp chẳng hạn. Ví dụ, một công ty nhận xét rằng, giá như họ tiêu biểu cho một mặt trận thống nhất đối với các khách hàng toàn cầu thì họ biết đâu có thể đạt được tỷ trọng nhiều hơn trong

²³ Tìm đọc chi tiết về các nhược điểm trong liên kết nội bộ này trong nghiên cứu của Kaplan và Kaplinsky (1999: 1795).

sinh lợi chuỗi giá trị; thay vì thế, sự cạnh tranh giữa họ với nhau cho phép khách hàng có thể gây xung đột giữa công ty này với công ty khác.

Có những dấu hiệu cho thấy rằng trong tương lai, đặc lợi trong chuỗi này có thể bị xói mòn, ít có người tham gia nào trong ngành duy trì được mức thu nhập cao. Bất chấp trực tiếp trong vòng đàm phán thương mại ở Seattle, đặc lợi chính sách thương mại giúp nâng cao thu nhập nhà sản xuất ở châu Âu và Bắc Mỹ gần như chắc chắn sẽ bị xói mòn. Hơn nữa, nhiều địa phương trên thế giới phù hợp với việc trồng hoa quả. Đặc lợi tiếp thị cũng đang bị đe dọa với sự tăng trưởng tập trung siêu thị trên các thị trường lớn, và sự phát triển các thương hiệu riêng của siêu thị trên một thị trường co giãn theo giá. Do đó, điều đáng kể là hai trong số các nhà sản xuất hoa quả lớn nhất Nam Phi đang chuyển dần vào hoạt động khai thác nguồn lực toàn cầu và phân phối, và lần lượt có văn phòng tại Jersey và Anh, đồng thời họ cũng đang thu gọn qui mô hoạt động chế biến nội địa.

Về việc trải rộng lợi ích từ toàn cầu hóa, người ta ngờ rằng các diễn tiến phát triển tương lai không chắc sẽ làm tăng tỷ trọng sinh lợi dành cho các nước thu nhập thấp. Diễn tiến phát triển chính về tỷ trọng sinh lợi từ sản xuất và chế biến có thể là sự dịch chuyển từ các nước thu nhập trung bình như Nam Phi sang các nước thu nhập thấp như Trung Quốc. Trong phạm vi các nền kinh tế này, và không như rau quả tươi, gần như không có các yếu tố nội tại về phía trồng trọt mà ảnh hưởng đến phân phối lợi nhuận theo qui mô nông trại, cho dù việc đóng hộp thâm dụng qui mô (và việc sản xuất các đầu vào then chốt như hộp và đường) có thể vẫn ở lại trong tay các khu vực qui mô lớn. Do đó, xem ra ít có khả năng xóa bỏ các xu hướng phân phối bất lợi, bên trong một nước hay giữa các nước, trong chuỗi giá trị hoa quả đóng hộp.

4.3. Giày dép²⁴

Ngành giày dép toàn cầu bao gồm một tổ hợp lớn các phân đoạn thị trường và sản phẩm chế tạo từ các nguyên liệu tổng hợp và thiên nhiên khác nhau. Là một ngành thâm dụng lao động, ngành giày dép đã có sự giảm sút đáng kể về tỷ trọng sản xuất của các nước thu nhập cao trong những năm gần đây, và trong một số nền kinh tế chủ chốt như Đức, Anh và Hoa Kỳ, những gì một thời từng là một ngành lớn và sôi động giờ đây đã thu hẹp một cách ngoạn mục và tiếp tục mất dần các nhà sản xuất và việc làm. Tuy nhiên, điều này không phải xảy ra với mọi nhà sản xuất giày, và xét theo giá trị, ngành giày da toàn cầu vẫn tiếp tục chịu ảnh hưởng mạnh của các nhà sản xuất ở Ý, Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha.

Rõ ràng vẫn còn đặc lợi đạt được trong sản xuất, như thể hiện qua sự tồn tại lâu dài của các nhà sản xuất Ý. Tuy nhiên, các kỹ năng sản xuất có định hướng thủ công cao, và liên quan mật thiết đến kỹ năng thiết kế của nền công nghiệp Ý. Như vậy, rõ ràng là khi các kỹ năng sản xuất toàn cầu được phân tán rộng rãi, thì đặc lợi đã trở nên tập trung vào hoạt động thiết kế, thương hiệu (đặc biệt là trong các loại giày thể thao) và kỹ năng mua hàng. Các đại lý mua hàng – phần lớn trước đây là các nhà sản xuất nhưng buộc phải chấm dứt hoạt động sản xuất do cạnh tranh gia tăng – nói chung tọa lạc ở các thị trường sản phẩm sau cùng và đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra cạnh tranh trong sản xuất làm xói mòn đặc lợi trong mắt xích này của chuỗi.

Trong suốt giai đoạn cuối thập niên 70 và đầu những năm 80, Brazil đã trở thành một nhà sản xuất giày da phụ nữ lớn, chiếm đến 12 phần trăm doanh số toàn cầu. Nhưng sự tham gia của

²⁴ Thảo luận này được rút ra từ nghiên cứu của Schmitz (1999) và Schmitz và Knorringa (1999).

Brazil vào các thị trường toàn cầu được bố trí thông qua vai trò cai quản then chốt (nghĩa là cai quản hành pháp) của khách hàng trong việc cung ứng sự hỗ trợ trực tiếp để nâng cấp ở cấp độ công ty và giữa các công ty. Một khách hàng đã trở nên đặc biệt quan trọng, chiếm đến 25 phần trăm tổng kim ngạch xuất khẩu giày của Brazil và 20 phần trăm tổng doanh số giày da phụ nữ của Hoa Kỳ. Thế nhưng, tiếp theo sự phát triển của Brazil như một nguồn cung ứng chủ chốt trong thập niên 70 và 80, chính khách hàng này sau đó đã đồng thời mở mang năng lực sản xuất một cách hệ thống ở Trung Quốc vào thập niên 90. Kết quả là sự xói mòn thu nhập ở Brazil – như chúng ta đã quan sát trên đây, tiền lương của người lao động ngành giày theo giá trị thực giảm 40 phần trăm trong thập niên 80 và lợi nhuận công ty bị o ép trong thập niên 90. Trong thập niên 90, các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm gia tăng đáng kể, khả năng phản ứng nhanh trước các đơn hàng được cải thiện ngoạn mục và qui mô lô hàng giảm, nhưng giá sản phẩm sau cùng không tăng. Các khách hàng toàn cầu (bao gồm công ty mua hàng Hoa Kỳ dẫn đầu này) hiện đang mở mang hoạt động sản xuất ở Việt Nam và các nền kinh tế tiền lương thấp khác, cho nên nếu và khi họ hưởng lợi từ hoạt động thương mại theo qui chế tối huệ quốc đặc quyền hết như thế ở Hoa Kỳ, các nhà sản xuất giày Trung Quốc sẽ khôn khổ do sự xói mòn sinh lợi tương tự.

Các diễn biến phát triển này minh họa cho hai yếu tố quan trọng của phân tích chuỗi giá trị. Thứ nhất, các diễn biến này cho thấy năng lực cạnh tranh có thể đồng thời được nâng cấp và bị phân tán bởi những người cai quản chuỗi giá trị then chốt. Các diễn biến này cũng cho thấy đặc lợi có tính động như thế nào, chẳng những dịch chuyển trong phạm vi hoạt động sản xuất từ nước này sang nước khác, mà còn từ mắt xích sản xuất sang các mắt xích thiết kế, điều phối và tiếp thị trong chuỗi. Phân tích chuỗi giá trị cũng cho thấy các mắt xích riêng lẻ có thể duy trì hàng rào gia nhập, giúp giữ vững sự chiếm hữu sinh lợi trong chuỗi giá trị. Như quan sát của Schmitz và Knorringa, ‘hầu hết các khách hàng được phỏng vấn đều tìm cách kiểm soát quá trình thiết kế giúp hạn chế sự tham gia của các nhà sản xuất trong phạm vi các vấn đề nhỏ về qui cách sản phẩm mà thôi ... Không có thiết kế riêng, các nhà sản xuất không thể đảm nhận các thực nghiệm tiếp thị riêng’ (Schmitz và Knorringa 1999: 20).

Nhưng việc phân tích chuỗi giá trị giày còn minh họa một diễn biến phát triển thứ ba. Đây là cái mà Gereffi gọi là ‘tam giác công nghiệp chế tạo’ (Gereffi 1999a) và Ernst gọi là ‘mạng lưới sản xuất toàn cầu’ (Ernst 2000). Khái niệm này mô tả một thế giới trong đó lợi thế cạnh tranh dẫn đến một tình huống mà nhà sản xuất bị đẩy ra ngoài thị trường thông qua cạnh tranh, lại trở thành người cai quản hoạt động sản xuất dành cho các thị trường thứ ba. Ví dụ, trong cả hai ngành quần áo và giày dép, các nhà sản xuất Đài Loan thoát đầu chiếm chỗ của các nhà sản xuất ở Bắc Mỹ và châu Âu, rồi lại bị chiếm chỗ bởi hoạt động sản xuất chi phí còn thấp hơn nữa từ Trung Quốc. Phản ứng của họ là rút ra khỏi hoạt động công nghiệp chế tạo và trở thành những người trung gian cai quản năng lực sản xuất Trung Quốc rồi giao hàng tới thị trường sau cùng. Các nhà kinh doanh Hong Kong cũng đóng vai trò tương tự ở Mauritius, và vai trò đó cũng đang diễn ra với các nhà sản xuất giày ở Romania.

Nhìn từ góc độ phân phối giữa các nước, ta có thể thấy rằng hàng rào gia nhập thấp trong hoạt động sản xuất bảo đảm rằng nếu việc tiếp cận thị trường ngoại thương cho phép, các nhà sản xuất sẽ đứng trước một xu hướng hệ thống là: sinh lợi sẽ giảm dần khi khách hàng mở mang các thị trường có tiền lương thấp hơn bao giờ hết. Có thể, như trong trường hợp của hai ngành thực phẩm quan sát trên đây, sinh lợi sẽ ngày càng tập trung vào hoạt động thiết kế và tiếp thị, và trong một tiểu ngành nhất định về thương hiệu. Về sự phân phối nội bộ đất nước, hàng rào gia nhập thấp về mặt chi phí đầu tư mang lại khả năng bao trùm các doanh nghiệp qui mô vừa và

nhỏ trong hoạt động sản xuất.²⁵ Nhưng nếu hoạt động sản xuất là dành cho các thị trường khối lượng lớn, điều này chỉ xảy ra nếu có những người điều phối chuỗi giá trị nội bộ đất nước hữu hiệu. Nhìn từ góc độ chính sách, năng lực then chốt cần được củng cố là thiết kế, một lộ trình đã được chính phủ Tây Ban Nha theo đuổi thành công vào đầu thập niên 80. Chính phủ các nước cũng có thể đóng vai trò thiết lập các hệ thống và cơ cấu thị trường để bao gồm các nhà sản xuất qui mô nhỏ.

4.4. Phụ tùng linh kiện ô tô²⁶

Một chiếc ô tô là một sản phẩm lắp ráp từ hơn 5000 linh kiện chi tiết. Về mặt lịch sử, mức độ tin cậy thấp với các nhà cung ứng gắn liền với chi phí giao dịch cao, vì thế, các nhà lắp ráp, từng chiếm khoảng 65-70 phần trăm tổng giá trị sản phẩm sau cùng, đã chú trọng vào việc nội tác hóa hoạt động sản xuất. Gần đây hơn, theo sau sự đổi mới tổ chức tiên phong ở Nhật Bản, giúp nâng cao niềm tin trong chuỗi cung ứng, hiện đã có xu hướng khai thác nguồn lực bên ngoài (gia công ngoài) một tỷ phần linh kiện ngày càng tăng, bao gồm lắp ráp các thành phần phụ. Do đó, cũng là lẽ thường khi ngày nay các nhà máy lắp ráp sau cùng chỉ còn chiếm 40 phần trăm giá trị sản phẩm sau cùng hay ít hơn.

Các mạch thay đổi khác nhau đã cùng xuất hiện trong những năm gần đây làm thay đổi diễn biến thỏa thuận gia công ngoài này. Thứ nhất, từ việc lắp ráp các mảnh kim loại nặng vào thập niên 50 và 60, chiếc ô tô đã trở thành một sản phẩm ngày càng thâm dụng công nghệ, mà việc lắp ráp liên quan đến sự hội nhập phức tạp các công nghệ tự động đa dạng. Do đó, hầu hết các nhà lắp ráp đã chọn một lộ trình trong đó họ ngày càng tập trung vào việc thiết kế chung và hòa nhập hệ thống sản xuất, đồng thời dựa vào các nhà sản xuất linh kiện cốt lõi để bảo đảm rằng các linh kiện đều liên quan đến các công nghệ tiên tiến, cả trong sản phẩm và thiết kế. Diễn biến phát triển thứ hai và có liên quan là phong trào hướng tới thiết kế các đơn vị cấu thành và lắp ráp phụ, bao gồm các nhà cung ứng cấp 1 dự kiến sẽ hòa nhập nhiều cấu phần vào hoạt động lắp ráp phụ của họ, một số trong đó họ tự sản xuất và một số họ mua vào. Thứ ba, nhịp độ đổi mới đã gia tăng đáng kể. Điều này đòi hỏi sự bố trí song song các hoạt động thiết kế và công trình, trong đó các nhà lắp ráp thuộc các cấp cung ứng khác nhau cùng làm việc đồng thời trên sản phẩm và các linh kiện của họ, chứ không còn theo diễn tiến trình tự trước sau và không có kết nối mật thiết như trước kia. Thứ tư, các hình thức lưu thông sản xuất nội bộ và bảo đảm chất lượng mới – sản xuất vừa kịp lúc – liên quan đến sự hội nhập mật thiết về kho vận và các qui trình chất lượng giữa các nhà lắp ráp và các nhà cung ứng linh kiện cho họ. Và cuối cùng, tất cả đều diễn ra trong bối cảnh tự do hóa dòng thương mại và đầu tư ngày càng tăng trong ngành và với sự gia tăng đáng báo động về tình trạng công suất dư thừa toàn cầu.

Tất cả các diễn biến phát triển này trong ngành ô tô có những ý nghĩa sâu sắc đối với các chính sách khai thác nguồn lực của các nhà lắp ráp, và cũng đúng như thế đối với các nhà cung ứng cấp 1 khai thác nguồn lực từ các nhà cung ứng cấp 2. Diễn tiến phát triển then chốt là sự tăng cường khai thác nguồn lực toàn cầu. Một nhà lắp ráp sẽ làm việc gắn bó với các nhà cung ứng cốt lõi của họ về thiết kế một phương tiện mới. Sản phẩm này, với một vài sửa đổi nhỏ, sẽ dành cho các

²⁵ Có các cơ cấu thị trường khác nhau trong ngành này, mà thiếu nhiều đặc điểm thâm dụng qui mô như của các ngành khác. Vào giữa thập niên 80, qui mô cơ sở bình quân của ngành giày dép là 175 người lao động ở Nam Phi, 65 người ở Anh và 17 người ở Ý (Kaplinsky và Manning 1999).

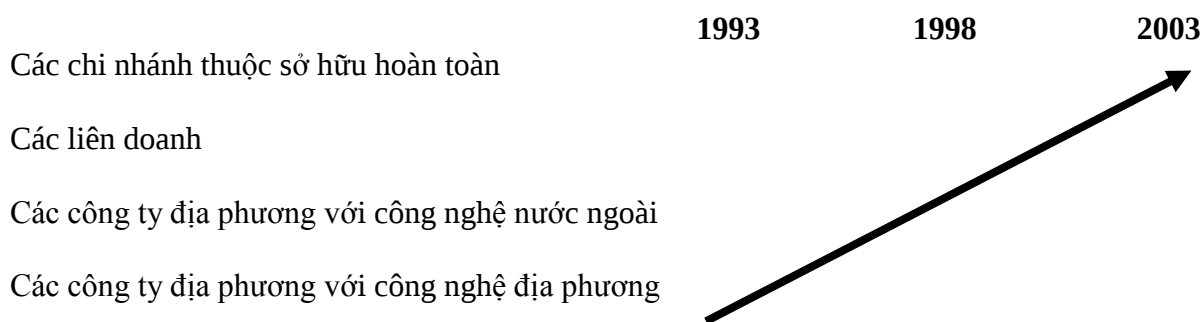
²⁶ Thảo luận này dựa vào nghiên cứu của Humphrey (2000) và Barnes và Kaplinsky (2000a và 2000b).

thị trường toàn cầu hay thị trường khu vực của nhiều nước. Một khi thiết kế thỏa thuận của một linh kiện hay các linh kiện lắp ráp sẵn đạt được ngay tại nguồn, nhà lắp ráp sẽ kỳ vọng sử dụng thiết kế này trong hoạt động toàn cầu của họ. Trong một vài trường hợp, điều này có thể liên quan đến thiết kế thỏa thuận với hai (hay đôi khi ba) nhà cung ứng linh kiện, nhưng ngay cả khi đó, người ta cũng hiểu là thiết kế này sẽ được sử dụng trên toàn cầu. Vì vậy, để hoạt động gia công toàn cầu vận hành hữu hiệu thì phải có một nhà sản xuất linh kiện có năng lực thiết kế và công nghệ đáng kể ngày càng gia tăng.

Nhưng chẳng những nhà lắp ráp phải có niềm tin vào công đoạn thiết kế. Họ cũng cần được bảo đảm rằng những linh kiện họ đang thu mua trên qui mô toàn cầu sẽ được sản xuất với mức giá cạnh tranh, với chất lượng thỏa đáng, phù hợp với qui cách. Do đó, nhà lắp ráp sẽ cam kết *khai thác nguồn lực gia công toàn cầu* từ các nhà cung ứng của họ với nhận thức rằng các chính nhà cung ứng sẽ cam kết với *những người cung ứng theo sau*. Nghĩa là, họ sẽ thiết lập các nhà máy tọa lạc gần với mọi hoạt động lắp ráp đáng kể của khách hàng khi qui mô cho phép. Nếu không có khả năng thiết lập và quản lý được nhóm hoạt động đa dạng như vậy, hoặc là họ sẽ làm việc trong các liên doanh với các đối tác địa phương, hoặc sẽ cấp giấy phép sử dụng công nghệ của họ cho các nhà sản xuất linh kiện.

Diễn tiến cai quản trong chuỗi giá trị này là diễn tiến mà trong đó những khách hàng chính – là nhà lắp ráp đối với các nhà cung ứng cấp 1, hay là nhà cung ứng cấp 1 đối với các nhà cung ứng cấp 2 – sẽ ấn định tiêu chuẩn về chi phí, chất lượng, giao hàng, sự tham gia vào hệ thống mua hàng điện tử, v.v... Các cơ quan quản lý điều tiết cũng có thể ấn định tiêu chuẩn (thường chịu sức ép của các tổ chức xã hội dân chính) ví dụ như về các tiêu chuẩn xả thải và thu hồi tái chế. Đây là ‘sự cai quản lập pháp’. Nhìn chung, chính những bên ấn định tiêu chuẩn cũng sẽ giám sát việc tuân thủ tiêu chuẩn (‘cai quản tư pháp’). Khả năng các mắt xích trong chuỗi đáp ứng các tiêu chuẩn này phụ thuộc vào việc nâng cấp đầu vào của nhiều bên (‘cai quản hành pháp’). Quan trọng là, ngành hiện đang kỳ vọng rằng các khách hàng cấp 1 sẽ thực hiện trách nhiệm thúc đẩy quá trình học hỏi chuỗi cung, bảo đảm rằng các nhà sản xuất trong các cấp hai, ba, và bốn sẽ phát triển năng lực nhằm đáp ứng các yếu tố thành công then chốt của ngành (Bessant và những người khác 1999). Nhưng sự hỗ trợ còn được cung ứng bởi các nhà cung ứng dịch vụ chuyên môn trong ngành, thường thuộc các bộ phận tư vấn của các công ty kế toán quốc tế lớn.

Các diễn tiến phát triển trong chuỗi giá trị toàn cầu này có một số ý nghĩa đối với sự phân phối hoạt động và sinh lợi giữa các nước. Một mặt, mong muốn hòa nhập lịch trình sản xuất trong hoạt động lắp ráp với lịch trình sản xuất các linh kiện khác, và giảm chi phí giữ hàng tồn kho trong tổng thể chuỗi giá trị, có nghĩa là có khả năng đáng kể cho hoạt động sản xuất linh kiện phân quyền. Mặt khác, sự hợp nhất ngày càng tăng trong ngành lắp ráp ô tô, và mong muốn chuẩn hóa sản xuất trong một số lượng thiết kế giới hạn (cho dù với sự sửa đổi đôi chút bên ngoài) có nghĩa là các tiêu chuẩn toàn cầu của các khách hàng then chốt (‘cai quản lập pháp’) đang ngày càng trở nên quan trọng. Vì thế, các nhà sản xuất linh kiện cần được kết nối với khách hàng sau cùng, được đưa vào trong một chuỗi giá trị, nhưng để làm được điều đó, họ phải sử dụng các thiết kế toàn cầu. Hệ quả của chính sách khai thác nguồn lực gia công toàn cầu và cung ứng đi theo của các nhà lắp ráp và các nhà cung ứng cấp 1 này có nghĩa là sự xói mòn sở hữu địa phương và công nghệ địa phương ở các nước đang phát triển. Phòng vấn với các nhà lắp ráp ở Nam Phi cho thấy tầm vóc của vấn đề này (hình 6). Ở Brazil năm 1995, trong số 25 công ty sản xuất linh kiện Brazil lớn nhất, có 12 công ty thuộc sở hữu địa phương hoàn toàn hay đa số. Vào cuối năm 1998, năm trong số các công ty này đã được tiếp quản bởi các công ty nước ngoài, và chỉ có một trong số 13 nhà cung ứng lớn nhất vẫn thuộc sở hữu trong nước (Humphrey 2000).

Hình 6: Triển vọng chiến lược của các nhà lắp ráp Nam Phi trong việc sở hữu các nhà cung ứng linh kiện

Nguồn: Barnes và Kaplinsky (2000a).

Điều này đưa các nhà sản xuất linh kiện ô tô của các nước thu nhập thấp đến đâu? Trên phương diện phân phối sinh lợi giữa các nước, điều này có nghĩa là hoạt động thiết kế trong các chuỗi giá trị này – nơi ngày càng tìm thấy đặc lợi – nằm trong tay một số lượng giảm dần các nhà sản xuất linh kiện toàn cầu. Hoạt động thiết kế cốt lõi đang được thực hiện bởi các trung tâm thiết kế tại các nước thu nhập cao, và chỉ có các hoạt động thiết kế ngoại vi xảy ra tại các nước thu nhập thấp. Nhìn từ góc độ các nhà cung ứng linh kiện của nước thu nhập thấp, xem ra ít có chọn lựa cho sự phân công lao động toàn cầu này. Họ có thể hoặc sản xuất theo thiết kế của các nhà cung ứng linh kiện cấp 1 và cấp 2, hoặc sản xuất phụ tùng thay thế cho thị trường linh kiện ăn theo. Nhưng thị trường này cũng bị chi phối bởi các thương hiệu toàn cầu (nơi có đặc lợi tập trung). Thị trường phụ tùng thay thế không thương hiệu thì hết sức cạnh tranh, thường có hàng rào gia nhập thấp và chịu sự cạnh tranh gia tăng trong sản xuất khi người mua khai thác sự cạnh tranh hệ thống từ các nhà sản xuất mới. Trên phương diện phân phối sinh lợi nội bộ đất nước, đây là một lĩnh vực có không gian thu hẹp dần đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (trong chừng mực họ có thể là một đường dẫn để trải rộng lợi ích từ sự tham gia vào thị trường toàn cầu), vì thế công cụ phân phối chính có thể nằm ở tiền lương. Một mặt, ở đây, tiền lương trong lĩnh vực này nói chung tương đối cao ở hầu hết các nước so với các khu vực khác; mặt khác, lĩnh vực linh kiện chịu sự cạnh tranh ngày càng tăng,²⁷ và có thể vị thế đặc quyền của những người lao động này sẽ bị xói mòn theo thời gian.

Dưới ánh sáng của những diễn tiến phát triển này, Humphrey nghi ngờ việc tham gia của các nước đang phát triển vào chuỗi giá trị này không chắc tiêu biểu cho sự phân bổ nguồn lực tối ưu:

‘Cũng đáng để ta đặt câu hỏi liệu các nỗ lực thúc đẩy ngành ô tô có xứng đáng hay không. Ngành này đang ngày càng bị chi phối bởi một số ít các nhà lắp ráp và các nhà sản xuất linh kiện, và sự tập trung trong lĩnh vực linh kiện ngày càng diễn ra nhanh chóng. Tình trạng độc quyền nhóm ngày càng tăng trong lĩnh vực linh kiện làm tăng hàng rào gia nhập và đặt thế lực phát triển và xử lý mạng lưới linh kiện vào tay các nhà cung ứng toàn cầu hàng đầu. Xét về tiềm năng, điều này làm cho các nhà sản xuất linh kiện tại các nước đang phát triển trở nên hết sức dễ bị tổn thương. Sự bảo hộ họ nhận được từ cơ

²⁷ Đây là một lĩnh vực chịu sức ép ‘giảm chi phí’ (nghĩa là giảm giá). Thông thường, điều này đòi hỏi sự giảm giá hàng năm (theo giá trị thực) hơn 5 phần trăm, trong gần như mọi vùng sản xuất. Nhưng trong một số trường hợp (như Anh hiện nay), việc giảm giá vào khoảng hơn 10 phần trăm hàng năm trong nhiều tiểu lĩnh vực linh kiện.

chép thương mại hiện tại có thể giảm dần. Trong những tình huống này, xem ra tốt hơn nên tập trung nỗ lực thúc đẩy công nghiệp và tài trợ cho những ngành mang lại một lộ trình nâng cấp rõ ràng hơn cho các công ty địa phương' (Humphrey 2000: 12).

5. KẾT LUẬN

Mục tiêu của bài viết này là minh họa cách thức phân tích chuỗi giá trị có thể góp phần như thế nào vào việc tìm hiểu tường tận hơn các yếu tố xác định sự phân phối thu nhập trong phạm vi đất nước và giữa các nước, và vì thế cũng góp phần nhận diện những chính sách xem ra có thể cải thiện kết quả phân phối của hoạt động hòa nhập đất nước vào nền kinh tế toàn cầu. Chúng ta đã lập luận rằng việc tập trung vào ba yếu tố của chuỗi giá trị - động học đặc lợi trong phạm vi chuỗi giá trị, việc cai quản chuỗi và đặc điểm hệ thống xuyên quốc gia – là cần thiết để chuyển hóa một khái niệm tự khám phá thành một công cụ phân tích.

Trong phần trên đây, ta đã trình bày một số tình huống nghiên cứu minh họa cho cách thức qua đó chuỗi giá trị - hiểu theo ý nghĩa phân tích – có thể giúp giải thích lý do khiến một số bên được lợi, và một số người thua thiệt từ toàn cầu hóa sản xuất và trao đổi. Vì thế, các nghiên cứu tình huống này có thể góp phần giải thích lý do khiến sự lan rộng hoạt động kinh tế toàn cầu ngày càng tăng đã không gắn liền với sự trải rộng tương tự lợi ích từ hoạt động kinh tế này, với cội nguồn lý do nằm trong sản xuất và trao đổi (chứ không phải trong lĩnh vực tài chính hay các khía cạnh khác của toàn cầu hóa).

Nhưng phân tích chuỗi giá trị có thể cho ta biết về những chính sách cần thiết để đảo ngược kết quả xấu xa này hay không? Ở đây, chuỗi giá trị mang lại hai nhận thức quan trọng. Thứ nhất, các mạng lưới sản xuất toàn cầu đang trở nên ngày càng phức tạp và sự giao thương sòng phẳng không dựa vào mối quan hệ khăng khít ngày càng hạn chế trong những hàng hóa chuẩn hóa với sinh lợi thấp. Do đó, việc tiếp cận các hoạt động mang lại thu nhập cao đòi hỏi phải tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu, và thử thách cốt yếu là nhận diện những phương thức qua đó các nước nghèo và các nhà sản xuất nghèo có thể tham gia vào các chuỗi này, và tham gia theo cách thức sao cho dẫn đến tăng trưởng thu nhập bền vững. Thứ hai, phân tích mối quan hệ cai quản lan khắp các chuỗi giá trị dẫn đến việc nhận diện các tác nhân tổ chức lớn, và điều này giúp soi rọi những đòn bẩy chính sách có thể ảnh hưởng đến hành vi của các thành phần liên đới then chốt trong chuỗi giá trị.

Các chuỗi giá trị không đồng nhất, và cơ hội chiếm hữu đặc lợi của các bên khác nhau cũng sẽ khác nhau. Tuy nhiên, thực chất, khi bị đe dọa bởi cạnh tranh, các *tác nhân kinh tế* có bốn chiều hướng hành động khả dĩ; các lộ trình hành động này không loại trừ lẫn nhau:

- Nâng cao hiệu quả trong các hoạt động nội bộ sao cho trở nên tốt hơn đáng kể so với các đối thủ.
- Có thể nâng cao các mối liên kết giữa các công ty lên mức độ nhiều hơn so với các đối thủ cạnh tranh.
- Giới thiệu các sản phẩm mới hay cải tiến các sản phẩm cũ nhanh hơn các đối thủ.
- Thay đổi tổ hợp hoạt động được thực hiện trong phạm vi doanh nghiệp hay di dời quỹ tích hoạt động sang những mắt xích khác nhau trong chuỗi, ví dụ như từ công nghiệp chế tạo sang thiết kế.

Phân tích về bốn chuỗi giá trị trong phần 4 trên đây cho thấy rằng, bản thân hai bước đầu tiên không chắc đạt được tỷ trọng nhiều hơn trong sinh lợi chuỗi giá trị. Điều này là do các năng lực

này ngày càng phân tán rộng trong nền kinh tế toàn cầu (làm nền tảng cho sự giảm sút tỷ số giá ngoại thương của các nước đang phát triển trong công nghiệp chế tạo như ta đã quan sát trong phần 2), và sự tập trung vào các lĩnh vực này (nhất là trong hiệu quả nội bộ công ty) có thể dẫn đến tăng trưởng bền vững. Nói cách khác, nói chung đây chỉ là những điều kiện cần giúp trải rộng lợi ích từ sự tham gia vào thị trường toàn cầu. Chính các bước thứ ba và thứ tư mới có thể mang lại kết quả tốt nhất. Nhưng ở đây, các nhà sản xuất nghèo và các nhà sản xuất ở các nước chậm trễ với các mối quan hệ quyền lực tiêu biểu cho sự cai quản chuỗi giá trị (hình 7). Đây là những lãnh địa được bảo hộ cao, chính xác bởi vì đây là nơi chứa đựng đặc lợi kinh tế. Như ta đã thấy trong thảo luận trên đây về ngành giày dép, các khách hàng toàn cầu chi phối chuỗi sẽ vui vẻ giúp đỡ các nhà sản xuất ở các nước đang phát triển trong ba bước đầu tiên của các phương án chính sách này, nhưng dứt khoát loại trừ họ ra khỏi phương án thứ tư.

Biết rằng việc di dời vào các mắt xích khác trong chuỗi thì khó khăn, nhưng điều đó không làm giảm tính cần thiết của hành động này, vì gần như trong mọi chuỗi giá trị, đây rõ ràng là một lộ trình tối ưu. Điều này không có nghĩa là các doanh nghiệp luôn luôn theo đuổi lộ trình này bằng tổn thất của việc nâng cấp các hoạt động nội bộ, cải thiện sự kết nối với các phần khác trong chuỗi nội địa hay trong việc gia tăng phạm vi hoạt động hay xác lập lại bản thân trong mắt xích mà họ đang hoạt động. Từng tình huống trong bốn tình huống nghiên cứu trên đây đều có triển vọng để theo đuổi nhiều mục tiêu.

Xem ra kết luận này có thể áp dụng cho nhiều chuỗi giá trị khác mà các nước nghèo đang hoạt động trong đó. Nhưng trong một số trường hợp, người ta có thể phán đoán rằng các hàng rào gia nhập xuyên suốt chuỗi giá trị quá thấp đến mức sẽ không bao giờ nâng đỡ những mức thu nhập có thể chấp nhận được. Ví dụ, đây có thể là trường hợp của hoa quả đóng hộp, trong đó thặng dư nhà sản xuất được chuyển giao một cách hệ thống thành thặng dư người tiêu dùng thông qua quá trình cạnh tranh, và trong đó, theo thời gian, sinh lợi sản xuất bị xua tan trong một ‘cuộc đua đến tận đáy’. Xem ra bức tranh tương tự cũng nổi lên vào một lúc nào đó đối với ngành rau quả tươi, khi hàng rào gia nhập bị xói mòn thông qua các quá trình cạnh tranh.

Hình 7: Cơ hội hành động để thúc đẩy trải rộng lợi ích cho các nhà sản xuất ở các nước thu nhập thấp

	Nâng cấp trong phạm vi mắt xích	Nâng cấp mối quan hệ giữa các công ty	Xác lập lại các hoạt động được thực hiện trong các mắt xích	Chuyển sang những mắt xích mới trong chuỗi
Rau quả tươi	Hành động đặc biệt cần thiết cho các trang trại và doanh nghiệp nhỏ	Các mối quan hệ khăng khít hơn cần thiết giữa các nhà sản xuất và các đại lý xuất khẩu	Các nhà sản xuất riêng lẻ có thể đảm nhận trách nhiệm xử lý sau thu hoạch	Các đại lý xuất khẩu trở thành các nhà quản lý chủng loại
Hoa quả đóng hộp	Sự hỗ trợ đặc biệt cần thiết cho những người trồng nhỏ	Cần cải thiện sự hợp tác hàng dọc và hàng ngang	Ít có khả năng hành động bổ sung	Có thể xây dựng các thương hiệu khu vực và toàn cầu
Giày dép	Cần thiết đối với mọi công ty	Cần thiết để cải thiện sự hợp tác giữa các mắt xích hàng dọc và hàng	Ít có khả năng hành động bổ sung	Khó khăn khi khách hàng ngăn chặn sự di chuyển vào hoạt động thiết

		ngang		kế
Linh kiện phụ tùng ô tô	Sự hỗ trợ đặc biệt cần thiết cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ		Có thể, chủ yếu đối với các nhà cung ứng cấp một, nhưng ít có tại các nước thu nhập thấp	Khó khăn khi khách hàng ngần chặn sự di chuyển vào hoạt động thiết kế

Đối với phản ứng chính sách từ khu vực công ty là như thế. Nhưng *chính phủ các nước có thể làm gì?* Chính phủ các nước có một số vai trò then chốt ở đây. Thứ nhất, chính phủ có thể tích cực hỗ trợ khu vực tư nhân, các tổ chức của người lao động và các thành phần liên đới khác để công nhận các cơ hội và mối đe dọa đặt ra thông qua tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu. Thứ hai, chính phủ có thể thực hiện các biện pháp để hỗ trợ các nhà sản xuất tham gia vào các chuỗi giá trị này. Thứ ba, chính phủ có thể sử dụng các công cụ chính sách khác nhau nhằm hỗ trợ việc tái định vị khu vực công ty trong phạm vi chuỗi giá trị để họ có thể đạt được một tỷ trọng lợi ích nhiều hơn. (Điều này đã xảy ra ở Anh thông qua Chương trình phát động doanh nghiệp trong thập niên 80 chẳng hạn). Chính phủ cũng có thể hỗ trợ nâng cao kỹ năng thiết kế, như chính phủ Tây Ban Nha đã thể hiện đối với ngành quần áo và giày dép trong cùng thập niên, và như chính quyền địa phương đã làm ở Brazil trong ngành giày dép (Schmitz 1999).

Nhưng thứ tư, đặc lợi sản xuất không chỉ có hình thức đặc lợi kinh tế mang lại sinh lợi cho các nước nghèo và các nhà sản xuất nghèo (Kaplinsky 1998). Các nhà sản xuất còn cần được tiếp cận tương đối tốt với nhiều tài sản bổ trợ khác nữa. Ví dụ, như Wood và Jordan chứng minh với trường hợp Uganda, cơ sở hạ tầng vật chất là một yếu tố quan trọng xác định sự tham gia vào các thị trường sản phẩm toàn cầu, nhất là trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo (Wood và Jordan, sắp xuất bản). Trong quá khứ, điều này có nghĩa là đường bộ, đường sắt và hải cảng tương đối tốt, nhưng điều này ngày càng áp dụng cho viễn thông. Các hình thức đặc lợi khác mà chính phủ có vai trò nhất định bao gồm trung gian tài chính (sự tiếp cận tương đối êm ả của các nhà sản xuất với nguồn vốn sản xuất đầy đủ, có thể có mà cũng có thể không được cung ứng bởi ‘các thị trường tài chính vận hành hiệu quả’) và đặc lợi nguồn nhân lực (tiếp cận những người lao động tương đối có kỹ năng với mức lương tương đối thấp). Điều hệ trọng là, đặc lợi còn bao gồm đặc lợi chính sách thương mại, trong đó chính phủ có thể thương thảo các đặc quyền chính sách thương mại, hay hành động làm xói mòn các đặc quyền mở ra cho các nhà sản xuất khác. Cũng không kém phần quan trọng, chính phủ có thể giúp các nhà sản xuất tranh thủ đặc lợi chính sách thương mại, nhất là các nhà sản xuất nghèo, vì trong nhiều trường hợp, các nước thu nhập thấp không thực hiện hết hạn ngạch hay hưởng lợi từ thuế quan ưu đãi trên các thị trường thu nhập cao.

Trong thảo luận trên đây về các chuỗi giá trị (phần 4 trên đây), trọng tâm chủ yếu được đặt vào việc tìm hiểu các yếu tố xác định phân phối thu nhập mà phân tích chuỗi giá trị có thể mang lại cho chúng ta. Thế nhưng, như ta thấy trong phần 2, tình trạng bất bình đẳng gia tăng không chỉ được trải nghiệm ở cấp độ giữa các nước với nhau, mà còn liên quan đến sự phân phối nội bộ đất nước, ảnh hưởng đến các vùng khác nhau, các doanh nghiệp có qui mô khác nhau, các hộ gia đình khác nhau và giới tính khác nhau. Nhưng ở đây cũng vậy, phân tích chuỗi giá trị đóng một vai trò nhất định, nhất là đối với các cơ cấu sản xuất liên quan đến sự trao đổi quốc tế. Phân tích chuỗi giá trị có thể giúp minh họa các yếu tố thành công then chốt trên các thị trường nước ngoài, kết hợp với những cơ cấu cai quản trong từng chuỗi làm hạn chế vai trò của các tác nhân trong nước. Chúng ta đã thấy ý nghĩa của phân tích chuỗi giá trị đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành đồ gỗ và các nông trại nhỏ trong ngành rau quả tươi, nhưng đây là một vấn đề chưa được khai phá, nhất là liên quan đến các yếu tố phân phối theo giới tính và hộ gia đình.

Nói tóm lại, không hẳn là phân tích chuỗi giá trị cho ta biết điều gì đó mới mẻ, vì hầu hết các phản ứng chính sách này đã được đưa vào quá trình ra quyết định của chính phủ và công ty trong nhiều chuỗi và trong nhiều lĩnh vực. Nhưng điều mà phân tích chuỗi giá trị làm được là mang lại một khung phân tích toàn diện cho một loạt các phản ứng ‘liên kết’ buộc ta phải xem xét các vấn đề một cách bao quát hơn, mang tính động học và chiến lược hơn. Sự phân tích cục bộ và phản ứng cục bộ xem ra chỉ có tính chất cận tối ưu một cách nghiêm trọng trong việc đáp ứng các thử thách đặt ra, nhất là liên quan đến việc định vị các nhà sản xuất nghèo và các nước nghèo trong trung hạn và dài hạn. Quay lại với phần mở đầu bài viết này, việc định vị và sự phụ thuộc vào lõi mòn là hệ trọng, vì bản thân việc tham gia vào nền kinh tế toàn cầu không chắc mang lại một lộ trình tăng trưởng thu nhập bền vững hay phân phối sinh lợi công bằng.

Tài liệu tham khảo

- Baldwin, R.E. and P. Martin (1999), 'Two waves of globalization: superficial similarities, fundamental differences', in H. Siebert (ed.), **Globalization and Labour**, Tübingen: Mohr Siebeck
- Barnes J. and Kaplinsky R (2000a forthcoming), 'Globalisation and the death of the local firm? The automobile components sector in South Africa', **Regional Studies**
- Barnes J. and Kaplinsky R (2000b), 'Globalisation and trade policy reform: Whither the automobile components sector in South Africa?', **Competition and Change**, Vol 4, pp. 211–243
- Bessant, J., R. Kaplinsky, R. Lamming, A. Ross and R. Vaughan (1999), 'Using Supply Chains to Transfer Learning about Best Practice', **Report to U. K. Dept. of Trade and Industry**, Brighton: Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton.
- Dolan, C., J. Humphrey and Harriss-Pascal (1988), 'Value chains and upgrading: The impact of UK retailers on the fresh fruit and vegetables industry in Africa', **IDS Working Paper 96**, Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Dunford M. (1994), 'Winners and losers: the new map of economic inequality in the European Union', **European Urban and Regional Studies**, Vol 1, No. 2, pp. 95–114.
- Ernst, D., (2000), 'Globalization, Information Technology and the Changing Geography of Innovation Systems: A Policy Perspective on Global Production Networks', special issue of **Journal of the Economics of Innovation and New Technologies** ('Integrating Policy Perspectives in Research on Technology and Economic Growth'), edited by Anthony Bartzokas and Morris Teubal.
- Feenstra R. C. (1998), 'Integration of Trade and Disintegration of Production in the Global Economy', **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 12, No. 4, pp.31–50.
- Freeman, C, (1976), **The Economics of Industrial Innovation**, London: Penguin Books.
- Gereffi, G (1994), 'The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U. S. Retailers Shape Overseas Production Networks', in G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds.), **Commodity Chains and Global Capitalism**, London: Praeger.
- Gereffi, G. (1999a), 'International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain', **Journal of International Economics**, Vol. 48 No 1: 37–70
- Gereffi, G. (1999b), 'A commodity chains framework for analysing global industries', in **Institute of Development Studies**, (1999)
- Gereffi, G., M. Korzeniewicz and R. P. Korzeniewicz (1994), 'Introduction', in G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds.), **Commodity Chains and Global Capitalism**, London: Praeger.
- Gereffi, G., J. Humphrey and T. Sturgeon (2000), 'Proposal for value chain meeting', mimeo, Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Girvan, N. (1987), 'Transnational Corporations and Non-fuel Primary Commodities in Developing Countries', **World Development**, Vol. 15, No. 3, pp. 713–740.

- Griffith-Jones, S. and Cailloux, J. (1999), 'Global capital flows to East Asia, surges and reversals', **Paper presented to Workshop on Global Capital Flows**, Brighton: Institute of Development Studies.
- Hummels D., Jun Ishii and Kei-Mu Yi (1999), 'The Nature and Growth of Vertical Specialization in World Trade', **Staff Reports Number 72**, New York: Federal Reserve Bank of New York
- Humphrey, J. (2000, forthcoming), 'Assembler-supplier relations in the auto industry: globalisation and national development', **Competition and Change**
- Humphrey, J. (1999), 'Globalisation and Supply Chain Networks in the Auto Industry: Brazil and India', mimeo, Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Humphrey, J., and A. Oeter (1999), 'Strategies for Diversification and Adding Value to Food Exports: A Value Chain Perspective', **Paper prepared for UNCTAD**, Brighton: Institute of Development Studies.
- Institute of Development Studies (1999), 'Background Notes for Workshop on Spreading the Gains from Globalisation', www.ids.ac.uk/ids/global/conf/wkscf.html
- Jones, C. (1997), 'On the Evolution of World Income Distribution', **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 11, No. 3, pp 3–19
- Kaplan, D. E. and R. Kaplinsky (1998), 'Trade and Industrial Policy on an Uneven Playing Field: The Case of the Deciduous Fruit Canning Industry in South Africa', **World Development**, Vol 27, No.10, pp. 1787–1802.
- Kaplinsky R (1993), 'Export Processing Zones in the Dominican Republic: Transforming Manufactures into Commodities', **World Development**, Vol. 22, No. 3, pp. 1851–1865.
- Kaplinsky R (1998), 'Globalisation, Industrialisation and Sustainable Growth: The Pursuit of the Nth Rent', **Discussion Paper 365**, Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Kaplinsky R (2000), 'Is Globalisation all it is really cracked up to be?', **Journal of International Political Economy**, Vol. No. , pp.
- Kaplinsky R. and C. Manning (1999), 'Concentration, competition policy and the role of small and medium sized enterprises in South Africa's Industrial Development', **Journal of Development Studies**, Vol. 35, No. 1, pp. 139–161.
- Kaplinsky, R. and J. Readman (2000), 'Globalisation and Upgrading: What can (and cannot) be Learnt from International Trade Statistics in the Wood Furniture Sector?', mimeo, Brighton, Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton and Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Khan, A. R. (1999), 'Poverty in China in the Period of Globalization: New Evidence on Trend and Pattern', **Issues in Development Discussion Paper 22**, Geneva: ILO.
- Lundberg, M. and B. Milanovic (2000), 'The truth about global inequality', **Financial Times**, 25th February.
- Maizels, A., K. Berge, T. Crowe and T. B. Palaskas (1998), 'Trends in the Manufactures Terms of Trade of Developing Countries', mimeo, Oxford: Finance and Trade Policy Centre, Queen Elizabeth House.

- Maizels, A., et. al. (1999), 'The Manufactures Terms of trade of Developing Countries with the United States, 1981–97', mimeo, Oxford: Finance and Trade Policy Centre, Queen Elizabeth House.
- Piore M. J. and C. Sabel (1984), **The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity**, N York, Basic Books.
- Prebisch, R. (1950), **The Economic Development of Latin America and its Principal Problems**, New York: ECLA, UN Department of Economic Affairs.
- Ricardo, D. (1817), **The Principles of Political Economy and Taxation**, London: Dent (Reprinted 1973).
- Rodrik, D. (1999), The New Global Economy and developing Countries: Making Openness Work, **Policy Essay No. 24**, Washington: Overseas development Council.
- Schmitz, H. (1999a), 'From ascribed to earned trust in exporting clusters', **Journal of International Economics**, Vol. 48, No. 1, pp. 139–150
- Schmitz, H. (1995), 'Small Shoemakers and Fordist Giants: Tales of a Supercluster', **World Development**, Vol. 23 No. 1, pp. 9–28.
- Schmitz, H. and P. Knorringa (1998), 'Learning from Global Buyers', **IDS Working Paper 100**, Brighton: Institute of development Studies.
- Schumpeter J (1961), **The Theory of Economic Development**, Oxford: Oxford University Press.
- Singer, H. (1950), 'The distribution of gains between borrowing and investing countries', **American Economic Review**, Vol. 40, pp. 473–85.
- Singer, H. (1971), 'The Distribution of Gains Revisited', reprinted in A. Cairncross and M. Puri (eds.) (1975), **The Strategy of International Development**, London: Macmillan
- Streeten, P., (1998), 'Globalization: Threat or Salvation', in A. S. Bhalla (ed.), (1998), **Globalization, Growth and Marginalization**, New York: Macmillan and IDRC.
- UNDP (1999), **Human Development Report 1999**, Oxford: Oxford University Press.
- Womack, J. P. and D. T Jones (1996), **Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation**, N. York: Simon & Schuster
- Wolf, M (2000), 'The big lie of global inequality', **Financial Times**, 9th February
- Wood, A., (1994), **North-South Trade, Employment and Inequality: Changing Fortunes in a Skill-driven World**, Oxford: Clarendon Press.
- Wood, A., (1997), 'Openness and wage inequality in developing countries: the Latin American challenge to East Asian conventional wisdom', **World Bank Economic Review**, Vol. 11 No. 1: 33–57
- Wood, A., (1998), 'Globalisation and the Rise in Labour Market Inequalities', **Economic Journal**, Vol. 108, No. 450, pp. 1463–1482.
- Hartog, 1999 World Bank (1996), **Poverty Reduction and the World Bank**, Washington: IBRD

World Bank (1996), **Poverty Reduction and the World Bank**, Washington: World Bank

Wood, A., (1999), 'Value chains: an economist's perspective', in **Institute of Development Studies**, 1999.

Wood, A., (2000), 'Globally Mobile Skills and Wage Inequalities in the South', mimeo, Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex.

Wood, A. and K. Jordan (forthcoming), 'Why does Zimbabwe export manufactures, and Uganda not? In search of policy implications, econometrics meets history', **Journal of Development Studies**.